



FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES

“INSEGURIDAD JURÍDICA POR RESERVA DE DENOMINACIÓN DE UNA  
COMPAÑÍA FRENTE A LA SIMILITUD DE UNA MARCA  
O NOMBRE COMERCIAL”

Autora

María José Terán Tamayo

Año  
2018



FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES

“INSEGURIDAD JURÍDICA POR RESERVA DE DENOMINACIÓN DE UNA  
COMPAÑÍA FRENTE A LA SIMILITUD DE UNA MARCA O NOMBRE  
COMERCIAL”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar por el título de Abogada de los Tribunales y Juzgados  
de la República

Profesor Guía

Msc. José Gabriel Terán Naranjo

Autora

María José Terán Tamayo

Año

2018

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

"Declaro haber dirigido el trabajo, Inseguridad Jurídica por Reserva de Denominación de una Compañía frente a la similitud de una Marca o Nombre Comercial, a través de reuniones periódicas con el estudiante María José Terán Tamayo, en el semestre 2018-2, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

---

José Gabriel Terán Naranjo  
Master Universitario en Abogacía  
C.C.: 0502272792

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR**

"Declaro haber revisado este trabajo, Inseguridad Jurídica por Reserva de Denominación de una Compañía frente a la similitud de una Marca o Nombre Comercial, de la estudiante María José Terán Tamayo, en el semestre 2018-2, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

---

Leonidas Eduardo Rojas Salazar  
Master en Derecho de Propiedad Intelectual  
C.C. 1709617987

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

”Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

---

María José Terán Tamayo  
C.C. 1713793055

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por siempre iluminar mi camino.

A mi familia, en especial a mis tíos, por ser mis ejemplos de vida. A mi madre y abuela por su apoyo incondicional e infinita paciencia.

A mis mejores amigos por darme fuerzas en el día a día sobre todo a Nicole Moscoso por sus consejos y siempre creer en mí y a Diego Carrasco por alegrar mis días en la universidad.

A mi tutor el Dr. José Gabriel Terán Naranjo, por su ayuda y excelente guía para culminar con este sueño.

## **DEDICATORIA**

A mi madre, por su esfuerzo y trabajo constante que han sido base y pilar fundamental durante mis estudios, por ser la persona más importante en mi vida, por enseñarme que puedo llegar tan alto como lo desee.

A mi abuela, por ser mi segunda mamá y jamás soltarme la mano, por mostrarme que cada sacrificio tiene una recompensa.

A mi hermano, por sus consejos profesionales y enseñarme a trabajar duro para alcanzar el éxito.

A la memoria de mi padre.

## RESUMEN

Resulta bastante frecuente la coexistencia del mismo nombre de una compañía como de una marca, nombre comercial u obtención vegetal, debido a la falta de armonización entre los procedimientos de reserva y registro en las instituciones respectivas. Por esta razón, es importante que las normas sean claras al establecer sanciones y procesos correctos que no vulneren el derecho constitucional de la seguridad jurídica.

Sin embargo, en Ecuador debe decirse que esto no ocurre, debido al vacío legal existente en el nuevo el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, el cual no contempla nada en cuanto al tema, como sí lo hacía la derogada Ley de Propiedad Intelectual. De la misma manera, en normas societarias, no puede distinguirse nada que pueda dar una certeza al titular de una denominación de cuáles son los mecanismos a los que puede recurrir o posibles consecuencias en caso de coexistencia entre nombres de sociedades y de signos distintivos.

Este vacío genera inseguridad jurídica al titular de una marca, nombre comercial u obtención vegetal así como de una denominación social, por no tener certeza de cuál es el correcto procedimiento que debe seguirse a fin de que se resuelva el problema de coexistencia. Sin embargo, cabe indicar que la manera que establecía la derogada Ley de Propiedad Intelectual, estaba lleno de vacíos y errores, como se lo presentará en el presente trabajo.

## **ABSTRACT**

The coexistence of the same name of a company as a trademark, trade name or plant variety is quite frequent, due to the lack of harmonization between the reservation and registration procedures in the respective institutions. For this reason, it is important that the rules are clear when establishing sanctions and correct processes that do not violate the constitutional right of legal security.

However, in Ecuador it must be said that this does not happen, due to the legal vacuum in the new Organic Code of the Social Economy of Knowledge, Creativity and Innovation, which does not contemplate anything in relation to the subject, as it did the repealed Intellectual Property Law. In the same way, in corporate rules, nothing can be distinguished that can give a certainty to the holder of a denomination of what are the mechanisms to which it can appeal or possible consequences in case of coexistence between company names and distinctive signs.

This void creates legal uncertainty for the owner of a trademark, commercial name or plant variety as well as a company name, for not having certainty of which is the correct procedure to be followed in order to solve the problem of coexistence. However, it should be noted that the procedure that established the repealed Intellectual Property Law, was full of gaps and errors, as it will be presented in the present work.

# INDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
1. CAPÍTULO I. DENOMINACIÓN DE SOCIEDADES.....	2
1.1 Concepto de Razón social y denominación objetiva .....	2
1.2 Principios de la denominación.....	5
1.3 Procedimiento de reserva de denominación.....	7
2. CAPÍTULO II. MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, OBTENCIONES VEGETALES .....	10
2.1 Concepto de Marca.....	10
2.2 Concepto de Nombre Comercial.....	12
2.3 Concepto de Obtenciones Vegetales .....	15
2.4 Procedimiento de registro de marcas, nombres comerciales y obtenciones vegetales .....	16
3. CAPÍTULO III. INSEGURIDAD JURÍDICA POR LA COEXISTENCIA DE UN NOMBRE DE UN SIGNO DISTINTIVO Y UNA DENOMINACIÓN DE COMPAÑÍA.....	21
3.1 Disolución.....	22
3.2 Liquidación .....	24
3.3 Cancelación .....	25
3.4 Falta de armonización entre normas societarias y de propiedad intelectual para procedimiento en caso de coexistencia de denominaciones y signos distintivos .....	27
3.5 Análisis de caso “DESKUBRA” .....	32
3.5.1 Antecedentes .....	32
3.5.2 Problema jurídico .....	34
3.5.3 Alegaciones.....	34
3.5.4 Resoluciones.....	36
3.5.5 Valoración del caso .....	37

4. CONCLUSIONES.....	40
REFERENCIAS .....	42

## INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente ensayo académico es establecer de qué manera se presenta la inseguridad jurídica para el titular de una denominación de una compañía en caso de coexistencia con un signo distintivo. Para el efecto, se analizarán tanto los conceptos del nombre de una sociedad, así como los de la marca, nombres comerciales y obtenciones vegetales y cómo operan sus respectivos procedimientos de reserva y registro.

Conjuntamente se abordará lo que determina la ley en materia societaria y de propiedad intelectual, a fin de dar el enfoque respectivo del tema principal de la inseguridad jurídica. Es importante analizar lo que establecía la derogada Ley de Propiedad Intelectual como base para realizar una comparación con el actual el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación y poder demostrar la falta de armonía entre normas e instituciones que vulneran el derecho constitucional de la seguridad jurídica.

Una vez analizado lo que establece tanto la doctrina como la ley, se abordará la inseguridad jurídica. Para este punto, se hará uso de resoluciones emitidas por la Corte Constitucional, en la cual se explique en qué consiste esta figura. Además se acudirá al Derecho comparado con el fin de analizar cómo se solventan estos conflictos.

Para finalizar el presente ensayo, se realizará un análisis respectivo de un caso presentado como tutela administrativa ante el antiguo Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, en adelante "IEPI", en cual se maneja el conflicto de coexistencia de denominación de una compañía y nombre comercial con una marca, registrados con el mismo nombre. Es importante en este punto, entender cómo operan ambas instituciones ante estos problemas y cómo la ley es poco clara al dar soluciones viables y que no atenten a la seguridad jurídica del titular.

Cabe indicar que mediante Decreto Ejecutivo 356 del 18 de abril del 2018, se decidió que el IEPI sea sucedido por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, en adelante “SENADI”, sin embargo, para efectos del presente trabajo se ha decidido utilizar la denominación antigua en los casos necesarios.

## **1. CAPÍTULO I. DENOMINACIÓN DE SOCIEDADES**

### **1.1 Concepto de Razón social y denominación objetiva**

Toda sociedad para efectos de su constitución tendrá un nombre que le distinga de otras sociedades. Dependerá de su especie para determinar si debe llevar una razón social o una denominación objetiva. Cualquiera que sea el tipo, formará una propiedad suya y no podrá ser utilizada por ninguna otra compañía, según lo establece el artículo 16 de la Ley de Compañías: “La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.”

A fin de comprender de mejor manera lo que se explicará posteriormente, en primer lugar, la doctrina establece en cuanto el nombre de una compañía, que puede ser razón social o denominación objetiva, establecer lo que el ordenamiento jurídico determina en cuanto a estos conceptos y dar un aporte personal, con el fin de dejar esclarecido este tema.

Sobre el nombre de una compañía, Ricardo Nissen, en su libro Curso de Derecho Societario, explica que “es el atributo de su personalidad que la individualiza y la distingue del conjunto de los socios, quedando obligada la sociedad cuando quien la representa lo hace bajo la designación de su nombre societario.” (Nissen, 2001, p. 101).

Por su parte, el autor Jorge Núñez Grijalva, en su libro *Disolución, liquidación y cancelación de compañías de comercio en Ecuador* establece que “toda compañía requiere un nombre, el cual debe ser claro y fácilmente distinguible de otra persona jurídica...” (Núñez, 2016, p. 52).

Entonces, puede entenderse que el nombre de una compañía consiste en un atributo a su personalidad, el cual debe ser único con el fin de que la sociedad pueda ser individualizada y distinguida de otras sociedades, con el fin de que en el mercado, se conozca sobre los bienes o servicios que brinda. Ahora bien, es importante determinar que el nombre de la compañía puede consistir en una razón social o una denominación objetiva, al respecto se apreciará lo que la doctrina tanto ecuatoriana como internacional establecen, así mismo lo que se determina en la Ley de Compañías.

Sobre la razón social, los autores Efraín Richard y Orlando Muiño, en su obra *Derecho Societario: Sociedades comerciales, civil y cooperativa 1*, explican que “la expresión “razón social” deriva del italiano *per ragione sociale*, lo que denotaba que el negocio realizado con un tercero se había hecho, no por cuenta de socio contratante, sino por cuenta de la compañía, de suerte tal que la responsabilidad asumida en el contrato no afectaba sólo al socio contratante, sino a todos los socios solidariamente...” (Richard y Muiño, 2007, p. 401).

Víctor Cevallos Vásquez en su libro *Nuevo Compendio de Derecho Societario Tomo I*, define como “...la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios o alguno o algunos de ellos a la que se agregarán las palabras o abreviaturas del tipo de sociedad que corresponda.” (Cevallos, 2016, p. 85).

A fin de ejemplificar el concepto de razón social, resulta pertinente citar al autor Jorge Núñez Grijalva, que en su libro antes citado, establece que la razón social “consiste en el (los) nombre(s) y/o apellido(s) de uno o más de los socios de la compañía. Por ejemplo: Núñez & Viera.” (Núñez, 2016, p. 53).

La Ley de Compañías determina sobre la razón social de manera general, que ésta será el nombre de uno o varios socios, a los cuales se deberá añadir el tipo de compañía que pertenezca. A manera de ejemplo, según los artículos 36 y 59, a la razón social de las compañías en nombre colectivo y comanditas simples, deberán agregarse las palabras “y compañía” y “compañía en comandita” respectivamente.

En consecuencia, se puede decir que la razón social de una compañía podrá componerse por un solo nombre o los nombres completos, así como de un apellido o los apellidos completos, de uno o más de los socios que conformen la compañía. A este enunciado, se le deberá agregar el tipo de sociedad que pertenezca, según sea el caso o la abreviatura.

Según los lineamientos de la doctrina ecuatoriana, se puede apreciar lo que Víctor Cevallos establece sobre la denominación: “es un nombre que se compone de una o más palabras que sugieren el objeto de una sociedad o la actividad que desarrollará dicha persona jurídica, o de nombres de fantasía a los cuales se añadirá en todo caso las palabras o siglas de la especie de compañía a que pertenezca.”. (Cevallos, 2016, p. 85, 86).

Por su parte, el autor César Dávila Torres, en su libro Derecho Societario determina que la denominación “prescinde de toda referencia a los socios y, en su origen, constaba de dos partes, una alusiva al objeto social (términos comunes), y, otra, para decirlo con la frase usada por nuestra legislación, consistente en una “expresión peculiar”; más tarde se aceptaron también palabras de fantasía, y aún se eliminaron, con frecuencia, las menciones al objeto social.” (Dávila, 2011, p. 118 ).

El Reglamento para reserva de denominaciones para las Compañías Anónimas, de Responsabilidad Limitada, en Comandita Dividida Por Acciones y de Economía Mixta, Sometidas al Control y Vigilancia de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, en adelante “Reglamento para la reserva de

denominaciones”, en su artículo 2, determina que la denominación “es la palabra o conjunto de palabras que denota el nombre de la compañía.” Por otro lado, define a la denominación objetiva como el “nombre que revela una o más actividades que conforman el objeto social. Por ejemplo: "Comercializadora", "Agrícola", "Constructora", etc.”

De esto, debe advertirse que denominación y denominación objetiva no son conceptos iguales. La primera, se refiere al enunciado que individualiza a la compañía, pudiendo ser una razón social o una denominación objetiva. Mientras que la segunda, es el nombre de la compañía con referencia a su objeto social, contraponiéndose de esta manera a la razón social que anuncia los nombres o apellidos de los socios, tal y como se lo explicó en párrafos anteriores.

Sin embargo, pese a que el Reglamento para la reserva de denominaciones, hace una clara distinción en cuanto a estos conceptos, se puede evidenciar que tanto en la doctrina ecuatoriana como en la Ley de Compañías, no. Es decir, en ambos casos, para referirse al nombre de una compañía, se lo hace utilizando “razón social o denominación”, siendo lo correcto “razón social o denominación objetiva”, pues la denominación abarca a éstos dos, por ser el término general.

## **1.2 Principios de la denominación**

Ahora bien, manteniendo el lineamiento de ideas sobre la denominación de una compañía, resulta importante citar al autor Mariano Gagliardo, que en su libro Cuestiones Societarias, determina que el nombre de una compañía, sea razón social o denominación objetiva, responde a los principios de obligatoriedad, individualización, veracidad, inmutabilidad, libertad restringida y novedad o inconfundibilidad, que dentro del tema a tratar, los más relevantes resultan ser:

A) Principio de individualización: La estructura corporativa de toda sociedad comercial, más allá de su esquema organizativo, requiere

por su propia inserción en el mercado de bienes y servicios, de un nombre societario, el que además de responder a una exigencia legal, le permite su distinción en el contexto social [...].

B) Principio de veracidad: [...] no se debe inducir a error con relación a cualquier antecedente significativo respecto de las vinculaciones, orígenes o actividades de la sociedad [...]

C) Principio de la inconfundibilidad o novedad: una aplicación del postulado precedente es la homonimia en virtud de la cual la denominación de una sociedad debe ser disímil o diferente de cualquier otra.” (Gagliarno, 2005, p. 301, 302, 303, 304, 305)

De esto, se puede determinar que cada principio que compone el nombre de una compañía, se encuentran íntimamente ligados a la función que éste desempeña. Es decir, cada sociedad debe cumplir como formalidad esencial, convirtiéndose en obligatorio, poseer un nombre, que como se mencionó anteriormente, lo individualiza y distingue dentro del mercado. Este nombre que adopte la sociedad, debe ser peculiar e inconfundible lo que implica que, deberá ser diferente a otras denominaciones a fin de no caer en la homonimia, siendo ésta la razón de ser de los principios.

Para dar una mejor cobertura sobre el tema de la denominación de una compañía, es importante destacar que Jorge Núñez Grijalva establece que “...el nombre es propiedad de la compañía y no puede ser adoptado por ninguna otra compañía...” (Núñez, 2016, p. 52), acogiendo a lo que determina la Ley de Compañías en su artículo 16 citado al inicio del presente ensayo.

Víctor Cevallos Vásquez, para abordar el tema de la propiedad, cita a la Doctrina 117 de la SCVS (suprimida por la Resolución No. SCVS-INC-DNDCD-2016-14, pero que se reproduce por su pertinencia), estableciendo lo siguiente:

“1. Una compañía no puede adoptar un nombre igual o semejante al de otra preexistente.

2. El derecho de propiedad 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 pudiere promover o facilitar.

3. La prohibición se extiende aun a los casos en que las sociedades sean de distinta especie o tengan objetos diferentes.” (Cevallos, 2016, p. 87).

### **1.3 Procedimiento de reserva de denominación**

Ahora bien, como antecedentes al problema jurídico que es objeto de análisis en el presente ensayo, se explicarán los procesos que resultan claves para entender de qué manera surge la inseguridad jurídica por la suspensión de una denominación a causa de la petición hecha por el antiguo Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual mediante resolución.

Al respecto, Julio Mayorga Rodríguez, en su obra *Práctica Societaria: Doctrina, Teoría y Práctica en Materia Societaria*, establece que “en lo que respecta a materia societaria, la constitución de compañías está sujeta a solemnidades y formalidades que, para cada especie, establece la Ley de Compañía.” (Mayorga, 2013, p. 29).

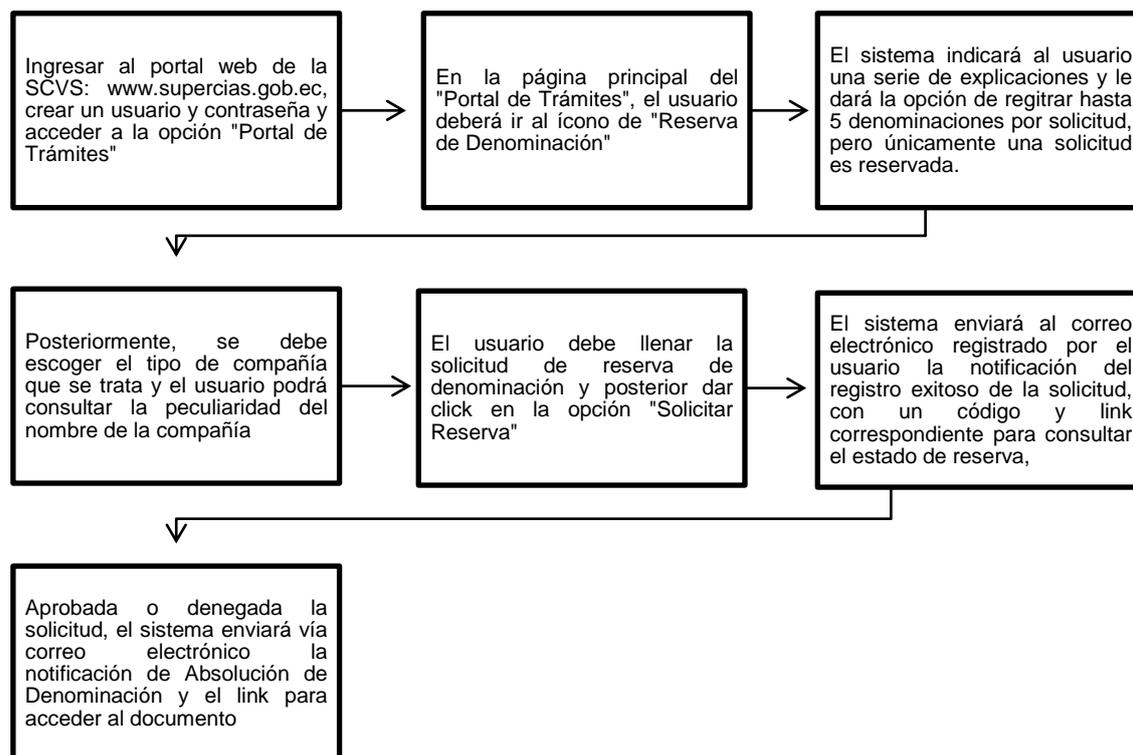
En la Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, en adelante “SCVS”, existe un procedimiento específico para la constitución de una sociedad. El usuario, como primer paso, registrará en el sistema de la SCVS para posteriormente realizar una reserva de denominación que identificará a su compañía. Una vez que finalice el trámite de constitución con la inscripción en el Registro Mercantil.

Al respecto, Víctor Cevallos Vásquez, explica que “en la actualidad las denominaciones pueden reservarse por Internet o personalmente al instante en la Superintendencia de Compañías, ante el Secretario General, su delegado, o quien haga sus veces en las Intendencias Regionales o Delegaciones.” (Cevallos, 2016, p. 89).

Sin embargo, el Reglamento para reserva de denominaciones, establece que la solicitud para reserva de denominaciones, se la realizará únicamente por medio

del portal web de la SCVS. Una vez que la denominación se encuentre aprobada, el sistema emitirá un documento de reserva con la firma electrónica del Secretario General de la SCVS.

## PROCEDIMIENTO DE RESERVA DE DENOMINACIÓN



**FIGURA 1. Procedimiento de reserva de denominación**

Es importante indicar que sobre la denominación propuesta, la SCVS realizará una revisión en su sistema para determinar si existe similitud con otras denominaciones existentes. El Reglamento para reserva de denominaciones, en su artículo 5, establece que “se entiende que existe identidad no solo en caso de coincidencia total y absoluta entre denominaciones, sino también cuando se dé alguna de las siguientes circunstancias:

- “La utilización de las mismas palabras en diferente orden, género o número.
- La utilización de las mismas palabras con la adición o supresión de términos o expresiones genéricas o accesorias, o de artículos, adverbios, preposiciones, conjunciones, acentos, guiones, signos de puntuación u otros similares.
- La utilización de palabras distintas que tengan la misma expresión fonética.
- Para determinar si existe o no identidad entre dos denominaciones se prescindirá de las indicaciones relativas a la forma social o de aquellas otras cuya utilización venga exigida por la ley. Consecuentemente, se advierten las similitudes ortográfica, fonética e ideológica.”

Sobre la similitud de la denominaciones, Roberto Salgado Valdez, en su libro Voces Conceptuales de Derecho Societario Tomo II, establece que “...la Ley de Compañías acertadamente señala que el nombre de una Compañía (razón social o denominación) “deberá ser claramente distinguido de la de cualquiera otra” lo que es muy diferente a que “no deberá ser idéntico al de otra preexistente” porque podría darse este inadmisibles y no consentido caso: SIOCASA SYCOCASA SYKOKASA SICOKASA SYCOKASA SYKOCASA” (Salgado, 2015, p. 183).

Además en el artículo 6 del Reglamento para la reserva de denominaciones determina que “para la reserva de una denominación propuesta, ésta deberá distinguirse un 25% como mínimo de las peculiaridades reservadas o existentes. Para ello, la herramienta tecnológica calculará el número de letras coincidentes y su posición dentro de las palabras. Dichas similitudes serán obviadas, o no serán calculadas por la herramienta tecnológica, en los casos en que las letras coincidentes se encuentren, por lo menos, a dos espacios de diferencia. La denominación propuesta podrá contar con coincidencia de letras y posiciones, y será aprobada si en total, la coincidencia no excede del 75%.”

La denominación propuesta, debe tener una distinción de un 25% como mínimo de singularidades que se encuentren reservadas o que ya existan. Para ser aprobada, la coincidencia de letras y posiciones en total no puede superar el 75%. Si la SCVS constata que el nombre supera los porcentajes establecidos,

imposibilitará al usuario su reserva, con el fin de que no exista confusión dentro del mercado debido a la similitud. Sin embargo, es importante decir que no advertirá la existencia de nombres que se encuentren amparados por las leyes de Propiedad Intelectual.

De lo expuesto, se debe decir que toda compañía debe tener una denominación que la identifique e individualice dentro del mercado, éste nombre podrá ser una razón social o denominación objetiva según su especie. Será en el proceso de constitución en el cual, el usuario deberá reservar la denominación en el portal web de la SCVS, la cual advertirá la similitud o exactitud con otra preexistente a fin de evitar confusión al público.

## **2. CAPÍTULO II. MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, OBTENCIONES VEGETALES**

### **2.1 Concepto de Marca**

Por otro lado, en el SENADI, se maneja un procedimiento fijado para registrar una marca, nombres comerciales y obtenciones vegetales. Para tener un mejor alcance sobre esto, es importante señalar lo que dice la doctrina, establecer el trato que el ordenamiento jurídico ecuatoriano les otorga, al igual que los acuerdos sobre Derechos de Propiedad Intelectual con el fin de incluir en el presente ensayo un aporte sobre este tema.

Siguiendo el orden de ideas, resulta relevante decir que las marcas entran en la clasificación de los signos distintivos. El autor Pablo Arrabal, en su libro Manual Práctico de Propiedad Intelectual e Industrial, establece que los signos distintivos "...sirven para identificar productos y servicios en el mercado libre. Si no existiesen los signos distintivos sería imposible valorar los objetos industriales y las organizaciones que los producen." (Arrabal, 1991, p. 17).

Marcelo Ruiz en su obra Manual de Propiedad Intelectual, define a la marca como "todo signo distintivo destinado a diferenciar los productos y servicios de

una empresa o persona determinada con los de la competencia y que sean reconocidos en el mercado por el público consumidor. También podríamos decir que es un bien incorporal cuyo principal valor reside en el prestigio y la reputación que determinada marca representa.” (Ruiz, 2013, p. 84).

Carlos Fernández, José Manuel Otero y Manuel Botana, en su obra Manual de la Propiedad Industrial, al dar una definición sobre la marca, se adhieren a lo que establece la Ley Española: “es todo signo susceptible de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras.” (Fernández, Otero, Botana, 2013, p. 502). Adicionalmente, establecen que todo signo constitutivo de la marca reúna dos requisitos: ser susceptible de representación gráfica y poseer carácter distintivo.

El Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, en adelante “COESC”, en su artículo 359, al referirse sobre la marca establece que: “Se entenderá por marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marcas los signos que sean susceptibles de representación gráfica.”

Entonces, puede decirse que las marcas son signos distintivos cuya función principal es diferenciar los productos y/o servicios de una empresa dentro del mercado, pudiendo utilizarse en su envoltorio, forma, color, etc. El titular de una marca lo que busca al registrarla, es que exista una diferenciación con la competencia y que sea reconocida por el público consumidor.

Cabe mencionar que según lo que establece Carlos Cornejo Guerrero, en su obra Derecho de Marcas, la marca cumple tres fines principales. El primero consiste en captar y consolidar clientela, que en palabras del autor se la explica “...por diversos factores, entre los cuales se encuentran las inversiones en publicidad, el grado de originalidad de la marca, la calidad del producto, etc.” (Cornejo, 1992, p. 59).

Mientras que la segunda finalidad “es la de a través de ella, el consumidor puede escoger los productor de su preferencia. Esta finalidad es importantísima, pues si no se cumple o se realiza defectuosamente, se generaría una grave incertidumbre que perturbaría, por decir lo menos, la seguridad de las transacciones comerciales.” (Cornejo, 1992, p. 59). De esto, debe entenderse que la marca ayuda al consumidor a que pueda seleccionar aquellos productos o servicios de determinada empresa, con características que se ajusten a sus preferencias.

La tercera finalidad es servir como garantía de calidad, la cual “responde a esta expectativa del consumo en el sentido que un producto o servicio identificado con una marca cualquiera, debe cumplir las exigencias que el público consumidor espera de él, originadas por el uso anterior de la marca en un producto de cierta calidad.” (Cornejo, 1992, p. 61). Esta finalidad responde y se vincula con la segunda, debido a que el consumidor escogerá una determinada marca por una preferencia a sus características, por lo que quien oferta un determinado bien o servicio, optará por mantener la calidad a la cual ha acostumbrado al cliente.

## **2.2 Concepto de Nombre Comercial**

Por otro lado, el nombre comercial es un signo que es utilizado para identificar una actividad económica, una empresa o una mercantil. Marcelo Ruiz lo define como “...un tipo de signo que sirve para identificar actividades económicas de una empresa con los de la competencia, en algunos casos puede ser la misma razón social.” (Ruiz, 2013, p. 198).

Humberto Manuel Albán Pinto, establece que los nombres comerciales “...son los adoptados por los comerciantes (personas de existencia visible o sociedades) para distinguir el conjunto de sus negocios o el local donde trabajan. Son nombres comerciales las firmas o razones sociales bajo las

cuales se efectúan actos de comercio y las muestras o enseñas que identifican el local o locales donde el comerciante negocia...” (Albán, 2013, p. 232).

En Ecuador, el COESC en su artículo 415 sobre el nombre comercial establece lo siguiente:

“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. Una persona o establecimiento mercantil podrá tener más de un nombre comercial. Pueden constituir nombre comercial, entre otros, una denominación social, razón social u otra designación inscrita en un registro de personas o sociedades mercantiles. Los nombres comerciales son independientes de las denominaciones o razones sociales de las personas jurídicas, pudiendo ambas coexistir. “

Como puede apreciarse, los nombres comerciales son signos destinados a identificar a la actividad económica de una persona natural o jurídica y su finalidad es distinguirlos en el mercado, de su competencia. Los nombres comerciales, en ciertos casos pueden ser igual a la razón social, denominación social u otro tipo de designación que se haya inscrito en el registro de personas o sociedades mercantiles, sin embargo cabe aclarar que no son conceptos iguales.

Al respecto, Pablo Arrabal aclara que “si bien el nombre comercial sirve para identificar una empresa, no debe ser confundido con la razón social. Cuando una empresa tiene forma de sociedad mercantil [...] se le debe dar un nombre en su escritura pública de constitución. Dicho nombre será quien le identifique en el tráfico [...] (Arrabal, 1991, p. 41).

Por su parte, el autor Ernesto Aracama Zorraquín, en el libro realizado por el 1er Congreso Latinoamericano sobre la protección de la Propiedad Industrial, llamado Los retos de la Propiedad Industrial en el siglo XXI, establece que la diferencia entre nombre social y comercial proviene del “...auge actual de las funciones empresarias una misma empresa, con un solo nombre social puede

girar con diferentes nombres comerciales que identifican sus distintas actividades...” (Aracama, 1996, p. 204).

Lo que indican los autores es que la función que cumple el nombre comercial y la razón social son completamente diferentes, puesto que el primero corresponde a un título de propiedad industrial, mientras que el segundo es la denominación de una entidad jurídica mercantil, una sociedad puede tener varios títulos de propiedad industrial pero únicamente puede poseer un nombre.

Siguiendo la línea de ideas, cabe indicar entonces la diferenciación entre nombre comercial y marca. El autor Miguel de Almansa Moreno de Barrera, en el libro Derecho de la Propiedad Industrial, explica por su parte que la marca es “el signo utilizado para distinguir los productos elaborados y ofrecidos al consumo (marcas de fábrica o de comercio) a fin de evitar se confundan unos con otros, mientras que el nombre comercial era el signo utilizado para distinguir las empresas, con la finalidad de evitar confusión entre la clientela” (Moreno, 1993, p. 91).

El autor Ernesto Aracama Zorraquín por su parte distingue diferencias como “el nombre comercial individualiza actividades. La marca, productos o servicios. [...] El nombre comercial es esencialmente denominativo, las marcas pueden consistir en figuras, formas tridimensionales, sonidos y fragancias...” (Aracama, 1996, p. 204).

De esto, debe decirse entonces que entre el nombre comercial y la marca no existen similitudes que puedan derivar a una confusión terminológica. La función del nombre comercial, como se lo ha indicado en párrafos anteriores, es la de indicar actividades de una empresa e individualizarla en el mercado. Este signo distintivo, debe ser de tipo denominativo, a diferencia de la marca, que en primer lugar se encarga de distinguir productos o servicios y lo puede hacer con figuras, formas, fragancias, etc.

### 2.3 Concepto de Obtenciones Vegetales

Sobre las obtenciones vegetales, el autor Dr. Humberto Manuel Albán Pinto establece que “la protección de las obtenciones vegetales es una dimensión más de la Propiedad Intelectual, y como tal, es una forma de reconocer los logros de los obtentores de nuevas variedades vegetales, mediante la concesión, durante un plazo limitado, de un derecho exclusivo...” (Albán, 2013, p. 205).

Al respecto, Antonietta Gutiérrez, en su artículo Derechos de Propiedad Intelectual en variedades vegetales, incluido en el libro Biodiversidad y Propiedad Intelectual en disputa de Santiago Roca, menciona lo que establece la Unión Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales (UPOV), el cual otorga protección a los obtentores de una variedad vegetal, estableciendo un régimen específico de propiedad intelectual. “Las variedades deberán cumplir con ser nuevas, distintas, homogéneas y estables. De esta manera, la UPOV provee de una protección sui generis a los obtentores de variedades vegetales.” (Gutiérrez, en Roca, 2016, p. 437)

Cabe destacar que las obtenciones vegetales no están dentro del grupo de signos distintivos ni de la Propiedad Industrial, sino más bien de la Propiedad Intelectual. Lo que se refiere en cuanto la protección de una variedad vegetal es que se resguarda la invención o el descubrimiento de una obtención vegetal.

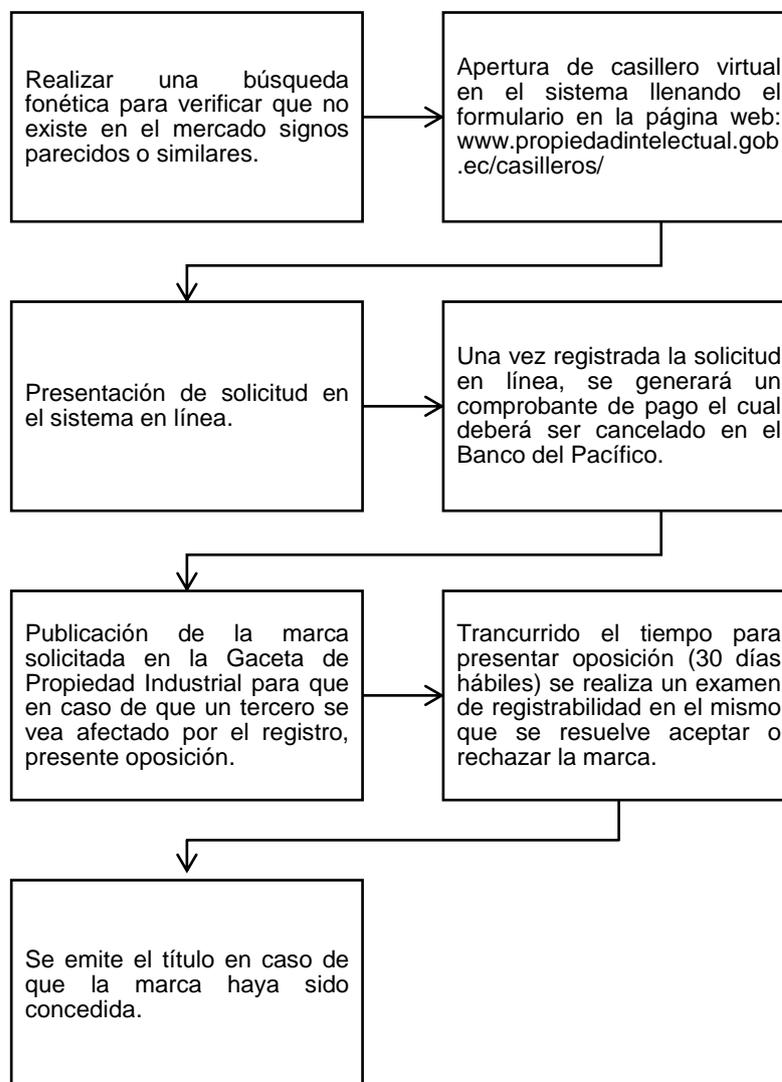
El COESC establece en su artículo 471, cuál es la materia protegible: “La protección establecida en el presente Título se extiende a las variedades pertenecientes a todos los géneros y especies vegetales siempre que su cultivo, posesión o utilización no se encuentre prohibido por razones de salud humana, animal o vegetal, soberanía alimentaria, seguridad alimentaria y seguridad ambiental.”

## **2.4 Procedimiento de registro de marcas, nombres comerciales y obtenciones vegetales**

Para el Registro de las marcas, el usuario interesado debe como primer paso, realizar una búsqueda fonética en el sistema del SENADI, con el propósito de determinar que no exista en Ecuador marcas con nombres iguales o similares a la que se pretende registrar. Al igual que en el caso de las denominaciones de una compañía, el SENADI únicamente indica la existencia de marcas que ya se encuentran registradas con anterioridad.

Sin embargo, es importante explicar que lo dicho en el párrafo anterior, es un procedimiento que se lo hace en la práctica, constituye costumbre, pues la ley no es clara en cuanto proceso que debe llevarse a cabo para el registro. El artículo 363 del COESC, únicamente establece que “la solicitud para registro de una marca se presentará ante la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales de acuerdo al contenido, requisitos y demás normas que disponga el reglamento correspondiente.”

## PROCEDIMIENTO DE REGISTRO DE MARCA



**FIGURA 2. Procedimiento de registro de marca**

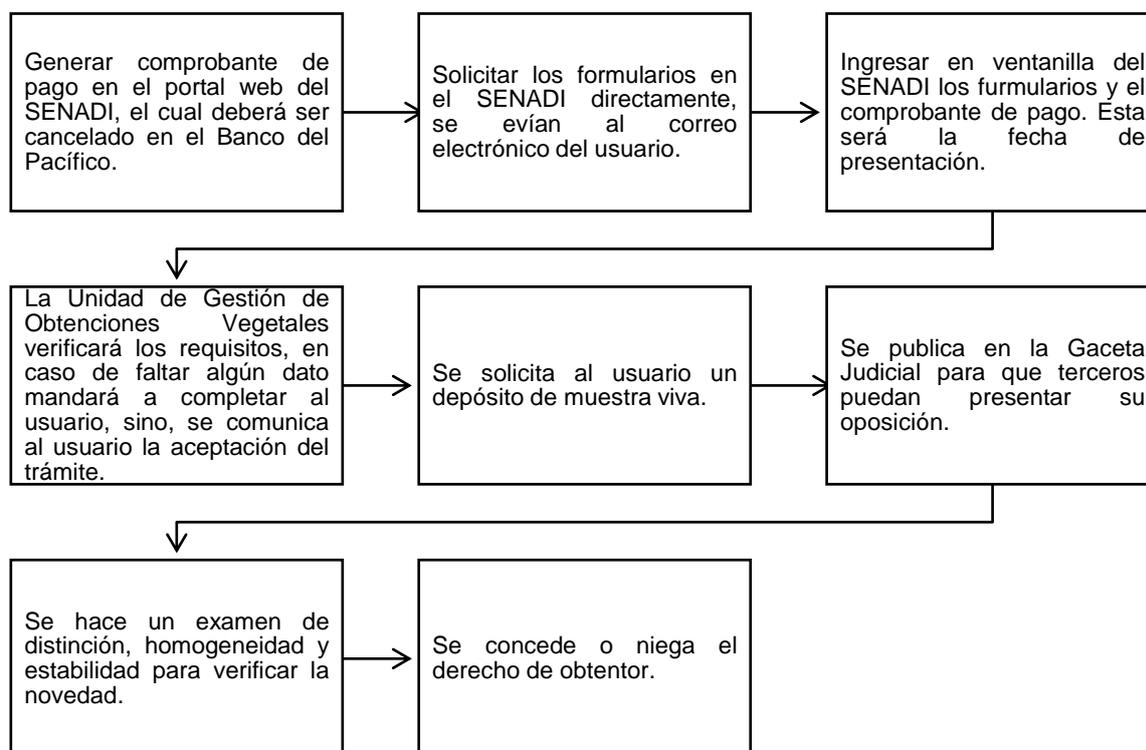
Los nombres comerciales no necesitan de un registro para ser protegidos, debido a que el derecho nace por su uso y para exigirlo únicamente es necesaria la declaración del titular. De esta manera, al registrarlos se está declarando un derecho existente. El autor Marcelo Ruiz, explica que para el registro de nombres comerciales, “se establece el mismo trámite que para el registro de las marca”. (Ruiz, 2013, p. 200).

El Convenio de París en su artículo 8 establece de igual manera 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 lo que, cabe indicar que resulta más frecuente que los conflictos sobre similitud entre un signo distintivo y una denominación de compañía, se den con mayor frecuencia cuando se trata de nombres comerciales, debido a que no necesitan ser registrados para ser protegidos a diferencia de lo que ocurre con la marca.

Por otro lado, el Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio, en adelante “ADPIC”, en su artículo 248, determina que se otorga una protección mediante el otorgamiento de un certificado de obtentor a las especies y géneros vegetales cultivadas que resulten ser un mejoramiento vegetal heredable de las plantas. Para su registro, se deberá presentar una solicitud designando una propuesta de denominación a la variedad ante la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales.

Cabe destacar que el procedimiento para conseguir el derecho de obtentor en el SENADI, es sui generis, debido a que no se encuentra regulado en el COESC, ni en su reglamento ni en el portal web de la Institución. Esto es, debido a que aún se encuentra en el proceso de determinar con exactitud qué pasos son apropiados para adquirir el derecho. El usuario debe acudir personalmente al área de obtenciones vegetales del SENADI a fin de que se le otorgue la información debida.

## PROCEDIMIENTO DE REGISTRO DE OBTENCIONES VEGETALES



**FIGURA 3. Procedimiento de registro de obtenciones vegetales**

Una vez explicado los procedimientos en las diferentes instituciones surge nuestro primer cuestionamiento: ¿Qué pasa si existe una marca, nombre comercial u obtención vegetal que lleve el mismo nombre de una compañía? Para poder dar una respuesta a este posible problema, es necesario remontarse a lo que la ya derogada Ley de Propiedad Intelectual establecía en su artículo 293.

“El titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías o de Bancos y Seguros, hubiere aprobado la adopción por parte de las sociedades bajo su control de una denominación que incluya signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al IEPI a través de los recursos correspondientes la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido...”

Al respecto, el autor César Dávila Torres, en su libro Derecho Societario, al referirse a las prohibiciones que se deben tomar en cuenta para formar el nombre de una compañía establece que: “A las limitaciones indicadas, hay que agregar otra más, ésta, ordenada y regulada en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual [...]. Se colige de las normas relativas al nombre de la compañía su función identificadora: informa al público consumidor sobre quienes ofertan bienes o servicios, individualizándolos; es decir, distinguiendo a cada uno.” (Dávila, 2011, p. 20 y 21).

Ahora bien, es importante en este punto, dejar en claro que la SCVS y el actual SENADI son dos instituciones autónomas e independientes entre sí, encargadas de regular diferentes ámbitos, Sin embargo, se establecía en la Ley, en el segundo inciso del artículo antes citado, que el antiguo IEPI debía notificar a las partes y a la SCVS con la resolución correspondiente y se le otorgaba un plazo de noventa días a la sociedad a partir de la notificación para que cambie su denominación.

“El IEPI notificará a las partes y a la Superintendencia de Compañías o de Bancos y Seguros con la resolución correspondiente; la sociedad tendrá el plazo de noventa días contados a partir de la notificación de la resolución del IEPI, para adoptar otra denominación o razón social; plazo que podrá prorrogarse por una sola vez y por igual tiempo siempre que existieren causas justificadas.”

Por su parte, el Reglamento de reserva de denominaciones para compañías, en su artículo 19 determina que la SCVS no se encuentra facultada legalmente para dirimir aquellas controversias que susciten por incluirse nombres o signos a compañías, que se encuentren amparados por la Ley de Propiedad Intelectual

Al respecto, Víctor Cevallos Vásquez, establece que “en tanto que las controversias que se suscitaren con ocasión de la igualdad o similitud entre nombres de compañías por la inclusión en ellos de signos amparados por la Ley de Propiedad Intelectual, se dirimirán ante los jueces comunes, a menos

que las partes en conflicto, por acuerdo arbitral, decidan resolver sus diferencias.” (Cevallos, 2016, p. 89).

Entonces, puede determinarse que en caso de suscitarse el conflicto de la coexistencia de una denominación de una compañía igual o similar al de una marca, nombre comercial u obtención vegetal, el titular de los signos amparados por las leyes de propiedad intelectual podía solicitar al antiguo IEPI, por medio de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de dicha denominación. Es así como nace nuestro segundo cuestionamiento: ¿Qué implica la suspensión de la denominación de una compañía?

Antes de intentar dar una respuesta a la segunda incógnita, es importante señalar que la derogada Ley de Propiedad Intelectual le atribuía al antiguo IEPI la facultad de simplemente notificar a la SCVS sobre la resolución que hayan optado, rompiendo de esta manera el principio de autonomía e independencia entre las instituciones. Ahora bien, para resolver la segunda pregunta es imprescindible acudir a la Ley de Compañías, la cual tiene un vacío legal en cuanto a la suspensión de una denominación de una sociedad.

Debido a esta laguna jurídica, surgen más preguntas ¿Qué efectos tiene la suspensión de una denominación? Si la compañía no cambia su denominación, ¿entra en un proceso disolución? A fin de aclarar estos temas, es importante conceptualizar la disolución, liquidación y cancelación a la cual hacía referencia la derogada Ley de Propiedad Intelectual.

### **3. CAPÍTULO III. INSEGURIDAD JURÍDICA POR LA COEXISTENCIA DE UN NOMBRE DE UN SIGNO DISTINTIVO Y UNA DENOMINACIÓN DE COMPAÑÍA**

Para abordar el último capítulo del presente ensayo, es importante hacerlo empezando a conceptualizar a la disolución, liquidación y cancelación de una compañía, a fin de aclarar que no son conceptos ni procedimientos similares y

darles el mismo trato como lo hacía la derogada Ley de Propiedad Intelectual, genera inseguridad jurídica al titular de una denominación social.

### 3.1 Disolución

Al respecto, el autor Julio Mayorga Rodríguez, establece que “la disolución de una compañía significa el cese o terminación de las actividades de dicha compañía, relacionadas con su objeto social. Pero debo aclarar, que la disolución no pone fin a la existencia de la persona jurídica llamada compañía. Ante el derecho, la compañía disuelta conserva su personalidad jurídica porque continúa inscrita como tal en el Registro Mercantil.” (Mayorga, 2013, p. 286).

Por su parte, Ignacio Escuti, en su libro Sociedades, determina que

“...la disolución es un punto de inflexión que va a determinar la extinción de la sociedad, salvo determinados casos, pero no es equivalente a la muerte o el deceso que experimentan todos los seres humanos. Es el principio de extinción de la sociedad, el comienzo de un período para llevar a su extinción, más allá de que esto pueda ser revisado. Es un supuesto técnico-jurídico que apunta a la extinción del ente...” (Escuti, 2006, p. 316).

Si bien la ley de Compañías, no establece una definición específica sobre lo que es la disolución, la doctrina es bastante clara al establecer que consiste en la resolución del vínculo societario entre los miembros de una compañía. Es decir, la sociedad da por terminada sus actividades, sin embargo, la personalidad jurídica no deja de existir y se debe establecer que únicamente con la cancelación se pone fin a su existencia.

Sobre los efectos que abarca la disolución sobre la denominación de una compañía, Francisco Reyes Villamizar, en su libro Derecho Societario Tomo II, establece que:

“como resultado de la subsistencia del contrato con posterioridad a la disolución de la compañía, el nombre continúa cumpliendo su función de individualizar a la persona jurídica durante todo el proceso liquidatorio, es decir, hasta cuando se produzca la extinción de la compañía. Empero, por la necesidad de informar a

los terceros que la sociedad ha concluido sus operaciones relacionadas con el objeto social, la ley ha previsto una obligatoria modificación en el nombre de ella....” (Reyes, 2006, p. 349).

Resulta relevante establecer que la disolución de una compañía no puede darse sin un motivo legal o contractual que la ocasione. Las causas pueden ser de pleno derecho, de manera voluntaria y por causas especiales, según lo establece la doctrina en conformidad con la Ley de Compañías. Al respecto, Víctor Cevallos Vásquez, en su obra Nuevo Compendio de Derecho Societario Tomo III explica que:

- Las causas de pleno derecho “...requieren que el órgano administrativo (Superintendencia de Compañías) o el Juez declaren la disolución, teniendo presente que éstas pueden ser superadas por la voluntad de los socios o accionistas expresada en junta general y previo el cumplimiento de los requisitos determinados en la Ley.” (Cevallos, 2016, p. 868).
- Aquellas que se dan voluntariamente son “...el resultado del acuerdo de los socios consagrado en el contrato social o en la junta general de socios, en este último caso se denomina disolución anticipada.” (Cevallos, 2016, p. 868).
- Por último, están las causas especiales que “...solamente rigen respecto de cierto tipo de compañías, verbigracia la inhabilidad para el ejercicio del comercio de los socios de las compañías en nombre colectivo y en coman- dita simple.” (Cevallos, 2016, p. 869).

La Ley de Compañías, en su artículo 361, determina de manera taxativa, las causales de disolución (aquellas que son de pleno derecho, voluntarias y especiales). Sin embargo, no se establece nada en cuanto al no levantar la suspensión de una denominación. Por lo que, debe entenderse no es causal de disolución. Sin embargo, la derogada Ley de Propiedad Intelectual en su artículo 293, último inciso establecía que:

“...en el evento de que no adoptaren una nueva denominación o razón social dentro del plazo establecido en el inciso anterior, la Superintendencia procederá a disolver o a liquidar la compañía.”

Además, es importante indicar que la Ley de Compañía, como último paso del procedimiento de disolución, en su artículo 371, establece que una vez declarada la disolución, el Superintendente ordenará que se publique de manera inmediata, por una sola vez, el extracto de la resolución en el portal web institucional. Más adelante establece que “Art. 377.- Disuelta la compañía se pondrá en liquidación, excepto en los casos de fusión y escisión.”

### **3.2 Liquidación**

Dentro de este tema, es importante explicar que disolución y liquidación no son términos iguales, sino que el segundo resulta ser una consecuencia del primero. Para definir a la liquidación de una sociedad, José Ignacio Narváez García, en su libro Teoría General de las Sociedades, determina que:

“...la liquidación consiste básicamente en llevar a cabo un conjunto de operaciones y actos que son necesarios para desatar y extinguir todas las vinculaciones existentes entre la sociedad y los terceros que con ella contrataron; así como de las relaciones jurídico-económicas del ente colectivo con sus propios asociados. Es una etapa que se inicia en el instante en que cesa la vida activa de la sociedad y se prolonga hasta la extinción definitiva de ese sujeto de derechos y obligaciones.” (Narváez, 1998, p. 339)

Roberto Salgado Valdez, cita a Colacioppo en el tomo II de su libro Voces Conceptuales de Derecho Societario, quien establecía que “la liquidación es un período que podrá ser de mayor duración que la disolución, cuanto sea necesario para finiquitar todas las operaciones pendientes, efectuar el cobro de los créditos, efectivizar los bienes del activo, abonar todas las deudas y los gastos que se originen durante la liquidación y por fin repartir lo producido a los socios, en proporción al valor de las cuotas sociales y en la forma dispuesta en el contrato.” (Colacioppo en Salgado, 2015, p. 167).

Como pudo apreciarse en el artículo 293 de la derogada Ley de Propiedad Intelectual en el último inciso, se determinaba que en el evento de no cambiar la denominación, la SCVS debía disolver o liquidar la compañía, otorgándoles un mismo trato. Sin embargo, la doctrina es bastante clara al explicar que la liquidación es el proceso posterior al de disolución y son completamente distintos.

Ahora bien, es importante determinar que se da inicio al proceso de liquidación con la inscripción en el Registro Mercantil de los siguientes instrumentos, tal y como lo establece Roberto Salgado Valdez:

- “a) De la Resolución que ordena la liquidación, en los casos de disolución de pleno derecho;
- b) De la Resolución que declara la disolución y ordena la liquidación, cuando es dictada por el Superintendente de Compañías; y,
- c) De la escritura de disolución y liquidación voluntaria y la respectiva Resolución aprobatoria cuando se trata de disolución voluntaria y anticipada (Artículo 377 de la Ley de Compañías).” (Salgado, 2015, p. 168).

Ahora bien, para analizar la figura jurídica de los liquidadores, resulta pertinente citar a Rodrigo Uría, que en su libro Derecho Mercantil, establece que “la liquidación se practica por los liquidadores. Estos son el órgano gestor y representativo de la sociedad disuelta, y ocupan una posición jurídica semejante a la que tienen los administradores en el período de vida social activa. [...] Los liquidadores constituyen un órgano social necesario, sin el cual no puede realizarse válidamente la liquidación de la sociedad. Ningún otro órgano social puede suplir su función.” (Uría, 2002, p. 426).

### **3.3 Cancelación**

Roberto Salgado, en el Tomo I de su obra Voces Conceptuales de Derecho Societario, establece que “concluida la liquidación no resta sino cancelar definitivamente el registro de la Compañía en el Registro Mercantil, lo que se asemeja, mutatis mutandi, a la partida de defunción en el Registro Civil de las

personas naturales. Recordemos que la Compañía nace al momento de la inscripción de la escritura constitutiva en el Registro Mercantil, por lo que, concluida la liquidación, lo que cabe es cancelar esa inscripción en el Registro Mercantil, de modo que deja de constituir una persona jurídica con todas las consecuencias que ello significa. [...] Es decir la muerte definitiva de la persona jurídica.” (Salgado, 2015, p. 220).

Sobre la cancelación, la Ley de Compañías en su artículo 404 establece que “concluido el proceso de liquidación, en cualquiera de las formas previstas en los artículos anteriores, a pedido de liquidador, el Superintendente de Compañías y Valores dictará una resolución ordenando la cancelación de la inscripción de la compañía en el Registro Mercantil.”

Lo que puede establecerse en cuanto a la cancelación de una compañía, es que consiste en la muerte de la persona jurídica. Es el paso final que viene después de la disolución y liquidación, el cual conlleva con el cese de los derechos y obligaciones de la sociedad. De la misma manera como se da paso a la vida jurídica de una compañía con la inscripción de constitución en el Registro Mercantil, para declarar su extinción debe realizarse el mismo procedimiento de inscripción emitida por la autoridad competente.

Ahora bien, al no contemplarse la figura de la suspensión de una denominación, no se puede tener la certeza de las afectaciones de carácter económico o comercial que tendrá la sociedad. Es decir, ¿la compañía está imposibilitada de funcionar hasta que se realice el cambio? Evidentemente, la sociedad deberá afrontar un impacto negativo dentro del mercado al verse obligada a cambiar su denominación.

### **3.4 Falta de armonización entre normas societarias y de propiedad intelectual para procedimiento en caso de coexistencia de denominaciones y signos distintivos**

Es importante determinar que la SCVS actúa mediante resolución para notificar a la compañía que su denominación se encuentra suspendida, ¿cómo puede emitir una resolución en la que establece una figura que no se encuentra regulada? En este punto, es importante establecer que la seguridad jurídica es un derecho constitucional que se encuentra debidamente consagrado en el artículo 82 de la Norma Suprema.

“Art. 82.- El derecho a la seguridad jurídica se fundamenta en el respeto a la Constitución y en la existencia de normas jurídicas previas, claras, públicas y aplicadas por las autoridades competentes.”

Sobre la seguridad jurídica, el autor Miguel Hernández Terán, en su obra Seguridad Jurídica, establece que “el concepto de seguridad jurídica es tan amplio que su materialización es susceptible de verse afectada por una serie de acontecimientos y situaciones circunstancias, materiales y hasta situaciones con antecedentes jurídicos.” (Hernández, 2004, p. 17).

Lo que transmite el autor es que la seguridad jurídica abarca a los ciudadanos, administradores con el Estado, al Derecho público y al Derecho Privado, es por esta razón que resulta difícil dar un concepto a una situación tan amplia con tantos sujetos intervinientes. Sin embargo, cabe destacar las palabras del autor cuando menciona que:

“...el mismo Estado -su institucionalidad- puede sufrir por la carencia de seguridad jurídica en tanto las normas del Derecho Público que fijan la actuación de aquél pueden ser violadas, ya por particulares ya por funcionarios u órganos públicos.” (Hernández, 2004, p. 18).

El Dr. Hernán Salgado Pesantes, en su obra *Introducción al Derecho*, establece que “la seguridad y certeza provienen de las disposiciones dadas por las normas jurídicas, en el sentido de que los individuos saben a qué atenerse, es decir, pueden calcular las consecuencias jurídicas de su conducta o de sus actos. Seguridad que surge de conocer lo que las normas ordenan, prohíben o permiten, lo contrario trae incertidumbre” (Salgado, 2010, p. 28).

De esto, debe decirse que la seguridad jurídica consiste en un derecho constitucional, el cual tanto los ciudadanos, el Estado, sus administradores e instituciones deben velar por el estricto cumplimiento del ordenamiento jurídico, Para lograr esto, deben implementarse las medidas necesarias para poder dar certeza en los procesos jurídicos y lograr un fiel cumplimiento de la norma. En caso de que el ordenamiento jurídico no prevea una consecuencia para el incumplimiento de la ley, no se puede hablar de seguridad jurídica.

En cuanto al derecho constitucional de la seguridad jurídica, la Resolución de la Corte Constitucional número 119 del año 2018, establece que “obliga a los administradores de justicia a observar las normas jurídicas que componen el ordenamiento jurídico, las mismas que deben haber sido expedidas de manera clara, previa y pública. El cumplimiento de este derecho permite generar confianza a las personas respecto de la existencia de un operador jurídico competente que tutelaré sus derechos en base a la observancia de las normas existentes”

Para dar un mejor alcance al tema, cabe citar lo que se establece en la Resolución de la Corte Constitucional número 307, en la que se puede verificar que el objetivo de la seguridad jurídica es “la estricta aplicación de las normas que integran el ordenamiento jurídico por parte de las autoridades en general y especialmente de aquellas investidas con potestad jurisdiccional, generando así certeza respecto a la observancia de la Constitución, los tratados internacionales y la ley, así como de la totalidad de las fuentes del Derecho.”

La resolución de la Corte Constitucional número 152 establece que “la seguridad jurídica de la misma forma, constituye el conocimiento y la confianza que tienen los ciudadanos para que los diferentes aspectos y situaciones de la vida social se regulen y resuelvan por leyes previamente determinadas, por lo cual, las actuaciones de las diversas instituciones, autoridades y funcionarios públicos o particulares se enmarquen dentro de las normas constitucionales y legales, caso contrario estas serán inválidas.”

Lo que establece la Corte Constitucional en cuanto a la seguridad jurídica es que ésta implica la confianza y certeza del ciudadano de cómo se debe actuar dentro del ordenamiento jurídico. Deben existir normas que regulen diferentes aspectos y situaciones de la sociedad con el fin de que las conductas de los individuos se adecuen a lo que la ley manda, permite o prohíbe. En caso de que las instituciones, autoridades o funcionarios públicos adopten resoluciones que no se encuentren previamente estipuladas, éstas no serán válidas.

Una vez que se ha dado el enfoque respectivo al problema jurídico que se da debido a la inseguridad que nace por la falta de regulación a la figura de suspensión de una denominación, se aborda el tema ajustándose a lo que se encuentra establecido en el COESC. Sin embargo, resulta importante decir que el legislador obvió el incluir lo que se establecía en la Ley de Propiedad Intelectual dejando en un vacío total de cómo resolver la primera incógnita.

El Reglamento de Reserva de Denominaciones para Compañías, en su artículo 19 determina que la SCVS no se encuentra facultada legalmente para dirimir aquellas controversias que susciten por incluirse nombres o signos a compañías, que se encuentren amparados por la Ley de Propiedad Intelectual.

“Art. 19.- La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros no está facultada legalmente para dirimir las 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; tales conflictos se dirimirán ante los jueces comunes a los que pueden acudir los interesados, a menos que las partes decidan de consuno resolver sus diferencias en la jurisdicción arbitral, o a través de la mediación.”

A raíz de esto, es importante destacar que como se indicó en párrafos anteriores, el COESC no establece nada sobre esta situación jurídica ¿Se debe continuar con lo que se establecía en la derogada Ley de Propiedad Intelectual? No existe coordinación alguna entre las autoridades que aprueban el nombre de una compañía y quienes aprueban los signos distintivos, además que actualmente no existe norma clara que regule estos inconvenientes, dejando en indefensión a las partes.

Debido a este inconveniente, es importante acudir a lo que legislaciones de otros países establecen, a fin de comparar el trato que se da al tema. En Argentina, en la Ley de Marcas y Designaciones (Ley No. 22.362) se determina:

**“Extinción de sociedades por violación del derecho de marca.**

Si la sentencia por violación del derecho de marca impusiera el cambio de denominación social y éste no se efectuara en el plazo de un año, la sociedad quedará disuelta de pleno derecho, procediendo el Registrador Mercantil de oficio a practicar la cancelación, y sin perjuicio de lo establecido en el artículo 44 de esta Ley.”

Bien puede observarse en cuanto a lo que se establece en Argentina, es que es similar a lo que se encontraba normado en la antigua Ley de Propiedad Intelectual, sin embargo, como distinción, se puede observar que la ley no confunde conceptos de disolución y liquidación y es clara al establecer la sanción que es aplicable en caso de no cumplir con la decisión emitida mediante sentencia.

En la Ley de Marcas de España (Ley 17/2001) se establece lo siguiente:

**“Artículo 9. Otros derechos anteriores.**

1. Sin la debida autorización, no podrán registrarse como marcas:

d) El nombre comercial, denominación o razón social de una persona jurídica que antes de la fecha de presentación o prioridad de la marca solicitada identifique en el tráfico económico a una persona distinta del solicitante, si, por ser idéntica o semejante a

estos signos y por ser idéntico o similar su ámbito de aplicación, existe un riesgo de confusión en el público. A estos efectos, el titular de esos signos habrá de probar el uso o conocimiento notorio de dichos signos en el conjunto del territorio nacional. Cumpliéndose estas condiciones, de igual protección gozarán los extranjeros que de acuerdo con el artículo 3 de esta Ley puedan invocar el artículo 8 del Convenio de París o el principio de reciprocidad, siempre que acrediten el uso o conocimiento notorio en España de su nombre comercial no registrado.”

Lo que es importante destacar sobre la ley española, es que, quien va a solicitar el registro de una marca, debe cerciorarse de que no exista nombre comercial o denominación de una compañía con el mismo nombre. Sin embargo, pese a que es su obligación como futuro titular de una marca, el artículo abarca la opción de una posible coexistencia. Por lo que, debe decirse enfáticamente que tanto en España como en Ecuador, es trabajo de los usuarios realizar un proceso responsable, sin embargo, ¿cómo asegurarse que no existe similitud con la denominación de una sociedad?

En este punto, es importante advertir que el conflicto entre signos distintivos amparados por las leyes de propiedad intelectual y denominaciones sociales, no surgen únicamente en Ecuador. La falta de armonización entre estos dos ámbitos, ha provocado que las leyes deban derogarse y ajustarse a la realidad, o, que se hagan estudios sobre los problemas que abarca este conflicto. Al respecto, José Miguel Corberá, establece que:

“La revisión de la configuración legal, y en particular, de las funciones desarrolladas por la denominación social y la marca quede justificada ya no solo en atención al conocimiento necesario de cada Instituto destinado a acotar cada una de estas instituciones, ni a identificar las similitudes y divergencias entre ambas, sino también, en lo que más interesa a efectos del objeto de estudio, al trasluz de la confrontación de dos planos; el primero de ellos, de iure, que atribuye unas características propias a cada instituto en aras del desarrollo de unas determinadas funciones que les encomienda el ordenamiento jurídico, y, el segundo, de facto, en el que ha de cristalizar la aptitud e idoneidad de los términos que componen una denominación social para desempeñar, si no las mismas, análogas funciones a las que desempeñan los signos distintivos en el tráfico económico.” (Corberá, 2014).

De lo dicho por Corberá, es importante decir que la regulación de un procedimiento eficaz en caso de coexistencia de nombres es inminente, sin embargo, se debe pretender que ambas materias tanto societaria como de propiedad intelectual, intervengan en los caso, pues debe cuidarse que no se menoscabe el derecho de las partes.

Entonces, se debe indicar que si bien es responsabilidad de los usuarios quienes van a realizar el trámite de registro de marca o de reserva de denominación de una compañía, cumplir las búsquedas necesarias a fin de evitar similitud o igualdad entre nombres, la falta de vinculación entre las instituciones y las leyes, dificulta el proceso, convirtiéndose en un posible obstáculo para ambas partes.

Resulta bastante frecuente esta problemática, como se pudo observar, no únicamente en Ecuador, sin embargo, por tratarse de dos ámbitos del derecho, completamente independientes, tanto en sus normas como en sus instituciones, la regulación para los conflictos de coexistencia se ha convertido en un reto para el legislador. Es por esta razón, que es importante analizar cuál ha sido el trato que se ha dado a este tipo de problemas, a fin de encontrar los puntos débiles tanto de las leyes que lo regulan, como del actuar de la autoridad competente, con el propósito de dar una opinión crítica al respecto.

### **3.5 Análisis de caso “DESKUBRA”**

#### **3.5.1 Antecedentes**

En julio del 2003 la compañía Aerovías Nacionales de Colombia S.A., en adelante únicamente “Avianca”, presentó acción de tutela administrativa requiriendo 1. La oposición a la solicitud de registro del nombre comercial que resulta ser Deskubra Viajes y, 2. La suspensión de la razón social de la agencia de viajes cuya denominación responde a Deskubra S.A., alegando la infracción a sus derechos de Propiedad Intelectual, por parte de la compañía, debido a

que la accionante es titular de las marcas “DESKUBRA” tanto en Ecuador, Colombia y Perú.

En septiembre del 2003, después de haberse realizado la diligencia de inspección, en la cual se constató el uso del nombre comercial de Deskubra Viajes, así como de la denominación DESKUBRA S.A., la agencia dio contestación a la tutela administrativa, alegando el uso de buena fe, indicando además que la marca “DESKUBRA” fue registrada en agosto del 2002, mientras que la agencia adquirió el derecho de uso de su nombre comercial a partir de enero del 2002.

En septiembre del 2003 se realizó la audiencia en la cual las partes ratificaron sus alegatos. Mediante Resolución notificada en octubre del 2009, sobre la solicitud de registro del nombre comercial presentada ante la Unidad de Gestión de Oposiciones y Tutelas Administrativas, ésta procedió a resolver la tutela administrativa, en la cual el punto más relevante es:

- “1. Aceptar la petición de tutela administrativa presentada por EOROVÍAS NACIONALES DE COLOMBIA S.A. AVIANCA.
2. Prohibir al señor Javier Herdoiza León, en calidad de Representante legal de DESKUBRA VIAJES, la utilización del nombre comercial DESKUBRA (...)”

En cuanto a la petición de suspensión de la razón social de DESKUBRA S.A., presentada ante Dirección Nacional de Propiedad Industrial DESKUBRA S.A., ésta decidió:

- “1. Suspender el uso de la razón social DESKUBRA S.A., para eliminar todo riesgo de confusión o asociación y utilización indebida de la marca denominada DESKUBRA de propiedad de AEROVÍAS NACIONALES DE COLOMBIA S.A. AVIANCA (...)”

La compañía DESKUBRA S.A., presenta recurso de apelación ante el Comité de Propiedad Intelectual en contra de las resoluciones notificadas en octubre

del 2009. Apelando tanto la negación del registro del nombre comercial Deskubra viajes, así como la suspensión del uso de la razón social.

### **3.5.2 Problema jurídico**

El problema jurídico radica en que la compañía Avianca, es titular de la marca DESKUBRA, registrada en el antiguo Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual en agosto del 2002, además de haber sido debidamente registrada en países como Perú y Colombia. Por otro lado, está la compañía constituida en enero del 2002 bajo la denominación de DESKUBRA S.A., y nombre comercial que responde a DESKUBRA VIAJES, cuyo uso inició desde la fecha de constitución.

La coexistencia del mismo nombre genera confusión al consumidor, debido a que se trata de dos compañías cuyas actividades son similares por estar en un mismo mercado de servicios. Lo que la compañía accionante busca es oponerse al registro del nombre comercial y que se deje de utilizar la razón social del mismo nombre de su marca a fin de que no las relacionen y DESKUBRA S.A., no obtenga provecho de esto para adquirir más clientes, en base a una falsa creencia de que la agencia de viajes está vinculada con Avianca.

### **3.5.3 Alegaciones**

Tras presentar el recurso de apelación, DESKUBRA S.A., alegó que:

- En enero del 2002, se celebró mediante escritura pública, ante el Notario Tercero, el contrato de constitución de la compañía la cual fue aprobada por la SCVS e inscrita en el Registro Mercantil el 30 de enero del 2002.

- En febrero del 2002, la compañía realizó la búsqueda correspondiente y el IEPI informó mediante oficio que la denominación DESKUBRA no se encuentra registrada como nombre comercial.
- El uso del nombre comercial DESKUBRA S.A., se lo ha hecho de buena fe, de manera ininterrumpida y pública desde la constitución de la compañía, sin ánimo de perjudicar u obtener beneficios de la marca de AVIANCA.
- La marca a favor de AVIANCA fue oficialmente concedida en territorio ecuatoriano en agosto del 2002, siete meses después del uso del nombre comercial de DESKUBRA VIAJES.
- La compañía como agencia de viajes ha mantenido relaciones comerciales con AVIANCA, la cual no se ha visto afectada por la existencia de la denominación social de la compañía ni por su nombre comercial y más bien le ha resultado beneficioso por importantes ventas que la agencia ha realizado en los últimos siete años.

Los alegatos que por su parte ha mantenido Avianca a lo largo del proceso son los siguientes:

- Avianca es legítima titular de la marca DESKUBRA, en las clases internacionales No 39, 41 y 43, además de poseer el registro de marca clases 39 y 42 en Colombia y clases 35, 39 y 42 en Perú, éste último desde 1999.
- Que una compañía haya realizado su constitución con un determinado nombre, no implica que la denominación deba ser un nombre comercial en uso. Siendo así que la persona jurídica puede hacer uso de ese nombre comercial o puede utilizar otra denominación social para designar la actividad comercial a la que se dedica.
- Es cierto que la compañía fue aprobada por la SCVS con su respectiva razón social, sin embargo, no es menos cierto que al ser su giro del negocio todo lo relacionado con una agencia de viajes, debe mantener

relación directa con AVIANCA, lo que tácitamente implica que siempre ha tenido conocimiento de la existencia de DESKUBRA propiedad de AVIANCA, constituyendo eso una clara actitud de mala fe, por lo cual se debe negar totalmente el derecho a reclamar el uso del nombre comercial, conforme a lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual que para adquirir el derecho a éste, debe, entre otros requisitos, ser uso de buena fe, lo cual la compañía no ha podido demostrar, menos aun cuando ha utilizado los mismo signos de la marca registrada previamente en Colombia y Perú y posteriormente en Ecuador, usando el mismo color azul y la letra K en color amarillo.

#### **3.5.4 Resoluciones**

El análisis de la Primera Sala del Comité de Propiedad Intelectual sobre la apelación a la resolución que niega la solicitud de registro de nombre comercial Deskubra Viajes, es en primer lugar que AVIANCA tiene la exclusividad sobre la marca DESKUBRA tanto en territorio ecuatoriano como en países comunitarios, sin embargo, el uso del nombre comercial de la compañía DESKUBRA S.A., tuvo lugar en forma previa al otorgamiento de los derechos de exclusividad de la marca.

Siguiendo esta línea de ideas, la Sala establece que el derecho de exclusividad de una marca, debe estar circunscrito a la jurisdicción territorial donde fue concedido y no podrá hacer uso del derecho extraterritorialmente, lo que se traduce a que pese a que AVIANCA haya registrado la marca en Colombia y Perú, no significa que se le otorga el derecho en Ecuador, pues éste nace en el momento en que se le otorgó el registro en territorio nacional.

Adicionalmente hace alusión al derecho sobre el nombre comercial, pues como bien se establece en las normas ecuatorianas, así como en la Decisión 486, el derecho exclusivo sobre un nombre comercial se adquiere por su primer uso en el comercio y el registro constituye una presunción de propiedad a favor del titular.

Ahora bien, la Sala analiza la alegación de mala fe sobre el uso del nombre comercial realizado por la parte accionante, argumentando que resulta difícil de concebir que se haya usado de buena fe un nombre comercial exactamente igual en cuanto a su forma y peculiaridades como es la variación de la correcta forma de escribir una palabra, haciendo referencia a la K. Por lo que la Sala considera asertivos los fundamentos presentados por el accionante y decide resolver rechazando el recurso de apelación presentado por DESKUBRA S.A.

Por lo expuesto la Sala considera que se ha cometido copia de aquellas marcas que fueron registradas en Ecuador pero que previo a eso, ya han sido utilizadas en la comunidad Andina, por lo que resuelve RECHAZAR el recurso de apelación interpuesto por DESKUBRA S.A.

Por otro lado, el análisis hecho por la Segunda Sala del Comité de Propiedad Intelectual, sobre el recurso de apelación a la resolución en la cual se dispone la suspensión de la razón social de la compañía, interpuesto por DESKUBRA S.A., es en primer lugar corroborar que la constitución de la sociedad fue realizada el 30 de enero del 2002, según se desprende en el sitio web de la SCVS.

Que las marcas que son fundamento de la solicitud de suspensión de uso de la denominación de la compañía, presentada por AVIANCA, fueron solicitadas el 5 de febrero del 2002, concluyendo así que la razón social fue adoptada con anterioridad a las solicitudes de registro de las marcas. Es por esto, que la Sala considera que mal podría suspender un derecho societario adquirido con anterioridad, por lo que, resuelve ACEPTAR el recurso de apelación y revocar la resolución en la que se establece la suspensión del uso de la razón social DESKUBRA S.A.

### **3.5.5 Valoración del caso**

Lo que debe destacarse del caso presentado, es, en primer lugar, que la coexistencia entre signos distintivos y denominaciones sociales surge debido a la falta de vinculación entre ambas entidades e incluso en una falla del sistema

interno del IEPI. Como puede evidenciarse, la compañía DESKUBRA S.A., realizó el procedimiento ajustándose a lo que se determina, tanto en la norma societaria como de propiedad intelectual. Pese a esto, fue ésta, quien se vio afectada dentro de la tutela administrativa presentada por Avianca, pues desde un principio se decidió suspender su razón social y se negó el uso del nombre comercial.

En segundo lugar, el IEPI juega un papel predominante dentro del proceso, pues es la autoridad a la cual se le ha dado la potestad de realizar resoluciones en estos conflictos. La SCVS, simplemente es un portavoz entre el IEPI y la parte involucrada, debido a que no toma decisiones y no emite ningún tipo criterio al respecto, convirtiéndose en un problema pues deja en indefensión los derechos societarios que puedan ser vulnerados en estos procesos.

Es importante indicar también, que en todas las resoluciones emitidas por el IEPI, la sanción que impone es la de suspender el uso de la razón social. Sin embargo, como se ha demostrado a lo largo del presente ensayo, esta figura no existe, por lo que es erróneo obligar a la parte a que deje de hacer uso de su denominación en ningún momento. Por esto, es importante que la SCVS pueda dar un pronunciamiento al respecto y ajustándose a lo que determina la Ley de Compañías, establecer una sanción adecuada, que se ajuste a la norma.

Ahora bien, como apreciación del caso analizado, debe decirse que en cuanto a la oposición presentada por Avianca para evitar el uso del nombre comercial, lo resuelto por la autoridad competente, es bastante asertivo, pues se ajusta a lo que determina la ley. El análisis realizado por el IEPI, para negar el uso del nombre comercial, se lo realizó en base a la Interpretación Prejudicial 82-IP-2009, en el cual el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina establece que, el derecho sobre un nombre comercial se genera con su primer uso, por lo que el registro del mismo, funciona como un indicio del uso, pero no actúa como prueba total del mismo.

Adicionalmente, se indica que una persona jurídica puede constituirse con una denominación, pero esto no implica que esta denominación sea un nombre comercial en uso. Por lo que, al aceptarse el uso de un signo como nombre comercial, se debe verificar que éste sea válido. Es en base a esto, que para el IEPI, la alegación de mala fe por parte de la compañía DESKUBRA S.A., es evidente, por lo que se adopta la postura de que su uso, no constituye prueba total sobre la titularidad del nombre comercial. Entonces, debe decirse que, dentro de la esfera de propiedad industrial, las resoluciones son coherentes.

Sin embargo, cuando la propiedad industrial invade al ámbito societario, no se corre con la misma suerte. Es por esta razón, que es imprescindible que ambas instituciones actúen de manera conjunta para solventar estos conflictos. No debería permitirse que en los casos en que ambas partes que intervienen resultarán perjudicadas de alguna manera, la responsabilidad sobre el correcto accionar se encuentre únicamente bajo una institución.

Por otro lado, debe mencionarse que el tiempo transcurrido en todo el proceso hasta resolver la apelación, fue de más de dos años, por lo que, el usar una figura inexistente como la suspensión de la denominación social no sólo causa inseguridad jurídica, sino también que genera una grave afectación al titular de la razón social, pues hasta que no se resolviera aceptar la apelación, la compañía estaba imposibilitada de continuar con sus actividades cotidianas.

#### 4. CONCLUSIONES

A manera de conclusión, debe indicarse, en primer lugar, que una sociedad debe poseer un nombre, el cual le identifique e individualice de otras personas jurídicas a fin de distinguir sobre los bienes o servicios que brinda. Este nombre puede consistir en una razón social o una denominación objetiva, dependiendo de su especie, de acuerdo a lo que establece la Ley de Compañías. Para el efecto, en el proceso de constitución de la compañía el usuario deberá acceder al portal web de la SCVS a fin de realizar la reserva de nombre y será la institución la encargada de informar si existe similitudes pero únicamente con denominaciones de otras compañías.

En segundo lugar, debe indicarse que los signos distintivos analizados en el presente trabajo, sirven para distinguir productos y servicios en caso de las marcas, a una persona o un establecimiento mercantil en caso de los nombres comerciales y a una variedad vegetales en el caso de las obtenciones vegetales. Para el efecto, el titular deberá registrar el nombre en el Portal web del SENADI, posterior a la realización de una búsqueda fonética que indicará la existencia de nombres similares pero que se encuentren registrados en la institución.

En la derogada Ley de Propiedad Intelectual, se establecía de manera ambigua las consecuencias que surgían en caso de existir una marca, nombre comercial u obtención vegetal con el mismo nombre de una denominación social. Lo que correspondía era la suspensión del nombre de la compañía, la cual en caso de no cumplir en el plazo establecido se le sancionaría con la disolución o liquidación, generando inseguridad al titular, por no manejar correctamente el concepto y procedimiento de disolución, liquidación y cancelación.

Actualmente en el COESC, se ha obviado el procedimiento que debe llevarse a cabo en caso de coexistencia de una denominación y de un signo distintivo, dejando en total indefensión al ciudadano, vulnerando su derecho constitucional a la seguridad jurídica. A través de la investigación del presente

ensayo, se concluye que la falta de armonización entre nomas e instituciones hace que estos casos de similitud o igualdad entre nombres resulten frecuentes y la falta de regulación obstaculiza y dificulta al correcto accionar de las autoridades competentes.

Tras el análisis del caso y como última conclusión, cabe decir que el legislador debería proponer que se incorpore tanto en el COESC como en la Ley de Compañías, un articulado que regule la problemática dada por la coexistencia de nombres, a fin de dar certeza a los titulares sobre qué procedimiento debe seguirse, ante quién se lo debe hacer y cuáles serán las sanciones.

Adicionalmente, con el propósito de empezar a dar más seguridad al titular en estos procedimientos, se debería establecer que tanto para la reserva de una denominación social, así como el registro de un signo distintivo, se realice una búsqueda de similitud y fonética en la institución respectiva, como requisito obligatorio, a fin de evitar que se den los casos de igualdad o semejanza entre nombres de compañías, marcas y nombres comerciales.

## REFERENCIAS

- Albán, H. (2013). La Propiedad Intelectual y la Propiedad Industrial en el Derecho (1era Ed.). Quito; Ediciones Fausto Reinoso.
- Aracama, E. (1996). Esquema del Nombre Comercial. En INDECOPI (editor) Los retos de la Propiedad Industrial en el siglo XXI (1era Ed.). Lima; INDECOPI
- Arrabal, P. (1991). Manual Práctico de Propiedad Intelectual e Industrial (1era Ed.). Barcelona; Ediciones Gestión 2000 S.A.
- Cevallos, V. (2016). Nuevo Compendio de Derecho Societario Tomo I (3era. Ed.). Quito; CEP.
- Cevallos, V. (2016). Nuevo Compendio de Derecho Societario Tomo III (3era. Ed.). Quito; CEP.
- Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimiento, Creatividad e Innovación. (2016). Registro Oficial, Suplemeto 899 de 09 de diciembre del 2016.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Registro Oficial 449 de 20 de octubre de 2008 y Registro Oficial 490. Suplemento de 13 de julio de 2011.
- Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial. Recuperado el 16 de agosto del 2018 de [http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file\\_id=288515#P170\\_32299](http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=288515#P170_32299)
- Cornejo, C. (1992). Derecho de Marcas (1era Ed.). Lima; Cultural Cuzco S.A.

Corberá, J. (2014). Denominación Social, razón social y nombres comerciales. Recuperado el 12 de junio de 2018 de <http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/37371/TESIS%20JOSE%20CORBERA%20Conflictos%20marcas%20y%20denominaciones%20sociales%20UV%202014%20protegido%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Corte Constitucional del Ecuador, Resolución de la Corte Constitucional 152, Registro Oficial Suplemento 850 de 28 de septiembre del 2016.

Corte Constitucional del Ecuador, Resolución de la Corte Constitucional 307, Registro Oficial Edición Especial 787 de 30 de noviembre del 2016.

Corte Constitucional del Ecuador, Resolución de la Corte Constitucional 119, Registro Oficial Edición Constitucional 42 de 11 de abril del 2018.

Dávila, C. (2011). Derecho Societario Volumen II (2da Ed.). Quito; CEP.

Escuti, I. (2006). Sociedades (1era Ed.). Buenos Aires; Astrea.

Hernández, M. (2004). Seguridad Jurídica (1era Ed.). Guayaquil; Edino.

Fernández, C., Otero, J. y Botana, M. (2013). Manual de la Propiedad Industrial (2da Ed.). Madrid; Marcial Pons.

Gagliardo, M. (2005). Cuestiones Societarias (1era Ed.). Buenos Aires; LexisNexis.

Grijalva, J. (2016). Disolución, liquidación y cancelación de compañías de comercio en Ecuador (1era Ed.). Quito; Centro de Publicaciones de la Pontificie Universidad Católica del Ecuador.

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, sf. Recuperado de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/signos-distintivos/>

Ley de Compañías (1999). Registro Oficial 312 de 05 de noviembre de 1999. Última reforma el 22 de mayo del 2016.

Ley de Marcas 17/2001, (2001). Recuperado el 3 de julio del 2018 de [http://www.oepm.es/cs/OEPMSite/contenidos/NORMATIVA/Normas SobreMarcasYOtrosSignosDistintivos/NSMYOSD\\_Nacionales/LEY\\_172001\\_de\\_7\\_de\\_diciembre\\_de\\_Marcas.htm](http://www.oepm.es/cs/OEPMSite/contenidos/NORMATIVA/Normas SobreMarcasYOtrosSignosDistintivos/NSMYOSD_Nacionales/LEY_172001_de_7_de_diciembre_de_Marcas.htm)

Mayorga, J. (2013). *Práctica Societaria: Doctrina, Teoría y Práctica en Materia Societaria* (1era Ed.). Cuenca; Carpol.

Moreno, M. (1993). *Derecho de la Propiedad Industrial*. (1era Ed.). Madrid; DYINSON S, L.

Narváez, I. (1998). *Teoría General de las Sociedades* (8va Ed.). Colombia; Legis Editores S.A.

Nissen, R. (2001). *Curso de Derecho Societario* (2da Ed.). Buenos Aires; AD-HOC S.R.L.

Núñez, J. (2016). *Disolución, liquidación de compañías de comercio en Ecuador* (1era Ed.). Quito; Centro de Publicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Reglamento de Reserva de Denominaciones para Compañías. (2016). Registro Oficial 662 de 05 de enero del 2016.

Reyes, F. (2006). *Derecho Societario Tomo II* (2da Ed.). Bogotá; Editorial Temis S.A.

Richard, E y Muiño, O. (2007). Derecho Societario: Sociedades comerciales, civiles y cooperativa 1 (2da Ed.). Buenos Aires; Editorial Astrea.

Roca, S. (2016). Biodiversidad y Propiedad Intelectual en disputa (1era Ed.). Lima; ESAN.

Ruiz, M. (2013). Manual de Propiedad Intelectual (1era Ed.). Quito; CEP.

Salgado, H. (2010). Introducción al Derecho (2da Ed.). Quito; V&M Gráficas.

Salgado, R. (2015). Voces Conceptuales del Derecho Societario Tomo I (1era Ed.). Quito; CEP.

Salgado, R. (2015). Voces Conceptuales del Derecho Societario Tomo II (1era Ed.). Quito; CEP.

Superintendencia de Compañías. (2013). Manual de usuario: "Solicitar Reserva de Denominaciones". Recuperado de [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/formularios/Manual%20de%20Usuario%20-%20Solicitar%20Reserva%20de%20Denominaciones.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/formularios/Manual%20de%20Usuario%20-%20Solicitar%20Reserva%20de%20Denominaciones.pdf)

Uría, R. (2002). Derecho Mercantil (28ava Ed.). Madrid; Marcial Pons.

