

UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS JURÍDICAS.

MONOGAFIA

“ EI NOMBRE COMERCIAL”.

PRESENTADO POR:

- **KARLA SAYDE GUZMÁN PANIAGUA**
- **APARICIO SANTIAGO MURILLO URIAS.**

Para optar al título de Licenciatura en Ciencias Jurídicas.

SAN SALVADOR, JULIO DE 2003

AUTORIDADES.

- Ing. Mario Antonio Ruiz Ramírez
(Rector)

- Licda. Teresa de Jesús González de Mendoza.
(Secretaria General).

- Licda. Rosario Melgar de Varela.
(Decano de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales).

- Dr. Jorge Eduardo Tenorio.
(Director de la Escuela de Ciencias Jurídicas).

- Licda. Marta Julia de Cerros.
(Asesor de Monografía).

Julio 2003, San Salvador, El Salvador, Centro América.

ASBTRACT

Los nombres comerciales y los emblemas forman parte de la propiedad industrial. Están considerados tanto por la doctrina, cómo por los diferentes sistemas legales cómo signos distintivos protegidos bajo las normas de propiedad industrial.

Los nombres comerciales tienen cómo función fundamental ser distintivos de la empresa, establecimiento o actividad que identifican, con lo cual prestan un doble servicio. En primer lugar, sirven al titular del derecho ya que les permite diferenciar su actividad, empresa o establecimiento de cualesquiera otras que se encuentren dentro de su misma región, confiriéndoles el derecho de servirse y explotar ese nombre para las actividades y establecimientos que designan y de oponerse a que cualquier otro lo utilice para identificar otras empresas o actividades de la misma o similar industria que se encuentren en la misma región geográfica. Por otra parte, los nombres comerciales le sirven al público para poder identificar a determinada actividad o establecimiento sin que exista confusión.

ÍNDICE

Abstrac	
Introducción.....	1
Capítulo I	2
Planteamiento de las bases doctrinales.....	2
1.1 Reseña Histórica.....	2 - 3
1.2 Concepto de Nombre Comercial.....	4 - 5
1.3 Nombre Comercial y Emblemas.....	5 - 6
1.4 Nombres Comerciales (concepto).....	6 - 7
1.5 Naturaleza Jurídica del Nombre Comercial.....	7
1.6 Función del Nombre Comercial.....	8 - 9
1.7 Adquisición del Nombre Comercial.....	9 - 11
Capítulo II	11
2. Nombre Comercial en aplicación a la ley y su forma de registro.....	11
2.1 Ley de Marcas.....	11- 13
2.2 Artículos del Código de Comercio.....	13- 15
2.3 Disposiciones preliminares de la nueva Ley de Marcas y otros Signos distintivos.....	15 -18
2.4 Jurisprudencia.....	18- 21
2.5 Convenios ratificados por El Salvador.....	22- 24
3. Derechos y consecuencias del Registro del Nombre Comercial.....	24
3.1 Nombre comercial.....	24 - 25
3.2 Personas que pueden acogerse a la ley.....	25
4. Instituciones competentes para el Registro del Nombre Comercial y mas.....	26
5. Proceso para la inscripción del Nombre Comercial.....	26 - 31
6. Cese del Nombre Comercial.....	31
Capítulo III	32
Conclusiones y Recomendaciones.....	32
Conclusiones.....	32 - 33
Recomendaciones.....	34
Bibliografía.....	35

CAPITULO I

1. PLANTEAMIENTO DE LAS BASES DOCTRINALES.

Es necesario formular una rápida referencia al concepto de comercio y ensayar una primera confrontación con el de derecho comercial.

La falta de un autentico interés de la doctrina científica por el estudio de Esta institución jurídico-mercantil puede afirmar y con razón de ser el nombre comercial una de las figuras mas enigmáticas y por lo mismo mas complejas dentro del sector del derecho de la propiedad industrial.¹

1.1 RESEÑA HISTÓRICA.

Los asirios, judíos, fenicios y griegos desarrollaron un importante intercambio comerciales estables aparecen en Egipto, 3000 años antes de Cristo.

Rodas pasa a ser centro de gran actividad comercial por su situación de privilegio en el Mediterráneo, siendo punto intermedio entre Egipto y Siria. Con el Imperio Romano, se amplía después el comercio hacia otras latitudes.

El comercio se da con mayor intensidad entre los siglos XI y XIII, cuando cesan las invasiones de germanos, escandinavos, nómadas de las estepas asiáticas y sarracenos, el comercio es entonces el intercambio pacífico de granos, pieles, metales preciosos, telas.

Comercio desde siempre, significa negociar, con ánimo de lucro sobre bienes, en especial mercadería de uso y de consumo.²

¹ FERNÁNDEZ –NOVOA “El nombre Comercial y su problemática registral” en las primeras jornadas de estudio sobre Propiedad Industrial, celebradas en Castelldefels en 1971, p. 101. Raul Anibal Etcheverry. “Derecho Comercial y Económico. Parte General. Tercera Reimpresión.

² Una antigua definición de Isaac Francioni, que nos fue suministrada por el profesor de corrientes Doctor Nicolini. Raul Anibal Etcheverry. “Derecho Comercial y Económico. Parte General. Tercera Reimpresión.

El comercio reconoce una génesis rudimentaria en el trueque; después aparece la moneda y más adelante el crédito. De la primera habilidad humana consistente en apreciar el valor de los objetos, fijar su equivalencia, se pasa a la habilidad para el cambio, para la transmisión de bienes muebles, obteniendo una diferencia económica a su favor. Esta tarea, la mercantil, será la que origine uno de los grandes cambios sociales de la historia, el desarrollo de una nueva clase³.

El fenómeno del comercio, siempre vigente, ha sido en cierto modo eclipsado ante un nuevo fenómeno económico, que partiendo de unidades se multiplica y diversifica en organizaciones de tercer grado que son conocidas generalmente cómo métodos de agrupación empresaria.⁴

Algo similar a lo anterior ocurre con la definición económica de industria, históricamente es el artesano el primer industrial; es él quien, además de intermediar con el cambio, transforma en todo o parte la cosa que adquiere. Después se suceden los avances hasta llegar a la revolución industrial, fenómeno claramente reseñado por la historia.

La revolución industrial es una expresión que comprende un largo camino histórico, iniciado en Inglaterra y transmitido después a otros países europeos a fines del siglo XVIII y a lo largo del siglo pasado. Esto significó la sustitución de los utensilios por las máquinas.⁵

Cuando la doctrina pretendió situar la industria en una rama separada, se habló de derecho industrial o de propiedad industrial, pero este concepto era sólo uno de los aspectos jurídicos de la industria.

³ Ver la descripción del fenómeno en Romero, José I., La revolución burguesa en el mundo feudal, p. 108. Raul Anibal Etcheverry. "Derecho Comercial y Económico. Parte General. Tercera Reimpresión.

⁴ Champaud, Claude, Los métodos de agrupación de las sociedades RDCO, 1969 - 117.

⁵ Birnie, Arthur, Historia económica de Europa 1760 – 1933, p. 19.

El derecho, cómo ciencia social, no es ajeno a la historia de la humanidad y aparece ligado a ella en las distintas edades y a través de las grandes civilizaciones.

Los autores se empeñan en encontrar rastros del derecho comercial en antiguos ordenamientos jurídicos. Algunos los hallan en el antiguo Código de Ur-Namú, que se remonta a 2050 años antes de Cristo y es unos 300 años anterior al de Hammurabi.

1.2 CONCEPTO DE NOMBRE COMERCIAL.

El nombre, en el derecho civil, es la designación exclusiva que corresponde a cada persona⁶.

Se utiliza para distinguir una persona de otra, para fijar definitivamente su identidad. Por ello, en principio, es inmutable.

Es habitual que un comerciante gire en plaza bajo su propio nombre civil, o su apellido solamente; o también puede usar una denominación de fantasía. La elección es amplia y solo se limita por un derecho igual de otro comerciante, que legisla sobre transmisión de establecimientos industriales y comerciales, declara “elemento constitutivo del mismo” el “nombre y enseña comercial”.

El derecho civil el nombre es un atributo de la personalidad y es invariable e incesable.

Para el comerciante individual, el nombre mercantil es cesible, ya designe a una persona con nombre y apellido, o solamente este último, o tenga otro

⁶ Llambías, Tratado. Parte general, t. I, p. 293, n° 393. Este autor lo denomina un derecho-deber. Raul Anibal Etcheverry. “Derecho Comercial y Económico. Parte General. Tercera Reimpresión.

significado; también puede ser un puro invento, sin significado material (nombre de fantasía).

1.3 NOMBRES COMERCIALES Y EMBLEMAS.

Propiedad industrial:

Concepto:

Para Manuel Pachón Muñoz citado por el Doctor Guy José Bendaña la propiedad industrial: "...es un conjunto de bienes, más o menos heterogéneos, cuya característica común consiste en ser el objeto sobre el cual recae el derecho sobre un bien inmaterial relacionado con la actividad industrial o comercial de un empresario"

De acuerdo con la doctrina puede decirse que la propiedad industrial abarca, dentro de sus normas y protección, los siguientes aspectos o grupos:

1. Derechos sobre creaciones nuevas, dentro de las que comprende a las patentes de invención, los modelos de utilidad y los dibujos y diseños industriales.
2. Los signos distintivos, los cuales abarcan las marcas, los nombres comerciales y las expresiones o señales de propaganda.
3. Las normas que reprimen la competencia desleal

Al presente trabajo, concierne únicamente lo relacionado a los nombres comerciales y emblemas, los cuales se encuentran incluidos dentro de la categoría de signos distintivos protegidos por las normas de la propiedad industrial.

1.4 NOMBRES COMERCIALES

Concepto:

Los nombres comerciales son los signos utilizados para distinguir a una empresa de otras, con el objeto de que la misma sea reconocida por el público dentro del mercado.

Breuer Moreno, citado por Bertone y Cabanellas, señala que el nombre comercial es: "aquel bajo el cual un comerciante –empleando la palabra en su sentido más amplio–ejerce los actos de su profesión; es aquél que utiliza para vincularse con su clientela; para distinguirse a sí mismo en sus negocios o para distinguir a su establecimiento comercial".

El derogado Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial, en su artículo 48, definía al nombre comercial cómo el nombre propio o de fantasía, la razón social o denominación con el cual se identifica una empresa o establecimiento.

La Ley de Propiedad Industrial de El Salvador los define en su artículo 4 así: "nombre comercial: un signo denominativo o mixto, con el que se identifica y distingue a una empresa, a un establecimiento mercantil o a una entidad". Conforme lo anterior se puede concluir que nombre comercial es el signo distintivo utilizado por una persona individual o jurídica para identificar a su establecimiento y actividades comerciales distinguiéndolas de los demás.

De estas definiciones, se establece que el nombre comercial se utiliza como elemento distintivo no sólo de las empresas mercantiles sino que también para establecimientos en general.

1.5 NATURALEZA JURÍDICA DEL NOMBRE COMERCIAL.

Al igual que sucede con la naturaleza jurídica de la propiedad industrial y la de todos los elementos que la comprenden, no existe consenso en la doctrina acerca de la naturaleza jurídica de los nombres comerciales.

Existen varias corrientes al respecto de la naturaleza jurídica de los nombres comerciales, entre las cuales se encuentran:

- a) *Derecho de personalidad*: Estas teorías no fueron muy difundidas, dada la necesidad de diferenciar a los nombres comerciales del nombre civil.
- b) *Derecho de monopolio*: Esta teoría se basaba en que los derechos de propiedad industrial eran monopolios que la ley confería a los titulares del derecho. Fueron severamente criticadas.
- c) *Bienes Inmateriales*: Al igual que con las marcas, a los nombres comerciales se les ha atribuido la calificación de bienes inmateriales.
- d) *Derecho de Propiedad*: Esta teoría establece que los nombres comerciales tienen un contenido patrimonial, correspondiéndoles su propiedad al titular del derecho. Esta teoría tiene su sustento en el Convenio de París, el cual los ubica dentro de los derechos de propiedad industrial.

De las corrientes anteriores sobre la naturaleza jurídica de los nombres comerciales, se considera como más apropiada la que los concibe como *derechos de propiedad*, ya que los nombres comerciales forman parte del patrimonio de la

persona titular del derecho; asimismo, tienen un contenido económico innegable y además pueden ser objeto de enajenación y explotación comercial.

1.6 FUNCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL.

Aún cuando el comerciante pueda adoptar para sus mercancías, actividad o empresa una forma particular, un emblema o una marca que permita que el público las reconozca fácilmente, el más sencillo, natural y eficaz medio para identificarlos siempre ha sido el nombre.

Con relación al objeto del nombre comercial puede decirse que tiene una función puramente distintiva, siendo la representación de un conjunto de cualidades perteneciente a su titular, tales como el grado de honestidad, reputación, prestigio, confianza, fama, etc. Por ello el nombre comercial debe identificar clara e independientemente del titular, al establecimiento o actividad comercial a la cual designa.

Frecuentemente los nombres comerciales no se limitan a designaciones de fantasía, ya que pueden consistir en palabras que describen el objeto de la empresa, establecimiento o actividad que identifican; y que no pueden ser registradas como marcas por ser descriptivas, pero sí como nombre comercial si claramente los identifican.

Dentro de la función distintiva del nombre comercial Baylos Corroza indica: "Pero esa función, cuando se trata de la empresa, tiene dos variante perfectamente definidas y diferentes, a saber:

- a) una, es la que permite reconocer a la empresa, cómo organización de medios que persigue un fin económico y actúa en el mercado compitiendo con otras empresas rivales, de modo que le público no la confunda con ellas.
- b) otra, la que se limita a mentarla cómo sujeto jurídico al que han de imputarse los actos y negocios jurídicos que deben atribuírsele.

De lo anterior se desprende que el nombre de la empresa o nombre comercial es aquel con el cual la empresa trata de ser conocida individualmente por los compradores a efecto de captar su adhesión, buscando con ello mantenerse en la lucha de la competencia y ser distinguida sobre sus rivales. Puede entonces decirse que la misión u objeto del nombre comercial es permitir la distinción entre la empresa que se sirve de él y las demás de las que necesita ser diferenciada.

1.7 ADQUISICIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL.

A pesar de ser considerados cómo un derecho de propiedad industrial, se considera que los nombres comerciales, a pesar de no tener el alcance de una marca, deben ser protegidos cómo tales, al igual que cualquier otro derecho de propiedad industrial.

El objeto de protección del nombre comercial es todo signo o denominación que sirva para identificar a una persona física o jurídica en el ejercicio de su actividad empresarial.

El derecho sobre el nombre comercial es considerado cómo un derecho exclusivo, implicando la facultad del titular de impedir que cualquier tercero lo utilice, sin su autorización, en el mismo sector industrial o mercantil, así cómo que se utilice un nombre semejante.

La protección del nombre comercial independiente de la obligación del depósito o de la idea de nacionalidad se concertó por primera vez en el Convenio de París, en el cual el artículo 8 dispone "El nombre comercial se protegerá en todos los países de la Unión sin la obligación de depósito o registro, ya sea que forme parte de la marca de fábrica o de comercio o no".

En la Convención General Interamericana de Protección Marcaria y Comercial de Washington de 1929; en el Capítulo III: De la Protección del Nombre Comercial; en su artículo 14, se establece que: "El nombre comercial en cualquiera de los estados contratantes será protegido en todos los demás sin necesidad de registro o depósito, forme o no parte de una marca".

El artículo 14 de la Convención General Interamericana de Protección Marcaria y Comercial, establece que el nombre comercial será protegidos en cualesquiera de los Estados miembro sin necesidad de registro o depósito, con forme o no parte de una marca.

Como se observa en las normas transcritas, la adquisición del derecho sobre el nombre comercial se da simplemente por su uso, el cual necesariamente debe recaer sobre una empresa, establecimiento o actividad; siendo la adquisición obtenida a través del primer uso, sin que sea necesario previo depósito o registro.

Este sistema de adquisición no es absoluto en todos los países, pues existen corrientes contrarias al mismo, ejemplo de ello es la norma que se encontraba contenida en el artículo 50 del Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial el cual preceptuaba: "La propiedad de un nombre comercial se adquiere por el registro del mismo efectuado de conformidad con el presente Convenio y se prueba con la Certificación de Registro, extendida por la autoridad competente." En este mismo sentido el artículo 51 del mismo Convenio establecía: "La propiedad del nombre comercial y el derecho a su uso exclusivo se adquiere en relación a las actividades a las que se dedica la empresa o establecimiento

definidas en la solicitud de registro, y a las otras actividades directamente relacionadas con aquella o que le sean fieles."

Esta otra corriente es adoptada por las legislaciones de varios países, en las cuales en contraposición a lo preceptuado en el Convenio de París, para que se produzca la adquisición del nombre comercial es requisito indispensable el registro previo.

Dentro de las dos corrientes descritas, los sistemas jurídicos varían ampliamente en cuanto a la manera de proteger los nombres comerciales, a través del derecho escrito o del derecho anglosajón, o de una combinación de ambos, tal es el caso de Australia, Canadá, y el Reino Unido. En algunos países se dispone que los nombres comerciales puedan disfrutar de protección tan sólo a través del uso sin necesidad de registro o depósito, por ejemplo: México, Colombia, Dinamarca, los Estados Unidos de América. Finalmente, hay países en los que el registro sí es necesario para que se de la adquisición del derecho, tal es el caso de España , Honduras , **El Salvador** y Guatemala.

CAPITULO II

2. NOMBRE COMERCIAL EN APLICACIÓN A LA LEY Y SU FORMA DE REGISTRO .

La Ley de Propiedad Industrial constituye un marco jurídico adecuado para la protección de los nombres comerciales en El Salvador, ajustándose a los Convenios Internacionales y a las necesidades actuales del desarrollo industrial y comercial.

2.1 Ley de Marcas

Con la ratificación, por parte de El Salvador, del acuerdo por el que se crea la Organización Mundial del Comercio OMC, 28 de abril de 1995. se adquirió el compromiso internacional de adaptar nuestras leyes de esta especial materia, ACUERDO SOBRE LOS ASPECTOS DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL RELACIONADOS CON EL COMERCIO, mejor conocido por sus sigla ADPIC o en inglés TRIPS.

El ADPIC entró en vigencia a partir del día 1º de enero del año 2000, y básicamente establece los principios generales y mínimos de protección internacional en forma armónica, a los que los países miembros de la OMC, se han comprometido para respetar los derechos de propiedad intelectual. Nace este acuerdo, del deseo de los miembros del GATT (ahora OMC) de reducir las distorsiones del comercio internacional y los obstáculos al mismo, teniendo en cuenta la necesidad de fomentar una protección eficaz y adecuada de los derechos de propiedad industrial, y de asegurarse de que las medidas y procedimientos destinados a hacer respetar dichos derechos, no se conviertan a su vez en obstáculos al comercio legítimo.

Es novedoso que en un solo cuerpo de ley, se estudie y regule la propiedad industrial en general, tanto la propiedad industrial cómo el derecho de autor, y para ambas ramas, es de obligatorio cumplimiento lo dispuesto por los Convenios de París y Berna (Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, y Convenio de Berna para la protección de las Obras Literarias y Artísticas).

El nombre comercial está destinado a distinguir la empresa de las demás de su tipo, o sea de las que se dedican a la misma clase de actividades, por lo tanto, el primer requisito indispensable es que no se use el mismo nombre por dos empresas que tengan similar finalidad o que no usen tales empresas nombres que puedan provocar la confusión del público respecto de ellas.

El derecho al nombre nace del uso, pero es indispensable registrarlo porque el registro sirve como un medio de asegurarlo, probarlo y darlo a conocer a los demás.

En las legislaciones extranjeras, el uso del nombre constituye la fuente de la propiedad sobre el mismo. entre nosotros es indispensable su registro. Según nuestro Código de comercio vigente, se establece que el derecho al nombre nace del uso, pero que cede ante el derecho inscrito; la razón de este criterio estriba en que la inscripción da una seguridad, en cuanto a la prueba y en cuanto a la fecha, en que se adquirió el derecho al nombre; ello impide, en los litigios que puedan presentarse, no pocas dificultades.

Además, en el Código de Comercio, por razón de protección al idioma, se limitó se limitó la protección a los nombres en castellano; a partir de la fecha en que se ponga en vigencia, los nombres en idiomas extranjeros no podrán registrarse; pero los registrados con anterioridad, conservarán sus derechos hasta que expire el plazo para que fueron inscrito.

Se presenta a continuación una serie de artículos que ampara nuestra legislación en que se regula los derechos del nombre comercial a si como de su extinción.

2.2 Según el Código de Comercio, Libro Tercero, sobre las Cosas Mercantiles, en el Capítulo II, que habla sobre los Elementos en la sección "B", Nombre Comercial, dice:

Art. 570. Adquiere el derecho al nombre comercial la persona que primero lo aplica a una empresa o a un establecimiento mercantil. Este derecho cederá ante quien primero lo inscriba en el Registro de Comercio.

Es decir que cómo su tenor literario lo explica, el derecho al nombre comercial lo tiene toda persona o establecimiento que sea el primero en inscribirlo en el

Registro de Comercio, esto le garantiza legalidad y prioridad ante los derechos que le corresponde cómo primer titular, contra aquel que desee usurpar o copiar el "nombre".

Art. 57. El nombre comercial se formará libremente, pero en él no podrá figurar otro nombre propio que el del titular de la empresa, a no ser que ésta o el establecimiento se transfieran juntamente con dicho nombre a un nuevo titular, caso en el que se agregará alguna expresión que indique el cambio efectuado. Tampoco podrán usarse nombres que puedan confundirse con el de otra empresa dedicada al mismo ramo de actividad.

Los nombres comerciales en idiomas extranjeros no gozarán de protección legal y no podrán registrarse. Los ya registrados conservarán sus derechos, mientras esté vigente el registro.

El nombre comercial, es propio, por ende si este pasa a pertenecer a otro propietario, se tendrá que agregar la expresión que indique el cambio. Según nuestra ley no pueden usarse nombres parecidos que puedan llegar a confusión sobre todo cuando se dice que ambas empresas realizan actividades parecidas o iguales, esto traería consecuencias, para el primero que la inscribió en su caso y por ende puede hacer uso de su derecho para poder demandar que se cambie el nombre de la otra.

En cuanto a la protección de nombres comerciales en idiomas extranjeros nuestra legislación, ha previsto que no pueden inscribirse en nuestro país, pues su protección o inscripción se encuentra amparada en el lugar de su procedencia si así fuere.

Art. 572. El titular de un nombre comercial tiene derecho al uso del mismo, a impedir que otro lo utilice o imite en el campo de su propia actividad y a transmitirlo de acuerdo con la ley.

Este artículo, ampara el uso exclusivo del propietario, del nombre para hacer de su uso lo que mejor le parezca, para su expansión y explotación del mismo, sin mas limitaciones que las de la ley misma.

Art. 573. Quien imite o usurpe un nombre comercial ajeno, conociendo o debiendo conocer su existencia, responderá de los daños y perjuicios que ocasionen y sufrirá la pena que la ley indica. No usurpa un nombre comercial quien, sin haberlo usado, solicita su inscripción en el Registro.

El conocimiento del nombre comercial ajeno se presume si éste ha sido publicado en el Diario Oficial o si aparece inscrito en el Registro de Comercio del lugar donde dicho nombre se usa indebidamente.

Art. 574. El derecho al nombre comercial se extingue con la negociación o establecimiento a que se aplique.

Sin embargo y luego de un minucioso estudio sobre el nombre comercial, se puede determinar que muchas veces este concepto tiende a confundir de manera leve al lector o en todo caso al aspirante a inscribir una empresa, pues su similitud con los conceptos de marcas o signos distintivos comerciales son muy parecidos, a continuación presentamos las diferencias entre ellos, haciendo referencia a la **NUEVA LEY DE MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS.**

Se hace referencia al título I, de las disposiciones preliminares, con el objeto de distinguir, la diferencia entre los emblemas y marcas, que muchas veces son interpretados de igual manera, aunque todas traigan inmerso su derecho, son diferentes en su forma de aplicación y entendimiento para las leyes y convenios que las protegen y amparan.

2.3 DISPOSICIONES PRELIMINARES

Artículo 2. Conceptos utilizados (L.M.S.D.)

Para los efectos de esta Ley se entenderá por:

Signo distintivo: Cualquier signo que constituya una marca, una expresión o señal de publicidad comercial, un nombre comercial, un emblema o una denominación de origen;

Signo distintivo notoriamente conocido: Un signo distintivo conocido por el sector pertinente del público, o en los círculos empresariales pertinentes, como perteneciente a un tercero, que ha adquirido dicha calidad por su uso en el país o como consecuencia de la promoción del mismo;

Signo distintivo famoso: Aquel signo distintivo que es conocido por el público en general, en el país o fuera de él;

Marca: Cualquier signo o combinación de signos perceptible visualmente que, por sus caracteres especiales, es susceptible de distinguir claramente los productos o servicios de una persona natural o jurídica, de los productos o

servicios de la misma clase o naturaleza, pero de diferente titular;

Marca colectiva:

Una marca cuyo titular es una persona jurídica que agrupa a personas autorizadas por el titular a usar la marca con base en un reglamento.

publicidad comercial:

Toda leyenda, anuncio, lema, frase, palabra, combinación de palabras, diseño, grabado o cualquier otro medio similar, siempre que sea original y característico, que se emplee con el fin de atraer la atención de los consumidores o usuarios sobre uno o varios productos, servicios, empresas o establecimientos;

Nombre comercial:

Un signo denominativo o mixto con el cual se identifica y distingue a una empresa o a sus establecimientos;

Emblema:

Un signo figurativo que identifica y distingue a una empresa o a un establecimiento.

Indicación geográfica: Todo nombre geográfico, designación, imagen o signo que designa o evoca un país, un grupo de países, una región, una localidad o un lugar determinado;

Denominación de origen: Una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, usada para designar un producto originario de ellos, cuyas cualidades o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y los factores humanos; también se considerará como denominación de origen la constituida por una denominación que, sin ser la de un país, una región o un lugar determinado, se refiere a un área geográfica determinada cuando es usada en relación con productos originarios de tal área;

Convenio de París: El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, suscrito el 20 de marzo de 1883, revisado el 14 de julio de 1967 y enmendado el 28 de septiembre de 1979.

Registro: Departamento de Registro de la Propiedad Intelectual del Registro de Comercio.

2.4 JURISPRUDENCIA.

Doctrinariamente, la jurisprudencia es “el conjunto de soluciones dadas por ciertos tribunales, requiriéndose dos al menos idénticas sustancialmente sobre una cuestión controvertida para que exista doctrina legal o jurisprudencial emanada del Tribunal Supremo.”

Si la actividad de los órganos jurisdiccionales se limitara a aplicar la ley en el sentido más literal del vocablo anterior, apenas si la función judicial tendría otra importancia que la derivada de ese mismo contenido; por lo que en materia tan importante cómo es el tema de las fuentes del Derecho su relevancia sería escasa.

Tal es el caso de una demanda incoada en la Sala de lo Civil de la Corte Suprema de Justicia, en donde se ventila la controversia por nulidad de Inscripción y competencia desleal, tomando cómo parámetro legal los demandantes el art. 10 literal H, del CONVENIO CENTROAMERICANO PARA LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, el cual establece “Que no podrá usarse ni restringirse cómo marcas ni cómo elementos de las mismas, los nombres, patronímicos y retratos de las personas distintas del que solicita el Registro, sin su consentimiento, o si ha fallecido, de sus ascendientes o descendientes del grado más próximo, pero también se toma en consideración lo expuesto en la LEY DE LA PERSONA NATURAL, la cual es Ley de la República el art. 6 nos da un concepto de la palabra NOMBRE, el cual a su tenor literario reza así “cuando en el texto de esta ley o de otras, decretos o reglamentos, se mencione la palabra NOMBRE, sin la calificación se entenderán comprendidos el nombre propio y el apellido... por ende el demandado que usa una marca con las mismas letras pero de distinto significado, no constituye nombre propio de persona natural, o patronímico de una persona por consiguiente, no se necesita autorización para utilizarlo según el acuerdo el con el art. 10 literal H en consideración a todo lo expuesto, el suscrito Juez considera que no puede accederse a la pretensión de

los peticionarios y al respecto resuelve, Declárese sin lugar por ser inadmisibile la demanda anterior propuesta.

Pero en segunda Instancia se resolvió: En un orden la nulidad de la inscripción de la marca registrada a favor del demandado; a la cual representan los peticionarios; la cesación de los actos de competencia desleal por parte del demandado., ya que ambas marcas la legal y la ilegítima, protegen y distinguen artículo 25 de la misma clase, que se refiere a calzado de toda clase y accesorios; no así los peticionarios piden se considere que la inscripción a su favor es anterior a la del demandado por lo que piden ampliar el art. 3 numeral VII de la ley de Marcas de Fábrica, vigente a la fecha, el cual contempla la prohibición de inscribir marca ya inscrita a nombre de otra persona, principio mantenido y regulado en el art. 10 párrafo n) de la Convención Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial.

Ante el planteamiento expuesto, es necesario mencionar que a la pretensión de nulidad deducida en la demanda, no le es aplicable la Ley de Marcas de Fábrica, por estar derogada, siendo conocido que toda resolución debe de fundamentares en Leyes vigentes; por otra parte, y estudiando de manera breve la sentencia encontramos que los solicitantes alegan la inscripción de la marca que protegen en varios países del mundo pero es el caso que al solicitar la nulidad de una marca o nombre, esta estuviera registrada a su favor, lo cual no es así, por lo tanto no esta legitimada activamente para hacer la petición.

Es de hacer notar que el demandado registró a su favor la marca objeto de litigio, para un periodo de veinte años, por lo tanto es protegida esa inscripción ya que conserva validez según lo dispuesto en el art. 222 de Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial, por lo que al formar dicha marca parte del patrimonio del demandado, éste debe ser protegido en su derecho subjetivo de propiedad .

Los Convenios mencionados no fueron establecidos previamente al caso de que se trata, sino con posterioridad al mismo, y aunque sean leyes de la República, no pueden tener efecto retroactivo por lo mismo no se podrían aplicar al caso que se

esta conociendo, ya que adquieren vigencia muchos años después de la fecha de inscripción de la marca cuya nulidad se pide. Arts. 2,11,15 y 21 Cn.

Por tanto, en base a lo antes expuesto , la cámara resuelve confirmarse la sentencia interlocutoria apelada, pero por el motivo de que la demanda es improcedente... 1089, 1090 Pr. C...

Pero ni el Derecho es sólo ley, ni tampoco la norma legal puede prevenir todas las situaciones y modalidades de conflictos en las relaciones humanas. Esta limitación de la ley, que surge de su propia mecánica, obliga a prevenir otros instrumentos de adecuación en la solución de conflictos.

En el caso del ejemplo antes mencionado se da una situación que refleja con claridad, lo que a continuación se expone, y es el caso de que según los autos se violentan derechos por los cuales, lo peticionarios recurren a una mayor instancia por no estar de acuerdo con el fallo emitido por los tribunales anteriores, por considerar que se violentan ciertos derechos, y modalidades al momento de estudiar la respectiva demanda y de declararla improponible cuando esta cumple con todos los requisitos establecidos, por el Código Civil Salvadoreño.

El concepto de esta violación ha quedado demostrado a lo largo de este libelo, cómo por mandato del art. 3 ordinal 1 de la Ley de Casación “Hay violación cuando se deja de aplicar la norma que debía aplicarse, haciéndose una falsa elección de otra”. Según los arts. Mencionados en la sentencia anterior, Arts. 2,11,15 y 21 Cn. Estos carecen de pertinencia alguna al caso que nos ocupa.

Luego de analizados todos los artículos y las modalidades de derechos infringidos, y expresados en el libelo, la cámara resolvió, que por tanto y de acuerdo a las razones expuestas y según los arts. 428 Cod. Pr. Civ. Y el 18 de Casación: a) Casase la sentencia recurrida; b) ordenase al Tribunal de Primera Instancia admitir la demanda de mérito y consecuentemente darle el trámite de ley.

De ahí que, en trance de subsidiariedad el ordenamiento jurídico consigne otras fuentes, que pone a disposición del juzgador, para que este pueda hallar a su

alcance medios para emitir la sentencia, pero también para alcanzar un mayor grado de realización práctica de la justicia, así el intérprete no sólo aplica la ley, conforme al sistema de fuentes sino que con su labor reiterada complementa el ordenamiento jurídico.

Junto a estas funciones tradicionales, corresponde a los tribunales otra labor, con frecuencia más relevantes, cual es la aplicación diferenciadora, que surge cuando la estricta aplicación de la ley genera injusticia; junto a la cual la labor debe añadirse la renovadora, mediante la actualización del espíritu de la ley, poniéndola al día conforme con las nuevas exigencias del momento en que ha de aplicarse.

2.5 CONVENIOS RATIFICADOS POR EL SALVADOR

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR,

CONSIDERANDO:

Que con la ratificación por parte de El Salvador de estos dos Convenios, los ciudadanos salvadoreños gozarán en todos los demás países que los han firmado, adherido o ratificado, de la Protección a la Propiedad Industrial, Literaria o Artística y de las ventajas que las leyes respectivas conceden actualmente o en el futuro a sus nacionales, todo ello sin perjuicio de los derechos especialmente previstos por los presentes Convenios;

POR TANTO:

- a) En uso de sus facultades constitucionales y a iniciativa del Presidente de la República, por medio del Ministro de Relaciones Exteriores y de conformidad a los artículos 131 ordinal 7º y 168 ordinal 4º de la constitución,

DECRETA:

Art. 1.- Ratificase en todas sus partes los Convenios siguientes:

- a) Convenio de París, para la Protección de la Propiedad Industrial, el cual fue abierto a firma el 20 de marzo de 1883; y el 28 de septiembre del corriente año se emitió el Acuerdo N° 646 Bis, en el Ramo de Relaciones Exteriores, mediante el cual se acordó adherirse al Convenio de París y autorizar al Embajador Representante de la Misión Permanente ante la Oficina Europea de las Naciones Unidas, Don Carlos Ernesto Mendoza Carrillo, para que procediera al formal depósito del Instrumento de Adhesión; aprobado por el Órgano Ejecutivo en el mismo Ramo, mediante Acuerdo N° 742 de fecha 11 de noviembre de 1993.
- b) Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, abierto a firma el 9 de septiembre de 1886; y el 28 de octubre del corriente año se emitió el Acuerdo N° 709 Bis, en el Ramo de Relaciones Exteriores, mediante el cual se acordó adherirse al Convenio de Berna y autorizar al Embajador Representante de la Misión Permanente ante la Oficina Europea de las Naciones Unidas, Don Carlos Ernesto Mendoza Carrillo, para que procediera al formal depósito de dicho Instrumento; aprobado por el Organo Ejecutivo en el Ramo correspondiente, por medio del Acuerdo N° 743 de fecha 11de noviembre de 1993.

Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Intelectual.

Esta [Ley](#) tiene por objeto asegurar una protección suficiente y efectiva de la propiedad intelectual, estableciendo las bases que la promuevan, fomenten y protejan. La Propiedad Intelectual comprende la propiedad literaria, artística, científica e industrial.

En caso, de conflicto, tendrán aplicación preferente sobre las disposiciones de esta ley, las contenidas en los tratados y convenios internacionales ratificados por El Salvador.

La presente Ley no se aplicará a las marcas, nombres comerciales y expresiones o señales de propaganda, las cuales se rigen por el Convenio Centroamericano para la protección a la Propiedad Industrial, del cual El Salvador es parte.

Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial (Marcas, Nombres Comerciales y Expresiones o Señales de Propaganda):

Los Gobiernos de las República de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica.

Tomando en cuenta que para alcanzar los objetivos del Programa de Integración Económica Centroamericana es preciso modernizar y adecuar a las necesidades efectivas de éste todas aquellas leyes que tienen una relación directa con el mismo; y convencidos de que es de todo punto de vista conveniente uniformar las normas jurídicas que regulan las marcas, nombres comerciales, expresiones o señales de propaganda y las que tiendan a asegurar una legal y honesta competencia, debido a la importante función que desempeñan en cuanto al libre movimiento de las mercancías, la prestación de servicios, al goce pacífico y honrado de los derechos que se derivan de la propiedad industrial y la protección de los consumidores; Han decidido celebrar el presente Convenio.

3. DERECHOS Y CONSECUENCIAS DEL REGISTRO DEL NOMBRE COMERCIAL.

3.1 Nombre Comercial

La propiedad del nombre comercial y el derecho al uso exclusivo del mismo se adquiere por su registro de conformidad a la ley y para la actividad que se dedica la empresa. Toda persona al seleccionar el nombre comercial con el que identificará a su empresa, deberá tener en cuenta que existen palabras, dibujos y expresiones que no pueden constituir un nombre comercial:

- Los que estén constituidos por nombres o patronimicos de personas distintas de los titulares de la empresa.
- Los que sean idénticos o semejantes a los ya inscritos en favor de otras personas.
- Los que sean idénticos o semejantes a una marca ya inscrita en favor de otras personas.
- Los que consistan en palabras o leyendas o que sean contrarios a la moral, el orden público o las buenas costumbres.

3.2 Personas que pueden acogerse a la Ley.

Toda persona natural o jurídica, independientemente de su nacionalidad o domicilio, puede adquirir y gozar de los derechos que la presente Ley otorga.

Ninguna condición de nacionalidad, domicilio o establecimiento en la República, será exigida para gozar de los derechos que esta Ley establece.

El propietario de un nombre comercial tiene derecho a:

- Oponerse a que lo registre otra persona.
- Hacer cesar el uso o imitación indebida de su nombre comercial.
- Obtener el resarcimiento de los daños y perjuicios que se le hubiera ocasionado por el empleo y uso indebido.

Al registrar su nombre comercial, la empresa tiene derecho al uso exclusivo del mismo en la actividad a la que se dedica a la empresa, de tal forma que una misma palabra o expresión puede registrarse para identificar varias empresas que tengan.

4. INSTITUCIONES COMPETENTES PARA EL REGISTRO DE NOMBRES COMERCIALES, MARCAS Y MAS.

Es deber del Estado garantizar los principios de publicidad, legalidad, y seguridad jurídica en que se fundan esencialmente el Registro de la Propiedad Raíz de Hipotecas y el Registro de Comercio, que es en nuestro caso el que nos interesa mencionar. Sin perjuicio de las facultades que corresponden al Ministerio de Justicia, y para la mejora de su funcionamiento, dichos Registros deber estar sujetos a la vigilancia directa de un organismo especializado.

En consecuencia la entidad especializada en el registro de matriculas de comercio, patentes de comercio e Industria, registro de documentos mercantiles, registro de la propiedad intelectual, nombres comerciales etc. Es en este acto el Registro de Comercio, el cual se encuentra dentro del Centro Nacional de Registros. La Dirección General de Registros tendrá jurisdicción en todo el territorio de la República.

El registro de Comercio debe tener cómo primordiales objetivos tanto proporcionar plena seguridad jurídica al tráfico mercantil, cómo asegurar los derechos de propiedad industrial y de propiedad literaria; el Registro de comercio por ende es una oficina administrativa dependiente del Ministerio de Justicia, en la que se inscribirán matrículas de comercio, patentes de invención, marcas de comercio y demás distintivos comerciales, nombres comerciales derechos reales sobre naces, derechos de autor, y los actos y contratos mercantiles, que estipule La Ley de Registro de Comercio, art.1. con relación a lo establecido al Código De Comercio.

5. PROCESO PARA LA INSCRIPCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL.

En general la forma de registro que utilizan las marcas, patentes, nombre comercial y otras es bastante similar, a continuación enunciaremos el procedimiento que debe llevar cualquiera de los distintivos antes mencionados, según lo estipula la **Ley de Marcas y otros Signos Distintivos**:

PROCEDIMIENTO DE REGISTRO DE LAS MARCAS

5.1 Solicitud de registro

La solicitud de registro de una marca será presentada ante el Registro y deberá contener lo siguiente:

- a. Designación de la autoridad a que se dirige;
- b. Nombre, razón social o denominación, nacionalidad, domicilio y demás generales del solicitante y el nombre, profesión y domicilio del representante legal o mandatario cuando la petición se haga por su medio;
- c. La marca cuyo registro se solicita, debiendo adherirse un modelo o ejemplar. Cuando la marca estuviese constituida únicamente por un diseño, el solicitante

le asignará una forma de identificación. Cuando la marca estuviese constituida por algún elemento denominativo y éste tuviese significado en un idioma distinto del castellano, se deberá incluir una simple traducción del mismo;

- d. Una lista que contenga el nombre de los productos o servicios que distinguirá la marca, conforme a la clasificación establecida en el Artículo 85 de esta Ley, con indicación de la clase a que correspondan;
- e. Las reservas que se hagan respecto del tipo de letra, color o combinación de colores, diseños o características de la marca, en la misma disposición en que aparezcan en el modelo, cuando fuese el caso. Las reservas que se formulen sobre elementos que no aparezcan en el modelo carecerán de valor;
- f. Indicación concreta de lo que se pide;
- g. Dirección exacta para recibir notificaciones; y
- h. Lugar y fecha de la solicitud y firma autógrafa del solicitante, apoderado o representante legal.

Con la solicitud a que se refiere el inciso anterior deberá presentarse lo siguiente:

- a. Fotocopia certificada del poder legalmente otorgado, si la solicitud se hiciera por medio de mandatario, salvo que la personería de este estuviere ya acreditada en el Registro, caso en el cual se indicará en la solicitud la fecha y el número del registro. Cuando el interesado presente original del poder, podrá pedir que este se razone en autos y se le devuelva;
- b. Quince modelos o ejemplares de la marca;

- c. Los documentos o autorizaciones requeridos en los casos previstos en los Artículos 8 y 9 de la presente Ley, cuando fuese pertinente;

Los solicitantes podrán gestionar ante el Registro por sí, con firma y sello de abogado director o por medio de mandatario que sea abogado. **Artículo 10. (L.M.S.D)**

5.2 Fecha de presentación de la solicitud.

Presentada la solicitud, el Registro anotará la fecha y hora de presentación, asignará un número de expediente y entregará al solicitante un recibo de la solicitud y de los documentos presentados.

Se tendrá como fecha de presentación de la solicitud la fecha de su recepción por el Registro, siempre que al tiempo de recibirse la misma hubiera contenido al menos los siguientes requisitos:

- a. Información que permita identificar al solicitante o a su representante y la dirección para recibir notificaciones en el país;
- b. La marca cuyo registro se solicita en los términos señalados en el Artículo 10, literal c), de la presente Ley;
- c. Los nombres de los productos o servicios para los cuales se usa o se usará la marca. **Artículo 11. (L.M.S.D).**

5.3 Examen de forma

El Registro examinará si la solicitud cumple con lo dispuesto en el Artículo 10 de la presente Ley.

En caso de no haberse cumplido alguno de los requisitos establecidos en el Artículo 10, el Registro pronunciará resolución y la notificará al solicitante para que

subsane, dentro del plazo de cuatro meses, el error u omisión, bajo apercibimiento de considerarse abandonada la solicitud. **Artículo 13. (L.M.S.D)**

5.4 Examen de fondo

El Registro examinará si la marca incurre en alguna de las prohibiciones previstas en los Artículos 8 y 9 de la presente Ley, con base en las informaciones y elementos a su disposición.

En caso que la marca cuyo registro se solicita estuviese comprendida en alguna de las prohibiciones establecidas en los artículos antes relacionados, el Registro pronunciará resolución y la notificará al solicitante indicando las objeciones que impiden el registro, dándole un plazo de cuatro meses para contestar. Transcurrido el plazo señalado sin que el solicitante hubiese contestado, o si habiéndolo hecho, el Registro estimase que subsisten las objeciones planteadas, se denegará el registro mediante resolución razonada.

Si la marca solicitada fuere idéntica o semejante a otra que se encuentre en trámite de registro, de conformidad a lo establecido en los literales a) y b) del Artículo 9 de esta Ley, el Registro dictará providencia dejándola en suspenso hasta que se resuelva si la que se halla en trámite debe o no inscribirse. Si la resolución que recayere fuere negativa, la solicitud declarada en suspenso se tramitará en la forma prevista en esta Ley y se entenderá protegida en virtud de la prelación en el derecho al registro establecido en el Artículo 5 de la presente Ley. Podrá permitirse la coexistencia de las marcas semejantes cuando exista un acuerdo por escrito entre las partes interesadas, salvo que manifiestamente tal coexistencia causarí un error en el público.

Para efectos de examen de la marca, esta deberá ser analizada en su conjunto sin separar los elementos que la conforman. **Artículo 14. (L.M.S.D)**

5.5 Publicación de la solicitud

Efectuados los exámenes de conformidad con los artículos 13 y 14 de la presente Ley, sin haberse encontrado obstáculo a la solicitud, o superado éste, el Registro ordenará que la misma sea anunciada mediante la publicación de un aviso en el Diario Oficial y en uno de los diarios de mayor circulación nacional, por tres veces, dentro de un plazo de quince días, a costa del interesado.

El aviso que se publique contendrá:

- a. El nombre, razón social o denominación del solicitante y su nacionalidad;
- b. El nombre del mandatario o representante legal, cuando lo hubiere;
- c. La fecha de la presentación de la solicitud;
- d. El número de la solicitud;
- e. La marca tal cómo se hubiera solicitado; y
- f. Indicación de la clase correspondiente.

El nombre no necesita registro, pero puede ser registrado cómo marca, en cuyo caso se le aplica el derecho marcario. El nombre o la designación debe ser inconfundible para lograr protección. La Corte Suprema ha dicho que no es posible extender el nombre de un local a un lugar alejado⁷ y que la ley no protege el uso potencial del nombre, si no el efectivo⁸. En ocasiones será necesario probar que tal nombre pertenece a un comerciante; o probar que no le pertenece, a fin de

⁷ CSJN, 26/2/65, ED, 12-694.

⁸ CSJN, 12/11/64, ED, 41-168, No. 306; CNFed, Sala II CivCom, 12/8/77, “carsson Hotel SRL c/Carlton Hotel”, ED, 81-373.

eximirse de laguna obligación. En esos, la prueba de la identidad o falta de identidad de un nombre puede realizarse con todos los medios de prueba, aun por presunciones si ellas son precisas y concordantes para formar convicción.

Artículo 15. (L.M.S.D).

6. CESE DEL NOMBRE COMERCIAL.

El nombre comercial está protegido con el derecho al uso exclusivo; si es nombre de fantasía, se pierde con la falta de mención del empresario en sus operaciones; si forma parte de un fondo de comercio, el cierre o transferencia de éste hace cesar el derecho sobre ese bien. El tiempo para adquirirlo y para perderlo es cuestión de hecho, que la justicia misma fijará en cada caso, tal cómo ocurre para reconocer la adquisición y el cese de la calidad comercial. En síntesis: la cesación del uso hace perder el derecho al nombre.⁹

⁹ CNFed, Sala II CivCom, 28/6/74, LL, 1975-D-410, 32.905-S; id., id., 12/8/77, “Carsson Hotel c/Carlton Hotel”, ED, 81-373.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

En consecuencia, para la protección y ejercicio de los derechos sobre los emblemas, se debe estar a lo dispuesto por la ley para los nombres comerciales.

CONCLUSIONES

1. Los nombres comerciales dentro del Derecho de Propiedad Industrial, es considerado cómo signo distintivo, por lo que en ejercicio de su función distintiva, se utilizan para distinguir e identificar a empresas o establecimientos comerciales, o bien actividades que sean del giro de éstos.
2. Aun cuando existen legislaciones que exigen el registro previo para la adquisición de los nombres comerciales, de acuerdo con el avance comercial y las regulaciones internaciones, los nombres comerciales se adquieren a través de su primer uso, lo cual les permite con mayor facilidad cumplir con su labor distintiva de empresas y establecimientos.
3. Los nombres comerciales se diferencian de las marcas, en que éstas se utilizan para identificar exclusivamente productos o servicios y se adquieren a través de su registro, mientras que los nombres comerciales se utilizan para identificar empresas o establecimientos y se adquieren con el primer uso.
4. Los nombres comerciales le confieren a su titular el derecho a su uso exclusivo y a identificar con él, su establecimiento o empresa; asimismo, le da el derecho de oponerse a que otros lo utilicen para empresas o

establecimientos de la mismo o similar industria y en una región determinada.

5. La Ley de Propiedad Industrial salvadoreña contiene normas adecuadas y suficientes para el ejercicio de los derechos derivados de los nombres comerciales, así cómo también contempla procedimientos tanto administrativos cómo judiciales que permiten la defensa de dichos derechos, por lo que la Propiedad Industrial constituye un marco jurídico adecuado para la protección de los nombres comerciales en El Salvador ajustándose a los Convenios Internacionales y a las necesidades actuales del desarrollo industrial y comercial".

RECOMENDACIONES:

1. La legislación Salvadoreña, protege, el nombre comercial, de la persona que primero lo inscribió, pero ello depende de la pronta y correcta inscripción en el Registro correspondiente.
2. Debe el titular de una empresa verificar si el nombre que pretende inscribir, no esta ya inscrito, para que en un posible registro no tenga problema alguno.
3. El nombre cómo tal debe reunir los requisitos necesarios para que pueda ser inscrito, por el titular de la empresa.
4. Los efectos varían según las distintas normas que ordenan las diversas inscripciones, por lo que el efecto más importante es la oponibilidad a terceros de las constancias que se registran es decir la publicidad del acto.
5. El nombre comercial es cesible, a una persona con nombre y apellido, o solamente este último, por lo que la designación debe ser inconfundible para lograr protección legal, y aunque el nombre no necesita registro puede ser registrado cómo marca al cual se le aplicara el derecho marcario.

BIBLIOGRAFÍA

- Luis Paricio Serrano. Catedrático de Derecho Mercantil, Escuela de Estudios Empresariales, Universidad Complutense de Madrid|
- Bertone, Luis Eduardo y Cabanellas de las Cuevas, Guillermo. Derecho de Marcas. Marcas, designaciones y nombres comerciales. Tomo I y II. Argentina. Editorial Heliasta S.R.L.
- Baylos Corroza, Hermenegildo. Tratado de Derecho Industrial. Propiedad Industrial, Propiedad Intelectual, Derecho de la Competencia Económica, Disciplina de la Competencia. Primera Edición. Madrid, España. Editorial Civitas, S.A. 1978
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual –OMPI-. Información General. Ginebra, 1990. OMPI.
- Pachón Muñoz, M. (1986). Protección de los Derechos de la Propiedad Industrial. Primera Edición . Bogotá, Colombia. Editorial Temis.
- Real Academia Española, Diccionario de la Lengua Española. Decimonovena Edición. Editorial Espasa-Calpe S.A. España, 1970.
- Semprini Andrea. El Marketing de la Marca. Una aproximación Semiótica. Primera Edición. Barcelona-Buenos Aires-México. Ediciones Piados. 1995.
- Ley de Marcas y otros Signos Distintivos.
- Código de Comercio Salvadoreño.
- Convenios Ratificados por El Salvador.

TOMO N° 322 , FECHA 7 de Enero de 1994.

Ciberbibliografía:

www.amchamsal.com/commerce/exports.es.hlm.10k.

- www.construmat.com/ing/pdf/listado.pdf
- www.goldservice.com.sv/esp7.html-16k
- www.salvador.edu.ar/va1-4-072-bar.htm-
95khttp://noticias.juridicas.com/base_datos/Privado/l17-2001.t1.html