

tando un servicio cualquiera emplea más capitales y utiliza el trabajo de mayor número de obreros.

Y con ocasión de ello recordemos las palabras que aparecen en las *Reales cédulas de erección y Ordenanzas de los tres Cuerpos de Comercio del Principado de Cataluña* (1), en cuyo proemio se dice: «Que para el establecimiento del Cuerpo de Comercio, o Magistrado, se había de formar una matrícula para la admisión de los sujetos, que se han de incluir en él, a cuyo fin han de tener las circunstancias siguientes: primera, que sean naturales de estos Reinos; segunda, que sean sujetos de buena fama y acreditada legalidad; tercera, que ejerzan actualmente el comercio en grueso y no en tienda abierta, y tenga caudal con que poderlo practicar, y que hayan de ser admitidos en cualquier tiempo a la expresada matrícula todos los que tuviesen estas circunstancias, sin limitación de número; bien entendido, que no por esto se excluye ni priva a ningún otro individuo de traficar o comerciar en grueso, o por menudo, aunque no estén incluidos en la matrícula, etcétera; y en el párrafo segundo de las mentadas Ordenanzas (1), al determinar las circunstancias que han de concurrir en las personas que han de formar parte de la comunidad, dice... «con tal asimismo que los bienes, que para ello tengan, ya sean raíces o ya de otra cualquier naturaleza apta para el comercio, asciendan a 100 y 50.000 reales de vellón, y con tal que el pretendiente no sea mercader con tienda abierta, y por menor, o corredor de lonja; pues deberá ejercer el comercio por mayor en almacén, o lonja cerrada, en letras de cambio, en introducción o extracción de géneros, o frutos, fomento de fábrica u otro semejante.» Bueno fuera que a semejanza de lo que dicha Real cédula dis-

(1) Reales cédulas de erección y Ordenanzas de los tres cuerpos de Comercio del Principado de Cataluña que residen en la ciudad de Barcelona con licencia.—Barcelona, Francisco Suriá, impresor, año de 1763.

(1) Aprobadas por Real cédula, fechada en el Pardo a 24 de Febrero de 1763.

pone, se estableciera en los Códigos de Comercio una división profunda, honda, radical, entre el gran comerciante, el naviero, el banquero, la aristocracia mercantil, que es la que sostiene el verdadero comercio y enriquece a las naciones, y esa clase que se llama el pequeño comercio, la revendeduría, compuesta de tenderos, que ninguna importancia tienen, desde el punto de vista en que nos colocamos, y que únicamente su existencia tiene interés por lo que respecta al Fisco.

El empresario, el concesionario, el contratista, el agiotista siempre tendrán el carácter legal de comerciantes, y así ha de consignarse en las leyes mercantiles para el efecto de quedar sometidos a éstas.

DERECHOS DE LOS COMERCIANTES

A) Elección de domicilio.

30.—Uno de los exponentes de la libertad en el ejercicio del comercio, es el de poder ejercerlo, en forma de comercio o de industria, en donde le parezca oportuno a la persona comerciante. Elegido el lugar de apertura de su establecimiento, y comenzado en él el ejercicio del comercio se dirá que en él radica *su domicilio*, si en él centraliza sus operaciones comerciales. Si el comerciante abriera al mismo tiempo diferentes establecimientos, se entiende para la ley que el lugar donde tuviera el principal establecimiento es el del domicilio del comerciante (art. 65 de la ley de Enjuiciamiento civil).

El comerciante o industrial puede con carácter oficial dar a conocer al público como establecimientos secundarios suyos otros establecidos ya en el mismo país o nación, ya en el extranjero. Estos establecimientos están íntimamente ligados con el establecimiento principal, que siguen las vicisitudes de su vida. Llámense *sucursales* o *filiales*, si tienen una importancia de negocio y de representación, como si se tratara de la matriz. Reciben el nombre de *agencias* si solamente se las

considera como avanzadas comerciales, sin el prestigio de la representación de una sucursal.

Tanto las sucursales como las agencias constituyen una sola cosa con el establecimiento principal, de manera que los créditos y deudas de una de ellas, son los créditos y deudas del establecimiento principal, sin que puedan escaparse a las vicisitudes que unas u otras experimenten en el curso de su existencia, y sin que los acreedores de unas puedan alegar privilegios que no tengan los acreedores de las otras, exceptuando el caso de tratarse de sucursales en el extranjero, cuyas leyes no pueden ser desconocidas ni quebrantadas por las del país de origen de la sucursal o agencia.

B) *Elección de nombre.*

31.—Es igualmente un derecho del comerciante el de elección de nombre comercial. Se entiende por nombre comercial el nombre, razón social o denominación bajo las cuales se da a conocer al público un establecimiento agrícola, fabril o mercantil (art. 33, ley de Propiedad industrial).

Generalmente, el nombre corresponde al apellido o al nombre y al apellido juntamente del comerciante. Aunque la ley no lo dice, es consentido el usar un nombre abreviado o una conjunción de nombres, o el uso de la inicial del nombre seguida del apellido, debiendo recomendarse que una vez adoptado no se altere, evitándose así la desorientación que causa semejante cambio en la vida comercial.

La ley española no impide que el comerciante pueda anunciarse anteponiendo o posponiendo la filiación o descendencia de otro comerciante. Tales son las expresiones *Hijo de, Sobrino de, Nieto de, Sucesor de...*; pero tal uso debe adoptarse únicamente cuando no pueda dar lugar a equívocos o confusiones con otras personas, a las que cabría el derecho de exigir la oportuna modificación.

Se autoriza también el uso de un calificativo apropiado al objetivo de un negocio, por ejemplo, en el de modas el usar *El Buen Gusto*, en cuyo caso, conseguido por el comerciante o industrial mediante el uso

continuado de tal calificativo, una clientela y una reputación, se consiente su uso aun por sus herederos, en cuanto se considera que forma parte integrante del negocio mercantil heredado, y cuya prohibición de usarlo podría perjudicar gravemente al mismo. Este nombre mercantil puede cederse, enajenarse, venderse, etc. En cambio, el nombre propio no puede ser objeto de cesión ni venta, por impedirlo, en primer lugar, la ley civil, y en segundo lugar, por las confusiones que acarrearía al público. Por esta razón también quien vea usar a otra persona su nombre comercial, puede perseguirla por usurpación de nombre, y pedirle la indemnización de daños y perjuicios correspondiente, y si ocurriera que dos comerciantes llevaran iguales nombres y apellidos, el más antiguo en el comercio podría acudir a los Tribunales para que obligaran al más moderno a usar de una diferenciación que impidiera todo equívoco.

32.—Digamos algo del *anuncio*, la *circular*, la *etiqueta* y otras manifestaciones de la personalidad mercantil. El anuncio es una manifestación de la persona con indicación del local y de los negocios a que se dedica el comerciante, productos que expende el industrial o servicios que presta la empresa anunciante; pero no sólo es una manifestación, es un verdadero *cuasi-contrato* con el público, en términos que si los productos no son como el anuncio expresa, o los servicios tal como se anuncian, hay un verdadero engaño y debe sufrir el anunciante todas las consecuencias del que obra con dolo, y debe abonar los daños y perjuicios que ocasione con su falta de lealtad, su engaño o su concurrencia desleal. El *catálogo* y el *muestrario* son una especie de anuncio y constituyen una propiedad comercial e industrial, cuya imitación o defraudación deben castigar las leyes.

Otra de las manifestaciones más importantes de la personalidad mercantil, es la *circular*. Es un anuncio, pero dirigido a persona determinada o personas fijas y conocidas. Suelen participarse en las *circulares* los actos más trascendentales de la vida comercial, tales como constitución, o modificación o extinción de una

sociedad, fundación de una casa de comercio, cesación en los negocios, haberse hecho cargo del activo y pasivo, conferir poderes a un factor, retirarle los poderes, etcétera. Suele tener la forma de carta, y es un comprobante de la firma social en los casos en que se indica, la persona que tendrá el uso de la firma, y se estampa al pie de la misma para conocimiento de los caracteres y forma de ella. Constituye una obligación para con el tercero, con el público en general, y los compromisos que la circular contiene deben cumplirse teniendo fuerza de obligar. Así el que firma una circular manifestando haberse hecho cargo del activo y pasivo de una casa, por el solo hecho de lanzarla al público contrae con éste, y, por lo tanto, con todas las personas que tienen interés en los asuntos de la casa, la obligación de pagar las deudas, y el derecho que esto crea puede invocarlo en su favor cualquiera que tenga algún interés en los asuntos mercantiles de la casa.

Por la importancia que tienen los actos a que se refieren, debería ser obligatorio el envío de cada circular que se expida al Registro mercantil y la anotación en él de su contenido.

33.—La *etiqueta* (de *Stikken*, fijar, clavar, adherir) es un distintivo que se adhiere a los géneros que expide el comerciante o fabricante indicando algunos atributos, circunstancias o condiciones de los mismos géneros, pero expresando casi siempre el nombre del comerciante. Hay error en los contratos mercantiles, cuando la etiqueta marca o indica una calidad, peso, medida o circunstancia, y en realidad no resulta que exista o reúna el género dichos requisitos. También indica la etiqueta la procedencia de la mercancía, y, por lo tanto, constituirá una usurpación o defraudación un cambio de etiquetas, y se realiza un acto de concurrencia desleal el hecho de adherir a géneros análogos etiquetas semejantes o parecidas.

34.—El *rótulo* es un anuncio en sitio público que hace referencia a un local en donde reside el comerciante o industrial, cuyo nombre se expresa en el mis-

mo. A falta de otras señas e indicaciones, se entenderá que el domicilio legal y habitual del comerciante es aquel que aparece en los rótulos expuestos al público.

35.—En cuanto a la *firma*, suele consistir en el nombre de una persona o de una razón social seguida de la rúbrica. La firma es la manifestación de la personalidad, y, por lo tanto, cuando el que la usa está autorizado para ello, no hay duda de que obliga a la personalidad o entidad que la puso, o a quien representare ésta. Debería consignarse en el Código de Comercio que tiene derecho a usar la firma de un establecimiento, empresa o entidad comercial, toda persona a quien se hubieren conferido poderes o a quien se hubiere otorgado esta facultad, siempre que a este hecho se hubiere dado publicidad, bastando al efecto una sencilla circular de la cual se hubiere tomado nota en el Registro mercantil. Además, los mancebos y dependientes de comercio, los representantes y viajantes han de reputarse autorizados para cobrar el importe de las ventas que hicieren, y poder firmar los recibos, sin necesidad de poderes notariales, siempre que los expidan a nombre de sus principales.

36.—Otra de las manifestaciones de la personalidad mercantil es el *sello*. Es un signo convencional que contiene el nombre de la persona que lo usa, con algún aditamento, como la fecha, el lugar, la clase de negocio, comercio o industria a que se dedica, etc., etc. Acostumbra a ponerse en todos los documentos en que interviene el comerciante, como letras, pagarés, facturas, etc., etc., y es señal inequívoca de que el comerciante o entidad a que el sello se refiere ha intervenido en la operación a que el documento alude. Cuando se aplica a las facturas o albaranes, o notas de entrega de géneros, etc., etc., es señal de conformidad con lo que estos documentos expresan, y lo propio podemos decir con referencia a cualquier título o papel comercial, como correspondencia, talones, resguardos, etcétera, etcétera. Debería consignarse en las leyes mercantiles adjetivas, que, reconocido el sello por persona que tenga el uso de la firma, queda preparada la ejecución.