



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

FACULTAD DE DERECHO

PROGRAMA DEL CURSO

DE-4003 DERECHO COMERCIAL I

MODALIDAD VIRTUAL

Requisito del Curso: DE-3008

Nivel de la Carrera: IV año

Créditos: 2

Horario de atención estudiantil:

A convenir con cada docente

DOCENTES

Sede Occidente: MASTER María Isabel Rodríguez Herrera

Correo institucional: maria.rodriquezherrera@ucr.ac.cr

Correo personal: isarhlic@yahoo.com

Teléfono: 83303278

Tabla de contenido

Misión Facultad De Derecho	2
Visión de la Facultad de Derecho	2
Descripción y Justificación	2
Objetivos Generales.....	3
Objetivos Específicos	3
Contenido Del Programa del Curso	4
1) Delimitación del Derecho Comercial y Fuentes Del Derecho Comercial	4
2) Acto de Comercio	4
3) El Comerciante	5
4) La Empresa Individual de Responsabilidad Limitada	6
5) Auxiliares Mercantiles y Del comerciante	6
6) La Empresa	7



7) El consumidor.....	7
8) La marca, nombres comerciales y patentes de invención	8
9) Competencia Desleal	9
Metodología Virtual del Curso	9
1) Herramientas Tecnológicas.....	9
2) Fechas de Ciclo Lectivo	9
3) Evaluación del Curso	9
3) Cronograma semanal de contenidos del curso	10
4) Implementación de clases virtuales, prácticas y entrega de evaluaciones	¡Error! Marcador no
Bibliografía Obligatoria	11
Bibliografía Complementaria	11

Misión Facultad De Derecho

La Facultad de Derecho de la Universidad de Costa Rica tiene como misión ofrecer a los y las estudiantes una formación académica sólida, sustentada en la enseñanza del Derecho desde una perspectiva humanista y jurídica, comprometida con el desarrollo sostenible, el progreso social, económico y político del país. Esta formación permite no solo estimular un alto rendimiento académico en la docencia, investigación y acción social, sino un posicionamiento, que permite promover la competencia tanto a nivel nacional como internacional, en un mundo cada vez más exigente y globalizado.

Visión de la Facultad de Derecho

La Facultad de Derecho asume el compromiso de un desarrollo educativo con proyección internacional y en la realidad de las Ciencias Sociales, para ofrecer a la sociedad una calificada preparación académica de sus graduandos, con el mejoramiento del proceso enseñanza –aprendizaje, se produce una óptima integración para lograr, con mayor eficiencia y eficacia, la aplicación de las ciencias jurídicas de corte humanista, cuyos conocimientos, habilidades y destrezas jurídicas sean aplicadas en el ámbito económico, político y social; como profesionales humanistas, críticos y con capacidad transformadora de la realidad coyuntural del país

Descripción y Justificación

El curso de Derecho Comercial I tiene como propósito general introducir al estudiante en todo el mundo del Derecho Comercial, desde la parte histórica hasta los nuevos institutos, tomando de vital importancia la realidad nacional y



actual del cambiante de esta rama del derecho. Tal y como lo expresa el profesor Garrigues:

“la historicidad” del Derecho mercantil significa que su separación del Derecho civil no es un hecho permanente, e implica, además, que surge como Derecho especial para satisfacer concretamente exigencias de la realidad económica. Exigencias que, a parte de un momento histórico determinado, no fueron debidamente atendidas por el Derecho civil”.

Objetivos Generales

- A) Dominar en términos conceptuales las principales Instituciones del Derecho Comercial.
- B) Analizar y aplicar correctamente la terminología propia de esta rama del Derecho a la luz de la Doctrina, Legislación y Jurisprudencia.
- C) Identificar y aplicar correctamente las fuentes del Derecho Comercial y en específico a cada Institución que estudiaremos.
- D) Desarrollar una actitud crítica con relación a las nuevas tendencias del Derecho Comercial.
- E) Desarrollar y comprender los principios de protección de los Derechos de Propiedad Intelectual e Industrial.

Objetivos Específicos

- A. Definir y conocer el origen y desarrollo del Derecho Comercial desde sus orígenes hasta la actualidad.
- B. Analizar críticamente las fuentes del Derecho Comercial tanto formales como materiales y, las nuevas formas de creación del Derecho Comercial.
- C. Conocer la Teoría de la Empresa y su diferencia con el Derecho Comercial de los actos de comercio.
- D. Conocer la Teoría de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada y de los Auxiliares del Comercio y del Comerciante
- E. Conocer y aplicar correctamente la Teoría y la normativa del Consumidor y de la Competencia
- F. Conocer y aplicar los principios y normativa del Derecho Industrial, su diferencia con el Derecho de Autoral y de la Competencia Desleal



Contenido Del Programa del Curso

1) Delimitación del Derecho Comercial y Fuentes Del Derecho Comercial

Los Temas 1° y 2° introducen al y la estudiante en la teoría del Derecho mercantil como disciplina autónoma del Derecho común (Derecho Civil) lo cual constituye una categoría histórica. Esta naturaleza especial, deviene de la circunstancia de que el Derecho mercantil como disciplina autónoma se produce en un momento histórico determinado; su nacimiento se da dentro del contexto del Derecho Privado junto al Derecho Civil y por las circunstancias de la actividad económica del hombre, el contenido actual del Derecho mercantil está estrechamente ligado a factores económicos y políticos relevantes lo que viene a determinar su “*relatividad*” propio de su contenido.

En cuando a las fuentes del Derecho mercantil, si bien existe un conjunto robusto de normas jurídicas en el ámbito privado al comerciante individual y colectivo, se estudiará la importancia de los usos y costumbres mercantiles, la jerarquía propia de estas fuentes y frente al Derecho común, así como las tendencias actuales producto de la globalización.

A) Delimitación:

- a) Derecho Romano
- b) Surgimiento del Derecho Comercial en la Edad Media
- c) Origen, concepto y desarrollo del Derecho mercantil como categoría histórica
- d) Codificación Napoleónica.
- e) Desarrollo histórico y normativo del Derecho Comercial en Costa Rica.

B) Fuentes:

- a) Fuentes del Derecho Comercial
- b) La ley mercantil
- c) Los Usos y costumbres mercantiles: evolución, uso interpretativo, uso normativo.
- d) Interpretación de la costumbre y de los usos mercantiles en Costa Rica.
- e) Análisis crítico sobre el orden de las Fuentes del Derecho Comercial: artículo 2 del Código de Comercio y una posible antinomia en caso de prevalecer los usos y costumbres como segunda fuente de Derecho mercantil.
- f) La Nueva Lex Mercatoria como fuente material del Derecho Mercantil.
- g) Internacionalidad y tendencia a la uniformidad del Derecho Mercantil.

2) Acto de Comercio

Nuestro Código de Comercio desarrolla la Teoría de los Actos de Comercio, tendencia histórica ya superada tanto por la Teoría como por la nueva



normativa moderna, que, sin embargo, se debe estudiar toda vez que es una normativa vigente, así como a los sistemas predominante subjetivos u objetivos para poder comprender la modernidad sobre los sistemas actuales de Derecho mercantil

- A) Concepto; el acto de comercio como elemento delimitador de la materia comercial .
- B) Teoría subjetiva del Derecho Comercial, evolución histórica.
- C) Teoría objetiva del Derecho Comercial, evolución histórica, clasificación desde el punto de vista objetivo: por su naturaleza, actos de comercio objetivos propiamente dichos, por accesoriedad, mixtos. Actos relativamente objetivos en el Código de Comercio.
- D) El acto de comercio en el Código de Comercio; distinción por sus elementos: sujeto, objeto, causa, forma, actos de comercio absolutamente mercantiles, relativamente mercantiles, actos mixtos, actos accesorios, acto de comercio y actividad económica empresarial.

3) El Comerciante

El Artículo 5° del Código de Comercio define de forma general al comerciante como:

las personas con capacidad jurídica que ejerzan en nombre propio actos de comercio, haciendo de ello su ocupación habitual”. Pese a ser un concepto ya superado por el Derecho mercantil moderno, se debe estudiar los efectos jurídicos que, este concepto subjetivo, tiene sobre ciertos actos y quien los realiza: son realizados por comerciantes y aquellos presuntamente mercantiles.

También, se analizarán las obligaciones pertinentes de los comerciantes, las prohibiciones, los efectos jurídicos con relación a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor y los aspectos de capacidad de quienes ejercen esta actividad.

- A) Concepto de comerciante.
- B) Efectos de los actos y contratos realizados por comerciantes
- C) Análisis del Artículo 5° del Código de Comercio sobre el comerciante; Concepto de Comerciante en la Ley N° 7472 de la Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor
- D) Elementos calificadores del comerciante: capacidad jurídica, realizar actos de comercio (contratos de comercio) en nombre propio, ocupación habitual (profesionalidad)
- E) Comercio ejercido por menores de edad, extranjeros e incapaces; criterios de distinción.
- F) Prohibiciones para ejercer el comercio en Costa Rica.



- G) Obligaciones comunes a quienes ejercen el comercio en Costa Rica conforme al Código de Comercio y a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor.
- H) De la contabilidad y de la correspondencia comercial.

4) La Empresa Individual de Responsabilidad Limitada

El Libro I, Título I, Capítulo 2° del Código de Comercio, desarrolla la figura de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, que, si bien no tiene un uso generalizado similar a las sociedades de capital en Costa Rica, requiere de su análisis para entender los aspectos diferenciadores frente al comerciante individual, y la responsabilidad de que su uso acarrea. Es una entidad comercial interesante que podría servir válidamente como opción ante los crecientes requisitos y controles que actualmente sufren las sociedades de capital en Costa Rica.

- A) Concepto
- B) Constitución
- C) Administración
- D) Responsabilidad personal del gerente condenado por quiebra fraudulenta o culpable
- E) Efectos tributarios sobre el impuesto de renta del propietario

5) Auxiliares Mercantiles y Del comerciante

La actividad comercial es compleja, intensa en sus relaciones operativas y la masificación moderna del tráfico económico, son circunstancias que obligan a los empresarios (comerciantes) mercantiles (individuales y sociales) a solicitar la colaboración de un gran número de personas, que directa o indirectamente, les auxilien en la explotación de su empresa y en la prestación de su actividad de mediación o de producción en el mercado (Broseta Pont).

La generalidad de las intervenciones de terceras personas en las operaciones comerciales de los comerciantes individuales o sociales, generan una serie de relaciones jurídicas que afectan tanto las obligaciones como las regulaciones de los consumidores.

- A) Distinción entre auxiliares mercantiles y del comerciante.
- B) El comisionista: concepto, representación directa, representación indirecta, derechos y obligaciones, diferencia con otros auxiliares.
- C) El corredor jurado: concepto, derechos y obligaciones, diferencia con otros auxiliares.
- D) El factor: concepto, derechos y obligaciones, diferencia con otros auxiliares.



- E) El porteador: concepto, derechos y obligaciones, contrato, ¿por qué no podría considerarse un auxiliar del comerciante?, diferencia con otros auxiliares.
- F) El representante de casas extranjeras: concepto, derechos y obligaciones, contrato, normativa especial, jurisprudencia nacional, normativa, diferencia con otros auxiliares.
- G) Otros auxiliares mercantiles y del comerciante.

6) La Empresa

Habiendo superado la Teoría del comerciante y de los actos de comercio, el primer Curso de Derecho Comercial se enfoca ahora en el estudio de la empresa, que de forma sistemática ha sido desarrollada por el Derecho mercantil y por la legislación moderna, la cual ha unido en un solo cuerpo normativo, tanto la teoría de las obligaciones civiles como las mercantiles, creando esta entidad como medio para ejercer las libertades económicas de producción e intermediación de bienes y servicios en el mercado, a través de un sistema de organización del ejercicio profesional de la actividad económica en el mercado.

Sobre la base de la teoría italiana de la empresa, se estudiará al empresario, la empresa y sus perfiles, y el traspaso del establecimiento comercial en Costa Rica

- A) Concepto de la empresa y del empresario, desarrollo de la teoría de la empresa
- B) Diferencia entre el comerciante y el empresario
- C) Diferentes clases de empresas: comercial, agraria, industrial, servicios
- D) Perfiles de la empresa; empresa fenómeno jurídico poliédrico
 - a) perfil funcional (actividad)
 - b) perfil objetivo: tutela jurídica, la hacienda y el traspaso, avivamiento (Italia), derecho de llave en Costa Rica
 - c) perfil subjetivo
 - d) perfil corporativo
- E) Traspaso del establecimiento comercial en Costa Rica; requisitos, nulidad del contrato, efectos frente a terceros

7) El consumidor

Reza el Artículo 1° de la Ley 7472, Ley de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor que (su) objetivo es proteger, efectivamente, los derechos y los intereses legítimos del consumidor, la tutela y la promoción del proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención, la prohibición de monopolios, las prácticas monopolísticas y otras restricciones al funcionamiento eficiente del mercado y la eliminación de las regulaciones innecesarias para las actividades económicas.



De aquí la importancia de al menos, comprender los aspectos generales que involucran tanto al comerciante como al consumidor desde la perspectiva de esta normativa, la cual, sin ser materia comercial, cruza transversalmente el Derecho mercantil.

- A) Concepto. Informe de la Procuraduría General de la República y posición de los tribunales y la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia.
- B) La tutela jurídica del consumidor. Derechos del consumidor (derecho al acto de consumo, derecho a libertar de elección, derecho a un trato equitativo y digno, derecho a la educación para el consumo, derecho a la salud, la seguridad y el ambiente, derecho a la información, derecho a la protección de los intereses económicos y sociales, derecho a organizarse y participar en la toma de decisiones de su interés, derecho al asesoramiento y a la asistencia, y derecho a la justicia).
- C) La relación de consumo. Referencia al curso de Contratos Mercantiles Modernos.
- D) La responsabilidad frente al consumidor.
- E) La Comisión Nacional del Consumidor. Potestades. Procedimiento. Sanciones.
- F) Generalidades sobre la competencia.

8) La marca, nombres comerciales y patentes de invención

Este es un tema introductorio al derecho de las propiedades especiales principalmente enfocado en el Derecho de Propiedad Industrial y de protección de las invenciones y de los derechos de propiedad cuyos inventores ostentan de explotación exclusiva de la innovación y su protección.

El conocimiento humano ha generado en la sociedad, el crecimiento económico y social basado en la innovación sin importar el ambiente técnico o industrial, su utilidad o su función económica.

La novedad inventiva, y los requisitos de registración impulsan la sociedad moderna por lo que su conocimiento a través de la protección del Derecho resulta de importancia en nuestra materia tanto a nivel internacional como a través de la normativa interna

- A) Concepto de Propiedad Industrial y Propiedad Autoral.
- B) Concepto, clases, efectos jurídicos, registro, extinción
- C) Diferencia entre la marca y el nombre comercial
- D) Regulación mediante Convenios internacionales
- E) Legislación nacional, incluida la Ley de Observancias, Registro de marcas, nombre comercial y patentes de invención en Costa Rica



9) Competencia Desleal

La actividad mercantil debe diferenciarse para de esta forma, competir dentro de un mercado de oferta y demanda. A estos elementos diferenciadores se les conoce como los

“distintivos” del comerciante. Son símbolos gráficos, sonoros, visuales, olfativos, etc. que permiten esa identidad propia para competir e identificar a los comerciantes y empresarios y, a sus productos.

Sin embargo, en el mercado se producen actos de competencia desleal que atentan contra la propiedad de estos signos distintivos con la intención de sesgar a los consumidores de forma ilegal en sus decisiones de consumo, causando grandes perjuicios para los titulares de estos derechos.

- A) Los Distintivos del comerciante y la protección jurídica
- B) Concepto, evolución histórica de la regulación (Modelo paleo liberal, modelo profesional y modelo social)
- C) Clasificación de los actos de competencia desleal. Procedimiento administrativo y proceso judicial.
- D) Efectos y procedimientos contra la competencia desleal en Costa Rica
- E) Convenios internacionales de protección
- F) Ley de Observancias y la forma de protección: judicial (civil y penal), administrativa, medidas cautelares.

Metodología Virtual del Curso

1) Herramientas Tecnológicas

- Las lecciones serán brindadas al estudiante por medio de la plataforma oficial de la Universidad de Costa Rica “METICS” y licencias ZOOM.
- Comunicación con los estudiantes de manera directa: Correo institucional.
- Otras plataformas como medio de apoyo: WhatsApp.

2) Fechas de Ciclo Lectivo

- Inicio: lunes 28 de MARZO.
- Finalización de lecciones: 23 de julio
- Exámenes finales: 26 de julio al 31 de julio .

3) Evaluación del Curso

La evaluación de base consiste en trabajos a entregar cada semana en clases VIRTUALES O presenciales con un valor porcentual de 40 %, un examen parcial con un valor de 25 % y un final de un 35 %



La evaluación propuesta por el profesor siempre deberá cumplir los requisitos de la normativa universitaria y deberá promover que se alcancen los objetivos del curso y se desarrollen los contenidos del Programa.

Sobre el trabajo de investigación:

- El trabajo de investigación se regirá por las formalidades que exige la Facultad de Derecho para TFG.
- Citas bibliográficas: Formato Chicago.
- **La cámara deberá estar encendida en las exposiciones, a fin de comprobar la identidad de los y las estudiantes durante toda la evaluación (ambos días).**
- Los temas de investigación son: cualquiera de los temas establecidos en el Programa para el Curso de Comercial I.

3) Cronograma semanal de contenidos del curso

FECHAS PARA TOMAR EN CUENTA

SEMANA SANTA: DEL DOMINGO 10 DE ABRIL AL 16 DE ABRIL DEL AÑO 2022 (COMPLETAMENTE LIBRE)

SEMANA UNIVERSITARIA: DEL DOMINGO 24 DE ABRIL AL 30 DE ABRIL (NO SE HACEN EVALUACIONES)

Actividad	Fecha
Entrega programa del curso presencial 1 DE ABRIL	Semana 1
Delimitación del Derecho Comercial Fuentes del Derecho Comercial TEMA ACTUAL	Semana 2 y 3
Acto de comercio Y TEMA ACTUAL	Semana 4 Y 5
El Comerciante Y TEMA ACTUAL	Semana 6 Y 7
Auxiliares mercantiles y del comerciante. Y TEMA ACTUAL	Semana 7 Y 8
La Empresa Individual de Responsabilidad Limitada Y TEMA ACTUAL	Semana 9
La empresa Y TEMA ACTUAL	Semana 10 y 11
Examen Parcial PRESENSIAL	Semana 12
El Consumidor Y TEMA ACTUAL	Semana 13
La marca, nombre comercial y patentes de invención Y TEMA ACTUAL	Semana 14



ANALISIS EN CLASE DE UN CASO REAL CLASE PRESENCIAL	Semana 15
Examen Final PRESENCIAL	Semana 16

Bibliografía Obligatoria

Certad Maroto, Gastón. Temas de Derecho Comercial, Editorial Juritexto, 1998

Kookchyk, Boris, Octavio Torrealba, Curso de derecho mercantil, Editorial Lehmann, San José, 1974.

Mora Rojas Fernando, Introducción al derecho comercial, Editorial Juritexto, San José,

2003

Bibliografía Complementaria

Asquini Alberto, perfiles de la empresa, materiales en la fotocopidora. Barrera Graf Jorge, Instituciones de derecho mercantil, 2ª edición, Porrúa, México.



Bercovitz Rodriguez Cano Alberto, notas sobre el origen histórico del derecho mercantil; en Estudios Jurídicos en homenaje a Joaquín Garriguez, tomo primero Tecnos Madrid. 1971 p 1

Borseta Pont Manuel de Derecho Mercantil, Tecnos, Madrid 1972.

Certad Maroto Gastón, temas de Derecho Comercial 1ª edición Colegium Academicum, San José 1983.

De J. Tena Felipe, Derecho mercantil mexicano, 16ª edición Porrúa México 1996.

Ferrara (hijo) Francisco, Empresarios y sociedades, revista de Derecho Privado.

Fornies Baigorri Ascensión, Fuentes del Derecho Mercantil, confederación Española de Caja de Ahorro Madrid 1971.

Garriguez Joaquín, Curso de derecho mercantil, 7ª edición, imprenta Aguirre, Madrid, 1976. Tomo I

Gutierrez Falla Laureano, Derecho Mercantil, La empresa, ASTREA, Buenos Aires, 1985.

La Pera Sergio, Cuestiones de derecho comercial moderno, Astrea, 1979.

Mantilla Molina Roberto, Derecho mercantil, 29 edición, Porrúa, México, 1998.

Mora Rojas Fernando, Institor Factor como alter nos económico del empresario, Revista de Ciencias Jurídicas Nº 26, Talleres Gráficos de Trejos Hnos., San Privado Madrid, 1948.

Rehme Paul Historia Universal del Derecho Mercantil, Revista de Derecho Privado, Madrid 1941.

José, 1975.

Mora Rojas Fernando, Los agentes auxiliares en la ley costarricense. Revista de Ciencias

Jurídicas Nº 10, Imprenta Antonio Lehmann, San José, 1967, p 161. Morelli C.

Francisco, Concepto de derecho mercantil, Revista de Ciencias Jurídicas Nº 2, , Imprenta Antonio Lehmann, San José, p 13, Noviembre 1963.

Mossa Lorenzo, Historia del Derecho Mercantil en los siglos XIX y XX. Revista de Derecho

Rocco Alfredo, Principios del Derecho Mercantil, Editora Nacional, México DF, 1996.



Rodriguez Rodriguez Joaquín, Derecho Mercantil, 11ª edición, Porrúa, México, 1974.