

“EFECTOS JURÍDICOS DE LA COMUNICACIÓN EMPRESA - CLIENTE EN EL DERECHO ROMANO CLÁSICO”.

Prf. Dr. Titular Guillermo Suárez Blázquez
Facultad de Derecho, Universidad de Vigo

SUMARIO

A. Introducción. 1. Comunicación de la empresa de responsabilidad ilimitada con sus clientes. 2. Comunicación del cliente con la empresa de responsabilidad limitada.

Resumen.

La comunicación directivo – cliente es un elemento jurídico, tutelado por el derecho romano clásico, que puede determinar la futura imputación y el alcance de la responsabilidad civil del empresario - dueño en las relaciones comerciales.

Key Words.

- Communications, Management Corporation, Contracts, Debts, Damages.

A. Introducción.

Este artículo tiene por objeto demostrar que la comunicación verbal y escrita de los terceros –clientes y proveedores - con las empresas producía efectos jurídicos de diversa índole en la Roma clásica. Desde finales de la República, los pretores tutelaron mediante sus Edictos la comunicación verbal y escrita que tenía por objeto el desarrollo de los contratos y de los negocios en el tráfico mercantil del imperio. Los clientes tenían que investigar y recabar numerosos datos en las relaciones de comercio: status del directivo contratante, a nombre de quién se obliga o se realizaba el contrato – empresario dueño, peculio – legitimidad del nombramiento del directivo o del factor de comercio – etc. *La comunicación empresa – cliente fue una institución jurídica que ayudó a fijar la futura imputación y el alcance de la responsabilidad civil.* La jurisprudencia clásica prestó especial atención a los fraudes de empresarios y directivos que comunicaban datos falsos a los clientes¹, y advirtió que muchos contratos y negocios quedaban fuera del alcance de la responsabilidad de los empresarios – dueños: **“non tamen omne, quod cum institore geritur, obligat eum, qui preposuit”**,² (no

¹ D. 14, 1, 1, 5. D. 14, 3, 2 -12.

² D. 14, 3, 5, 11

todo lo que se haya negociado con el factor de comercio obliga al que lo nombró). Por ello debemos distinguir:

1) **Comunicación de la empresa de responsabilidad ilimitada³ con sus clientes.** La empresa de responsabilidad ilimitada es aquella en la que el emprendedor responde con todos sus bienes – patrimonio privado y patrimonio aportado a la empresa – de las insolvencias y de las deudas frente a sus clientes. Los pretores y la jurisprudencia otorgaron eficacia jurídica a la **praepositio** como mecanismo jurídico regulador de las competencias que otorgaba la empresa a su directivo en sus relaciones con el cliente. El empresario – dueño encomendaba en su nombre competencias específicas y detalladas a sus directivos, artífices, comerciales o factores de comercio.⁴ Cada miembro de la empresa tenía que cumplir exclusivamente la función o funciones comerciales y mercantiles asignadas en sus relaciones con los clientes. No podían llegar a acuerdos o realizar contratos que excediesen del campo de competencias autorizado por el dueño. En el supuesto de vulneración de este principio, el empresario – dueño no era responsable civil de los contratos y de los negocios realizados por su directivo o factor comercial. En este marco jurídico, se comprende que la comunicación verbal y escrita de la empresa y sus equipos humanos con los clientes fuera decisiva para ambas partes, pues de ella nacían efectos jurídicos fundamentales: el nombre del empresario dueño que se obliga por los contratos, la imputación y el alcance de la responsabilidad civil y penal, la responsabilidad objetiva, la responsabilidad contractual y la responsabilidad extracontractual, etc. **ULPIANO** confirma el vigor de las tesis propuestas en la empresa terrestre y en la empresa marítima de su tiempo.

- a. En relación a la primera, el jurista manifiesta que “**non tamen omne, quod cum institore geritur, obligat eum, qui praeposuit, sed ita, si eius rei gratia, cui praepositus fuerit, contractum est, id est DUNTAXAT AD ID, QUOD EUM PRAEPOSUIT**”⁵, (pero no todo lo que se trata con el factor de comercio, obliga al empresario que lo puso al frente, sino de este modo, sólo en el límite de las competencias autorizadas para las que fue puesto al frente).
- b. De la misma forma, en relación a las empresa marítimas, el jurista nos informa de la validez del principio: “**IGITUR PRAEPOSITIO CERTAM LEGEM DAT CONTRAHENTIBUS; quare si eum praeposuit navi ad hoc solum, ut vecturas exigat, non ut locet, quod forte ipse locaverat, non tenebitur exercitor, si magister locaverit; vel si ad locandum tantum, non ad exigendum, idem erit dicendum; aut si ad hoc, ut vectoribus locet, non ut mercibus**

³ **SERRAO F**, “*IMPRESA E RESPONSABILITÀ A ROMA NELL’ETÀ COMMERCIALE*”, Pacini Editore, p. 24 – 27. **SUAREZ BLAZQUEZ G**, “*Dirección y Administración de empresas en Roma*”, U. Vigo, Ourense, 2001, p. 85 s **CERAMI P. ALDO PETRUCCI**, “*Lezioni di diritto commerciale romano*”, Giappichelli Editore, Torino, 2002 p.41 ss.

⁴ **D. 14, 1, 1, 7: “SED EIUS REI NOMINE, CUIUS IBI PRAEPOSITUS FUERIT”.**

⁵ **D. 14, 3, 5, 11**

navem praestet, vel contra modus egressum non obligabit exercitorem”⁶, (así pues, el nombramiento al frente de la empresa da una ley cierta a los contratantes, por lo cual si el armador puso al frente al capitán, para esto solo, para que cobre los fletes, no para que dé en arrendamiento el buque, si acaso aquél ya lo había arrendado, no quedará obligado el armador; o si el armador solo permitió el arriendo del buque pero no permitió el cobro, se habrá de decir lo mismo; o si para que arriende a los viajeros las plazas del pasaje, pero no para que lo arriende para el transporte de mercancías),

En ambos supuestos, la comunicación verbal directivo - cliente era importantísima porque intentaba determinar la licitud del negocio y garantizar la seguridad jurídica y la buena fe de los contratos realizados. El cliente debía preguntar siempre al directivo su condición, qué nombramiento empresarial le legitimaba, si estaba autorizado para llevar a cabo el negocio o el contrato que deseaba realizar y si se comprendía en el marco de sus competencias. El cliente debía averiguar si el negocio se realizaba con la autorización del padre o el dueño, (**GAYO Inst.4, 74**). El directivo, o el factor comercial de la empresa tenían que informar verbalmente de estos extremos y de todas aquellas cuestiones y detalles que les solicitasen sus clientes. Esta comunicación verbal entre las partes debía estar dominada por la buena fe. Los tratos y las deliberaciones debían ser tranquilos, pacientes, limpios y claros. De ellos dependían multitud de efectos jurídicos que el derecho romano amparaba, tutelaba e imputaba a las partes: empresas y clientes.

- c. El jurista **ULPIANO** nos informa que uno de los motivos principales por lo que el Pretor creó el Edicto de la Acción **Exercitoria** fue la frecuente imposibilidad material de realizar una comunicación verbal tranquila y fluida, por razones del lugar o del tiempo, entre los directivos del buque y sus clientes. Los clientes de las empresas marítimas, subyugados por la necesidad urgente de navegar – **propter navigandi necessitatem** -, no gozaban del tiempo suficiente para deliberar con el armador o el capitán del buque. No había tranquilidad para obtener información sobre la condición del directivo de la empresa. En otras ocasiones, el lugar o el tiempo no permitían a los clientes obtener una información clara y veraz sobre cuántas y cuáles eran el número de competencias de las que gozaba autorización el directivo: **“utilitatem huius Edicti patere, nemo est, qui ignoret; nam quum interdum ignari, cuius sint conditionis vel quales, cum magistris propter navigandi necessitatem contrahamus, aequum fuit, eum, qui magistrum navi imposuit, teneri, ut tenetur, qui institorem tabernae vel negocio praeposuit; quum sit maior necessitas contrahendi cum magistro, quam institore, quippe res patitur, ut de condicione quis institoris discipiat, et sic contahat, in navis magistro non ita, nam interdum locus, tempus non patitur plenius deliberandi consilium”⁷**, (no hay nadie que ignore la utilidad de este Edicto; porque a veces, por la

⁶ D. 14, 1, 1, 12

⁷ D. 14, 1, 1

necesidad de navegar contratamos con los capitanes de los buques, ignorando de qué condición ó quiénes sean, fue justo que el que nombró capitán para el buque se obligara, como se obliga al que puso al frente de un local comercial, o de un negocio, pues el caso permite que cualquier cliente se informe de la condición del factor de comercio, y de este modo contrate, pero no así respecto del capitán del buque, porque a veces el lugar y el tiempo no permiten deliberar plenamente).

En numerosas ocasiones, los buques estaban compuestos por capitanes y marineros de otras naciones. Los clientes, ciudadanos romanos y gentes de los territorios y provincias del imperio, debían conocer la nacionalidad, la condición y las competencias comerciales de los directivos de los buques con los que contrataban. Además los terceros debían saber a nombre de quién – empresario dueño - o quiénes – sociedad dueña- se ejercían esas competencias. El cliente necesitaba seguridad jurídica – **Iuris Gentium** -en el marco del comercio marítimo internacional. Por razones de equidad, de buena fe y de seguridad en la contratación, el cliente debía conocer contra quién debía litigar, a quién exigir responsabilidad y cómo exigirla. En esta dirección **GAYO** advertía que: “**ne in plures adversarios distringatur qui cum uno contraxerit**”⁸, el cliente no se debía ver embarazado contra muchos adversarios si con uno solo hubiere contratado. **ULPIANO** precisa que si el cliente hubiera contratado con cualquiera de los marineros que forman la tripulación del buque, se le denegará la acción judicial contra el armador. Si se trata de la imputación de un delito, el jurista precisa que el armador responde por los delitos de su tripulación, pero no responde por los negocios realizados con la clientela si falta su nombramiento o autorización, porque “una es la causa de contratar, y otra la de delinquir, puesto quién nombra capitán de buque permite que se contrate con él, y el que emplea a los marineros no permite que se contrate con ellos, pero debe cuidar de que estén exentos de dolo y culpa”⁹. La comunicación y la deliberación de las empresas y los clientes eran los medios necesarios para que se lograsen estos objetivos, que al decir de **ULPIANO** fueron de interés general para la República.

En relación a la condición del directivo o factor comercial de la empresa terrestre con el que se contrata **ULPIANO** dice que “poco importa quien sea factor de comercio, si un varón o una mujer, un hombre libre o un esclavo, propio o ajeno. Pero si aún hubiere sido nombrada una hija de familia o una esclava, compete la Acción **Institoria**”¹⁰. Ello significa que los clientes interrogan a los **institores** sobre cuál era su condición. Además, el cliente preguntaba quién era el dueño de la empresa o dueños que les habían nombrado y puesto al frente de los negocios de aquella: “así pues, para cualquier negocio que haya sido nombrado, con razón se le llamará **Institor**”¹¹, “se llamó **Institor**, por esto, porque insta gestionando un negocio, y no importa, mucho que haya sido nombrado para un local de negocio, o para cualquier otra negociación”.¹² La comunicación trataba de verificar la existencia de la **praepositio**, su verdadera condición - **conditio praepositionis** -¹³ y el alcance (materia, ámbito, número de

⁸ D. 14, 1, 2

⁹ D. 14, 1, 1, 2.

¹⁰ D. 14, 3, 7, 1

¹¹ D. 14, 3, 5

¹² D. 14, 3, , 3

¹³ D. 14, 3, 11, 5

competencias y territorio) – **duntaxat ad id, quod eum praeposuit**.¹⁴ La razón de ello es que los empresarios no engañen mediante testaferros, personas intermediarias y factores de comercio incompetentes a los clientes contratantes. En esta dirección **ULPIANO** afirmaba que “se ha de observar la condición del nombramiento; porque ¿qué se dirá, si quiso que se contratara con él de cierto modo, o con la intervención de una persona, o mediante prenda, o sobre determinado asunto? Igualmente si el empresario tuvo muchos factores de comercio y quiso que se contratara o con todos al mismo tiempo o con uno solo; pero si el empresario dueño denunció a alguno de sus factores comerciales para que no contratara con el cliente, tampoco deberá quedar obligado con la Acción **Institoria**, porque los empresarios dueños pueden prohibir que contrate cierta persona, o cierta clase de hombres, o de negociantes, o permitirlo a ciertos hombres. Pero si el empresario dueño cambia continuamente la prohibición de que se contrate con alguno de sus factores de comercio, a todos los clientes se les debe dar acción, porque no deben ser engañados los contratantes”.¹⁵

Los interrogatorios sobre la condición se realizaban también en los tratos de los clientes con los directivos de los buques y los armadores: “pero nada importa de qué condición sea este capitán del buque, si libre ó esclavo, o acaso del armador o de un tercero; pero tampoco importará de que edad sea, debiéndoselo imputar todo a quien lo nombró”¹⁶. Los capitanes de los buques debían comunicar al cliente quién – armador capitán de buque - o quiénes – sociedad de armadores - les habían nombrado, y la condición de su **praepositio**, es decir, competencias, ámbito y alcance por razón de materia y del territorio: “pero si fue nombrado para que dé el buque en arrendamiento para determinadas mercancías, por ejemplo, para transportar legumbres, o cáñamo, y el capitán del buque arrendó para mármoles u otra materia, igualmente se habrá de decir que el armador no queda obligado. Porque ciertas naves son para mercancías, y ciertas otras, como dicen los armadores para pasajeros, y algunos ordenan que se negocie en cierta región o en cierto mar”¹⁷. Los clientes debían tratar e informarse convenientemente, pues podían ser defraudados con facilidad. Si los capitanes de buques se exceden de sus atribuciones no obligan a los empresarios-dueños de las empresas marítimas, es decir, a los armadores: “**vel contra, modum egressus non obligabit exercitorem**”.¹⁸

- d. La comunicación de la empresa con el cliente se realizaba también mediante carteles y rótulos escritos. El dueño de la empresa podía fijar carteles de modo permanente en los lugares visibles donde se realizaban los contratos y los negocios. Los carteles escritos podían anunciar el nombre del factor de comercio, su condición y las competencias que tenía atribuidas – **praepositio**-. En otras ocasiones, el dueño de la empresa podía prohibir a) la contratación con alguno de sus factores de comercio, b) o bien, podía prohibir el ejercicio de alguna competencia, c) la realización de algún contrato d) prohibición de comprar, prohibición de vender, etc.-. e) la prohibición de

¹⁴ D. 14, 3, 5, 11

¹⁵ D. 14, 3, 11, 5

¹⁶ D. 14, 1, 1, 3

¹⁷ D. 14, 1, 1, 12. D. 14, 1, 1, 13: “Si plures sunt magistri non divisi officii, quodcumque cum uno gestum erit, obligavit exercitorem; si divisi, ut alter locando, alter exigendo, pro cuiusque officio obligabitur exercitorem”.

¹⁸ D. 14, 1, 1, 12

negociar en un campo o con un género o mercancía. *Los carteles eran un medio jurídico de comunicación permanente escrita entre las empresas de Roma y sus clientes.* Esta comunicación escrita estaba regulada por el derecho pretorio y jurisprudencial porque producía efectos jurídicos entre los agentes implicados en el comercio. En este sentido, **ULPIANO** certifica que la comunicación escrita y permanente de la empresa con el cliente es creadora de efectos jurídicos para las partes:

- i. **De quo palam proscriptum fuerit, ne cum eo contrahatur, is praepositi loco non habetur; non enim permittendum erit cum institore contrahere**¹⁹ (aquel respecto del cual se hubiese prohibido públicamente que con él se contrate, no se le tiene por nombrado – por el empresario dueño - como directivo de comercio).
- ii. **Sed si quis nolit contrahi, prohibeat**²⁰ (pero si alguno.- empresario dueño – no quiere que contrate – factor de comercio- prohíbalo). El jurista ordena al empresario dueño que exteriorice su voluntad y comunique de modo permanente esta prohibición a la clientela.
- iii. **Ceterum qui preposuit tenebitur ipsa praepositione**²¹ (de otro modo, el empresario que lo nombró se obligará – por derecho pretorio – por el nombramiento – al frente de su empresa, negocio etc.-).
- iv. La comunicación escrita del empresario con el cliente debe ser constante, perpetua. Este requisito se dirige a evitar que el empresario realice fraudes o engaños en la contratación con la clientela: **proscriptum autem perpetuo esse oportet.**²²
- v. A veces los rótulos se borran o deterioran por causas no imputables a la empresa. Si el rótulo fijado de modo permanente se hubiese borrado por el paso del tiempo, por efecto de la lluvia o de otras condiciones climáticas, o bien porque alguien lo quitó o por cualquier otra causa semejante, el empresario dueño y sus directivos quedan obligados civilmente por la **Actio Institoria.**²³
- vi. Si el empresario dueño o sus directivos, factores comerciales, retiran o esconden de modo ocasional los rótulos para realizar negocios con los clientes, responden por dolo y fraude, **sed si**

¹⁹ D. 14, 3, 11, 2

²⁰ D. 14, 3, 11, 2

²¹ D. 14, 3, 11, 2

²² D. 14, 3, 11, 4

²³ D. 14, 3, 11, 4

ipse institor decipiendi mei causa detraxit, dolus ipsius propnendi nocere debet, nisi particeps doli fuerit, qui contraxit.²⁴

- vii. En relación al lugar donde ha de situarse la comunicación escrita y a las formas que deben exigirse para que los carteles y rótulos comerciales del empresario produzcan efectos jurídicos con los clientes, **ULPIANO** manifiesta: **proscribere palam sic accipimus: claris literas, unde de plano recte lege possit, ante tabernam, vel ante eum locum, in quo negocio exercetur, non in loco remoto, sed in evidenti**²⁵, (prohibir públicamente lo entendemos de este modo: rótulos claros, que se puedan leer bien de corrido, por supuesto, delante del local donde se explote el negocio, no en un lugar escondido, sino bien visible.). En relación al idioma de los rótulos, el jurista nos dice que el empresario debe utilizar el latín, el griego, o bien el idioma del lugar donde se ejerza el negocio o la actividad de empresa: **literas utrum graecis, an latinis? Puto secundum loci conditionem, ne quis causari possit ignorantiam literarum**²⁶, (¿pero con escritura griega o latina? Opino, que conforme a las condiciones de cada lugar, para que nadie pueda excusarse en la ignorancia de la escritura).

2) Comunicación del cliente con la empresa de responsabilidad limitada.²⁷

- a. La empresa de responsabilidad limitada - terrestre y marítima²⁸ - es creada por el emprendedor – dueño para separar el patrimonio privado del patrimonio que pone en el riesgo de los negocios. En Roma, este tipo de empresas son constituidas mediante hijos y esclavos fornidos de un peculio empresarial, predispuestos a la negociación con terceros- **peculiarem exercere** -²⁹. Desde finales de la República, los pretores y la jurisprudencia prestaron especial atención a la comunicación de los directivos y de los factores comerciales de este tipo de empresas con la clientela. Los clientes debían conocer si se enfrentaban en la negociación a un directivo sujeto a potestad³⁰, gestor y libre administrador de un peculio

²⁴ D. 14, 3, 11, 4

²⁵ D. 14, 3, 11, 3

²⁶ D. 14, 3, 11, 3

²⁷ SERRAO F. cit. p. 27 – 35. SUAREZ BLÁZQUEZ G. cit. p. 42 -84. CERAMI P., PETRUCCI A., cit. p. 61

²⁸ D. 14, 1, 1, 22: “Si tamen servus peculiaris volente filiofamilias, in cuius peculio erat, vel servo vicarius navem exercuit, pater dominusve, qui voluntate non accommodavit, duntaxat de peculio tenebitur”.

²⁹ D. 14, 6, 7, 11. Este fragmento jurídico recoge un comentario de Ulpiano a un texto de Juliano sobre la aplicación del Senadoconsulto Macedoniano en las empresas de responsabilidad limitada e ilimitada: “si ipse pater eum praepossuisset merci suae, vel peculiarem exercere”.

³⁰ D. 15, 1, 1, 2. D. 15, 1, 3

empresarial,³¹ - **filius familiae, filia familiae, servus ordinario, servus vicario, servus vicario de vicario**- o bien si aquél negociaba en nombre – **praepositio**- de un empresario dueño. El directivo – hijo de familia, hija de familia, siervo, sierva - estaban obligados a comunicar al cliente su condición al frente de la empresa y si el contrato se realizaba sin conocimiento del padre o del dueño en el nombre del peculio empresarial. – **in nomen peculiaris** -.³² **ULPIANO** dedica varios comentarios al Edicto del Pretor en materia de peculio a precisar la condición de quiénes pueden administrar peculios empresariales.: “ y no se ha de atender mas al dominio de los esclavos, que a la facultad de tenerlos; porque no seremos demandados solamente en nombre de los esclavos propios, sino también en el de los comunes, y también en el de aquellos que de buena fe nos prestan servidumbre”³³, “ mas poco importa que el esclavo lo hubiere sido de un varón o de una mujer; porque también la mujer será demandada con la Acción **de Peculio**”³⁴. Esta comunicación tenía un efecto jurídico de capital importancia: la limitación de la responsabilidad civil patrimonial de la empresa peculiar. En el supuesto de insolvencia, el cliente no puede exigir al dueño de la empresa que responda con su patrimonio privado. Éste solo responde con el patrimonio de la empresa peculiar – **duntaxat de peculio** -.³⁵

- b. El directivo de la empresa peculiar debe comunicar obligatoriamente al cliente que negocia con el conocimiento del padre o del dueño en nombre de la mercancía peculiar. Mediante esta comunicación verbal, el directivo hace conocer al cliente que está limitando la responsabilidad de la empresa a la mercancía con la que se negocia en nombre del peculio y a los beneficios obtenidos con la negociación de aquélla.. El peculio se presentaba como un ente jurídico autónomo que transformaba la naturaleza de las relaciones jurídicas que se le imputaban en su nombre por el directivo en el ejercicio de los negocios. Al decir de **PAULO**, el dueño capitalista debe ser propietario de la mercancía: “**ut tamen merx, qua peculiariter negotietur, ad nos pertineat**”.³⁶ El dueño – empresa, sociedad – entrega la mercancía al órgano o directivo comercial sujeto a potestad para que la compute como patrimonio del peculio empresarial y para que se negocie. La conversión de la mercancía en mercancía peculiar obliga al directivo del peculio a comunicar a los clientes que negocian en el nombre de la mercancía peculiar: “**Mercis Nomine**” **meritto adiicitur, ne omnis negotiatio cum eo facta tributoriam inducat**³⁷, (con razón el directivo comunica en el

³¹ D. 15, 1, 46

³² GAYO, Inst. 4, 72 - 74

³³ D. 15, 1, 1, 6

³⁴ D. 15, 1, 3, 2

³⁵ GAYO, Inst. 4, 72 – 74. D. 14, 4, 12

³⁶ D. 14, 4, 2

³⁷ D. 14, 4, 5, 4

“Nombre de la Mercancía” para que toda la negociación hecha con él no origine la Acción **Tributoria**). La razón de esta comunicación directivo – cliente es explicada por **ULPIANO**: “se manda que por esta acción se contribuya con lo que se recibió por virtud de esta mercancía, y en su nombre”³⁸. Del mismo modo, el directivo de la empresa peculiar vicaria está obligado a comunicar al cliente que negocia en el nombre de la mercancía peculiar.³⁹ La comunicación y los tratos verbales de los negocios realizados por el directivo en el nombre de la mercancía peculiar generan consecuencias en las relaciones jurídicas. La mercancía peculiar y las plusvalías generadas por la negociación de ésta – **plusvalías merx peculiaris** – son acreedoras o deudoras de terceros. Los terceros son acreedores y deudores de la mercancía peculiar y sus plusvalías. En las relaciones comerciales los clientes asumían que el peculio era un ente jurídico autónomo empresarial que vivía unido al órgano directivo sujeto a potestad.⁴⁰ La comunicación del directivo hacía asumir al cliente que cuando negociaba en el nombre de la mercancía peculiar lo hacía con una mercancía que había sido nutrida jurídicamente por ese ente jurídico – con conocimiento del dueño -, que se había otorgado una nueva naturaleza jurídica a la mercancía, que pasa de ser **merx** a ser **merx peculiaris**, y a sus plusvalías⁴¹ - de plusvalías a plusvalías peculiares - y que se producía una limitación de la responsabilidad civil patrimonial del empresario dueño – **par condicio creditorum** – frente a él ⁴²: “mas no todo el peculio viene obligado a la contribución, sino solamente lo que hay por virtud de aquella mercancía, ya existan las mercancías, ya se haya recibido o invertido en el peculio el precio de ellas”⁴³

Autor.: Prf. Dr. Titular Guillermo Suárez Blázquez
gsuarez@uvigo.es

³⁸ **D. 14, 4, 5, 5**

³⁹ **D. 14, 4, 5, 1**

⁴⁰ **D.15, 1, 1, 2. D. 15, 1, 1, 3. D. 15, 1, 1, 4.**

⁴¹ **D. 14, 4, 5, 19**

⁴² **GAYO, Inst. 4, 72. SERRAO F. cit. p. 26 – 27. CERAMI P., PETRUCCI A., cit. p. 61 ss. SUAREZ BLÁZQUEZ G., “El peculio, ente jurídico autónomo matriz de la responsabilidad patrimonial del empresario – dueño y los acreedores sobre la *merx peculiaris*”, Revista VLEX- Núm. 81, Junio 2010.**

⁴³ **GAYO, Inst. 4, 72. D. 14, 4, 5, 11**