

MINISTERIO DE JUSTICIA

9823

RESOLUCION de 25 de marzo de 1994, de la Dirección General de los Registros y del Notariado, en el recurso gubernativo interpuesto por el Notario de Valencia don José Luis López Rodríguez contra la negativa de la Registradora mercantil número 2 de dicha ciudad a inscribir el acuerdo de modificación de objeto social de determinada sociedad.

En el recurso gubernativo interpuesto por el Notario de Valencia don José Luis López Rodríguez contra la negativa de la Registradora mercantil número 2 de dicha ciudad a inscribir el acuerdo de modificación de objeto social de determinada sociedad.

Hechos

I

Por escritura autorizada por el Notario recurrente el 10 de noviembre de 1992, se elevó a escritura pública el acuerdo tomado por la Junta general extraordinaria y universal de la compañía mercantil «Marketing Multinivel y Asesoramiento, Sociedad Limitada», celebrada el mismo día, y por la que se acordó la modificación del objeto social y consiguiente modificación del artículo 2.º de los Estatutos sociales, figurando entre las actividades que integran dicho objeto la siguiente: «El asesoramiento en temas de marketing».

II

Presentada copia de dicha escritura en el Registro Mercantil número 2 de los de Valencia fue calificada con la siguiente nota: «No admitida la inscripción del presente documento por adolecer del defecto siguiente: Infringir el artículo 2.º de los Estatutos, redactado por ésta, la Resolución de 8 de febrero de 1979 al utilizar términos extranjeros sin la correspondiente traducción. El defecto es insubsanable. Contra la presente nota puede interponerse recurso de reposición en el término de dos meses ante el propio Registrador y contra la decisión adoptada, el de alzada ante la Dirección General en término de otro mes desde la notificación de la anterior decisión conforme a los artículos 66 y 71 del Reglamento del Registro Mercantil. Valencia, a 19 de mayo de 1993. La Registradora número 2. Firmado: Laura de la Cruz Cano Zamorano.»

III

El Notario autorizante de la escritura interpuso recurso de reforma contra la anterior calificación invocando la propia doctrina de la Resolución que alegara la Registradora en su nota cuando admitiera, dada la internacionalización del Derecho mercantil, el uso de palabras extranjeras cuyo uso esté extendido en la práctica de suerte que su significado pueda ser comprendido por cualquiera que tenga acceso al contenido registral. A su juicio, el término «marketing» reúne esa característica al ser utilizado universalmente para referirse al fenómeno de la comercialización.

IV

La Registradora decidió mantener su nota de calificación en base a los siguientes fundamentos: Que la Resolución de 8 de febrero de 1979 admitió el uso de términos extranjeros en la determinación del objeto social siempre que su contenido pudiera ser comprendido por cualquier persona aunque no sea comerciante, lo que es un factor determinante para su admisión. Tal criterio resulta en la práctica de difícil aplicación ya que no es el conocimiento del Registrador ni el del autorizante el que determina tal circunstancia sino el del común de las personas. Es por ello que la Registradora realizó diversas consultas antes de extender la nota de calificación para comprobar si se daba ese general conocimiento del significado del término cuestionado, con una a modo de encuesta entre el personal del propio Registro, cuyo resultado fue ampliamente negativo, siendo cosas distintas el que resulte conocido un vocablo y el que se conozca su significado. Que, aparte de ello, la escritura calificada no contiene ninguna modificación de los Estatutos sociales pues el objeto es el mismo que ya contenían sin más alteración que la sustitución de un término del idioma castellano, cuyo significado es conocido por todos, por otro

del inglés conocido por un número inferior de personas en detrimento de la finalidad básica del Registro que es precisamente la publicidad. La propia Resolución citada admite que a continuación del término extranjero se indique además su significación, cosa que no se hace.

V

El recurrente se alzó frente a tal decisión alegando, aparte de los argumentos ya expuestos: Que la palabra «marketing» se encuentra recogida en el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia, con lo que sobra cualquier discusión acerca de si el común de las gentes conocen o no el significado de una palabra aceptada por la Academia e incluida en su Diccionario, y sin duda bien recogida pues es mucho más conocida que su equivalencia directa en castellano que es «mercadotecnia». Que no es en consecuencia aplicable la doctrina de la Resolución de 8 de febrero de 1979 que tan solo cabría en relación con palabras no admitidas por la Real Academia a la que corresponde, y no a Notarios y Registradores, juzgar si una palabra ha alcanzado tal difusión y conocimiento en el uso vulgar del castellano que haya de admitirse como propia del mismo. Producida tal admisión no cabe ya cuestionar que su inclusión en el objeto social depende de que sea o no conocido su significado por un mayor o menor número de personas pues, sabido es, que de los más de ochenta y tres mil vocablos admitidos en su última edición por el repetido Diccionario, una persona medianamente instruida tan solo usa una mínima parte de los mismos.

Fundamentos de derecho

Visto el artículo 117.1 del Reglamento del Registro Mercantil y la Resolución de este centro directivo de 8 de febrero de 1979.

1. Tan sólo se cuestiona en el presente recurso si a efectos de su inscripción cabe admitir la palabra «marketing» como identificadora de una de las actividades que integran el objeto de determinada sociedad, posibilidad que rechaza la Registradora por ser un término extranjero que no va acompañado de la correspondiente traducción.

2. Sabido es que la internacionalización de las relaciones sociales lleva consigo la generalización cuando no la universalización de términos originalmente acuñados en una determinada lengua, y a éste fenómeno, cuyo máximo exponente es el mundo de la ciencia, no es ajeno el tráfico mercantil al que cada día se incorporan nuevas técnicas financieras y comerciales de origen foráneo. Nada tiene de extraño que estas novedades sean usualmente conocidas con el nombre que originalmente recibieran supliendo con ello la ausencia de un término específico que las identifique en la lengua propia o, incluso, suplantando con su uso generalizado el que, de existir, pudiera servir para denominarlas. Y ello es lo que ocurre precisamente con el término cuestionado, «marketing», hoy día usualmente aplicado para designar las técnicas comerciales tendentes a la venta de un producto en detrimento del específico de la lengua castellana «mercadotecnia», cuyo uso es evidentemente más restringido. Si la admisión de un término extranjero en la determinación de las actividades que integran el objeto de una sociedad ya fue aceptada por la Resolución de este centro directivo de 8 de febrero de 1979 siempre y cuando su uso estuviera tan extendido en la práctica que su significado pudiera ser comprendido por cualquier persona que tuviera acceso al contenido registral, tal requisito concurre en el presente caso, en el que la generalidad en el uso de aquel vocablo lo pone de manifiesto el hecho de su recepción por el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, aunque sea con la advertencia de ser una voz inglesa, y a través del cual puede llegar a conocer su significado cualquiera que lo ignore. Finalmente, si uno de los requisitos reglamentarios en la determinación del objeto social lo es el de la precisión (artículo 117.1 del Reglamento del Registro Mercantil) es evidente que tal finalidad se conseguirá mejor con la utilización del término con el que una actividad concreta es usualmente conocida que acudiendo a otro equivalente, incluso lingüísticamente más correcto, pero cuyo uso aparece relegado en la práctica.

Esta Dirección General ha acordado admitir el recurso revocando la nota y decisión de la Registradora.

Madrid, 25 de marzo de 1994.—El Director general, Julio Burdiel Hernández.

Sr. Registrador mercantil de Valencia.