

CORPORATIVO
01 de enero de 2011 a 12 de enero de 2011

ASUNTO: Aspectos importantes del Derecho Registral.

1. De la publicidad mercantil

La publicidad, en sentido técnico jurídico " consiste en aquel conjunto de medios jurídicos previstos por el legislador a fin de hacer patentes situaciones jurídicas privadas, en interés de terceros, quienes pudieran resultar perjudicados o favorecidos por la constitución, modificación o extinción de tales situaciones".¹

Nada más oportuno que este tipo de comunicaciones para dar a conocer a terceros, derechos y relaciones jurídicas ajenas, en donde ellos no son parte, pero pueden devenir causahabientes de tales supuestos, y encontrarse legitimados frente a las partes, precisamente, por la apariencia que genera su publicidad; en tal virtud, resulta trascendente tanto la existencia real del derecho, como la manera y la forma en que éste patentiza y exhibe públicamente su apariencia. Al respecto, muy pertinente la locución *l'essere sta nel parere* [el parecer (la apariencia) es un modo de ser (existir)]. En efecto, esta idea se reitera al afirmar que: " El registro y la publicidad elevan al valor de realidad jurídica, por más que ésta pueda faltar en el fondo, *la apariencia declarada en el registro* Lo que en este respecto ocurre tratándose del estado de comerciante acaece también en cuanto a la existencia de una sociedad de tipo determinado de la autorización y otorgamiento del poder".²

Conocido es que, sobre este punto, la doctrina no acusa perplejidad. Muy elocuente y apropiada es al respecto, la opinión que expresa:

El propósito de la ley al establecer el *registro mercantil* es que conste de una manera oficial y auténtica la situación jurídica de un comerciante, esto es, el conjunto de las obligaciones y derechos que respectivamente haya contraído o adquirido y que necesariamente afectan su activo y pasivo, revelando a los que quieran hacer operaciones o abrir crédito al comerciante de que se trate, el grado de seguridad que puedan tener para celebrar esos actos, de manera que predomine la buena fe, la confianza y la garantía de lo conocido en todas las transacciones

¹ Corrado, R., *La publicita del diritto privato*, Turín, Librería Scientifica Giappichelli, 1947, p. 44. Este autor conceptúa el registro " como el sistema de declaraciones dirigidas a señalar los cambios de las situaciones jurídicas privadas de interés general".

² Vivante, C., *Trattato di diritto commerciale*, 5a. ed., Milán, Vallardi, 1924, t. III, núm. 981; en el mismo sentido, Carnelutti, F., *Teoria giuridica della circolazione*, Padua, Cedam, 1933, pp. 61 y 62; El párrafo en letra más pequeña pertenece a Mossa, *Derecho mercantil*, Buenos Aires, UTEHA, 1940, p. 30; *id.*, *Diritto commerciale*, Milán, SEL, 1937, p. 30. Véase también, Lordi, *op. cit.*, nota 1, p. 11. Véase tesis aislada de la Suprema Corte de Justicia: SOCIEDAD CONYUGAL, NO ES SUSCEPTIBLE DE INSCRIBIRSE EN EL REGISTRO DE COMERCIO, *SJF*, 5a. época, t. LXXXIX, p. 797. AD 2976/1942, Cía. Fundidora de Fierro y Acero de Monterrey, SA.

relacionadas con el comercio. Siendo *éste el objeto del registro*, es claro que su omisión debe traer consigo, dentro de los límites definidos por la ley, la nulidad de los actos no registrados en tanto que ellos perjudiquen los derechos de terceras personas en cuyo beneficio se ha establecido esa formalidad.³

2. De la publicidad legal

Este medio, que la ley instauro como obligatorio, concede y hasta cierto punto obliga al conocimiento de algunos hechos y relaciones privadas, a través de su difusión en instrumentos de comunicación colectiva (periódicos, radio, TV, *internet*), inserción de avisos en publicaciones oficiales, primordialmente, en el *Diario Oficial de la Federación*, órgano de divulgación del gobierno federal (la autorización o cancelación al notario o corredor público para acceder al Sistema Integral de Gestión Registral (Siger) debe publicarse en dicho medio informativo, *cf.* artículo 14, pfo. penúltimo del Reglamento al Registro Público de Comercio —RRPC— en relación con el 30 bis-1, CCo.), pero también en otros impresos especializados como la Gaceta de la Propiedad Industrial (artículos 8o. de la Ley de la Propiedad Industrial —LPI— y 2o., 13-15, sobre todo artículo 14 del Reglamento a la LPI —RLPI—), y mediante la inscripción y reproducción de datos en los registros públicos.⁴

Conviene apuntar que normalmente la inscripción en México, a diferencia de otros sistemas legales, no va seguida de una publicación efectiva en determinados periódicos oficiales o particulares, como es el caso de Alemania, España o Francia, entre otros.

Es claro que la herramienta que en esta ocasión capta nuestra atención es el RPC; ciertamente, en él se han de inscribir personas, documentos y bienes que se involucran y conectan con el tráfico mercantil; y conforme a nuestro sistema registral publicitario, su asiento (*Beurkundungen*) beneficia a las partes de los actos jurídicos relativos, respecto a que, amén de ser eficaces entre ellas, son oponibles a terceros (vulnera a éstos); inversamente, si no se inscriben amparan a terceros, tanto porque no les son objetables y pueden desdeñarlos (si son de buena fe) como porque sí pueden afectar a las partes, precisamente, por no surtir efectos ante terceros. Son éstas las consecuencias, positiva o fructífera la primera y, negativa o lesiva la segunda (artículo 27 relacionado con el artículo 29, CCo., y artículo 2o., RRPC).⁵

3. Documentos registrables y Negativa de registro.

Aun cuando el CCo. ordena que los registradores no podrán rehusar " en ningún caso y por ningún motivo, la inscripción de los documentos mercantiles que se les presenten" (artículo 31, § 1o.), sin embargo, este mismo precepto otorga facultades al registrador para suspender o denegar inscripción de documentos que no reúnan los requisitos de ley (artículos 31, I, II y III, CCo., en relación con los artículos 17 y 18, RRPC). Dicha potestad opera sólo respecto a los requisitos de forma (no de fondo) que, al omitirse, modifican el carácter del documento presentado para su registro. En todo caso, la calificación del registrador se halla sometida a la resolución judicial (artículos 31, penúltimo pfo., CCo).

Así pues, son registrables todos los documentos que contengan hechos y actos jurídicos mercantiles, debidamente autorizados, y que conforme a la ley requieran registrarse para ser oponibles a terceros.

³ *Cfr.* Pallares, J., *Derecho mercantil mexicano*, México, UNAM, Jurídicas, 1987, núm. 391 (facsimilar). Cursivas añadidas.

⁴ Barrera Graf, J., *Instituciones de derecho mercantil*, 1a. reimp., México, Porrúa, 1997, p. 179.

⁵ *Idem.*

El sistema para registrar será el de folio mercantil *electrónico* (artículo 21, CCo., 2o., § 2o., RRPC) en lugar de los folios en los libros.

4. Efectos de la inscripción.

a). De publicidad formal

Consistente en el derecho que tiene toda persona a solicitar que se le muestren los libros o folios mercantiles, y en la obligación del registrador a proporcionar los datos requeridos (artículos 30, §1o., primera parte; 21 y 22, RRPC).

b). De publicidad material

La que determina los efectos principales del registro: *positivo*, por cuanto lo registrado se supone conocido de terceros; *negativo*, por cuanto lo *no inscrito* no afecta a terceros de buena fe (Rodríguez). Por esto, los documentos que por ley requieran inscripción y no se registren sólo surtirán efecto entre los que los otorguen; pero no perjudicarán a tercero, quien sí podrá utilizarlos en lo que le resultaren favorables (artículo 27, CCo. relacionado con el artículo 22, CCo.).

c). Declarativos

Cuyo propósito es anunciar al público la existencia del dato que se trate (artículos 18, CCo.; 21 y 22, RRPC; 2008-3010 y 3014, CC).

Se considera declarativa la que se refiere a los comerciantes, personas físicas, conforme lo estipulado en el artículo 19 del CCo. Además, las sociedades inscritas no podrán ser declaradas irregulares o nulas (artículo 2o., pfo. 2o., LGSM) si se trata de sociedades regularmente constituidas, excepto que tengan un objeto ilícito y ejecuten habitualmente actos ilícitos (artículo 3o., LGSM).

d). Constitutivos

Cuya existencia es imprescindible para el nacimiento de una relación jurídica determinada. En materia de sociedades mercantiles, la inscripción en el registro les otorga personalidad jurídica (artículo 2o., pfo. 1o., LGSM, relacionado con el artículo 2694, CC)⁶:

En efecto, el Código de Comercio acoge a este respecto un sistema normativo, según el cual *la personalidad jurídica deriva del cumplimiento de los requisitos que el propio código fija para la constitución de las sociedades*; pero como no se encomienda a nadie, sino eventualmente a los tribunales al conocer de acciones de nulidad, la facultad de comprobar el cumplimiento de todos estos requisitos *como condición previa a la iniciación de la vida jurídica de la sociedad*, se suscita la difícil cuestión, que por otra parte no es propia de México, sino de todos aquellos países que han establecido un sistema similar, de las sociedades que de hecho se han formado e intervenido en el comercio jurídico sin acatar los preceptos del código.

⁶ Véase, en este sentido, a Barrera Graf, *supra* nota 28. Pérez Fernández del Castillo (*op. cit.*, nota 12, p. 108) piensa distinto al afirmar que " las personas civiles, a diferencia de las mercantiles, tienen personalidad jurídica, a partir de su inscripción en el registro.

El Ejecutivo ha creído que ese difícil problema de las sociedades de hecho, o irregulares, puede desaparecer acogiendo un sistema similar al inglés; es decir, *haciendo derivar el nacimiento de la personalidad jurídica de un acto de voluntad del Estado*, cuya emisión esté condicionada al cumplimiento de las disposiciones de orden público de la ley, relativas a la constitución de las sociedades.

Con esto *no se abandona* el régimen normativo, en cuanto que los órganos del poder público no van a otorgar en cada caso una autorización discrecional para que una Sociedad Mercantil pueda constituirse, sino que su única función consistirá en comprobar que han satisfecho las disposiciones legales taxativas. Atendiendo precisamente a esta circunstancia, la ley encomienda a las autoridades judiciales la facultad de ordenar el registro de las sociedades y regula un procedimiento para llevar a cabo la comprobación de los requisitos de que se viene hablando (*Exposición de Motivos* de la LGSM. El énfasis es añadido).

Resulta muy ilustrativo, por que nos parece muy puntual, exponer la reflexión que al respecto se plantea el distinguido profesor español Garrigues:

La *inscripción en el Registro Mercantil es obligatoria para las sociedades mercantiles*, según el artículo 16, núm. 2 del Código de Comercio. La razón la encontramos en la Exposición de Motivos. Efectivamente, en ella leemos: " el RM es para las sociedades la única prueba de su existencia y de su verdadero estado civil". Esta razón no es exacta, porque la inscripción sólo afecta, en el sistema del Código de Comercio a las relaciones externas de la sociedad (*concesión de la personalidad jurídica*), mientras que en las relaciones internas la sociedad existe para los socios aun sin suscripción. Ni es suficiente, porque queda sin contestar la pregunta de porqué la inscripción es prueba única de la existencia de la sociedad y de su estado civil. *Es más acertado suponer que la inscripción de las sociedades se exige por ser su personalidad jurídica una creación artificial del legislador y por las especiales formas de responsabilidad propia de algunos tipos sociales*. Precisamente para las sociedades anónimas y de responsabilidad limitada *la nueva legislación ha establecido que la inscripción en el registro es requisito de constitución, no ya sólo como persona jurídica, sino incluso como situación o vínculo estable de sociedad*. No cabe ya la distinción entre efectos internos y efectos externos para estas sociedades después de las nuevas leyes, puesto que sin inscripción la Sociedad Anónima y la Sociedad de Responsabilidad Limitada no existen ni frente a terceros ni entre los socios.⁷

Ahora bien, en congruencia con lo establecido por el pfo. 1o. del artículo 2o. de la LGSM, nuestro legislador ha concedido también a las sociedades *no inscritas* en el RPC que exterioricen como tales ante terceros personalidad jurídica, según el pfo. 3o. de ese mismo precepto.

En este sentido, se ha pronunciado nuestro máximo tribunal:

SOCIEDADES MERCANTILES. CUANDO ADQUIEREN PERSONALIDAD JURÍDICA. Las sociedades mercantiles, de conformidad con el artículo 2o., tercer párrafo, de la Ley que las rige, *tienen personalidad jurídica aun antes de su inscripción en el Registro de Comercio, pero sólo desde el momento en que han realizado, frente a terceros, actos idóneos para crear, en los mismos términos, la impresión de que, de hecho, tales sociedades existen y están funcionando*. SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

⁷ Garrigues, Curso..., cit., nota 22, pp. 652 y 653. Énfasis añadido.

Amparo en revisión R. A. 624/70. Javier Videgaray. 25 de febrero de 1972. Unanimidad de votos. Ponente: Jesús Toral Moreno. *SJF*, 7a. época, vol. 38, 6a. parte, p. 76. Énfasis añadido.

e). Sanatorios

Cuando, además de producir los efectos anteriores, se *subsanan* los efectos de que pudiera adolecer la relación jurídica (artículo 2o., pfo. 2o. de la LGSM— artículo 31, *in fine*, CCo.).

CONCLUSIÓN.

Verdaderamente, la publicidad es el pilar cardinal de la estructura del derecho mercantil, impronta indefectible del desplazamiento vertiginoso de los negocios y definición oportuna de las relaciones jurídicas. Se trata no sólo de un mecanismo para dar a conocer los actos, los hechos y la actividad mercantil, sino también de una herramienta conveniente para oponer a terceros, al público en general, algunas situaciones jurídicas, cuando ellas *devienen públicas* mediante su inscripción en los registros, particularmente en el Registro Mercantil (RM).

De aquí que el R⁸ se haya instituido: " Más que en beneficio particular del comerciante, en interés de los terceros que con él entablan relaciones de negocios. El conocimiento de la verdadera situación jurídica y económica del comerciante es algo que interesa, en último análisis, a la circulación de la riqueza y prosperidad económica y social"⁹.

⁸ MFrecuentemente empleamos la abreviatura RM en lugar de Registro Público de Comercio

⁹ Cfr. Tena, Felipe de J., *Derecho mercantil mexicano*, 16a. ed., México, Porrúa, 1996, pp. 242 y 248. Endemann, en este sentido, escribió: " el registro debe mostrar el estado real de los negocios, revelando al público conocimiento exacto de la verdad de la vida comercial (en cuanto aporte significación jurídica y trascendencia para los negocios)"; *Manuale di diritto commerciale marittimo cambiario*, t. I, Nápoles, Betochi y Vighi, 1897, p. 202.