

<b>IV.</b>	<b>LA FORMACIÓN DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL</b> .....	<b>91</b>
<b>1.</b>	<b>La oferta (arts. 14-17)</b> .....	<b>92</b>
	<b>A. Requisitos (art. 14)</b> .....	<b>93</b>
	<i>a) Estar dirigida a una o varias personas</i> .....	<b>93</b>
	<i>b) Ser suficientemente precisa</i> .....	<b>94</b>
	<i>c) Que indique la intención del oferente de quedar obligado</i> .....	<b>96</b>
	<b>B. Oferta al público (art. 14-2)</b> .....	<b>97</b>
	<b>C. Efectos de la oferta (art. 15-1)</b> .....	<b>98</b>
	<b>D. Revocación de la oferta (art. 16)</b> .....	<b>99</b>
	<i>a) Regla general: revocabilidad de la oferta</i> ..	<b>99</b>
	<i>b) Ofertas irrevocables</i> .....	<b>100</b>
	i) Ofertas que indican un plazo .....	<b>100</b>
	ii) Ofertas que se interpretan como irrevocables .....	<b>102</b>
	<b>E. Extinción de la oferta (art. 17)</b> .....	<b>103</b>
	<i>a) Extinción por rechazo</i> .....	<b>103</b>
	<i>b) Extinción por vencimiento de plazo</i> .....	<b>103</b>
	<i>c) Por envío de una contraoferta</i> .....	<b>104</b>
<b>2.</b>	<b>La aceptación (arts. 18-23)</b> .....	<b>104</b>
	<b>A. Contenido (arts. 18 y 19)</b> .....	<b>105</b>
	<b>B. Expresión del asentimiento (arts. 18, 19-2 y 21-2)</b> ..	<b>107</b>
	<i>a) Asentimiento por declaración</i> .....	<b>107</b>
	<i>b) Aceptación por un acto</i> .....	<b>107</b>
	<i>c) Aceptación por silencio</i> .....	<b>108</b>
	<b>C. Efectos de la aceptación (art. 18 párrafos 2 y 3)</b> ..	<b>108</b>
	<b>D. Plazo para la aceptación (arts. 18 y 20)</b> .....	<b>109</b>
	<i>a) De ofertas verbales</i> .....	<b>110</b>
	<i>b) De ofertas escritas con plazo</i> .....	<b>110</b>
	<i>c) De ofertas escritas sin plazo</i> .....	<b>111</b>
	<b>E. Aceptaciones tardías (art. 21)</b> .....	<b>111</b>
	<i>a) Aceptación tardía por causas atribuibles al aceptante</i> .....	<b>111</b>
	<i>b) Aceptación tardía por defectos del medio de transmisión empleado</i> .....	<b>112</b>
	<b>F. Retiro de la aceptación (art. 22)</b> .....	<b>113</b>
<b>3.</b>	<b>Perfeccionamiento del contrato (art. 23)</b> .....	<b>114</b>
	<b>A. Momento del perfeccionamiento del contrato</b> .....	<b>114</b>
	<b>B. Lugar de perfeccionamiento del contrato</b> .....	<b>115</b>

# *IV. La formación del contrato de compraventa internacional*

---

La *Convención* dedica toda su Segunda Parte (arts. 14-24) al problema de la formación del contrato de compraventa internacional. Éste es un problema de primera importancia en el comercio internacional, ya que la mayor parte de los contratos de este tipo se realizan entre ausentes. En esa circunstancia es decisivo saber en qué momento se perfecciona el contrato, cómo se perfecciona y cuáles son los actos previos y preparatorios para formalizarlo.

La *Convención*, sigue un punto de vista peculiar, en el que se combinan reglas provenientes de dos tradiciones jurídicas diferentes: el *Common Law* y el derecho Civil codificado.<sup>1</sup> Determina, en esta parte, los requisitos y efectos de la oferta y la aceptación, las posibilidades de revocación de la oferta y de retiro o aceptación de la misma, y establece como principio que el contrato se perfecciona en el momento en que la aceptación surte efectos, lo cual ocurre, por lo general, cuando el oferente la recibe.

La teoría de la recepción, es decir, que las comunicaciones entre las partes surten efectos al momento en que se reciben, es principio dominante de esta parte de la *Convención*, aunque con dos significativas excepciones en que opera la teoría de la expedición: el envío de una aceptación produce el efecto de hacer irrevocable la oferta (art. 16-1) y la aceptación por medio de un acto, produce efectos desde que se realiza el acto (art. 18-3).

<sup>1</sup> Para una perspectiva general de la influencia de estas dos tradiciones jurídicas en la *Convención*, véase A. GARRO, "Reconciliation of legal traditions in the U.N. Convention on contracts for the international sale of goods", en *The international lawyer* 23 2 (summer 1989) 443 y ss.

Son especialmente interesantes las reglas que proporciona para el caso de aceptación con modificación de los términos de la oferta, en las que parece dominar la tradición civilista; y las que da para el caso de aceptaciones recibidas tardíamente, que pueden convalidarse por la decisión del oferente. Ambos grupos de normas se refieren a problemas muy frecuentes en la contratación internacional. Quizá estas reglas no sean suficientes —sobre todo las que se refieren a la aceptación con modificaciones— para resolver la compleja problemática que presenta la formación del contrato entre personas ausentes, máxime cuando las comunicaciones entre ellas suelen hacerse por medio de formas impresas (órdenes de compra, acuses de recibo, pedidos), redactadas con cláusulas favorables a quien las emite, y que pocas veces lee quien las recibe.

Los países que ratifiquen o se adhieran a la *Convención* tienen la posibilidad (art. 92) de hacer la reserva de que no aplicarán su Segunda Parte (relativa a la formación del contrato) o la Tercera (relativa a las obligaciones y derechos entre comprador y vendedor).<sup>2</sup> Esta posibilidad deriva de que antes de que iniciara su vigencia esta convención, existían las dos convenciones de La Haya sobre compraventa internacional, una relativa a la formación del contrato, y otra relativa a las obligaciones entre comprador y vendedor.<sup>3</sup> Si un país hace la reserva de que no aplicará la Segunda Parte, entonces la formación del contrato se regirá por la ley aplicable, según las reglas del derecho internacional privado. Si un país hace la reserva de no aplicar la Tercera Parte, entonces se aplica la Segunda Parte junto con la Primera Parte de la *Convención*, relativa a su ámbito de aplicación y reglas de interpretación, y la Cuarta Parte, que se refiere a la forma de ratificar, la fecha de entrada en vigor, y las reservas que pueden hacer los Estados.<sup>4</sup> Ello da a las partes cierta autonomía.

## 1. LA OFERTA (ARTS. 14-17)

---

La *Convención* trata de la oferta en sus artículos 14 a 17. En ellos determina los requisitos que debe cumplir (art. 14-1), la diferencia entre oferta simple y oferta al público (art. 14-2), los efectos que produce y el momento en que los produce (art. 15), los casos en que la oferta puede revocarse (art. 16), y el tiempo en que se extingue (art. 17).

El régimen de la oferta que definen estos artículos tiene algunos prin-

<sup>2</sup> *Supra* I 4 B a.

<sup>3</sup> *Supra* I 1.

<sup>4</sup> Hasta el 31 de diciembre de 1991 ningún país había hecho esta reserva; véase *Multilateral treaties deposited with the Secretary General. Status as at 31 december 1991* (Nueva York 1992) 384.

cipios provenientes de la tradición jurídica de derecho civil codificado, y otros de la tradición jurídica del *common Law*. El resultado de la conjunción de principios divergentes no es muy feliz, pues da lugar a interpretaciones diversas, principalmente en lo relativo a la revocación de la oferta, según se sitúe uno en la perspectiva de una u otra tradición jurídica.

## A. Requisitos (art. 14)

---

La propuesta de celebrar un contrato de compraventa constituye una oferta, según el artículo 14, si cumple tres requisitos: *a)* estar dirigida a una o varias personas determinadas; *b)* ser suficientemente precisa, y *c)* manifestar la intención del oferente de quedar obligado al ser aceptada. La *Convención* no requiere que la oferta sea por escrito (véase art. 18, que habla de ofertas verbales), pero esto puede ser exigido por los Estados que, al ratificar o adherirse a ella, hacen la reserva prevista en el artículo 96.

### *a) Estar dirigida a una o a varias personas*

El requisito de estar dirigida a una o varias personas determinadas es lo que marca la diferencia entre la oferta simple y la oferta al público.

La oferta a una persona determinada no provoca ningún problema de interpretación. Pero la oferta dirigida a "varias personas determinadas", presenta dificultades de ese tipo. Una es que puede interpretarse como una sola oferta dirigida a varias personas, o como varias ofertas, del mismo contenido, dirigidas cada una a una persona determinada.

Bajo el primer planteamiento,<sup>5</sup> se puede interpretar que la intención del oferente es que todas las personas a quienes dirigió la oferta la acepten y queden obligadas con él, sea de manera solidaria (todas y cada una por el total), o en forma mancomunada (cada una por una parte determinada del total). Quizá esto no sea lo usual. Puede también interpretarse que la intención del oferente es quedar obligado sólo con la primera persona que acepte la oferta, en cuyo caso los demás destinatarios de la misma correrían el riesgo de que su aceptación, aunque llegara en el plazo fijado por el oferente, no surtiera efectos.

Si se interpreta que son varias ofertas con el mismo contenido dirigidas a varias personas, el oferente corre el riesgo de quedar obligado, al

<sup>5</sup> Véase MANTILLA MOLINA R., "La formación de los contratos de compraventa internacional de mercaderías", en *Anuario Jurídico* XI (México 1983) 168 y ss.

recibir varias aceptaciones, a vender más mercancías de las que tiene, o a comprar más de las que necesita.

Otra dificultad es que la oferta dirigida a varias personas puede confundirse con la oferta al público, que se considera (art. 14-2) no como una verdadera oferta, sino como una invitación a hacer ofertas. El requisito de que la oferta se dirija a personas determinadas se cumple, aun cuando se envíe a miles de ellas por correo, si está claramente indicado su nombre.<sup>6</sup> La diferencia entre la oferta a varias personas determinadas y la oferta al público, según Honnold,<sup>7</sup> está en que sólo en la primera el oferente tiene intención de obligarse. Teniendo en cuenta este elemento, el autor considera que el envío por correo de un catálogo no constituye una oferta, si no indica con claridad la intención de obligarse del oferente; usualmente, quien envía un catálogo sólo quiere que se conozcan sus mercancías y precios.

Para superar estas dificultades, es conveniente que la oferta se formule en términos precisos, que manifiesten si es una sola oferta para ser aceptada mancomunada o solidariamente, o si es una sola oferta que será válida con la persona que primero acepte, o si son varias ofertas del mismo contenido; asimismo, debe quedar clara la intención del oferente de obligarse, a fin de eliminar toda posible confusión con la oferta al público.

### *b) Ser suficientemente precisa*

La oferta es suficientemente precisa (art. 14-1) “si indica las mercaderías y, expresa o tácitamente, señala la cantidad y el precio o prevé un medio para determinarlos”.

Indicar las mercancías significa determinar con precisión el género al que pertenecen, si son bienes fungibles, o determinarlas individualmente si son bienes específicos. A veces puede ser que la determinación precisa de las mercancías requiera mencionar su color, forma o cualidades sobresalientes; por ejemplo, cuando se venden partes para una maquinaria, puede ser necesario indicar su grado de resistencia al calor.

La mención de la cantidad es necesaria para que la oferta se considere firme. Una oferta de vender “cualquier cantidad” de ciertas mercancías es, en opinión de Eörsi,<sup>8</sup> una oferta precisa, puesto que la cantidad se de-

<sup>6</sup> EÖRSI *Commentary* 138. En los *Comentarios de la Secretaría* artículo 12 párrafo 3 (= DO 22) se dice que el envío por correo de un catálogo de mercancías a personas determinadas constituye una oferta, que vincula al oferente, si satisface los otros requisitos previstos en el artículo.

<sup>7</sup> HONNOLD 186.

<sup>8</sup> *Commentary* 140-141.

terminará en la aceptación. Pero más parece una invitación a hacer ofertas, pues es poco realista considerar que alguien puede tener intención de obligarse a comprar o vender "cualquier cantidad" de algo. La cantidad puede definirse por referencia a un sistema métrico (kilos, metros, yardas, galones, etc.) o a medidas convencionales (barriles, pacas, botellas, cajas, etc.). Se considera también que la cantidad está indicada, cuando se define un modo para determinarla, por ejemplo la cantidad de mercancías equivalente a un valor de 10 000 dólares, tomando en cuenta su precio en el mercado. La mención de cantidad puede ser implícita, por ejemplo, en el caso de que entre las partes hubiera negociaciones previas y el oferente ofreciera vender lo que la otra le había manifestado que necesitaba.

El precio debe determinarse en alguna moneda corriente. Puede estar indicado de modo implícito, por ejemplo, si el oferente vendedor ofrece mercancías que están incluidas en una lista de precios o en un catálogo que ya tiene el destinatario, o si el oferente vendedor suele proveer esas mercancías al destinatario, de modo que se entiende que el precio es el que suele cobrar el vendedor. Puede también definirse un modo para determinarlo, por ejemplo, el precio corriente en el mercado el día de la entrega. Si no hay determinación expresa o implícita del precio, la propuesta no es una verdadera oferta, de acuerdo con lo que dice el párrafo 1 del artículo 14.<sup>9</sup> Pero el artículo 55 dice que cuando hay un contrato "válidamente celebrado", en el que no se definió, ni expresa ni tácitamente un precio, ni tampoco un medio para determinarlo, se entiende que el precio es el "generalmente cobrado por tales mercaderías, vendidas en circunstancias semejantes, en el tráfico mercantil de que se trate".<sup>10</sup>

De las disposiciones de estos dos artículos, Eörsi<sup>11</sup> concluye lo siguiente: si no hay indicación de precio, la propuesta no es una verdadera oferta, pero si el destinatario acepta, se perfecciona la compraventa válidamente, y el precio es el que define el artículo 55. Aunque esta solución parece justa, el razonamiento que la produjo no convincente, ya que una propuesta, que no es una verdadera oferta, no puede aceptarse para concluir un contrato. De acuerdo con los artículos 14, 18 y 19, habría que interpretar que la "aceptación" de esa propuesta es una contraoferta que

<sup>9</sup> EÖRSI *Commentary* 141. HONNOLD 186-187, en cambio, tiende a considerar que aunque no haya indicación del precio, la oferta podría ser válida, si se interpreta que el artículo 14-1 no requiere, para que la oferta sea "suficientemente precisa", que concurren, sin faltar ninguno, los tres elementos que prevé: mercancías, cantidad y precio. Le preocupa que en la práctica comercial suelen hacerse ofertas de compra o venta sin indicar precio, porque hay urgencia de recibir o entregar las mercancías. Pero en tales casos se puede entender que hay un acuerdo implícito sobre el precio.

<sup>10</sup> *Infra* VII 2 B b.

<sup>11</sup> *Commentary* 141.

tendría que ser aceptada por el oferente primario para constituir un contrato; pero si esa “contraoferta” no define el precio, sería una propuesta para recibir nuevas ofertas, y así sucesivamente. Más conforme con la *Convención* es considerar que si es aceptada la oferta que en apariencia no define precio, es porque hay, entre oferente y aceptante, un acuerdo implícito sobre el precio que, en último caso, sería el que prevé el artículo 55. Esta interpretación concuerda con lo que dispone la regla de interpretación del contrato prevista en la propia *Convención* (art. 8-2), que dice que las declaraciones de las partes se interpretarán, a falta de otros medios (previstos en el párrafo 1), conforme las hubiera entendido una “persona razonable”; y una persona razonable que recibe una oferta de compra sin indicación de precio, entendería que el precio que está dispuesta a pagar el oferente es el generalmente cobrado por las mercancías en circunstancias semejantes.

### *c) Que indique la intención del oferente de quedar obligado*

Indicar no significa necesariamente declarar. A veces la intención de obligarse será expresa, pero quizá lo usual es que no lo sea. Cuando una oferta está dirigida a una persona determinada y es precisa, puede concluirse, a partir de esto y de acuerdo con las reglas de interpretación de la propia *Convención*, que tal oferta “indica” la intención de quedar obligado. La existencia de esa intención también puede inferirse de las negociaciones previas entre las partes.

No se contradice esa intención si el oferente manifiesta que, de perfeccionarse el contrato, tendrá el derecho de resolverlo de manera unilateral pagando una determinada cantidad, ya que en ese caso el oferente manifiesta su intención de obligarse a cumplir el contrato o a pagar una determinada cantidad.<sup>12</sup> Tampoco se contraponen cuando sujeta la oferta a una condición suspensiva o a un plazo, pues con eso no hace más que definir los momentos en que está dispuesto a quedar obligado. Ni la replica la expresión de que la oferta sea revocable, pues ella sólo indica que la intención de obligarse podrá extinguirse si la oferta no es aceptada.

Habrán propuestas que, por los términos en que están formuladas, no pueden considerarse ofertas porque falta la intención de obligarse. Propuestas como “voy a pensar” si te vendo, o “si quiero” te vendo, no indican la intención de obligarse. Tampoco las que no son precisas, en el sentido anotado arriba, por ejemplo, por no determinar las características de las mercancías que el vendedor habrá de fabricar.

<sup>12</sup> EÖRSI *Commentary* 139.

Cuando alguien duda de la intención del oferente de quedar obligado, lo más conveniente es aclarar la situación preguntándole por teléfono, carta u otro medio de comunicación. No puede admitirse, de acuerdo con el principio de buena fe, que se beneficie aceptando una propuesta ambigua, de cuya seriedad ha dudado.<sup>13</sup>

En los casos de ofertas hechas a muchas personas determinadas, en escritos impresos enviados por correo o medios semejantes, es conveniente que el oferente exprese su intención de quedar obligado, con fórmulas como “ésta es una oferta firme” o “me comprometo a vender o a comprar”, u otras por el estilo, con el fin de asegurar que su oferta no sea considerada como una mera invitación a hacer ofertas.

## **B. Oferta al público (art. 14-2)**

---

El segundo párrafo del artículo 14 establece que la oferta que no va dirigida a personas determinadas, esto es, la oferta al público, es sólo una invitación a hacer ofertas, a menos que la persona que la hace “indique claramente lo contrario”.

Considerar que la oferta al público no es más que una invitación a hacer ofertas, significa que quien ofrece al público no está orientado a aceptar todas las ofertas que su invitación provoque. Eörsi<sup>14</sup> considera que quien ofrece al público debe tener una responsabilidad por ello, de suerte que si rechaza una oferta, debe indemnizar los gastos y daños causados. Pero ésta es una responsabilidad que se derivaría, no del contrato de compraventa ni de las disposiciones de la *Convención*, sino de las leyes del derecho interno aplicable, especialmente de las leyes de protección al consumidor.

La oferta al público puede resultar vinculante para el oferente, si “claramente” indica la intención del oferente de obligarse. Esta indicación puede ser una declaración expresa, tal como “ésta es una oferta firme”, o bien inferirse de los términos en que está redactado el anuncio; por ejemplo, si dijera “las mercancías serán vendidas a las tres primeras personas que se presenten”, u “oferta limitada a tantas mercancías”. En todo caso, la oferta debe cumplir, además, el requisito de ser suficientemente precisa, tal como lo exige el párrafo 1 del artículo 14. Una oferta al público, si no es suficientemente precisa, no será vinculante, aunque el oferente haya expresado sin lugar a dudas que se obligaba a vender o a comprar.

<sup>13</sup> HONNOLD 184 nota 2.

<sup>14</sup> EÖRSI *Commentary* 142.

### C. Efectos de la oferta (art. 15-1)

---

La oferta surte efectos (art. 15-1) cuando llega al destinatario. Se entiende que la oferta “llega” al destinatario (art. 24) cuando se le comunica verbalmente, o, por cualquier otro medio, se le entrega personalmente, o se le entrega en su establecimiento o dirección postal o, a falta de ellos, en su residencia habitual. Queda claro que la oferta no verbal surte efectos cuando se entrega al destinatario y no hasta que éste la conozca.<sup>15</sup>

Antes de que sea efectiva la oferta, es decir, antes de que llegue al destinatario, puede ser “retirada”, aun cuando sea una oferta irrevocable (art. 15-2). Este concepto de “retiro” de la oferta proviene del *common Law*. Es necesario distinguirlo del concepto, propio de los sistemas de derecho civil codificado, de revocación de la oferta, que también fue acogido en la *Convención* (art. 16). El retiro puede hacerse respecto de ofertas que no son efectivas, y por eso el aviso de retiro debe llegar al destinatario antes o al mismo tiempo que la oferta. En cambio, la revocación se hace respecto de ofertas que ya son efectivas. Teniendo en mente esta distinción, se explica que el artículo disponga que aun la oferta irrevocable pueda ser retirada.

Un caso especial es el de la oferta sujeta a condición suspensiva. Si se considera que la efectividad de una oferta de este tipo depende no sólo de que la oferta “llegue” al destinatario, sino también del cumplimiento de la condición, se debe concluir que este tipo de ofertas pueden ser retiradas mientras no se cumpla la condición, aunque ya hubieran llegado al destinatario. La consecuencia de esta doctrina sería que las ofertas sujetas a condición suspensiva estarían también enteramente sujetas a la voluntad del oferente, en tanto no se cumpliera la condición. Si, por el contrario, se considerara que las ofertas sujetas a condición suspensiva no pueden retirarse después de haber llegado al destinatario, aunque no se haya cumplido la condición, habría que concluir que esas ofertas son “efectivas” cuando llegan al destinatario, aun cuando no se haya cumplido —y quizá nunca se cumpla— la condición. Como corolario de esta doctrina, habría que distinguir entre la “efectividad” de una oferta, en cuanto que hace imposible su retiro, que dependería de que la oferta llegue al destinatario, y la “efectividad” de una oferta en cuanto puede ser aceptada para constituir un contrato, que dependería del cumplimiento de la condición. Esta segunda doctrina se aviene mejor con el artículo 15.

<sup>15</sup> *Supra* III 1 C b.

## D. Revocación de la oferta (art. 16)

---

El artículo 16, que trata sobre la revocación de la oferta, fue uno de los más discutidos durante la conferencia de Viena,<sup>16</sup> a causa de los diversos enfoques sobre la materia que prevalecen en los sistemas de *common Law* y de derecho civil codificado. El primer párrafo establece la regla general de revocabilidad de la oferta; el segundo contiene las excepciones.

### a) Regla general: revocabilidad de la oferta

El primer párrafo de este artículo afirma la regla de la revocabilidad: “la oferta podrá ser revocada hasta que se perfeccione el contrato, si la revocación llega al destinatario antes que éste haya enviado la aceptación”. En realidad, el sentido de la frase no es que el plazo para revocar la oferta fenece cuando se perfecciona el contrato, sino cuando el destinatario ha enviado la aceptación. En efecto, el contrato se perfecciona (art. 23) cuando la aceptación llega al oferente, pero la revocación se hace imposible en cuanto se envía la aceptación. Queda, por lo tanto, en el arbitrio del destinatario el reducir la posibilidad de que la oferta pueda revocarse, enviando rápidamente la aceptación.<sup>17</sup>

Debe notarse que este artículo dispone que se produzca un efecto por el envío de la aceptación (teoría de la expedición), siendo que en todo lo relativo a la formación del contrato, la *Convención* adopta el principio de que los efectos de la oferta y la aceptación se producen cuando llegan al destinatario (teoría de la recepción). La disposición especial se justifica por dar seguridad al aceptante que, de otro modo, no tendría certeza de que no será revocada la oferta que ha aceptado, sino hasta que la aceptación llegara al oferente. Pero esa disposición hace, en cambio, que el oferente tenga inseguridad acerca de si puede revocar una oferta cuya aceptación no ha recibido. Por la rapidez de las comunicaciones modernas, el plazo entre el envío y el recibo de la aceptación, y la consiguiente inseguridad del oferente, tenderán a abreviarse.

De lo que dispone el primer párrafo del artículo 16, en combinación con el artículo 23, resulta que existe un periodo en que el contrato aún no es perfecto, por no haber llegado la aceptación, pero la oferta ya no puede revocarse, porque ya se envió la aceptación.

<sup>16</sup> *Actas resumidas Ia. Comisión* sesión 9 párrafos 9-45 (= DO 299-302).

<sup>17</sup> Véase *infra* IV 2 F sobre el derecho a retirar la aceptación.

### *b) Ofertas irrevocables*

Después de indicar en el primer párrafo la regla general (revocabilidad), el artículo introduce dos excepciones (incisos *a* y *b*) en su segundo párrafo. En opinión de Eörsi,<sup>18</sup> se trata de una sola excepción, expresada en dos lenguajes diferentes: en el inciso *a*) se usa lenguaje de derecho civil, y en el inciso *b*) lenguaje del *common Law*. Pero en mi opinión se trata de dos excepciones ligeramente distintas.

### *i) Ofertas que indican un plazo*

El inciso *a*) afirma que la oferta no puede revocarse “si indica, al señalar un plazo para la aceptación o de otro modo, que es irrevocable”. Eörsi aclara<sup>19</sup> que el inciso en sustancia dice que la oferta es irrevocable si indica que es irrevocable, cosa que puede hacer fijando un plazo de aceptación o de otro modo; pero no señala, como podría interpretar un jurista educado en la tradición del derecho civil, que sólo por el hecho de tener un plazo de aceptación está indicando que es irrevocable.

La explicación de ese autor se aclara viendo la historia legislativa del artículo 16. El grupo de trabajo de la CNUDMI había propuesto una redacción del párrafo que definía, en tres incisos, los casos en que la oferta sería irrevocable. Su propuesta decía<sup>20</sup> que una oferta no puede revocarse: *a*) si la oferta expresa o implícitamente indica que es firme o irrevocable; *b*) si la oferta fija un plazo para la aceptación, o *c*) si fuera razonable que el destinatario entendiera que la oferta era irrevocable. En esta redacción se decía, sin lugar a dudas, que el establecimiento de un plazo de aceptación hacía la oferta irrevocable. Pero en la sesión plenaria de la CNUDMI que revisó el proyecto, las delegaciones de países de tradición jurídica del *common Law* no aceptaron esa versión, por lo que se decidió modificarla, reuniendo los incisos *a*) y *b*) en uno solo, para quedar como actualmente aparece el inciso *a*) del párrafo 2.<sup>21</sup> En las sesiones de la Primera Comisión que revisó este artículo, se presentó una gran discusión en torno al citado inciso *a*) del párrafo 2. Hubo 27 intervenciones. Los representantes de países de tradición de derecho civil leían dicho inciso, de acuerdo con su tradición, en el sentido de que la fijación de un plazo hacía la oferta irrevocable; mientras que los representantes de países del *common Law* decían que el plazo sólo tenía el efecto de definir el tiempo que

<sup>18</sup> EÖRSI *Commentary* 156.

<sup>19</sup> EÖRSI *Commentary*, págs. 157 y 158.

<sup>20</sup> *Yearbook IX* (1978) pág. 75.

<sup>21</sup> *Yearbook IX* (1978) págs. 14-15.

dura la oferta; argumentaban que debe distinguirse entre revocación de la oferta, por voluntad del oferente, y expiración de la oferta, por simple transcurso del tiempo. Hubo varios intentos para solucionar el problema: se propuso una nueva redacción, dejar la cuestión a los jueces y árbitros, o permitir a los países hacer una reserva en este punto, pero ninguno tuvo éxito. Finalmente, se decidió aprobar el texto, tal como estaba en el proyecto preparado por CNUDMI, aun cuando existía la conciencia de que el texto era ambiguo y podía dar lugar a interpretaciones divergentes.<sup>22</sup>

El sentido literal del inciso favorece la interpretación de que el señalamiento de plazo no implica la irrevocabilidad de la oferta. Textualmente, el inciso dice que la oferta no podrá revocarse “si indica, al señalar un plazo fijo para la aceptación o de otro modo, que es irrevocable”. Puede leerse en el sentido de que la oferta es irrevocable “si indica, al señalar un plazo fijo para la aceptación... que es irrevocable”, es decir, que es irrevocable si, además de fijar un plazo, indica que es irrevocable. Esta lectura depende de la expresión “al señalar”, que denota momento o tiempo (al momento o tiempo de señalar), pero no sería posible si el texto usara la expresión “por señalar”, que denota instrumento o modo. Pero también puede leerse en el sentido de que la oferta indica que es irrevocable si fija un plazo. Se apoya esta lectura en la expresión “de otro modo”: el inciso dice que la oferta no puede revocarse si indica “de otro modo” que es irrevocable, lo cual requiere que se entienda que al primer “modo” de indicar que la oferta es irrevocable es “señalar un plazo”. También puede apoyarse en la versión inglesa que dice: *if it indicates, whether by stating a fixed time for acceptance or otherwise, that it is irrevocable*, con lo que expresa que la indicación de ser irrevocable se hace por (*by*) señalar un plazo.

Como el sentido literal es ambiguo, la interpretación del texto debe hacerse de acuerdo con su historia legislativa, y con el objeto de promover la uniformidad en su aplicación (art. 7). De la historia legislativa se puede concluir, como hacen Eörsi y Honnold,<sup>23</sup> que el sentido del inciso *a*) en cuestión no es que la oferta sujeta a plazo es, por eso mismo, irrevocable, sino sólo cuando indica claramente que lo es. En consecuencia, si una oferta dice que es irrevocable hasta el 30 de mayo, sin duda que está indicando que es irrevocable; pero si dijera que la oferta duraría hasta el 30 de mayo, entonces no indicaría que es irrevocable, sino que expiraría al

<sup>22</sup> *Actas resumidas 1a. Comisión* sesión 9 párrafos 9 a 45 (= DO 299-302).

<sup>23</sup> EÖRSI *Commentary* 158. HONNOLD 195 opina que el plazo fijo, cuando más, “puede crear la presunción de que la oferta indica que es irrevocable durante ese plazo”, pero esta presunción podrá destruirse teniendo en cuenta, según previene la norma de interpretación del contrato contenida en el artículo 8, las circunstancias del caso, las prácticas que las partes hubieran establecido, las negociaciones y la conducta de las partes.

concluir el plazo, y el oferente podría revocarla en cualquier momento, antes de que el destinatario hubiera enviado la aceptación.<sup>24</sup>

*ii) Ofertas que se interpretan como irrevocables*

El inciso *b)* del segundo párrafo establece otra excepción a la regla de revocabilidad de la oferta. Dice que es irrevocable la oferta que el destinatario podía razonablemente considerar que lo era, y siempre que el destinatario haya actuado basándose en esa consideración. Lo decisivo es que el destinatario, confiado en que la oferta era irrevocable, haya actuado, por ejemplo, comprando materiales o equipo, iniciando estudios o contratando personal. El principio subyacente es que no se deben frustrar las expectativas de una parte que actúa de buena fe. El siguiente ejemplo ilustra el contenido del inciso *b)*: un constructor pide a un fabricante de ladrillos que le haga una oferta de venta de ladrillos, para que el constructor la tome en cuenta al elaborar un presupuesto de construcción de una obra puesta a concurso; el fabricante de ladrillos sabe que el concurso se resolverá el 30 de junio, pero antes de esa fecha pretende revocar la oferta; el constructor puede alegar que la oferta es irrevocable, porque él ha actuado, ha elaborado el presupuesto y se ha comprometido a realizar la obra si resulta ganador del concurso, confiando, con fundamento, que la oferta era irrevocable.

La diferencia entre la excepción contenida en el inciso *b)* y la prevista en el inciso *a)* es muy leve. En este último se dice que la oferta es irrevocable “si indica” que es irrevocable. Indicar no significa necesariamente declarar, por lo que puede haber una oferta que, aunque no lo declare, sí indique que es irrevocable, por los términos que emplea, las condiciones que propone, o bien por las circunstancias del caso, las negociaciones previas, las prácticas establecidas por las partes, o la conducta que ellas siguen.<sup>25</sup> En el inciso *b)* se dice que es irrevocable si el destinatario “podía razonablemente considerar que era irrevocable” y actúa en consecuencia. El destinatario sólo podrá “razonablemente considerar” que una oferta es irrevocable, si ella de algún modo lo “indica”. La diferencia estriba en que el inciso *b)* exige una conducta del destinatario con base en la idea de que la oferta es irrevocable, y el inciso *a)* no la exige. La diferencia también implica consecuencias prácticas. Con apoyo en el inciso *b)*, sólo podrá reclamar judicialmente el destinatario que ha sufrido daños a causa

<sup>24</sup> Sin embargo, si el destinatario es de un país donde la oferta sujeta a plazo se considera irrevocable, y él actúa con esa convicción, podrá concluirse que la oferta es irrevocable, con base en lo que dispone el inciso *b)* del propio artículo 16.

<sup>25</sup> Los términos de la oferta deben interpretarse de acuerdo con las reglas de interpretación que da el artículo 8.

de que el oferente revocó una oferta que era irrevocable, cuando el primero ya había actuado. Con apoyo en el inciso *a*) podrá reclamar un destinatario que aún no ha sufrido daños, porque no ha actuado, pero que deja de ganar algo al serle revocada la oferta.

## **E. Extinción de la oferta (art. 17)**

---

La oferta puede extinguirse por el rechazo expreso del aceptante, por vencimiento del plazo, o por el envío de una contraoferta. En todo caso, el efecto es liberar al oferente de su responsabilidad por la oferta.

### ***a) Extinción por rechazo***

El artículo 17 señala que la oferta, aun si es irrevocable, se extingue en cuanto el rechazo del destinatario llegue al oferente.<sup>26</sup> La razón de esta regla es liberar al oferente para que pueda contratar con alguna otra persona. La mención de que la oferta expira aun cuando sea irrevocable, fue para eliminar dudas, que podrían surgir entre jueces o abogados de países donde la oferta irrevocable se mantiene, no obstante el rechazo, hasta que fenezca el plazo.

### ***b) Extinción por vencimiento de plazo***

La oferta también se extingue cuando ya no puede ser aceptada por haber fenecido el plazo fijado por el oferente, o, si no contenía un plazo predefinido, por haber transcurrido un plazo razonable, atendidas las circunstancias (art. 18-2).

La determinación de lo que es en cada oferta un “plazo razonable” para aceptarla queda, en primera instancia, al arbitrio de las partes. Puede ser que el destinatario tenga qué decidir si después de 20 días de haber recibido la oferta es aún tiempo oportuno para aceptarla, o que el oferente tenga que decidir si después de ese plazo ya puede considerarse libre de su responsabilidad y ofrecer la mercancía a otra persona. La decisión que cualquiera de las partes tome, si perjudica los intereses de la otra, podrá ser revisada por el juez o árbitro a quien se plantee la cuestión. La *Convención* sólo da dos criterios para orientar esta decisión (art. 18-2): que se tomen en cuenta “las circunstancias de la transacción”, y, en particu-

<sup>26</sup> Sobre lo que significa “llegar”, véase *supra* IV 1 C.

lar, “la rapidez de los medios de comunicación enviados por el oferente”. Así, una oferta de venta de mercancías que habitualmente adquiere el destinatario debe decidirse más rápidamente que una de mercancías que no suele comprar; una oferta de más valor, por lo general, merecerá un plazo de aceptación más amplio que una de menos valor; una oferta enviada por fax supone una aceptación enviada por un medio de la misma celeridad y, por lo tanto, un plazo de aceptación más breve que si la oferta hubiera sido enviada por correo. Además, previene expresamente que las ofertas verbales deben, por lo general, aceptarse inmediatamente, salvo que de las circunstancias resulte otra cosa.<sup>27</sup>

La oferta no se extingue aun cuando haya transcurrido el plazo para aceptarla en los casos que la aceptación tardía, por voluntad o negligencia del oferente, produce efectos de aceptación (art. 21).<sup>28</sup>

### *c) Por envío de una contraoferta*

Asimismo, la oferta expira cuando el destinatario envía una contraoferta, y ésta llega al oferente. En este supuesto, el destinatario inicial se ha convertido en oferente, y el oferente original en destinatario. A veces no es fácil distinguir cuando una respuesta del destinatario es una aceptación con modificaciones que, por lo tanto, hace efectiva la oferta, o una contraoferta, que extingue la oferta inicial. El artículo 19, que se examinará más adelante, dice, en suma, que la aceptación que modifica los elementos principales de la oferta es, en realidad, una contraoferta que, por consecuencia, extingue la oferta inicial.

## **2. LA ACEPTACIÓN (ARTS. 18-23)**

---

La aceptación de la oferta hace que se perfeccione el contrato de compraventa. La *Convención* la regula en sus artículos 18 a 23, en los que determina cuál debe ser su contenido, la forma en que exprese el asentimiento, el plazo en que debe realizarse, los efectos que produce, los efectos de aceptaciones tardías, y la posibilidad de retirar la aceptación.

<sup>27</sup> *Infra* IV 2 D d.

<sup>28</sup> *Infra* IV 2 E.

## A. Contenido (arts. 18 y 19)

---

La aceptación de la oferta debe consistir en el “asentimiento a una oferta” (art. 18-1). En principio, debe ser un asentimiento no condicionado a otro acto del oferente o del aceptante.<sup>29</sup>

En cuanto al contenido del asentimiento, previsto en el artículo 19, hubo una discusión entre los redactores de la *Convención*, que tuvo lugar mientras se preparaba el proyecto en el seno de la CNUDMI<sup>30</sup> y continuó en las sesiones de la Primera Comisión<sup>31</sup> constituida en la Conferencia de Viena. Unos, a los que Farnsworth<sup>32</sup> llama “tradicionalistas”, sostenían el punto de vista de que la aceptación tendría que ser plena, de modo que fuera un asentimiento a todos los términos de la oferta, y sólo así se perfeccionaba el contrato en los términos previstos en la oferta. Otros, a quienes dicho autor llama “reformistas”, sostenían que bastaba con que la aceptación indicara un asentimiento en cuanto al precio y las mercaderías, para que se perfeccionara el contrato, con las modificaciones previstas por el aceptante.

El resultado de la discusión fue una solución de compromiso, en la que predomina el punto de vista tradicional (párrafos 1 y 3 del art. 19), pero se admite una excepción (párrafo 2).

Si la respuesta a una oferta, que pretende ser una aceptación, contiene adiciones, limitaciones o modificaciones que alteran “sustancialmente” los términos de la oferta, no es una aceptación, porque falta asentimiento, sino que constituye una contraoferta (art. 19-1).

El artículo 19-3 aclara que alteran “sustancialmente” los términos de la oferta, todas las modificaciones relativas al precio, pago, calidad y cantidad de las mercancías, lugar y fecha de entrega, grado de responsabilidad de una parte con respecto de la otra, o a la solución de controversias. O sea que casi todas las modificaciones posibles alteran sustancialmente los términos de la oferta.

Si la respuesta que pretende ser aceptación contiene modificaciones que no alteran sustancialmente los términos de la oferta, entonces constituye aceptación y perfecciona el contrato con las modificaciones introducidas por el aceptante, a menos que el oferente, “sin demora injustificada”, objete las modificaciones verbalmente o enviando un escrito (art. 19-2). Si hay esta objeción, deberá entenderse que la pretendida aceptación en realidad fue una contraoferta, que el oferente inicial rechaza.

Es fundamental distinguir si las modificaciones alteran sustancial-

<sup>29</sup> FARNSWORTH *Commentary* 166.

<sup>30</sup> *Yearbook* VIII (1978) 82; IX (1978) 42-43.

<sup>31</sup> *Actas resumidas Ia. Comisión* sesión 10 párrafos 23-103 (= DO 306-312).

<sup>32</sup> *Commentary* 175 y ss.

mente la oferta o no. La lista de modificaciones sustanciales que contiene el párrafo 3 puede resolver muchas dudas, pero hay ciertas cláusulas que se pueden considerar sustanciales, y que no están contenidas en la enumeración del párrafo 3, como la que establece que toda modificación al contrato tendrá que ser por escrito, o la (*merger clause* o cláusula integradora) que dispone que el contenido del contrato es lo que consta por escrito, excluyendo las negociaciones previas o cualquier otra documentación como parte del mismo o auxiliar en su interpretación. También puede haber duda de si ciertas cláusulas están incluidas o no en la lista del párrafo 3, como aquélla por la cual se escoge el Derecho que regirá el contrato: ¿está o no incluida en la frase de dicho párrafo, que se refiere a la solución de controversias?

Al respecto, Farnsworth<sup>33</sup> opina, con razón, que se debe interpretar estrictamente la lista de modificaciones sustanciales que contiene el párrafo tercero, de modo que pueda tener cabida la aplicación del párrafo 2 y se permita la aceptación con modificaciones. De no interpretarse así, se desconocería la razón de ser del párrafo 2, que era dar efectos a la aceptación con modificaciones. Siguiendo ese criterio, puede concluirse que modificaciones sustanciales son exclusivamente las que de manera literal establece el párrafo 3, por lo que todas las que se mencionaron en el párrafo precedente serían modificaciones no sustanciales.

En la práctica comercial no es fácil precisar en qué términos se perfecciona el contrato, si en los de la oferta o en los de la aceptación. Es muy frecuente que entre compradores y vendedores se intercambien formas impresas de oferta, aceptación, orden de compra, recibo de orden de compra, etc. Casi siempre estas formas impresas contienen una serie de condiciones favorables a quien las expide, que por lo general la otra parte no lee. Supóngase que un vendedor envía una oferta de venta impresa, a la que el comprador responde con una orden de compra impresa, de la que da cuenta el vendedor con un recibo de la orden de compra, también impreso, y envía las mercancías. Las condiciones que tienen estos tres documentos son diferentes, ¿cuáles son las que rigen el contrato, si es que en realidad hay contrato?

Siguiendo la lógica del artículo 19, habría que decir que la orden de compra no constituyó una aceptación, sino una contraoferta, y que a ésta respondió el recibo de la orden de compra, que tampoco fue una aceptación sino otra contraoferta; por lo tanto, si el comprador no ha manifestado su aceptación al contrato, puede negarse a pagar el precio, porque no ha habido contrato. Pero si el comprador realizó una conducta que indica asentimiento al contrato, por ejemplo, dando un anticipo del precio o recogiendo las mercancías, podrá afirmarse que sí hay contrato, aunque

<sup>33</sup> FARNSWORTH *Commentary* 183.

subsiste la duda de cuáles son sus términos; lo más lógico, de acuerdo con las disposiciones del artículo 19, es concluir que son los términos previstos por el oferente en su último impreso.<sup>34</sup> Pero lo que parece más razonable, como dice Honnold,<sup>35</sup> es que el contrato se rige por lo que las partes efectivamente consintieron y manifestaron en sus escritos o en su conducta.

## **B. Expresión del asentimiento (arts. 18, 19-2 y 21-2)**

---

El asentimiento a la oferta puede expresarse en una declaración (art. 18-1) o en un acto del destinatario (art. 18-3) y, en ciertos casos, por medio del silencio (arts. 19-2 y 21-2).

### *a) Asentimiento por declaración*

Quizá lo más común es que el asentimiento se exprese por medio de una declaración verbal o escrita. Es frecuente, incluso, que en las ofertas se proponga que el asentimiento se exprese de esa manera, y a veces que se envíe por determinado medio: correo, mensajería, télex o telegrama. El valor que puedan tener esos requerimientos de la oferta, de suerte que se decida si una aceptación por conducta, cuando se exigía por escrito, o enviada por correo, en vez de por télex, surte efectos o no, es una cuestión de interpretación de los términos de la oferta, que deberá resolverse de acuerdo con las reglas de interpretación del contrato previstas en el artículo 8; podría ser, por ejemplo, que una aceptación por conducta fuera válida, no obstante los términos de la oferta, si entre las partes había una práctica establecida de aceptar de esa manera. La aceptación que no se expresa en la forma o por los medios previstos en la oferta, constituye una contraoferta.

### *b) Aceptación por un acto*

La aceptación por un acto, en la mayoría de los casos, consistirá en un acto de ejecución o de preparación para la ejecución del contrato, por

<sup>34</sup> Así opina FARNSWORTH (*Commentary* 183 y ss), quien concluye que es el oferente quien tiene la ventaja en esta "batalla de las formas", por ser quien puede enviar el último impreso.

<sup>35</sup> HONNOLD pág. 222, quien sigue la opinión que sostuvo la Comisión para la Reforma del Derecho de Ontario. En la *Convención*, esta solución podría justificarse por el artículo 18-1, que establece que la conducta es un medio de indicar asentimiento, y por el principio de buena fe, previsto en el artículo 7, que exige reciprocidad en las obligaciones.

ejemplo, compra de materias primas para iniciar la fabricación de las mercancías, contratación de transporte para enviarlas, envío del precio, o inicio de trámites para conseguir una carta de crédito.

### *c) Aceptación por silencio*

El mero silencio o la sola inactividad no constituyen aceptación, según lo expresa el mismo párrafo 1 del artículo 18. Pero debe tenerse en cuenta que, de acuerdo con el artículo 6, las partes pueden derogar o variar las disposiciones de la *Convención* y que pueden quedar obligadas por los usos que tácita o expresamente hubieran convenido (art. 9). Por efecto de estas últimas disposiciones, puede suceder que el silencio sí constituya aceptación, cuando ambas partes así lo acuerdan o existe un uso obligatorio o práctica establecida entre ellas que así lo dispone. Lo que sí impide el artículo 18-1, y con razón —porque sería una imposición unilateral, sin contraprestación, de una conducta a una de las partes—, es que el oferente determine que si no recibe un rechazo en determinado plazo, considerará aceptada la oferta.<sup>36</sup>

Sin embargo, la propia *Convención* establece dos casos en que el silencio produce efectos en cuanto al perfeccionamiento del contrato. Uno es el de la aceptación con modificaciones que no alteran sustancialmente la oferta, que, según el artículo 19-2, constituirá aceptación si el oferente no la objeta inmediatamente. Aquí, el silencio manifestado en no objetar, hace que las modificaciones introducidas por el aceptante integren el contrato. El otro es el de una aceptación tardía, que se demoró en llegar por defecto de los medios de comunicación empleados, la cual constituye aceptación, según lo dispone el artículo 21-2, si el oferente no comunica sin demora al aceptante que la oferta ha caducado. Aquí, el silencio manifestado en no hacer la comunicación debida, causa el perfeccionamiento del contrato.

## **C. Efectos de la aceptación (art. 18 párrafos 2 y 3)**

---

El efecto principal de la aceptación es perfeccionar el contrato. El artículo 18 párrafo 2, siguiendo la teoría de la recepción, establece que la acepta-

<sup>36</sup> Una parte, en cambio, sí puede obligarse unilateralmente por efecto del silencio, por ejemplo, cuando dice a un vendedor que le envíe una cotización de mercancías, y que si en tres días no recibe respuesta, considere que está de acuerdo con los precios y envíe las mercancías. Esto es distinto a pretender que la otra parte se obligue por efecto del silencio.

ción surte efectos, es decir, que se perfecciona el contrato (véase art. 23), cuando llega<sup>37</sup> al oferente.

Pero debe tenerse en cuenta que otro efecto de la aceptación es impedir la revocación de la oferta, el cual se produce (art. 16-1) al momento de enviarla.<sup>38</sup>

Excepcionalmente, la aceptación puede perfeccionar el contrato en el momento en que ésta se produce. Esto sucede, por disposición del párrafo tercero del artículo 18, cuando el aceptante está autorizado —por los términos de la oferta, por los usos o por las prácticas establecidas entre las partes— a manifestar su aceptación mediante un acto, sin necesidad de comunicarlo previamente al oferente; en este caso, el contrato se perfecciona al realizarse el acto que constituye la aceptación. Debe tenerse en cuenta que en la mayoría de los casos, cuando se produce una aceptación por un acto, el aceptante envía también una comunicación al oferente, mediante la cual le indica que ya realizó el acto, por ejemplo, que ya envió las mercancías o un cheque. Pero aun cuando exista esa comunicación, el contrato se perfecciona, si se cumplen los presupuestos previstos en ese párrafo tercero, al momento de realizarse el acto y no al momento de recibirse la comunicación de que se realizó; en consecuencia, si el acto se produce en el plazo fijado por la oferta, el contrato se perfecciona, aun cuando la comunicación del acto llegue al oferente después de haber expirado dicho plazo.

La determinación del momento en que la aceptación surte efectos, esto es, del momento en que se perfecciona el contrato, tiene consecuencias prácticas, porque muchos efectos del contrato se producen en relación con ese momento.

#### **D. Plazo para la aceptación (arts. 18 y 20)**

---

Para que la aceptación produzca su efecto principal, debe llegar al oferente o realizarse —en el caso previsto en el párrafo tercero del artículo 18— en el momento adecuado. Esto implica que el aceptante corre con los riesgos por pérdida o retraso de la comunicación. La *Convención* prevé un caso en que la aceptación que llega fuera del plazo surte efectos, si la demora se debió a defectos del medio de comunicación empleado, pero esta disposición no libera de riesgo al aceptante, porque el oferente puede decidir si en ese caso hay contrato o no. Al cargar al aceptante los riesgos por la transmisión, se le mueve a procurarla por un medio adecuado.<sup>39</sup>

<sup>37</sup> Sobre lo que significa “llegar”, véase *supra* III 1 C.

<sup>38</sup> Véase *supra* IV 1 D sobre revocación de la oferta.

<sup>39</sup> HONNOLD 209.

La *Convención* define este momento, según que la oferta sea verbal, escrita y prevea un plazo, o escrita sin expresar un plazo.

**a) De ofertas verbales**

Si la oferta es verbal (estando las partes frente a frente, o hablando por teléfono), la aceptación debe producirse de inmediato (art. 18-2), a menos que, dice el artículo, “de las circunstancias resulte otra cosa”; esto es, que por convenio de las partes, por prácticas entre ellas, por un uso aplicable, o por la misma naturaleza o características de la oferta, la aceptación pueda hacerse en un momento posterior.

**b) De ofertas escritas con plazo**

Si la oferta fija un plazo para la aceptación, ésta debe llegar al oferente dentro del plazo fijado (art. 18-2). El plazo definido por el oferente puede resultar ambiguo. Una expresión como “esta oferta caducará en 15 días”, podría originar dudas, por ejemplo, sobre si se refiere a los 15 días después de haber sido fechada, de haber sido enviada o de haber sido recibida, y si se incluyen o no los días inhábiles.

El artículo 20 da criterios para solucionar ese tipo de dudas. Dispone (párrafo primero) que cuando la oferta se envía en un telegrama o en una carta, el plazo comenzará a correr a partir de la fecha que ostente el telegrama o la carta; pero si la carta no tiene fecha, a partir de la fecha que aparezca en el sobre. Quizá lo más razonable fuera que el plazo corriera a partir de que el aceptante recibe la oferta, pero como es más fácil probar la fecha en que se expide la carta o el telegrama, resulta mejor, para efectos prácticos, la solución prevista por el artículo mencionado. Si la oferta se comunica por teléfono, télex u otro medio de comunicación instantánea, como el fax, el plazo comienza a correr a partir del día en que la oferta llega al destinatario.

Para el cómputo de los días, precisa el segundo párrafo del artículo 20, no se hará distinción entre días hábiles e inhábiles, sino que se contarán los plazos en días naturales. Pero si resulta que el día del vencimiento del plazo, la aceptación no puede ser entregada al oferente porque tal día es inhábil en el lugar donde éste tiene su establecimiento, el plazo se prorrogará hasta el siguiente día hábil.

Estas reglas pueden variar si el oferente dispone otra cosa. Lo más seguro es que defina el momento en que caduca la oferta indicando una fecha precisa (día, mes y año).

*c) De ofertas escritas sin plazo*

Si la oferta no fija un plazo, la aceptación tiene que producirse dentro de un plazo razonable, teniendo en cuenta las circunstancias de la transacción y, en particular, la rapidez de los medios de comunicación empleados por el oferente (art. 18-2). Aunque el artículo 20 se refiere expresamente al modo de computar el plazo fijado por el oferente, las reglas que establece pueden aplicarse por analogía<sup>40</sup> para computar el plazo razonable que se prevé en este otro caso, de modo que el plazo comience a correr a partir de la expedición del telegrama o carta que contiene la oferta, o a partir de que la comunicación de la misma llega al destinatario, cuando se hace por teléfono, télex u otros medios de comunicación instantánea.

## **E. Aceptaciones tardías (art. 21)**

---

En principio, la aceptación recibida fuera del plazo o tardía no produce efectos como aceptación, pero constituye una contraoferta, que el oferente originario puede aceptar o rechazar; si el destinatario de la contraoferta (oferente original) acepta, el contrato se perfecciona cuando la aceptación llegue al contraoferente. Pero hay dos casos, considerados en el artículo 21, en que la aceptación tardía surte efectos.

*a) Aceptación tardía por causas atribuibles al aceptante*

El artículo 21-1 dice que la aceptación tardía, demorada por causas atribuibles al aceptante, surte “efecto como aceptación” si el oferente, sin demora, lo comunica verbalmente al aceptante o le envía una comunicación en ese sentido. El artículo no aclara si la aceptación tardía surte efectos al momento en que es recibida por el oferente, o cuando el oferente comunica al aceptante que da por buena la aceptación tardía. Pero tomando en cuenta dicho artículo agrega que la aceptación “surte efectos”, y que la regla general de la *Convención* —en lo que se refiere a la formación del contrato— es la teoría de la recepción, puede concluirse que el momento

<sup>40</sup> La analogía se justifica por lo siguiente. El caso previsto en el artículo 20 es el del cómputo del plazo fijado por el oferente; el caso no previsto es el cómputo del plazo razonable, que se determina cuando el oferente no definió un plazo. Los dos problemas son análogos —cómputo del plazo para la aceptación—, por lo que se justifica que tengan una misma solución, la prevista en el artículo 20. Otra solución al problema no resuelto sería que el plazo se contara a partir de que la comunicación de la oferta, por cualquier medio, llegue al oferente; pero entonces se tendría el problema de probar el momento en que la comunicación llega, que se quisieron evitar con la regla definida en el artículo 20.

en que se perfecciona el contrato es cuando se recibe la aceptación tardía, no obstante que la aceptación se haga valer hasta que el oferente comunique que la da por buena. Así lo interpretan los *Comentarios de la Secretaría* que dicen: “Según este párrafo es la aceptación tardía la que surte efectos de aceptación en el momento de su recepción, si bien requiere una notificación ulterior para ser válida”.<sup>41</sup>

La diferencia de hecho entre este caso y el de cualquier otra aceptación tardía, radica en que el oferente comunica “sin demora” que da por buena la aceptación.

#### ***b) Aceptación tardía por defectos del medio de transmisión empleado***

El segundo caso, previsto en el segundo párrafo del mismo artículo, es que la aceptación haya llegado tardíamente por defectos de los medios de transmisión, y que esto sea evidente, porque la carta o comunicado escrito que contenía la aceptación, indica que fue enviada en un momento en el que, en circunstancias normales, hubiera podido llegar oportunamente al oferente. En este caso, la aceptación tardía surte efectos, a menos que el oferente, sin demora, comunique al aceptante que considera su oferta caducada. Aquí es claro que el contrato se perfecciona cuando la aceptación tardía llega al oferente.

En el primer caso, se requiere la comunicación del oferente para que la aceptación surta efectos; en este otro, se necesita la comunicación del oferente para que la aceptación no surta efectos. Pero en ambos casos, el oferente tiene la posibilidad de decidir si hay contrato o no. Ello le da una posibilidad de especular en beneficio propio, con detrimento de la otra parte. Por ejemplo, si el oferente comprador se entera, al recibir la aceptación tardía del vendedor, de que el precio de las mercancías ha subido, podrá dar por buena la aceptación tardía y obligar al aceptante a entregarle mercancías por un precio inferior a su valor actual. Pero este resultado puede justificarse: el del aceptante que envía la aceptación tardíamente descuido lo sujeta al riesgo de una aceptación tardía; en el caso del aceptante que la envió a tiempo, pero por defecto del medio de comunicación llega con demora, la regla es que la aceptación vale como si hubiera llegado a tiempo, de modo que el perjuicio que sufra el vendedor aceptante por tener que entregar mercancías a un precio inferior al de su valor actual, es resultado del riesgo normal de un comerciante.

Sin embargo, esta solución podría resultar inequitativa, cuando ha pasado un tiempo considerable entre el envío y el recibo de la aceptación;

<sup>41</sup> *Comentarios de la Secretaría* artículo 19 párrafo 3 (= DO 27). Farnsworth *Commentary* 191 y 193 y HONNOLD 226 aceptan esta interpretación.

suponiendo que hubiera llegado seis meses después de haber sido enviada, ¿el oferente tendrá derecho a decidir si hay contrato o no? En favor de la negativa podría argumentarse que el artículo 18-1 dice que la aceptación debe indicar asentimiento a la oferta, y podría interpretarse que una aceptación que tarda tanto en llegar, y habiendo cambiado las circunstancias del mercado, no puede indicar asentimiento; también podría argumentarse que el oferente que especula a su favor, estaría obrando contra el principio de buena fe, previsto en el artículo 7. En cualquier caso, el aceptante puede reducir este riesgo haciendo uso de su derecho a retirar la aceptación (art. 22).

## **F. Retiro de la aceptación (art. 22)**

---

El artículo 22 concede al aceptante al derecho a retirar la aceptación, siempre y cuando la notificación del retiro llegue al oferente antes o en el mismo momento "en que la aceptación haya surtido efecto". Por regla general, la aceptación surte efecto cuando llega al oferente, por lo que el derecho de retiro expira en ese mismo momento. Pero en el caso de aceptación por conducta, la aceptación surte efectos en el momento en que se produce (art. 18-3), por lo que en esos casos no hay posibilidad de retirar la aceptación, independientemente de que el acto que constituye la aceptación sea notificado o no al oferente.

Éste es un derecho paralelo al que tiene el oferente de retirar la oferta, siempre que el retiro llegue antes o al mismo tiempo que la oferta (art. 15). La razón que hay para uno y otro derecho es que mientras el destinatario no conoce la oferta, o el oferente no conoce la aceptación, no tienen ellos ninguna expectativa de contrato que merezca ser protegida.<sup>42</sup>

Del derecho a retirar la aceptación, junto con la regla que impide revocar la oferta cuando el aceptante envía la aceptación (art. 16-1), resulta una situación ventajosa para el aceptante. Él puede, en cuanto reciba una oferta, impedir su revocación enviando inmediatamente la aceptación por correo ordinario, pero sabiendo que podrá retirar la aceptación enviando un télex o telegrama. Esto le permite especular en su favor, aprovechando las variaciones de precio de las mercancías o de otras condiciones del mercado.

<sup>42</sup> HONNOLD 230 opina que se podría hablar de un principio general de la *Convención*, según el cual "una parte puede retirar o modificar una comunicación por medio de una segunda comunicación que adelante la primera".

### 3. PERFECCIONAMIENTO DEL CONTRATO (ART. 23)

---

Las reglas que da la *Convención* sobre la oferta y la demanda vienen a definir cómo se contrae válidamente un contrato de compraventa internacional. Queda a las disposiciones de la ley nacional aplicable, determinar si la compraventa celebrada conforme a esas reglas puede ser impugnada ante un juez por haber adolecido en su proceso de formación de algún vicio de consentimiento o por haber faltado capacidad a las partes.<sup>43</sup> En muchos casos es necesario saber en qué momento se ha perfeccionado el contrato y dónde se ha perfeccionado.

#### A. Momento del perfeccionamiento del contrato

---

Aunque el momento en que se perfecciona el contrato podría concluirse de los artículos relativos a la oferta y la aceptación, sobre todo del artículo 18, los redactores del *Proyecto CNUDMI*<sup>44</sup> tuvieron a bien incluir un artículo, el actual artículo 23, que define expresamente ese momento. Dice esta disposición que el contrato se perfecciona “en el momento de surtir efecto la aceptación de la oferta”. Esto puede suceder o cuando la aceptación “llega” al oferente (art. 18-2) —y así será en la mayoría de los casos—, o cuando el aceptante ejecuta el acto que indica la aceptación (art. 18-3), lo cual sólo ocurrirá en los casos en que pueda darse este tipo de aceptación por virtud de los usos aplicables o de prácticas establecidas por las partes.

Determinar este momento es importante puesto que otros artículos de la *Convención* se refieren a él: el artículo 42-1 dispone que el vendedor debe entregar las mercancías libres de cualesquiera derechos o pretensiones de tercero que tuvieran en el momento del perfeccionamiento del contrato; el artículo 55 determina que a falta de precio convenido, se tendrá pactado el que esté vigente en el mercado en el momento del perfeccionamiento del contrato; el artículo 68 dice que el riesgo, por pérdida o deterioro de las mercancías vendidas en tránsito, se transmite al comprador en el momento del perfeccionamiento del contrato; el artículo 74 limita la indemnización por daños y perjuicios a la pérdida previsible en el momento del perfeccionamiento del contrato; el artículo 79-1 exonera de responsabilidad por incumplimiento, cuando fue debido a un impedimento que no podía preverse en el momento de perfeccionamiento del contrato, y el artículo 100 dice que la *Convención* se aplicará en contratos perfeccionados después de que ella entró en vigor.

<sup>43</sup> *Supra* II 3 A a.

<sup>44</sup> *Proyecto CNUDMI* artículo 21.

En la práctica podrá resultar difícil definir el momento de perfeccionamiento del contrato, no obstante que las reglas de la Convención son claras, en los casos en que las partes que negociaron un contrato intercambiaron muchas comunicaciones y no puede precisarse cuál fue, de entre todas ellas, la aceptación final.

## B. Lugar de perfeccionamiento del contrato

---

En el grupo de trabajo de la CNUDMI que preparó el proyecto hubo el intento de ampliar este artículo para que definiera también el lugar de perfeccionamiento del contrato.<sup>45</sup> La propuesta se desechó porque no fue posible llegar a un acuerdo. Sin embargo, esta cuestión es importante, pues el lugar de perfeccionamiento del contrato suele ser tomado en consideración por las reglas del derecho internacional privado para definir cuál es la ley aplicable al mismo, la cual resuelve los aspectos del contrato no regulados por la *Convención*.<sup>46</sup>

Si, de acuerdo con el artículo 23, el contrato se perfecciona en el momento en que surte efecto la aceptación, puede pensarse que se perfecciona en el lugar donde surte efecto la misma.<sup>47</sup> Esto lleva, siguiendo los criterios del artículo 18, a proponer que el lugar de perfeccionamiento del contrato puede ser: *a*) el lugar a donde llega una aceptación verbal o escrita (art. 18-2), que ordinariamente será el lugar donde el oferente tenga su establecimiento; *b*) el lugar donde el aceptante realiza el acto que indica la aceptación (art. 18-3), que por lo general será donde el aceptante tenga su establecimiento.

<sup>45</sup> *Yearbook VIII* (1977) 81-82.

<sup>46</sup> *Supra* I 6 B.

<sup>47</sup> Así lo sugieren los *Comentarios de la Secretaría* artículo 21 párrafo 2 (= DO 27).