

LA FORMACIÓN DE LOS CONTRATOS DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS

1. No rara vez se encuentran en los diarios mexicanos anuncios mediante los cuales se invita a participar en un concurso para adjudicar una obra de envergadura en un país extranjero; es decir, se invita a celebrar, con quien presente la más atractiva oferta, un *contrato de obra*. Recuerdo haber leído, con menor frecuencia, avisos que contienen la manifestación del propósito de adquirir determinado producto (*copra*, señala mi memoria), para lo cual se fijan ciertos requisitos.

Estos ejemplos muestran que en el comercio internacional no es desconocido lo que doctrinalmente se denomina *oferta pública o publicidad abierta*.

Bien hizo, por tanto, la Conferencia diplomática de Viena en recoger esta posibilidad, y referirse, si bien escuetamente, a la oferta al público, o, como la denomina la Convención "propuesta no dirigida a una o varias personas determinadas".

La hipótesis de la oferta al público no se contempló en el Proyecto de Ley Uniforme sobre la formación de contratos para la venta internacional de mercaderías (en lo sucesivo, si he de referirme a este Proyecto, diré simplemente, el Proyecto de La Haya), aprobado en La Haya, con fecha 10. de julio de 1964.

2. Ciertamente es que la referencia a la oferta al público en la Convención que ahora se estudia es, como acaba de indicarse, muy escueta, y, podría añadirse, negativa, pues se limita, en el artículo 14, 2, a declarar que la propuesta a personas indeterminadas **NO ES** una oferta en sentido técnico jurídico, la cual se regula en artículos subsecuentes, sino una simple invitación *a hacer ofertas*, en el aludido significado técnico jurídico. A menos, añade la norma que se comenta, "que la persona que haga la propuesta indique claramente lo contrario".

Se respeta así la autonomía de la voluntad de quien manifieste que considerará cerrada la operación, y celebrado el contrato, al expresar otras personas su aceptación de las condiciones fijadas en el aviso respectivo, mediante una declaración expresa, y aun tácitamente: mediante la remisión de las mercancías requeridas por medio del aviso, el envío del precio promedio, etcétera.

3. Otro medio de formular lo que la Convención llama *simple invitación a hacer ofertas* es la distribución por correo y otros medios de catálogos o listas

de precios, los cuales pueden contener la indicación, prevista en el artículo 1º, inciso 2, de que formulan una oferta firme, y que enviarán la mercancía descrita al recibir un pedido, acompañado del precio fijado, o bien que el envío se hará por correo C. O. D. (cobrar o devolver).

Este tipo de oferta se dirige, por lo general, al consumidor directo, pero ello no tiene repercusiones sobre la aplicabilidad de la Convención, dado que en el párrafo 3 del artículo 1o. se declara que para su aplicación no se tendrá en cuenta "el carácter civil o comercial de las partes o del contrato".

La invitación a hacer ofertas no crea ningún deber jurídico; la oferta que se formule atendiendo tal invitación sí lo crea, como toda oferta, y estará regida por las demás normas de la Convención (a las cuales paso a referirme).

4. No es la oferta al público el medio más frecuente de iniciar los tratos que conducirán a celebrar un contrato de compraventa internacional; pero los ejemplos invocados muestran que en la práctica se recurre a tal procedimiento, cuando no se conoce suficientemente el mercado del país donde se publica el aviso respectivo, pero sí se sabe que en tal país hay personas que pueden vender o comprar cierta mercancía, y se pretende establecer una relación directa con ellas.

Lo más frecuente es el trato directo de una persona, cuyo establecimiento se encuentra en un país, a persona de otro Estado, a la cual se dirige para proporcionarle la celebración de una compraventa. Habitualmente hay un previo conocimiento entre una y otra.

5. *En cuanto a su forma*, es decir, al medio o al modo de exteriorizarse la voluntad, la propuesta, que con mayor precisión ha de llamarse (y llamaré) *oferta*, puede ser verbal o escrita.

Sin embargo, como algunos de los Estados asistentes a la Conferencia de Viena manifestaron que conforme a su derecho interno era necesaria la forma escrita para la celebración del contrato de compraventa, se previó (artículos 12 y 96) que pudiera formularse, al suscribirse la Convención, una declaración para el efecto de que con referencia al país que la hiciera, no fuese aplicable la libertad de forma que se estableció como regla general.

Se declaró (artículo 11) que el telegrama y el télex quedan incluidos en el concepto de escrito.

Algún comentario habré de formular respecto del alcance de esta declaración normativa, en lo que respecta al télex.

Salvo indicación en contrario, las normas de la Convención son aplicables tanto a la oferta escrita como a la oral.

6. *El contenido* de la oferta ha de satisfacer, conforme a constante y general enseñanza de la doctrina y según muestra el derecho comparado, dos exigencias: intención obligatoria y precisión.

Ya se señaló que la oferta a personas indeterminadas, la oferta al público, no satisface, en lo general, el primer requisito, y por ello la considera la Con-

vención como carente de intención obligatoria, salvo indicación expresa en contrario, y se dice que es una simple invitación a formular ofertas. Cuando se dirige a una o más personas determinadas, los términos de la oferta mostrarán la existencia de la intención de obligarse, y así satisfará el primer requisito.

7. Respecto de la precisión de la oferta, la Convención contiene una fórmula de gran amplitud: en lo que atañe a la cosa que ha de venderse sólo exige que se indiquen las mercaderías, con expresión explícita o tácita de la cantidad, o que dé un medio para determinarla. Basta este último en lo que se refiere al precio.

Analicemos esta situación. La palabra "mercadería" (*goods, merchandises*) se emplea en un sentido amplio, equivalente a *cosa mueble corpórea*; no en el sentido estricto que, siguiendo a algunos autores (VIVANTE 897, y lo desarrolla BENITO), la limita a las cosas adquiridas con el propósito de enajenarlas ulteriormente (la situación prevista en el artículo 75, fracción 1 del Código. Com.). La maquinaria que para su fábrica adquiere un industrial, no es mercadería en este sentido estricto; sí lo es para los efectos de la Convención.

Lo que se excluye de la Convención está enumerado específicamente en su segundo artículo. Incidentalmente señalaré que no fue aceptada en la Conferencia diplomática la propuesta de un país de la OPEP para excluir, como lo está la electricidad, al petróleo, para lo cual se adujeron ciertas peculiaridades de su comercio.

La mención de la cantidad de mercaderías materia de la oferta, ya se dijo, puede ser *tácita*, solución que reputo adecuada a las necesidades del tráfico internacional, sin desconocer que su aplicación puede dar lugar a dificultades, especialmente en cuanto haya de juzgarse del adecuado cumplimiento del contrato sobre tal base celebrado.

La idea, secularmente arraigada, es de que en la compraventa el precio ha de ser *cierto y en dinero*; por ello, suscitó en el seno de la Conferencia, cierta resistencia a la inclusión de una fórmula flexible, como la que llegó a redactarse: "Una propuesta es suficientemente precisa si indica el precio *o prevé un medio para determinarlo*."

Predominaron consideraciones tales como la de que el oferente-comprador podría ignorar el precio prevaleciente en el país del vendedor, y por ende no incluirlo en su propuesta; y, por otro lado, de que el vendedor no puede fácilmente abusar de su posición, pues suele haber elementos para determinar objetivamente el precio adecuado, inclusive, considerando tal el generalmente practicado por el propio vendedor.

La oferta de venta más probablemente puede contener la determinación del precio, pero en situaciones de versatilidad del mercado, cabe que con referencia al prevaleciente en un momento ulterior a la oferta se formule ésta.

El Proyecto de La Haya usa una fórmula diferente, pero que quizá dé un resultado práctico equivalente al de la Convención, al decir que "la oferta

ha de estar suficientemente definida para permitir la celebración del contrato por medio de la aceptación”.

8. La intención de obligarse jurídicamente necesaria para que exista una oferta, puede presentar dos grados: *oferta simple* y *oferta firme o irrevocable*.

Este último carácter resultará de una declaración expresa, o deducirse del señalamiento de un plazo fijo para la aceptación (artículo 16, *e, a*).

También se declara irrevocable la oferta (inciso *c*, del propio artículo), si el destinatario podría *razonablemente* considerar que tenía este carácter y ha actuado basándose en ella.

Temo que esta fórmula resulte peligrosa: introduce ese escurridizo concepto de *lo razonable*, que en conferencia posterior será analizado por el profesor Díaz Bravo, en una hipótesis en que no resulta necesario recurrir a tal concepto: si no se declara explícitamente el carácter firme o irrevocable, ni se fija un plazo del cual se infiere este carácter, lo *razonable* es entender que se trata de una oferta simple.

9. Cabe dirigir la oferta a varias personas determinadas (artículo 14); esta posibilidad se encuentra ya en el Proyecto de Ley Uniforme, elaborado en La Haya, en 1964, que habla de una o más personas. Confieso que no alcanzo a entender el alcance de tal disposición, ni he encontrado una explicación doctrinal de ella.

André Tunc dice, con referencia a los frutos de las Conferencias de La Haya, que: “La ley relativa a la formación del contrato de venta internacional parece tan simple que no necesita comentario”. Bernini (“Le convenzione dell’Aja del 1964 sulla formazione e disciplina del contratto di vendita internazionale di beni mobili,” en *Estudios jurídicos en homenaje a Joaquín Garrigues*, II, 107 y sgs.) dice que no comparte tal opinión, y entra al estudio de dicha ley, pero no menciona el punto que me ocupa y preocupa; y hubiera sido interesante para el análisis de la Convención de 1980, dada la semejanza de textos en el Proyecto de 1964.

He aquí mis dudas: si la oferta se dirige a varias personas *para que la acepten conjuntamente* se pretende crear entre ellas un vínculo carente de fundamento jurídico; además, existe el riesgo de que se produzca una situación confusa, quizá inextricable, en el caso de que algunos acepten la oferta, otros la rechacen, la modifiquen o guarden silencio. Un ejemplo: un comerciante estadounidense dirige a cuatro artesanos o industriales de León, en Guanajuato, una oferta de comprar 1000 pares de zapatos con determinadas características, a un precio de X pesos por cada par, y para entregar dentro de un plazo de tres meses. Uno de ellos, A, acepta surtir los mil pares en el precio y plazo señalados; otro, B, manifiesta que entregará doscientos cincuenta; el tercero, C, contrapropone enviar los mil pares, a un precio 10% superior al de la oferta; el cuarto, D, guarda silencio y procede a enviar inmediatamente todo el calzado pedido.

Fácil es el caso de contrapropuesta. Pero ¿cuál es la situación del oferente a los otros? ¿Sólo se perfeccionó el contrato con el cuarto que envió la mercancía?, o también ¿con quién expresamente declaró aceptar en sus términos la oferta? Y ¿no tendrá base para considerar perfeccionado el contrato quien aceptó surtir la cuarta parte del pedido por entender que era la que le correspondía, por haberse dirigido a cuatro la propuesta?

Si se interpretara la oferta en el sentido de que a cada uno se le proponía comprar los mil pares; ¿no sería más sencillo formular cuatro propuestas dirigidas individualmente?

No acierto a despejar mis inquietudes; quizá disipe mis dudas el profesor Bonell, que abordará esta tarde el tema de la formación del contrato.

10. Ha de distinguirse la *revocación* de una oferta del *retiro* de ella.

Por ello, la Convención dice (artículo 15, 2) que aun la oferta irrevocable podrá ser retirada, a condición (uso esta palabra en sentido no técnico) de que la retractación llegue al destinatario "*antes o al mismo tiempo que la oferta*".

El texto español de la Convención emplea las voces "retiro", "retirar", "retirada"; prefiero decir "retractación", "retractar", que son las que en su forma francesa usa el texto oficial en esta lengua.

Obviamente, la carga de probar la antelación o contemporaneidad de la llegada a la retractación respecto de la oferta corresponde al oferente.

De la oferta simple no cabe decir, en el lenguaje de la Convención, que se retracta o retira; si la voluntad del oferente cambia, puede proceder a revocar la oferta, para lo cual, como señalaré más adelante, goza de un lapso un tanto más prolongado que en el caso de la retractación.

Por ello, juzgo desacertado que se diga en el artículo 15, inciso 2: "La oferta, aun cuando sea irrevocable, podrá ser retirada..." Más propio, y más conciso, y sin riesgo de inducir a confusión, hubiera sido decir: la oferta irrevocable puede ser revocada, retractada.

11. El destino de una oferta no es el ser revocada o de que el oferente se retracte de ella; estos son eventos que podemos calificar de anómalos.

La oferta está encaminada a ser aceptada o rechazada, y ello ha de ocurrir dentro de un plazo fijado por el oferente (artículo 20, 1) o que sea *razonable*, habida cuenta de las circunstancias del negocio (artículo 18, 2). Opino que hubiera sido preferible que las normas sobre el plazo para decidir sobre la oferta estuvieran en un mismo precepto, y no dispersas en los dos artículos que acabo de citar.

En la hipótesis de una oferta verbal no existe propiamente plazo para la aceptación, pues la respuesta debe ser inmediata, "a menos que de las circunstancias resulte otra cosa" (artículo 18, 2).

Propuesta verbal es, sin duda, la formulada estando los intereses físicamente el uno frente al otro; supuesto poco frecuente en el comercio internacional,

pero también la que se hace telefónicamente. Tal es la enseñanza unánime de la doctrina, acogida en la frase final del artículo 1805 de nuestro Código Civil, y ha de entenderse con este alcance la norma de la Convención aludida antes.

Lo reciente de la difusión del télex (ni el excelente *Webster* registra esta palabra en su edición de 1961, que es la que pude consultar) no ha dado oportunidad de que se le mencione en la literatura jurídica que me es conocida. La Convención —ya quedó señalado— lo considera como un escrito (artículo 13), y como tal, la oferta que por tal medio de comunicación se formule sujeta, para su aceptación, a un plazo *razonable* (artículo 18, 2); pero si el proponente está en comunicación *directa* con el destinatario, lo *razonable es* que resuelva inmediatamente, salvo que se le conceda un lapso para decidir: bien sea espontáneamente por el oferente, bien sea a petición del propio destinatario.

Este plazo comienza a correr desde que la oferta llega al destinatario. (Ver digresión sobre oblató, por separado.)

12. El derecho mexicano establece claramente que quien formula una oferta queda *ligado* por ella hasta la expiración del plazo que fijó (artículo 1804 C.C.), y de no haberlo fijado, durante tres días, más el tiempo necesario para la ida y vuelta del correo público (artículo 1806).

Lamento que la Convención no sea tan explícita, pero sin duda la solución es equivalente, en cuanto al carácter vinculatorio de la oferta. Así resulta del juego de varias normas: el contrato se perfecciona, dice el texto internacional, cuando surta efectos la aceptación (artículo 23), mientras los surte la oferta (artículo 15), excepto si ha sido debidamente *revocada* (artículo 16, 1), o, si no es revocable, al ser *retirada*-retractada.

Ya se apuntó la diferencia entre revocación y retractación; recordemos: de ésta puede ser objeto inclusive una oferta irrevocable; sólo la oferta simple puede ser revocada.

La retractación sólo es eficaz cuando llega al destinatario antes que la oferta misma, o, a más tardar al mismo tiempo que ésta (artículo 15, 2).

La revocación es eficaz aun cuando el destinatario haya recibido la oferta, mientras no *haya enviado* la aceptación (artículo 16, 2).

Sólo se extingue la oferta por su rechazo, y asimismo, bien entendido, por su consumación al ser aceptada.

13. El carácter vinculatorio de la oferta tiene su fuente, como señalan los tratadistas en la ley, en el caso que nos ocupa, al tener el carácter de ley nacional el contenido de la Convención, por haber sido adoptada como tal por los órganos estatales competentes, se dará fundamento al deber de mantener la oferta.

La aceptación (artículo 18) o el rechazo (artículo 17) surten efectos

cuando una u otro lleguen al oferente. No es necesario que de una u otro tenga conocimiento el oferente.

Es decir, son cuatro los sistemas que se señalan como posibles para determinar el momento de perfeccionamiento de un contrato entre quienes no están presentes uno frente al otro, o en una situación, teléfono o télex, que se reputa similar. Aludo al tema amplia y constantemente estudiado doctrinalmente; me limito a citar dos autores que sobre el tema de venta internacional han escrito: Barrera Graf, *La reglamentación uniforme de las compraventas internacionales de mercaderías*, pág. 61; Kahn, *La vente commerciale internationale*, capítulo II, subsección 1, página 68; recordaré tales sistemas en el orden cronológico en que se suceden los acontecimientos determinantes: 1) el de la *declaración*; 2) el de la *expedición*; 3) el de la *recepción*, y 4) el de la *información o del conocimiento*. La Convención opta por el de la *recepción*, según el texto de los citados artículos 17 y 18; que es, por cierto, también el que establece nuestro Código Civil (artículo 1807).

Encuentro que la Convención no es congruente consigo misma, y opina—aunque en esto hay un evidente elemento subjetivo— que no es el de la *recepción* el mejor sistema.

No es congruente el que la declaración explícita de aceptación haya de llegar al oferente, y que una aceptación implícita surta efectos sin salir de la esfera de acción del destinatario; esto es lo que resulta, cierto es que sujeto a ciertos requisitos (prácticas preexistentes, usos o contenido de la oferta) al disponerse que puede el destinatario indicar su asentimiento “ejecutando un acto”, por ejemplo, la expedición de mercancías (artículo 18, 3). Solución que armoniza con el sistema de la *expedición* de la aceptación, y que es por cierto el sistema el que reputo preferible.

No el de la *declaración*, pues es consecuente con la posibilidad de retirar o de revocar la oferta, el que el destinatario pueda retirar su aceptación, y nada mejor al efecto que abstenerse de expedirla. En verdad, mientras conserve en su poder la declaración respectiva sin realizar acto alguno que exteriorice su voluntad, cabe considerar que su voluntad no se ha expresado, y que más que una aceptación ha formado un *proyecto* de aceptación. Por ello, no juzgo tampoco acertada la solución del derecho mercantil mexicano, en el sentido de que el contrato queda perfeccionado desde que se conteste aceptando la propuesta (artículo 80 C. Com.), con lo cual sigue el sistema de la *declaración*. Una solución así, implica necesariamente que no puede retirarse o revocarse la aceptación; ¡ni aun en el caso de que la retuviera en su poder quien la expresó! y por simetría, más aún, por equidad, cerraría las puertas a la retractación o a la revocación de la oferta, acertadamente previstas y reguladas en la Convención.

Tampoco suscribiría yo el sistema de la *información*, pues amén de las dificultades de prueba con que tropezaría, si se le separa de la *recepción*, no

resulta justificado aplazar hasta un momento ulterior al de la recepción misma, el perfeccionamiento del contrato, si ya la declaración correspondiente entró en las esferas de poder del oferente quien, por circunstancias fortuitas, aún no toma conocimiento de ella.

Pretender justificar la tesis arguyendo que el oferente ignora qué suerte corrió su propuesta, llevaría a un regreso al infinito, si hubiera de esperarse a que la otra parte conociera que el oferente había conocido su aceptación, pues el oferente debería conocer que su aceptación había llegado a noticia del destinatario... y así indefinidamente.

Lo importante es que la ley resuelve claramente el momento en el cual se forma el contrato, y esto se logra en la Convención: la regla general se encuentra en el segundo apartado del artículo 18: es la recepción del asentimiento lo que determina la formación del contrato; la del tercer párrafo del artículo 18 es un caso de excepción, que puede surgir de lo dicho en la oferta misma, de las prácticas existentes entre las partes o de *los usos*, que pueden, en el campo específico en que existan, dar una norma que tenga primacía sobre la regla general que formula la Convención misma, bien entendido que tales usos han de reunir los requisitos que se señalan en el artículo 9º: las partes han de conocerlos o debían haber tenido conocimiento de ellos, y han de ser ampliamente conocidos y regularmente observados en el comercio internacional en el tráfico mercantil de que se trate.

En la norma jurídica que se comenta se dan dos ejemplos de actos del destinatario de la oferta que valen como aceptación, uno de ellos referente al vendedor, el otro al comprador. Pero nótese que se trata sólo de ejemplos, y que pueden ser diferentes de los ejemplificados los actos que impliquen asentimiento. Añadiré a los del texto de la Convención otros: el alquiler de locales para almacenar la mercancía que se compra; la contratación de vehículos para el transporte de la mercancía al puerto de embarque.

14. Cuando no se expresa con hechos, bastan por regla general pocas palabras, quizá sólo una para manifestar la aceptación de una oferta *v. gr.*: conforme con su propuesta; aceptada.

Pero opino que cuando en la oferta misma no se precisa el precio, sino que se da el criterio o medio para determinarlo, la determinación debe hacerse al aceptar, y no dejar viva la incertidumbre al respecto. Salvo, claro es, si la fijación del precio queda para un momento ulterior, según los términos mismos de la oferta; *v.gr.*: si se designa a un tercero para que lo señale (C.C., artículo 2257).

15. Sabemos que, para ser eficaz, la aceptación debe llegar al oferente dentro del plazo fijado, y de no haberlo, dentro de un plazo *razonable*; si llegara extemporáneamente podrá, sin embargo, ser considerada eficaz por el oferente si así lo desea, pero en tal caso debe, *sin demora* (no se habla de plazo razonable), comunicarlo, sea por escrito, sea verbalmente a quien emitió

la aceptación (artículo 21, 2). Cabe notar que no será válida la confirmación verbal respecto de una parte que tenga su establecimiento en un Estado que haya hecho la declaración prevista en el artículo 96 de la Convención.

Otra hipótesis de aceptación tardía que puede ser eficaz: circunstancias excepcionales impidieron que llegara al oferente en el plazo debido. El contrato se formará a menos que el oferente comunique *sin demora* (como ya se indicó, no se habla de plazo "razonable") que considera la oferta caducada (artículo 21, 2).

16. La aceptación tardía plantea varios problemas de no fácil solución.

En primer lugar, ¿qué suerte corre el contrato si el oferente no manifiesta, como lo requiere el artículo 21 de la Convención, que reputa válida la aceptación, o si demora en manifestarlo así?

Pienso que quien formuló su aceptación tardíamente debe estar consciente de esta circunstancia, y que no tiene base suficiente para considerar concluido el contrato, en tanto no conoce la aquiescencia de la otra parte, y que justamente por ello, por no dejar incierta la existencia del contrato, el oferente ha de manifestar su asentimiento *sin demora*.

Como el silencio o la inacción no constituye aceptación, según el artículo 18, 1, interpretado extensivamente, la omisión del oferente impide que cobre vida el contrato. Un requerimiento para que el oferente declare paladinamente su conformidad con la declaración puede definir la situación.

Lo tardío de la aceptación ha de entenderse no por referencia al momento mismo de aquel acto, sino con referencia al momento de la llegada del escrito que la contiene al establecimiento, a la dirección postal del proponente. Esta solución resulta de la combinación de los artículos 18, 2 y 24: conforme a aquél es temporalmente oportuna la aceptación que *llega* dentro del plazo aplicable; conforme al último; la entrega del escrito de aceptación en la dirección postal o en el establecimiento constituye la *llegada* de la aceptación.

Claro es que en el caso de la aceptación verbal, se funden en uno los dos momentos que se señalan: el de formular la aceptación y el de que la recibe el oferente.

De lo dicho resulta que es tardía la aceptación que llega extemporáneamente al oferente, aunque haya sido emitida dentro de un plazo *razonable*, o lo que es más riguroso, dentro del plazo señalado en la propia oferta.

Esta solución la corrobora, *a contrario sensu*, el segundo párrafo del artículo 21, en acatamiento del cual la aceptación que llega al oferente fuera del *plazo debido*, se escapa de la tacha de tardía, y queda exenta del vicio de ineficacia, sólo cuando su transmisión no hubiere sido *normal*, y ello, abviamente, por causas ajenas al aceptante.

Si la aceptación se envía, por correo, el último día del plazo, como consecuencia de lo expuesto, habrá que concluir que, a lo menos en la mayoría de los casos, es tardía, pues lo normal es que no pueda ser entregada el mismo día

al destinatario. (Solución contraria habría de darse, y resultaría más equitativa, si se hubiera adoptado el sistema de la expedición.)

Al recibir la aceptación retrasada por causa justificada (así resumo la frase "indicación de que si la transmisión hubiera sido normal habría llegado dentro del plazo debido"), ante la aceptación justificadamente extemporánea al oferente se le plantea un dilema: tomarla como eficaz, o hacer saber *sin demora* al destinatario que la oferta ha caducado. Si opta por el primer extremo no hay problema.

El segundo extremo del dilema parece, a primera vista, injusto, pues hace soportar al aceptante las consecuencias de las circunstancias, anormales por hipótesis, que impidieron que su respuesta llegara oportunamente al oferente. Pero no menos "justo sería considerar al oferente ligado firmemente por una oferta de la que se había liberado por el transcurso del tiempo". (No puede ocultarse a quien examina las soluciones propuestas las discrepancias que puede haber entre las presuntas partes contractuales sobre la apreciación de los hechos en cada caso concreto, y, cómo, lamentablemente, ello puede dar lugar a litigios.)

17. A más de la tardanza, puede haber otra anomalía en la aceptación: que no concuerde fielmente con la oferta, porque el destinatario introduzca algunas modificaciones en el contenido del contrato.

Tales modificaciones pueden recaer en elementos sustanciales o en algunos que no tengan tal carácter.

No siendo *sustancial* la discrepancia, el contrato se formará en los términos de la aceptación modificada (artículo 19, 2), a no ser que el oferente objete la discrepancia *sin demora injustificada* (se califica aquí la demora, a la cual otros preceptos mencionan sin tal calificativo). Claro es que el oferente puede haber considerado sustancial un dato que modificó el destinatario; *v.gr.* aquél pidió mil pares de calcetines blancos, y se acepta surtirlos, pero de varios colores.

En este caso, no hay modificación de la calidad ni de la cantidad, que el párrafo 3 señala como ejemplos de elementos diferentes que son de carácter sustancial; pero el oferente sí considera el color como sustancial. (Si nada se aclara, y se surte el pedido con piezas de varios colores se planteará la cuestión ajena a mi tema, de la conformidad de la mercancía: artículos 35 y ss.)

En el caso de una pretendida aceptación, que contenga modificaciones sustanciales, se considera que hubo rechazo (artículo 18, 1) y queda liberado el oferente, sin perjuicio de que puede considerarla como una nueva oferta—contraoferta, la llama la Convención (artículo 19, 1)— que, como tal, cabe que sea aceptada o rechazada.

El propio artículo 19 enumera los casos en que se considera que hay modificación sustancial: la ya mencionada relativa a la cantidad o la calidad, y

también el precio, el pago (ha de entenderse, las modalidades que lo afecten), el lugar y la fecha de entrega, grado de responsabilidad, modo de dirimir las controversias.

El rechazo explícito a una propuesta —quizá como expreso no frecuentemente en la práctica— libera de toda responsabilidad y de toda obligación al oferente, pues la oferta se extingue por el rechazo (artículo 17), y ello ha de entenderse así aunque no haya transcurrido el plazo para la aceptación; el rechazo surte efecto extintivo cuando llegue al oferente (artículo 17).

Cabe interpretar, por aplicación analógica de diversas normas, que el rechazo queda sin efecto, si se revoca y se acepta la oferta, siempre que esta declaración llegue al oferente antes o al mismo tiempo que el rechazo.

18. Aceptada eficazmente la oferta concluyen felizmente los tratos para celebrar el contrato de compraventa.

Pero no siempre la oferta recorre con ventura su camino: sabemos que puede ser revocada si no tiene el carácter de irrevocable, y que aun teniéndolo, puede ser retractada.

Señalemos ahora que, puesto que la revocación de una oferta simple puede hacerse aun cuando ya la haya recibido el destinatario, mientras éste no haya enviado la aceptación (artículo 16, 1), se da una solución un tanto incongruente con la norma sobre el perfeccionamiento del contrato, respecto del cual, como ya se ha visto, sigue la Convención el sistema de la recepción. Contrariamente a este sistema, lo dispuesto respecto de la revocación de la oferta parece suponer que basta enviar la aceptación para que se forme el contrato, pues es el envío de tal aceptación lo que cierra las puertas a la posibilidad de revocar, como si para la formación del contrato se siguiera el sistema de expedición. Lo consecuente con el sistema de la recepción sería dar validez a la revocación si era anterior al momento en que se reciba la aceptación.

Por cierto, ha de interpretarse la norma sobre la revocación en el sentido de que en los casos en que el asentimiento se expresa mediante un acto de quien recibió la oferta, la revocación es eficaz sólo si le llega antes de que haya realizado tal acto.

No es feliz, pues resulta contradictoria intrínsecamente, la fórmula empleada en el artículo 16: comienza señalando como límite temporal a la revocación de la oferta el perfeccionamiento o conclusión (*until a contract is concluded; Jusq'à ce qu'un contrat ait été conclu*), y a continuación añade otro límite temporal: que no se haya enviado la aceptación. Por tanto, después de enviada, la llegada de la revocación es ineficaz, aunque la aceptación no haya llegado al oferente, que es cuando el contrato se perfecciona (artículo 18, 2).

Si se suprime la primera de las fases comentadas, “hasta que se perfeccione el contrato”, y se deja el resto, el precepto deja de tener la ambivalencia señalada; dirá: “La oferta puede ser revocada si la revocación llega al destinatario antes de que éste haya enviado la aceptación”.

Queda en pie el señalamiento de la incongruencia entre este sistema (de la expedición) con el seguido para el perfeccionamiento (de la recepción).

19. Nada dice la Convención sobre las consecuencias de la muerte del oferente o del aceptante, punto que sí trataba el Proyecto de La Haya, y que suelen resolver los códigos nacionales. Omisión que se explica, como ya se apuntaba con relación a La Haya, porque el tráfico internacional se realiza casi siempre, y cada día más, entre personas morales y no entre individuos.

Además, en el caso excepcional de que fuere una persona física el proponente o el aceptante, la transmisibilidad de las obligaciones a los herederos llevaría a la conclusión de que éstos quedan en la misma situación jurídica de su causante, el autor de la herencia (que sucede con el *common law*).

20. El contrato queda perfeccionado al surtir efectos la aceptación de la oferta (artículo 23). Su ulterior suerte será tema de otras conferencias de este mismo ciclo.

Sólo nos resta formular votos porque se perfeccione la Convención de Viena por la ratificación de los países que concurrieron a la Conferencia diplomática de 1980, y sucesivamente por muchos más, para que un nuevo instrumento internacional facilite el comercio entre las naciones, comercio que ha sido en muchas ocasiones vehículo cultural y de mutua comprensión, y así contribuir a la paz mundial que todos anhelamos y por cuya utópica realización formulo votos fervientes.

(Digresión terminológica: destinatario, *destinataire*, en francés, es palabra demasiado genérica, aún menos adecuada cuando la oferta ya ha llegado a su destino. El inglés tiene una palabra precisa: *offeree*, claramente opuesta a *offeror*. Autores italianos usan el vocablo *oblato*; pero no lo encuentro en el *Dizionario*, aunque sí *oblato*, que es quien ofrece un premio por una cosa; equivale a oferente. El latín no tiene *oblatus* con el significado de *offeree*. Ganas me dan, pese a todo, de imitar a los italianos y decir *oblato*).

Roberto L. MANTILLA MOLINA