

FORMACIÓN DEL CONTRATO EN LA CONVENCIÓN DE VIENA SOBRE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS: APLICACIÓN EN EL DERECHO COLOMBIANO*

Por **Jorge Alberto Jaramillo Vargas*** y
Ana María Martínez Granados**

1.	Introducción	1
2.	La oferta: Definición y requisitos (Art. 14).....	2
2.1	La oferta como proyecto definitivo de contrato (Art.14.1).....	3
2.2	El carácter recepticio de la oferta (Art. 14.1 y 14.2)	3
2.3	La precisión: característica fundamental del contenido de la oferta (Art. 14.1) ..	5
2.4	Intención del oferente de quedar obligado en caso de aceptación (art. 14.1)	8
3.	Efectos de la oferta (Arts. 15 a 18).....	9
3.1	Revocabilidad e irrevocabilidad de la oferta (Art. 16).....	10
3.1.1	La revocabilidad como principio general (Art.16.1)	10
3.1.2	Excepciones al principio general (Art. 16.2).....	11
3.2	Retiro de la oferta (Art. 15.2).....	13
3.3	Extinción de la oferta (Art. 17)	14
3.4	Forma de la oferta (Art 18)	14
4.	Aceptación de la oferta (Arts. 18 a 22)	15
4.1.	Modos de aceptación (Art. 18).....	15
4.1.1	Declaraciones o actos del destinatario que indican aceptación (Art. 18.1) 15	
4.1.2	Ejecución de actos relativos a la aceptación (Art. 18.3).....	16
4.1.3	El silencio y la inacción en la Convención (Art. 18.1).....	17
4.2	Contenido de la aceptación (Art 19)	18
4.2.1	La contraoferta (Art. 19.1).....	18
4.2.2	Elementos diferentes o adicionales que no alteran la oferta (Art. 19.2 y 19.3).....	19
4.3	Plazo para la aceptación (Arts. 18.2 y 20)	20
4.3.1	Aceptaciones tardías (Art. 21)	21
4.4	Efectos de la aceptación y perfeccionamiento del contrato (Art. 18.2 y 23)	22
4.5	Retiro de la aceptación (Art. 22)	23
5.	Bibliografía	23

1. Introducción

La propuesta y la aceptación constituyen la forma más común de llegar a la celebración de un contrato. Por ese motivo, la segunda parte de la Convención de Viena sobre Compraventa Internacional de Mercaderías se dedica a regular estos aspectos del negocio y, a través de 10 artículos (del 14 al 24), determina por una parte, los requisitos que debe llenar una propuesta de compraventa internacional para

* Resultado de investigación de la línea “derecho comercial internacional” del Grupo de Investigación “Derecho Comercial Colombiano y Comparado” del Departamento de Derecho Comercial Universidad Externado de Colombia.

* Abogado de la Universidad Externado de Colombia, con estudios de Maestría (LLM) en derecho comercial internacional de la Universidad de Exeter en Inglaterra y estudios de especialización en la Universidad de Humboldt en Berlín, Alemania. Profesor de pregrado y posgrado e investigador del departamento de Derecho Comercial de la Universidad Externado de Colombia.

** Abogada de la Universidad Externado de Colombia. Asistente de Investigación de la misma Universidad.

ser considerada como oferta y por otra, cuáles son los efectos jurídicos de la misma; destaca además las posibles formas de aceptación y, finalmente, indica el momento en que, por ende, se entiende perfeccionado el contrato.

Con el deseo de continuar el estudio¹ de este instrumento de unificación sustantiva internacional y de ahondar en su aplicación como parte del ordenamiento jurídico colombiano, el presente trabajo analiza los mencionados artículos (parte II de la Convención) a la luz de la legislación colombiana.

2. La oferta: Definición y requisitos (Art. 14)

Una lectura rápida del artículo 14² de la Convención permite fácilmente concluir que para ésta, la oferta es *una propuesta suficientemente precisa de celebrar un contrato dirigida a una o varias personas determinadas que indica la intención del oferente de quedar obligado en caso de aceptación*.

Dicha definición, que en gran medida coincide con la expuesta por innumerables autores clásicos y contemporáneos³ ~~y con la consagrada~~ seguida por otros instrumentos de armonización internacional⁴, permite establecer los requisitos bajo los cuales una propuesta de contrato reviste el carácter de oferta ~~a la luz de~~ para la Convención. Dichos requisitos son:

1. Ser ~~la~~ una propuesta de celebrar un contrato
2. Estar dirigida a una o varias personas determinadas.
3. Ser suficientemente precisa.
4. Indicar la intención del oferente de quedar obligado en caso de aceptación.

En Colombia por su parte, el artículo 845 del Código de Comercio colombiano define la oferta como “[...] el proyecto de negocio jurídico que una persona formula a otra” y señala que ésta debe contener los elementos esenciales del negocio y ser comunicada al destinatario.⁵

¿La definición y las exigencias previstas en esta disposición riñen o se complementan con los requisitos de la Convención? ¿Cómo armonizar lo consagrado en una y otra norma considerando que ambas hacen parte hoy del mismo ordenamiento jurídico?

¹ Desde inicios del año 2002, en el seno del Grupo de Investigación *Derecho Comercial Colombiano y Comparado* del Departamento de Derecho Comercial de la Universidad Externado de Colombia, se viene estudiando la Convención de Viena sobre Compraventa Internacional de Mercaderías. Producto de este estudio, y parte integral del presente trabajo, es el escrito “Ámbito de Aplicación y Disposiciones Generales de la Convención de Viena sobre Compraventa Internacional de Mercaderías: Aplicación en el Derecho Colombiano”, publicado en el volumen 1 Número 2 de la Revista virtual e-mercatoria de la Universidad. Disponible en www.e-mercatoria.uexternado.edu.co

² Art 14. “La propuesta de celebrar un contrato dirigida a una o varias personas determinadas constituirá oferta si es suficientemente precisa e indica la intención del oferente de quedar obligado en caso de aceptación. Una propuesta es suficientemente precisa si indica las mercaderías y, expresa o tácitamente, señala la cantidad y el precio o prevé un medio para determinarlos.”

³ VON THUR, A. *Tratado de las Obligaciones* Tomo I, Traducido del alemán por W. Roces. Editorial Reus 1934./ MORENO QUESADA, Bernardo. *La Oferta de Contrato*. Colección Nereo, Barcelona, 1963/ J. FLOUR ET J.L AUBERT, *Droit Civil, Les Obligations*, I, Paris 1975/ TAMAYO LOMBANA ALBERTO, *Manual de Obligaciones. Teoría del Acto Jurídico y Otras Fuentes*. Bogotá, Temis, 1997.

⁴ Vgr. Artículo 2.2 de Los Principios de UNIDROIT sobre los Contratos Comerciales Internacionales.

⁵ En Colombia, el tema de la oferta está regulado en el capítulo III Título primero del Libro cuarto del Código de Comercio (artículos 845 a 863). El Código Civil por su parte no tiene disposiciones expresas al respecto.

Hacer un recorrido detallado de la definición y de los requisitos previstos en la Convención, elaborando su paralelo con lo establecido en el estatuto comercial interno resulta indispensable para responder a estos interrogantes.

2.1 La oferta como proyecto definitivo de contrato (Art. 14.1)

La oferta no es una invitación a entrar en negociaciones, ni es un acercamiento previo entre personas con intereses económicos comunes. Es un proyecto acabado de contrato que surge como conclusión de un periodo de negociaciones entre candidatos a parte, como consecuencia de una invitación a ofrecer (licitaciones) o bien, como manifestación clara y unilateral de una persona que, interesada en celebrar un determinado contrato en determinadas condiciones, exterioriza su voluntad y lo propone a otra.

La intención del oferente por lo tanto a esta altura no puede ser la de celebrar “algún” contrato en estas o aquellas condiciones; su intención es la de celebrar el contrato de compraventa internacional en unas condiciones claras que él mismo predetermina.

2.2 El carácter recepticio de la oferta (Art. 14.1 y 14.2)

Teniendo en cuenta que el fin último de la oferta es la celebración de un contrato con terceros, se entiende porqué tanto en la Convención como en el Código de Comercio colombiano, la oferta se presenta como una declaración de tipo recepticio es decir que requiere estar dirigida a alguien, ser comunicada, y en últimas ser acogida, para poder producir sus efectos definitivos. En verdad, una oferta solo tiene razón de ser cuando se exterioriza, cuando se dirige al posible cliente y no cuando queda como ideal de venta en la mente del vendedor.

En relación con el carácter recepticio atribuido a la oferta cabe resaltar una discusión planteada por los estudiosos de la Convención: “la oferta a una persona determinada no provoca ningún problema de interpretación. Pero la oferta dirigida a “varias personas determinadas”, presenta dificultades de este 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 persona determinada. Bajo el primer planteamiento, 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 un aparte determinada del total). Quizás 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 recibir varias aceptaciones, a vender más mercancías de las que tiene, o a comprar más de las que necesita”.⁶

Finalmente, debe decirse que mientras en la Convención el carácter recepticio de la oferta sólo está determinado por la dirección de la misma a una o varias personas

⁶ ADAME GODDARD Jorge, *El Contrato de Compraventa Internacional*. Capítulo IV “La Formación del contrato de compraventa internacional”. Serie Jurídica MC. Graw – Hill/ Interamericana de México S.A de C.V, 1994.

determinadas⁷, en el artículo 845 del Código de Comercio colombiano se exige más puntualmente que ésta sea comunicada al destinatario entendiéndose por ello cuando se utilice cualquier medio adecuado (carta, mail, fax, etc.) para hacerla conocer.

El carácter recepticio de la oferta es tan importante para la Convención que en el inciso 2 del artículo 14 establece que una propuesta no dirigida a una o varias personas determinadas será considerada como una simple invitación a hacer ofertas a menos que la persona que hace la propuesta indique claramente lo contrario. En este último caso estaríamos en presencia de una propuesta hecha al público en general (con un gran número de destinatarios discriminados), que resulta vinculante para el oferente que deja clara su intención de hacer una oferta como tal, de contratar en las condiciones que expone y de quedar obligado en caso de aceptación. Por vía de ejemplo, la regla general es que un catálogo enviado por correo solo busca que los destinatarios del mismo conozcan las mercancías y los precios; no constituye oferta porque normalmente no indica con claridad la intención del oferente de obligarse. No obstante, si esta voluntad se evidencia por una inserción en el catálogo de una expresión del estilo “ésta es una oferta seria”, puede que el catálogo se convierta en oferta y que su autor quede obligado a ella.

Respecto de dichas propuestas la Corte Suprema de Justicia colombiana se ha pronunciado en los siguientes términos: “No pueden confundirse la oferta, esto es el “proyecto de negocio jurídico que una persona formula a otra” (C.Co., Art. 845) que en cuanto reúna los requisitos allí previstos, además de ser irrevocable, da lugar al nacimiento del contrato, una vez ha sido aceptada por el destinatario, con cualquier invitación a emprender negociaciones que una persona exponga a otra u otras, manifestación, esta última que abarca múltiples posibilidades tales como los avisos publicitarios y propagandísticos por medio de los cuales el comerciante anuncia sus productos y a los que el artículo 847 justamente les niega obligatoriedad, hasta las proposiciones que una persona hace a otras para que le formulen verdaderas ofertas, conductas todas ellas que apenas insinúan, como su nombre lo sugiere, el deseo serio y leal de querer contratar y que solamente darán lugar a responsabilidad de quien quebrante los deberes de corrección y buena fe que gobiernan la actividad preparatoria. (...). Así las cosas, la mera invitación “a ofrecer” se perfila, por regla general como la solicitud que una persona hace a otras determinadas para que le formulen propuestas de un negocio jurídico en el cual está interesado. Se trata pues de anunciar la disposición que se tiene para atender las ofertas que otros hagan con miras a aceptar aquella que le resulte más provechosa e, inclusive, si ninguna resulta serlo, abstenerse de ajustar el contrato (...). No obstante que las cosas son del modo que viene de exponerse, también puede suceder que la invitación contenga la concluyente declaración del emisor de que innegablemente realizará el negocio jurídico con la mejor propuesta, evento en el cual es preciso subrayarlo, la convocatoria puede adquirir la naturaleza de una oferta. En otros términos: dada la certidumbre que el interesado le imprima a su invitación, pueda ella concebirse, también, como una verdadera oferta, en cuyo caso deberá éste revelar su indeclinable intención de contratar, manifestación que debe ser completa y comunicada al destinatario, de modo que su aceptación perfeccione el contrato”. (El subrayado es nuestro).⁸

⁷ Eorsi puntualiza que “personas determinadas” incluye tanto a personas individuales como a personas jurídicas e incluso grupos que no posean personalidad jurídica y que sean uniones mercantiles, sociedades irregulares o grupos de negocios.

⁸ Corte Suprema de Justicia, Casación Civil, Sentencia de abril 4 de 2001 Exped. 5716. M.P. Jorge Antonio Castillo Rugeles.

2.3 La precisión: característica fundamental del contenido de la oferta (Art. 14.1)

Durante la etapa de negociaciones y de tratos preliminares, los candidatos a parte discuten sus diferencias en cuanto al negocio que eventualmente quieren celebrar y poco a poco van precisando los elementos que desean caracterice al mismo.

En la etapa de la oferta en cambio, ya se ha superado ese periodo de incertidumbre, de imprecisión, y una de las personas⁹ que ha intervenido en los acercamientos previos, toma la decisión de emitir una declaración seria proponiendo a la otra celebrar un contrato determinado, en torno a un determinado objeto y en condiciones definidas, bastando con que el destinatario de la oferta acepte para que el negocio quede perfecto¹⁰.

Así lo entendieron las Comisiones redactoras de la Convención y por ese motivo ésta exige que la oferta sea precisa en el sentido de indicar las mercaderías¹¹ y de señalar, expresa o tácitamente, la cantidad¹² y el precio o de prever un medio para determinarlos¹³. No son admisibles por tanto las ofertas referidas a géneros indeterminados cuyas características particulares no se conocen ni pueden conocerse (no se fijan criterios) o cuyas cantidades son inciertas. El comerciante que con ligereza dice a sus clientes: "tengo esmeraldas para la venta" no hace una oferta, hace una invitación a hacer ofertas.

Este requisito de precisión y los elementos que la determinan no se diferencian de lo previsto en la legislación colombiana, ya que si bien el artículo 845 no hace mención detallada del contenido de la oferta, sí señala que ésta deberá contener los "elementos esenciales del negocio".

Si revisamos el artículo 1501 del Código Civil colombiano, encontraremos que éste define: "se distinguen en cada contrato las cosas que son de su esencia, las que son de su naturaleza, y las puramente accidentales. Son de la esencia de un contrato aquellas cosas sin las cuales, o no produce efecto alguno, o degenera en otro contrato diferente; son de la naturaleza de un contrato las que no siendo esenciales en él, se entienden pertenecerle, sin necesidad de una cláusula especial, y son accidentales a un contrato aquellas que ni esencial ni naturalmente le pertenecen, y que se le agregan por medio de cláusulas especiales."

Considerando la finalidad económica del contrato de compraventa, su definición en los artículos 1849 del Código Civil colombiano y 905 del Código de Comercio, además de la doctrina¹⁴ al respecto, es evidente que los elementos esenciales de la compraventa son la cosa y el precio.

⁹ La oferta puede formularse directamente o por medio de representante o de mandatario pero éstos deben estar suficientemente facultados para comprometer al interesado (verdadero oferente) o de lo contrario no quedará este obligado en caso de aceptación.

¹⁰ Esta es en nuestro concepto, una síntesis de las definiciones doctrinarias y jurisprudenciales dadas para la oferta.

¹¹ En lo posible, a través de todos los criterios que permitan individualizarlas como por ejemplo tamaño, color, peso, forma etc.

¹² Puede darse por referencia a un sistema métrico (kilos, metros, etc) o a medidas convencionales (unidades, cajas, frascos, botellas, etc)

¹³ Artículo 14.1 de la Convención.

¹⁴ LEAL PÉREZ HILDEBRANDO. *Contrato de Compraventa Civil y Comercial*. Ediciones Librería Doctrina y Ley. 1989. / JOSÉ ALEJANDRO BONIVENTO FERNÁNDEZ. *Los principales contratos civiles y su paralelo con los comerciales*. Tomo I, Ediciones Librería El Profesional, sexta edición, 2002.

Al hablar la Convención de precisión en las mercaderías, en su cantidad y en su precio, habla de precisión en estos elementos esenciales que la ley colombiana exige estén incluidos en la oferta y lejos de contrariar lo que ya conocíamos en nuestro país para las compraventas locales, lo califica en materia de compraventas internacionales, lo complementa y lo hace más riguroso.

Insistimos entonces que en la Convención, para la existencia de una oferta de compraventa internacional, es indispensable que en ella, se describa claramente el tipo de mercaderías objeto del contrato¹⁵, la cantidad (expresa o tácita) que de éstas se esté contratando y el precio o costo de las mismas dentro de la transacción; este último pudiendo determinarse directamente o a través de criterios ciertos que la oferta proporcione¹⁶. Si por ejemplo una fábrica de zapatos con establecimiento en Bucaramanga intenta comercializar sus productos en Alemania, a través propagandas escritas con fotografías del calzado ofrecido, no puede hablarse de oferta en términos de la Convención ya que, al no estar determinada o hacer determinable la cantidad y el valor de la mercancía ofrecida se está en presencia de una simple invitación a hacer ofertas.

De la misma manera, en Colombia, una oferta que no cumpla con el contenido exigido en el artículo 845 no es una declaración apta para obligar al proponente en el momento en que se dé la aceptación y, en ese sentido, expresiones como “vendo flores” o “compro maquinaria pesada” no pasan de ser simples invitaciones a entrar en negociaciones¹⁷.

Ahora, es importante llamar la atención sobre una aparente incongruencia que hemos verificado dentro de la Convención en torno al precio de las mercaderías. Por una parte, tenemos el artículo 14.1, que exige que en la oferta se fije el precio de las mercaderías; por otra, hallamos el artículo 55 que prescribe.” Cuando el contrato haya sido válidamente celebrado pero en él ni expresa ni tácitamente se haya señalado el precio o estipulado un medio para determinarlos, se considerará, salvo indicación en contrario, que las partes han hecho referencia implícitamente al precio generalmente cobrado en el momento de la celebración del contrato por tales mercancías, vendidas en circunstancias semejantes, en el tráfico mercantil de que se trate”. Para Honnold ello se debe a que en oportunidades, las compraventas internacionales deben hacerse de manera muy ágil y, no quedando tiempo para especificar exactamente el precio de las mercancías (porque lo que interesa a las partes es vender o comprar prontamente las mercaderías), las ofertas enviadas pueden omitir expresar esta información (no perdiendo por ello su carácter de oferta), quedando implícita en acuerdos previos o posteriores de las partes o en últimas, quedando regulada por lo dispuesto en el artículo 55 de la Convención. Jurisprudencialmente así se ha aceptado

¹⁵ Para ello se puede hacer uso de cualquier criterio que permita individualizar la mercancía: género, especie, calidad etc.

¹⁶ La determinación del precio por relación a circunstancias ajenas a la voluntad de las partes de una compraventa no es extraña a nuestra tradición jurídica. Así por ejemplo, el artículo 921 del Código de Comercio, se refiere al precio de la compraventa que se determina por remisión al que tiene la cosa en ferias, mercados públicos de valores etc. También resultan pertinentes los artículos 1864 y 1865 del Código Civil, en los que se establece que el precio de la venta debe ser determinado por los contratantes, que esta determinación podrá hacerse por cualesquiera medios o indicaciones que lo fijen y que podrá así mismo dejarse el precio al arbitrio de un tercero. Finalmente, es importante aclarar que el precio determinado o determinable no necesariamente debe ser un precio fijo: puede ser un precio variable pero cuyo modo de determinación (criterio y límites mínimo y máximo) está establecido en la oferta.

¹⁷ Al no contener esas declaraciones de voluntad todos los elementos que permitirían al destinatario, con un “sí”, concluir el negocio, no es posible hablar de oferta.

y se ha reconocido validez a contratos cuyas oferta no anunció el valor de las mercancías¹⁸.

~~Cabe resaltar sin embargo que, si bien es necesario que tanto la oferta de compraventa internacional como la oferta de compraventa local sean completas y precisas en relación con las mercaderías y el precio, no es necesario que regulen todas y cada una de las modalidades de ejecución del contrato ya que éstas, a falta de disposición particular, se regirán por lo dispuesto en la Convención (para el caso de las compraventas internacionales), en la ley interna (para el caso de las ventas locales) y en los usos o costumbres internacionales.~~

El siguiente caso ilustra lo dicho: un comprador austríaco encargó en Alemania una gran cantidad de pieles de chinchilla de calidad mediana o superior a un precio de 35 a 65 marcos alemanes por pieza. El vendedor alemán entregó 249 pieles. El comprador austríaco, sin abrir las mercancías embaladas, las vendió al mismo precio a un comerciante italiano de pieles. El comerciante italiano devolvió 13 pieles por considerar que eran de calidad inferior a la convenida. El comprador austríaco envió al vendedor alemán una lista en que se detallaban las pieles rechazadas y se negó a pagar el precio argumentando que había vendido las pieles a un tercero actuando como agente del vendedor alemán.

El tribunal de primera instancia ordenó al comprador austríaco que pagara el precio de las pieles rechazadas, dado que éstas figuraban en el contrato. Al comprobar que las pieles de calidad mediana se vendían en el mercado a un precio máximo de 60 marcos alemanes, el tribunal consideró razonable fijar un precio de 50 marcos alemanes por piel.

El Tribunal de Apelación confirmó esta decisión y estimó además que se había celebrado un contrato válido sobre la base del pedido, que era suficientemente preciso en cuanto a la cantidad y a la calidad de las mercancías. Consideró también que el hecho de que se acordara un margen de precios (de 35 a 65 marcos alemanes) no era óbice para que el contrato fuera válido, ya que en virtud del artículo 55 de la Convención si el precio no figura explícita o implícitamente en el contrato, se considerará que las partes han convenido en aplicar el precio habitual en el mercado. El Tribunal de Apelación observó que las partes no habían impugnado el precio de 50 marcos alemanes, fijado por el tribunal de primera instancia sobre la base del precio en el mercado.

Finalmente, el Tribunal Supremo confirmó la decisión del Tribunal de Apelación. Resolvió que la Convención era aplicable y que el pedido era suficientemente preciso para constituir una oferta en el sentido del artículo 14 de la CCIM, ya que cualquier persona razonable lo percibiría como tal si se hallara en igual situación que el vendedor (artículo 8 2) y 3) de la CCIM). Al dictaminar que el pedido era suficientemente preciso, el Tribunal Supremo tomó en consideración la actitud del

¹⁸ Caso: El demandante (vendedor), de nacionalidad alemana, había producido juegos de cuchillería en cumplimiento de un pedido del demandado (comprador), de nacionalidad suiza. El comprador se negó a aceptar la entrega y afirmó que el contrato no había sido válidamente celebrado y que, de cualquier modo, tenía derecho a declarar resuelto el contrato, dada la violación de los derechos exclusivos otorgados por el vendedor. Este último declaró resuelto el contrato y demandó al comprador exigiendo indemnización de daños y perjuicios.

El tribunal dictaminó que sí había habido celebración válida de contrato, pese a que las partes no habían abordado todos sus aspectos pertinentes, como el precio. El comprador había pedido determinados juegos de cuchillería e informado al vendedor sobre la fecha de entrega y la oferta era suficientemente precisa (artículo 14 1) de la CIM). Además, el tribunal entendió que el comprador no tenía derecho a declarar resuelto el contrato. Suiza: Handelsgericht des Kantons Aargau, OR.96.00013. Fallo del 26 de septiembre de 1997. Sin publicar. Resumen publicado en alemán en 1 Schweizerische Zeitschrift für Internationales und Europäisches Recht 78 (1998).

comprador austríaco, que aceptó las mercancías entregadas y las vendió a un tercero sin reparar en el precio, la calidad o la cantidad. En particular, se consideró que el precio estaba suficientemente definido y que, por consiguiente, no era necesario aplicar el artículo 55 de la CCIM¹⁹.

Para terminar, en relación con el tema de la precisión del contenido de la oferta, debemos señalar que éste requisito, tanto de la oferta de compraventa internacional como de compraventa local, no llega al límite de la minucia, de la regulación detallada de todos y cada uno de los aspectos del contrato a celebrar. Es decir, si bien se exige precisión en relación con la indicación de las mercaderías, la cantidad y el precio de las mismas, no quiere decir lo anterior que en la propuesta de celebrar el contrato deban estar reguladas todas las modalidades de ejecución del contrato (tiempo, lugar, etc.) ya que éstas, a falta de disposición particular, se rigen por lo dispuesto en la Convención (para el caso de las compraventas internacionales), en la ley interna (para el caso de las ventas locales) y en los usos o costumbres internacionales.

2.4 Intención del oferente de quedar obligado en caso de aceptación (art. 14.1)

La oferta debe ser una propuesta seria y firme²⁰. En ella debe figurar o por lo menos haber indicación que lo único que falta para la celebración del negocio es el “sí” del destinatario y que bastará con esta respuesta afirmativa para que, sin más declaraciones del oferente²¹, éste quede obligado. La seriedad y la firmeza deberán estar reflejadas en el comportamiento del oferente, en las expresiones que utiliza para presentar su oferta y en la precisión con que redacte la misma; su voluntad de obligarse no podrá expresarse como sencilla intención de quedar vinculado sino como verdadero compromiso de quedar ligado, automáticamente, en caso de que el destinatario adhiera a la propuesta²².

Por ese motivo no pueden considerarse como ofertas ni a la luz de la Convención ni a la luz del ordenamiento interno colombiano:

- “Las declaraciones desprovistas de seriedad, hechas por broma o jactanciosidad (...)
- Las solicitudes informativas, por las cuales se pide información sobre las mercancías disponibles o los precios.

¹⁹ Austria: Tribunal Supremo; 2 Ob 547/93. 10 de noviembre de 1994. Publicado en alemán: Zeitschrift für Rechtsvergleichung 1995, 79.

²⁰ “Firmeza quiere decir intención de obligarse jurídicamente (CHABAS) “intention to create legal relations”. Significa simplemente que su autor está decidido a formar el contrato tal como él mismo lo diseñó, y que es consciente que al darse la aceptación quedará encerrado en los lazos de tal convención”. J.L AUBERT, *Droit Civil, Les Obligations*, I, Paris 1975.

²¹ En la Convención no se especifica quién puede ser oferente. El Código de Comercio colombiano solo hace referencia a “una persona”. Debemos entender entonces que en una y otra regulación, la parte oferente puede estar constituida por una o por varias personas y que éstas pueden ser jurídicas o naturales.

²² “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 este caso el oferente manifiesta su intención de obligarse a cumplir el contrato o a pagar una determinada cantidad. 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 solo indica que la intención de obligarse podrá extinguirse si la oferta no es aceptada.” ADAME GODDARD Jorge, ob cit, pág 96.

- Las ofertas que van acompañadas de una cláusula “sin compromiso”, “salvo confirmación”, “salvo variación” u otras análogas, que excluyen una voluntad definitiva [o que de alguna manera hacen pensar en reservas de parte de oferente”.²³

Lo anterior no quiere decir que estén rotundamente prohibidas las reservas en ofertas de compraventa internacional. Aunque es cierto que en ellas debe constar verdadera intención de contratar por parte del oferente, cabe la posibilidad de que se hagan reservas fundadas en casos fortuitos, que de acaecer, impedirían la formación del contrato. Así por ejemplo, la consagración del agotamiento de mercaderías ofrecidas como causal para no celebrar el contrato es jurídicamente admisible, y en muchos casos puede incluso considerarse condición implícita en la propuesta²⁴. De la misma manera puede que en las ofertas se incluyan reservas tácitas fundadas en la costumbre, o en limitaciones propias de ciertas actividades como cuando una fábrica de armas en Estados Unidos exige para las ventas que los compradores estén autorizados para comercializar estos productos en el país de destino, o cuando una plantación de flores colombiana determina que solo vende flores para exportación a partir de determinada cantidad (porque el transporte de pequeñas cantidades no es rentable). Estas reservas no le restan seriedad a la oferta y por ende no están proscritas.

Habiendo destacado que en una oferta, la intención de quedar obligado en caso de aceptación es un elemento crucial, resulta necesario entonces plantear si al momento de emitir la oferta basta tener la intención de querer obligarse o hace falta también la capacidad para estos efectos. Habida cuenta que la oferta genera obligaciones para quien la emite y puede ser fuente de responsabilidad, quien emite una oferta debe ser capaz para contratar. Al respecto debe recordarse que la Convención no regula el tema de la capacidad de los contratantes en compraventas internacionales y en esa medida debemos remitirnos a lo dispuesto en cada legislación interna.

Sobre este tema y los requisitos de validez de la oferta no regulados en el Convenio, Luiz Diez Picazo y Ponce de León dicen: “el artículo 14 se limita a mencionar una propuesta o declaración de voluntad negocial nacida de una persona y dirigida a otra u otras determinadas. La validez de la oferta requiere, sin embargo, otros presupuestos, que son de aplicación general a los negocios jurídicos, y en particular a los contratos, con carácter general. Como recuerda Kaemmerer, la invalidez de un contrato puede resultar de la existencia en la declaración de voluntad de vicios de la voluntad, de falta de capacidad de obrar o de la existencia de una capacidad limitada y de la insuficiencia de los poderes o facultades representativas en los caso en que quien actúa sea un representante voluntario, un apoderado, un agente o el órgano de una persona jurídica. A falta de una regulación específica de estas materias en la Convención, quedan las mismas regidas por los derechos nacionales y, en especial, por aquel que sea aplicable de acuerdo con las reglas de Derecho Internacional Privado”.²⁵

3. Efectos de la oferta (Arts. 15 a 18)

²³ HINESTROSA REY Marta, *La Formación del Contrato*, Tesis de grado. Universidad Externado de Colombia. 1988.

²⁴ En ese sentido, el artículo 849 del Código de Comercio colombiano establece: "Cuando en el momento de la aceptación se hayan agotado las mercancías públicamente ofrecidas, se tendrá por terminada la oferta por justa causa." En este evento, hay caducidad de la oferta por la imposibilidad sobrevenida.

²⁵ LUIS DIEZ PICAZO Y PONDE DE LEÓN, *La Compraventa Internacional de Mercaderías. Comentario a la Convención de Viena*. Editorial Civitas, 1998.

Conocer el momento a partir del cual la oferta surte efecto es importante para determinar a partir de cuando obliga al oferente a su contenido, a partir de cuando puede dar lugar a la formación del contrato con una simple aceptación y a partir de cuando deja de ser revocable sin consecuencia alguna para pasar a ser revocable pero con indemnización de perjuicios o irrevocable por completo (celebración del contrato aún a pesar de la retractación del oferente).

Acogiendo la teoría de la recepción²⁶, el numeral 1° del artículo 15 de la Convención señala que “la oferta surtirá efecto cuando llegue al destinatario”. Por su parte, al artículo 24 indica que “(...) la oferta (...) o cualquier otra manifestación de intención “llega” al destinatario cuando se le comunica verbalmente o se entrega por cualquier otro medio al destinatario personalmente, o en su establecimiento o dirección postal, o si no tiene establecimiento ni dirección postal, su residencia habitual.”²⁷

3.1 Revocabilidad e irrevocabilidad de la oferta (Art. 16)²⁸

3.1.1 La revocabilidad como principio general (Art.16.1)

Conforme reza el numeral 1 del artículo 16 de la Convención²⁹, en esta regulación sustantiva el principio general es el de la revocación de la oferta hasta antes de perfeccionarse el contrato siempre y cuando dicha revocación llegue al destinatario antes de que éste envíe su aceptación. En otras palabras, el plazo para revocar la oferta no es el momento en que se perfecciona el contrato sino aquel en que el destinatario envía la aceptación.

Al comparar esta disposición con la que en el Código de Comercio colombiano trata de revocabilidad³⁰ podría pensarse que estas normas son contradictorias porque en nuestro país, reza el artículo 846 del Código de Comercio nacional, “la propuesta será irrevocable (...), una vez comunicada, no podrá retractarse el proponente”.

Sin embargo ello no es así, la contradicción es aparente porque el artículo nacional mencionado confunde irrevocabilidad con indemnización de perjuicios y hace parecer irrevocable una propuesta que sigue siendo revocable pero que de revocarse genera responsabilidad para el autor de esta revocación. Para explicarnos mejor, si atendemos la consecuencia que en el artículo comentado se atribuye a la retractación del proponente, observaremos que no es que la oferta sea irrevocable sino que, una

²⁶ Para determinar el momento a partir del cual una conducta recepticia (como la oferta o la aceptación) produce efectos se han planteado cuatro grandes teorías: 1) La teoría de la Emisión o manifestación que consiste en que la oferta o la aceptación obligan desde el momento en que su autor exterioriza su voluntad. 2) La Teoría de la Expedición, conforma a la cual una declaración recepticia obliga desde que se expide el documento en el que consta. 3) La Teoría de la Recepción: Obliga la declaración cuando llega a poder del destinatario (la oferta en tránsito hacia el destinatario ha salido por completo de la esfera de acción de su autor). 4) La Teoría del conocimiento: las declaraciones recepticias revisten de obligatoriedad para su autor cuando el destinatario las conoce.

²⁷ Conciliación: Artículo 10 de la Convención.

²⁸ Autores como Jorge Adame Goddard comentan cómo, de las actas resumidas de la primera Comisión sesión 9-45, se evidencia que el artículo 16, que trata sobre revocación de la oferta fue uno de los más discutidos durante la conferencia de Viena a causa de los diversos enfoques sobre la materia que prevalecen en los sistemas de common Law y de derecho civil codificado.

²⁹ Artículo 14.1 “la oferta podrá ser revocada hasta que se perfecciona el contrato si la revocación llega al destinatario antes que éste haya enviado la aceptación.”

³⁰ Artículo 846 C.Co.

vez comunicada, el retracto del proponente vendrá acompañado de una obligación correlativa: indemnizar los perjuicios que con su revocación cause al destinatario.

Así las cosas, en Colombia como en la Convención, la regla general es que la oferta puede revocarse pero indemnizando los perjuicios que con dicha revocación se cause.

Ahora, el inciso 2 del artículo 16 de la Convención determina dos excepciones al principio general de revocación:

- cuando la oferta indica, al señalar un plazo para la aceptación o de otro modo, que es irrevocable;
- cuando el destinatario podía razonablemente considerar que la oferta era irrevocable y actuó basándose en esa oferta.

¿Cómo entender estas excepciones?

3.1.2. Excepciones al principio general (Art. 16.2)

3.1.2.1 Cuando se señaló un plazo fijo para la aceptación (Art. 16.2.a)

La fijación de un plazo para la aceptación no es un requisito esencial para la validez de la oferta sino una facultad³¹ que concede el ordenamiento a los candidatos a parte para que fijen en el tiempo un periodo durante el cual mantienen su propuesta (ésta perdura vigente) y es posible que el destinatario ejerza su derecho de decir “sí” para abocar a la formación del contrato.

Considerando que al insertar un plazo es el mismo proponente quien a su arbitrio delimita la vigencia de su oferta y por ese motivo, da pie a creencia fundada de permanencia entre sus destinatarios, se entiende la razón para pensar en la irrevocabilidad de una oferta en tales condiciones. Más aún, se entiende porqué en el evento en que el peticionario envíe mensaje de revocación sin haberse vencido el término otorgado y la aceptación sea emitida oportunamente, la revocación no es en principio eficaz; se perfecciona el contrato vinculando al proponente y si éste no cumple con las obligaciones que del contrato se derivan, puede ser responsable por incumplimiento contractual.

Sin embargo, hemos constatado que, en relación con si la sola fijación del plazo conlleva la irrevocabilidad de la oferta, la doctrina sobre el tema no ha sido unánime. Para algunos, la fijación de un término es un modo implícito y suficiente de indicar irrevocabilidad de la oferta por ese periodo de tiempo. Estos consideran clara la redacción del artículo en ese sentido y ,lo confirman con su versión en inglés:” *If it indicates, whether by stating a fixed time for acceptance or otherwise, that it is irrevocable*” (la indicación de la irrevocabilidad se hace por señalar un plazo. Para otros autores, en cambio, no basta el señalamiento de un plazo para concluir que el oferente plantea como irrevocable su oferta y es necesario hacer una declaración (implícita o explícita) indicando ese compromiso unilateral de no modificarla durante cierto lapso de tiempo. En realidad, la discusión se puede plantear como oposición de los dos grandes sistemas jurídicos armonizados en la Convención: por una parte, el derecho continental, para el cual las ofertas que señalan tiempo para la aceptación son por ese motivo irrevocables; por otra, el derecho anglosajón en donde no basta la fijación de un plazo para hacer irrevocable la oferta. En opinión de Eorsí, Honnold y otros redactores de la Convención, ésta optó por considerar que el mero hecho de

³¹ Artículo 853 C. Co colombiano. “Las partes podrán fijar plazos distintos a la aceptación o rechazo de la propuesta o ésta contenerlos”.

establecer plazo para la aceptación no hace irrevocable la oferta; sólo lo es en la medida en que además del plazo, incorpora la declaración de irrevocabilidad

3.1.2.2 Cuando no se señaló plazo fijo para la aceptación pero se indicó de otro modo que la oferta es irrevocable. (Art. 16.2.a)

El señalamiento de un plazo fijo para la aceptación además de la declaración de irrevocabilidad de la oferta no es la única manera de indicar que la oferta es irrevocable. Como bien señala la segunda parte del inciso a) del artículo 16 de la Convención, dicha indicación puede hacerse por otros modos, sin fijar plazo alguno, como por ejemplo a través de cláusulas o expresiones que voluntariamente incluyen los oferentes en sus propuestas y que indican irrevocabilidad de las mismas. En consonancia lo anterior con el artículo 1494 del C. C colombiano, estas cláusulas resultan obligatorias para quien las formula y en el encuentro de una aceptación oportuna con un intento de revocación la solución es única: se celebra el contrato aún a contrariedad del oferente.

3.1.2.3 Cuando el destinatario podía razonablemente considerar que la oferta era irrevocable y ha actuado basándose en esta (Art.16.2.b)

Los impedimentos que fija la Convención para revocar una oferta no sólo se deben a señalamientos tácitos o expresos del carácter irrevocable por parte del oferente. La creación de expectativas en los destinatarios y el comportamiento de éstos con base en aquellas restringen también la libertad del oferente.

Quien emite una oferta con aparente seriedad crea situaciones de hecho que en muchos casos justifican la conducta de terceros: recibida la oferta y antes de tomar una decisión o de emitir su aceptación, los destinatarios despliegan actos varios como la solicitud de préstamos, la indagación de precios en otros mercados, los viajes para verificar la calidad de las mercaderías, el rechazo de otras ofertas vigentes, etc., y dichos actos implican empleo tiempo y de dinero.

Habida cuenta lo anterior, si bien la Convención reconoce un derecho de retractación, no admite que este sea ilimitado y que su ejercicio abusivo atropelle intereses de terceros que de buena fe se disponían a contratar.

Ahora, no basta para la Convención que el destinatario de la oferta considere que ésta era irrevocable; se exige un fundamento razonable para dicha consideración y además, haber actuado bajo esa convicción. La razonabilidad puede darse entre otras por el origen de la oferta (un comerciante reconocido en el medio, un profesional de prestigio), por la insistencia con que la presentó su autor o por la verosimilitud de sus elementos.³² La actuación puede ser cualquier hecho inspirado en la oferta y encaminado a su aceptación, como por ejemplo alquilar un local donde piensa distribuir las mercaderías que piensa comprar, tramitar en un banco la emisión de una carta de crédito, etc.

³² Es razonable confiar en la firmeza de una oferta proveniente de la fábrica francesa de champañas Moët & Chandon o de la fábrica Lindt de chocolates suizos. Como también el creer que, por recibir muestras de un determinado producto además de ser invitado a conocer las instalaciones de la fábrica y recibir varias veces la propuesta de contrato, la oferta se presenta como irrevocable. Pero no es razonable pensar que una oferta de venta de tractores por parte de una persona natural desconocida y a precios irrisorios pueda ser seria e irrevocable.

A este respecto es reiterado el ejemplo traído por Honnold para ilustrar la situación: “El día 1 de mayo el constructor pidió al proveedor que le enviase una oferta de venta de una cantidad específica de ladrillos, explicándole que la necesitaba para hacer los cálculos necesarios para, a su vez, hacer una oferta de un contrato para construir un edificio. El constructor le explicó también que debía presentar su oferta el día primero de junio y que la apertura de las ofertas y el otorgamiento del contrato se realizaría el día 14 de junio. El 7 de mayo el proveedor envió al constructor una oferta de suministro de ladrillos y el constructor la utilizó para preparar su propuesta en el contrato de obra, que presentó el día 1 de junio. El día 10 de junio el proveedor notificó al constructor que había revocado su oferta y el 15 de junio las propuestas fueron abiertas y se otorgó el contrato al constructor, por lo cual el constructor informó al proveedor que aceptaba la oferta”. Dice Honnold sobre el caso, que era razonable para el destinatario de la oferta, el constructor, considerar que la oferta era irrevocable, porque el suministrador sabía que el constructor la utilizaría para llevar a cabo su propia propuesta de contrato.

Para concluir con el tema de la fuerza obligatoria de la oferta, debemos indicar que mientras en la Convención no se hace referencia a qué ocurre con la propuesta cuando muere el proponente o llega a ser incapaz en el tiempo medio entre la expedición de la oferta y su aceptación, el inciso 2 del artículo 846 del Código de Comercio colombiano, que resulta plenamente aplicable si el evento se presenta en una compraventa internacional, dispone que en estos casos, la propuesta conserva su fuerza obligatoria salvo que de la naturaleza de la oferta o de la voluntad del proponente se deduzca la intención contraria. Esta obligatoriedad se extiende por el tiempo de vigencia de la oferta (plazo fijado por el proponente o plazo fijado por la Convención en defecto del primero) como si el infortunio jamás hubiere ocurrido³³.

3.2 Retiro de la oferta (Art. 15.2)

Habiendo definido los eventos en que para la Convención una oferta es irrevocable, debe hacerse referencia y diferenciarse la posibilidad de que la misma pueda ser retirada.

En virtud del numeral 2° del artículo 15 de la Convención la oferta puede ser retirada si su retiro llega al destinatario antes o al mismo tiempo que la oferta. La explicación de esta disposición es simple: teniendo en cuenta que la Convención acoge la teoría de la recepción para fijar el momento a partir del cual surte efectos una oferta, si ésta no ha llegado al destinatario, no goza aún de fuerza obligatoria frente al oferente y no ha perdido él la libertad para disponer de la propuesta y si quiere, retirarla.

Si habiendo llegado la oferta al destinatario, llega acompañada de una noticia de retiro, la Convención da primacía a esta última novedad y entiende retirada la oferta.

Resulta importante insistir en que la revocación y el retiro de la oferta son fenómenos distintos e independientes³⁴ pues mientras la primera ocurre luego de la recepción de la oferta y antes de su aceptación (hecha la aceptación no puede revocarse la oferta porque ya quedó celebrado el contrato), el retiro se da antes de que llegue la oferta o al tiempo de su llegada como cuando a través de un correo electrónico solicito que no tengan en cuenta una oferta que envíe por correspondencia y que está por llegar.

³³ Igual solución si dichas circunstancias acaecen en la persona del destinatario que acepta.

³⁴ Mientras se cumplan los requisitos para retirar una oferta, ésta puede ser retirada incluso siendo irrevocable.

3.3 Extinción de la oferta (Art. 17)

Ante una oferta el destinatario puede adoptar varias actitudes:

- rechazar la oferta,
- aceptar la oferta o
- ignorar la oferta.

De la aceptación se encargan los artículos 18 a 24 de la Convención, y teniendo en cuenta que este tipo de respuesta da lugar a la formación del contrato, el estudio de sus requisitos y sus consecuencias amerita un punto a parte. (Ver numeral 4 de este trabajo).

El rechazo por su parte, está referido en el artículo 17 de la Convención. Este acoge nuevamente la teoría de la recepción para atribuir efectos a una conducta realizada por un candidato a parte³⁵ y señala que, sin importar si la oferta era revocable o irrevocable por plazo o por condición, la llegada de noticia de rechazo al oferente hace que su propuesta caduque, cesando por ende su sometimiento a ella.

Por otra parte, la caducidad o extinción de la oferta se da también con la expiración del plazo (fijado por el oferente o señalado en el Art. 18 núm. 2 de la Convención) o el acaecimiento de la condición que la hacía irrevocable, circunstancias estas que pueden darse mientras el destinatario ignora la oferta o mientras, habiéndose interesado en ella, no reacciona aceptando oportunamente.

Extinguida la oferta, la consecuencia para el oferente es inmediata: queda liberado de su responsabilidad por la propuesta que formuló.

3.4 Forma de la oferta (Art 18)

En principio podría pensarse que, no habiendo una disposición particular que trate sobre la forma que debe tener la oferta, la Convención guardó silencio al respecto.

No obstante, si revisamos el artículo 11 de ésta, que consagra como regla general la libertad de formas para la celebración y prueba del contrato de compraventa internacional³⁶ y el 18.2 (que hace referencia a ofertas verbales), observaremos que la regla de informalidad se aplica tanto la oferta como a la aceptación.

Esto quiere decir que para la Convención ni la oferta ni la aceptación deben constar por escrito, circunstancia que se halla en consonancia con lo previsto en nuestra legislación civil y comercial interna, tal como se evidencia del inciso primero del artículo 1857 del Código Civil y del artículo 824 del Código de Comercio³⁷.

³⁵ Es evidente que las únicas personas facultadas para rechazar son las personas facultadas para aceptar es decir los destinatarios de la oferta o su representante.

³⁶ Artículo 11. “El contrato de compraventa no tendrá que celebrarse ni probarse por escrito ni estará sujeto a ningún otro requisito de forma. Podrá probarse por cualquier medio, incluso por testigos”.

³⁷ Artículo 1857 inciso 1º C.C. “La venta se reputa perfecta desde que las partes han convenido en la cosa y el precio (...)”

Artículo 824 C. Co “ Los comerciantes podrán expresar su voluntad de contratar u obligarse verbalmente, por escrito o por cualquier modo inequívoco. Cuando una norma legal exija determinada solemnidad como requisito esencial del negocio jurídico, éste no se formará mientras no se llene tal solemnidad”.

No obstante lo anterior, es indispensable tener en cuenta que, en virtud de los artículos 92 y 96 de la Convención, los Estados contratantes cuya legislación exige que los contratos de compraventa se celebren o se prueben por escrito pueden, en cualquier momento, hacer una declaración conforme al artículo 12³⁸. Dicha declaración está encaminada a que, cuando cualquiera de las partes tenga su establecimiento en dichos Estados, no se aplique ninguna disposición de los artículos 11 y 29 ni de la Parte II de la Convención que permita la celebración, modificación o extinción por mutuo acuerdo del contrato de compraventa, o la oferta, la aceptación o cualquier otra manifestación de intención por procedimientos que no sean escritos.

Así las cosas, mientras la oferta de flores que realice un comerciante con establecimiento en Colombia a un comerciante con establecimiento en Estados Unidos puede perfectamente hacerse en forma verbal y probarse con testigos, aquellas que realice el mismo colombiano a un comerciante con establecimiento en Argentina, Chile, Rusia, Hungría, Dinamarca, Finlandia, Noruega y o Suecia (países que han realizado la reserva³⁹) debe constar por escrito so pena de no existir para la Convención.

4. Aceptación de la oferta (Arts. 18 a 22)

La aceptación es la otra cara de la moneda en el proceso formativo de la compraventa. Refleja la intención del destinatario de la oferta de celebrar el contrato con los términos y las condiciones que en ésta le fueron propuestos y, constituye momento fundamental en la formación del consentimiento requerido para el contrato puesto que traduce una concurrencia de voluntades (la del oferente y la del aceptante).

De la forma en que puede expresarse, del tiempo en que debe hacerse, de su contenido y de sus efectos se ocupan los artículos 18 a 24 de la Convención. Analicemos cada una de estas disposiciones.

4.1. Modos de aceptación (Art. 18)

4.1.1 Declaraciones o actos del destinatario que indican aceptación (Art. 18.1)

En el inciso 1° del artículo 18 de la Convención se señala en primer lugar que toda declaración u otro acto del destinatario que indique asentimiento a una oferta constituirá aceptación.

La declaración en principio puede hacerse de manera escrita o verbal y no hay restricciones al respecto. La Convención no determina la forma como debe hacerse la declaración de aceptación por lo que ésta se rige por la misma libertad de formas que opera para la oferta.

Sin embargo, dicha libertad puede verse restringida por dos vías:

- La primera se da en el evento en el establecimiento de uno de los comerciantes que interviene en el proceso de formación del contrato, se halla en un Estado que

³⁸ Para consultar las reservas y las declaraciones hechas por los distintos Estados parte a la Convención, puede consultarse en <http://www.uncitral.org/sp-index.htm>

³⁹ Disponible en www.uncitral.org visitada el 28 de noviembre de 2003.

ha hecho la reserva conforme al artículo 12 y por ende no admite ni ofertas ni aceptaciones por procedimientos que no sean escritos. Al realizar negocios con comerciantes cuyo establecimiento se halla en Suecia por ejemplo, debemos ser precavidos porque en estos casos, tanto la oferta como la aceptación deben hacerse de manera escrita.

- La segunda manera de limitar la libertad para expresar la aceptación es fijando en la oferta la forma en que ésta puede ser aceptada. En efecto, en ejercicio de la autonomía de la voluntad que compete al autor de una propuesta, éste, además de exigir que el asentimiento se allegue en determinado tiempo o a determinado lugar, puede requerir alguna forma especial para el mismo, verbigracia consignación de la respuesta en una escritura pública y envío de este documento. En estos casos es evidente que la exigencia de tales formas especiales debe constar en la oferta o al menos en comunicación póstuma, anterior al envío de la aceptación; de lo contrario, no siendo informados al destinatario los requerimientos particulares, no le serán oponibles y no podrá rechazarse su aceptación informal. Correlativamente, una aceptación que no se adapte a las formalidades exigidas en la oferta no se tiene como tal, no es apta para perfeccionar el contrato y por el contrario, se tiene como contraoferta.

Siendo interés del destinatario que emite una aceptación, que esta respuesta surta efectos y que por ende la compraventa se celebre, es indispensable que sea previsorio y se fije en cumplir los términos y los requisitos de la oferta.

Los actos por su parte pueden consistir en un clic (si la oferta se hace vía Internet y el “sí” es una opción incluida en la página respectiva), en una expresión gestual que indique asentimiento o en conductas que implícitamente constituyen ejecución del contrato o preparación para ello (contratación de barco para transportar las mercancías, trámite de autorizaciones ante las autoridades aduaneras etc.).

Finalmente, debemos resaltar que es recomendable que los destinatarios de las ofertas procuren escoger el medio más claro y ágil para remitir la respuesta afirmativa, asegurándose de que ésta llegue a tiempo al oferente ya que las consecuencias de una mala elección de medios para remitir la aceptación, o de una transmisión incorrecta, las asume quien emite la aceptación.

4.1.2 Ejecución de actos relativos a la aceptación (Art. 18.3)

En el numeral 3° del artículo 18 se consagra la posibilidad de que en virtud de la oferta, de prácticas que las partes hayan establecido entre ellas o de los usos⁴⁰, el destinatario indique su asentimiento sin comunicación al oferente pero ejecutando un acto relativo a aquellas obligaciones que del contrato se derivarían para sí mismo, como por ejemplo la expedición de las mercaderías o el pago del precio. Una indicación de asentimiento en esta forma surte efectos de aceptación en el momento en que se ejecuta el acto bajo la condición de haberse realizado dentro del plazo previsto para la aceptación.

⁴⁰ Aquí se reitera aquello promulgado en el artículo 9 de la Convención. Este señala que “19.1 Las partes quedarán obligadas por cualquier uso que hayan convenido y por cualquier práctica que hayan establecido entre ellas.”

Este es un caso de aceptación tácita, una aceptación por conducta concluyente porque se empiezan a ejecutar actos relativos a las obligaciones contractuales por parte del destinatario, sin haberse aceptado expresamente la oferta.

Es una situación análoga a la consagrada en el artículo 854 del Código de Comercio colombiano, en el que se permite la aceptación tácita manifestada por un hecho inequívoco de ejecución del contrato propuesto y se prevé que una aceptación así manifestada, produce los mismos efectos que la expresa siempre y cuando el proponente tenga conocimiento de tal hecho dentro de los términos establecidos para la aceptación⁴¹.

Como puede observarse, mientras en la Convención no se exige que el oferente tenga conocimiento del acto ejecutado, en la legislación colombiana sí. Consideramos acertada la regulación de la Convención ya que, si como dice el artículo, los actos ejecutados de aceptación se fundamentan en la misma oferta (porque ésta por ejemplo no exige que acepte expresamente sino mediante actos concluyentes), en prácticas que las partes hayan establecido entre ellas (pensemos en comerciantes que han contratado en anteriores oportunidades y que siempre actúan de la misma manera) o de los usos (en un sector determinado es posible que la forma de aceptar se haga por esta vía), las declaraciones sobran y no será extraño que el oferente esté presto a atender -corresponder- los actos que el destinatario haya ejecutado⁴².

4.1.3 El silencio y la inacción en la Convención (Art. 18.1)

Bien sabido es que, en derecho, la regla canónica de que “el que calla otorga” no tiene aplicación. En Colombia son muy pocos los casos en los que el silencio significa aceptación⁴³ y en la Convención, de manera tajante, se dice que ni este ni la inacción, por sí solos, significan aceptación.

Al referirse la Convención a la posibilidad de que el silencio o la inacción acompañados de otros actos surtan efectos de aceptación, debemos remitirnos no sólo a aquellas conductas que ejecutan del contrato sino a aquellos pactos que entre las partes se celebran para señalar por ejemplo que toda propuesta no rechazada expresamente se entendería aceptada. En efecto, el silencio por sí solo, considerado en forma aislada, sin consideración al contexto particular, no va a producir consecuencias positivas (no es disposición de intereses); pero el silencio en un contexto determinado, acompañado de actos que contradicen el sentido negativo de la inacción o la abstención pueden significar aceptación. Lo importante será valorarlo según los acuerdos entre las partes, sus prácticas o los usos generales.

⁴¹ Aunque la teoría de la recepción es predominante en la Parte II de la Convención, para este evento particular la Convención no acoge dicha teoría sino la teoría de la emisión.

⁴² “Un determinado modo de comportarse, aún no estando encaminado a dar noticia de un dado contenido preceptivo a aquellos a los que interesa puede sin embargo adquirir en el ambiente social en que se produce, significado y valor de declaración en cuanto manifiesta según la experiencia común una cierta toma de posición respecto a algunos intereses que afectan la esfera jurídica ajena. En la conducta concluyente que consiente e impone por coherencia lógica semejante deducción, se nos ofrece una manifestación que en contraposición a la directa se califica de indirecta o también de tácita (...). La conducta es calificada de concluyente en cuanto impone una conclusión, una deducción lógica que no está fundada sobre la conciencia del agente sino sobre el espíritu de coherencia en el que según algunos los puntos de vista comunes debe informarse el comportamiento entre los miembros sociales y sobre al autoresponsabilidad que es ajena por una exigencia normativa”. BETTI Emilio, *Teoría General de Negocio Jurídico*, . A. M PEREZ, Segunda Edición, Madrid, 1959. Conciliación: Artículo 9 inciso 2 de la Convención.

⁴³ Vgr. Artículos 243 y 2151 del Código Civil

4.2 Contenido de la aceptación (Art 19)

4.2.1 La contraoferta (Art. 19.1)

En principio, la aceptación a una oferta debe ser pura y simple, debe coincidir perfectamente con la oferta y no puede agregarle, restarle o condicionar sus elementos. Así se ha entendido doctrinariamente y así lo establece el inciso 1° del artículo 19 de la Convención que dispone que la respuesta a una oferta que pretenda ser una aceptación y que contenga adiciones, limitaciones u otras modificaciones se considerará rechazo de la oferta y constituirá una contraoferta⁴⁴.

Si por ejemplo un empresario italiano ofrece a una boutique brasilera pañoletas de seda y ésta responde afirmativamente bajo la condición que sólo le sean vendidas a ella (para tener exclusividad del producto), si bien esta respuesta busca concretar la compraventa, no se reputa como aceptación por estar condicionada; es una contraoferta y los roles se ven invertidos: la boutique brasilera se convierte en oferente y el empresario italiano en destinatario. Caso análogo, el fallado en Alemania, donde el demandado, un comprador alemán, hizo una oferta de compra de diez lotes de tocino magro “envasado” al demandante, un vendedor italiano. En la respuesta del vendedor a la oferta del comprador se hacía referencia, a su vez, a tocino magro “no envasado”. Sin embargo, en su respuesta al vendedor, el comprador no objetó la modificación de las condiciones. Después de la entrega de cuatro lotes, el comprador se negó a aceptar más entregas. Por ello, el vendedor declaró resuelto el contrato y vendió los seis lotes restantes a un precio muy inferior al de mercado y al precio de compra acordado. El vendedor reclamó indemnización por daños y perjuicios y el saldo pendiente de la compra más intereses. El tribunal entendió que la respuesta del vendedor a la oferta del comprador constituía una contraoferta (artículo 19 1) CIM) y no una aceptación (artículo 18 1) CIM), y que la respuesta del comprador a la contraoferta, en la medida en que no presentaba ninguna objeción a la modificación de las condiciones, debía considerarse una aceptación incondicional (artículo 8 2) CIM). Por consiguiente, el vendedor tenía derecho a declarar resuelto el contrato puesto que, al no aceptar la entrega de más de la mitad de las mercaderías, el comprador había incurrido en incumplimiento esencial del contrato (artículo 64 1) a) CIM). El tribunal entendió asimismo que el vendedor tenía derecho a exigir la indemnización de los daños y perjuicios (artículo 61 1) b) y 74 CIM). Para evaluar los daños, debía darse prioridad al método de cálculo previsto en el artículo 75 de la CIM. No obstante, para reducir su pérdida, el vendedor se vio obligado a revender de modo rentable las mercaderías (artículo 77 CIM). Puesto que el vendedor no había podido revender las mercaderías por un precio superior al vigente en el mercado, es decir, el precio de mercado en lugar de la entrega y no en el lugar del establecimiento comercial del vendedor, se aplicó el método de cálculo previsto en el artículo 76 de la CIM. Por último, el tribunal otorgó la suma pendiente del precio de compra (artículo 52 CIM) más intereses (artículo 78 CIM)⁴⁵.

⁴⁴ En la regulación de la compraventa doméstica, el artículo 855 del Código de Comercio colombiano igualmente dispone que una aceptación condicional es una nueva propuesta. Contrapropuesta, contraoferta o nueva propuesta vienen a ser lo mismo en la medida en que su contenido altera sustancialmente, de manera importante, los elementos de la oferta inicial.

⁴⁵ Alemania: Oberlandesgericht Hamm; 19U 97/9. Fallo del 22 de septiembre de 1992. Original en alemán. Publicado en francés por Claude Witz, *Les premières applications jurisprudentielles du droit uniforme de la vente internationale-Convention des Nations Unies du 11 avril 1980*, Librairie Générale

4.2.2 Elementos diferentes o adicionales que no alteran la oferta (Art. 19.2 y 19.3)

A pesar de lo señalado en el párrafo precedente, no es extraño que las ofertas internacionales incluyan elementos que no son esenciales (elementos accidentales o naturales) y cuya modificación o adición no implica alteración trascendente de la propuesta inicial. Por ese motivo, la Convención admite respuestas a ofertas con adiciones o modificaciones siempre y cuando éstas no sean sustanciales en el sentido de afectar por vía de ejemplo, lo que la oferta dispone sobre calidad y cantidad de las mercancías, precio y forma de pago, grado de responsabilidad de una parte con respecto a la otra o solución de controversias.

Al respecto debe insistirse en que estos elementos calificados como esenciales por la Convención no son los únicos que pueden revestir dicho carácter. En realidad, puede que éste se derive de las negociaciones previas entre los comerciantes, de una declaración de voluntad del oferente⁴⁶ o incluso de los usos internacionales. Es el caso verbigracia, de una empresa demandada con domicilio social en Rusia, que encargó al demandante, una empresa con domicilio social en Austria, 10.000 toneladas +/- 10% de monoamoniofosfato (MAF) con la especificación "P 205 52% +/- 1%, min 51%". En vez de la especificación del comprador el vendedor aceptó la entrega de 10.000 toneladas +/- 5% MAF con la especificación "P 205 52% +/- 5%, min 51%".

El tribunal de primera instancia estimó que las negociaciones entre las partes no habían culminado en la concertación de un contrato válido. El tribunal de apelación revocó la decisión y devolvió el caso al tribunal de primera instancia.

El demandado recurrió contra la decisión del tribunal de apelación ante el Tribunal Supremo, el cual estimó que las conclusiones del tribunal de primera instancia eran incompletas. La especificación indicada por el vendedor parecía ser contradictoria pues "52% +/- 5%" describía un intervalo de 47% a 57%, mientras que ese intervalo estaba limitado en la oferta del vendedor a un mínimo de 51%. Por consiguiente, el Tribunal Supremo declaró que el tribunal de primera instancia debía haber aclarado si, a la luz del artículo 8 2) de la CIM, o sea "conforme al sentido que les habría dado en igual situación una persona razonable de la misma condición que la otra parte", los términos de la respuesta a la oferta se podían considerar como suficientemente concretos con arreglo al artículo 14 1) de la CIM.

Si la oferta podía considerarse como suficientemente concreta, el tribunal de primera instancia debía haber resuelto si la respuesta modificaba sustancialmente las condiciones de la oferta. El Tribunal Supremo estimó también que los elementos diferentes mencionados en el artículo 19 3) de la CIM no podía considerarse que alteraban "sustancialmente" las condiciones de la oferta en el sentido del artículo 19 2) de la CIM si, a la luz del uso, de las negociaciones y las circunstancias inherentes al caso, no se podían considerar esenciales. En particular, se concluyó que las alteraciones que se efectuaban únicamente en favor de la otra parte no requerían una aceptación expresa.

En consecuencia, el Tribunal Supremo, al devolver el caso al tribunal de primera instancia, declaró que el tribunal debía llegar a conclusiones sobre las cuestiones pertinentes y decidir a continuación si cabía considerar que había habido alteraciones

de Droit et de Jurisprudence (L.G.D.J.), Collection Droit des affaires (Paris) 142. Resumen en alemán en Oberlandesgerichtsrechtsprechungs-Report Hamm 27.

⁴⁶ El oferente es autónomo para considerar y destacar como esenciales en su oferta elementos que a simple vista parecerían accidentales pero que para el negocio particular y en atención a sus intereses, son fundamentales y por ende inmodificables en la respuesta del destinatario

sustanciales y si la alteración en cuanto a la cantidad redundaba únicamente en favor del comprador⁴⁷.

Para terminar con este punto, no debe pensarse que el oferente esté obligado a admitir una aceptación que modifica en alguna medida su oferta; éste tiene la opción de objetar verbalmente la discrepancia o de enviar una comunicación en tal sentido al aceptante, pero su reacción tiene que ser pronta y sin demora injustificada.

En suma, enviada la oferta, las puertas del diálogo no están cerradas y si bien hay términos de la misma que no pueden ser modificados ni si quiera por el autor, hay otros que son maleables y pueden ser ajustados de común acuerdo entre los candidatos a parte (acuerdo expreso o tácito- por omisión o falta de reacción oportuna del oferente) para celebrar un contrato que se adapte a sus condiciones y que realmente satisfaga sus necesidades.

4.3 Plazo para la aceptación (Arts. 18.2 y 20)

Al tratar el tema de las excepciones al principio general de revocabilidad de la oferta, señalábamos que aquella que contenía un plazo fijado por el oferente para la aceptación se tornaba en irrevocable por ese motivo. También indicábamos que la posibilidad de fijar ese periodo de tiempo durante el cual el oferente mantenía la oferta era una facultad que concedía el ordenamiento al autor de la propuesta para que delimitara en el tiempo un periodo durante el cual mantendría su propuesta (esta perduraría vigente) y era posible que el destinatario ejerciera el derecho a aceptar.

Hechas estas consideraciones es necesario reiterar que el plazo para la aceptación es en principio el fijado por el oferente en su oferta y que dicho plazo, conforme lo establece el artículo 20 de la Convención, se computa atendiendo las siguientes reglas:

- I. El plazo de aceptación fijado por el oferente en un telegrama o en una carta comienza a correr desde el momento en que el telegrama sea entregado para su expedición o desde la fecha de la carta, o si no se hubiere indicado ninguna, desde la fecha que figure en el sobre.
- II. El plazo de aceptación fijado por el oferente por teléfono, télex u otros medios de comunicación instantánea comienza a correr desde el momento en que la oferta llegue al destinatario.
- III. Los días feriados oficiales o no laborales no se excluyen del plazo de aceptación. Sin embargo, si la comunicación de aceptación no puede ser entregada en la dirección del oferente el día del vencimiento del plazo, por ser ese día feriado oficial o no laborable en el lugar del establecimiento del oferente, el plazo se prorroga hasta el primer día laborable siguiente.

¿Qué ocurre cuando el oferente no ha fijado plazo alguno?

No es lógico⁴⁸ pensar que cuando el oferente no indicó plazo en la oferta, queda por ello indefinidamente ligado a la propuesta formulada. A falta de señalamiento

⁴⁷ Austria: Oberster Gerichtshof; 2 Ob 58/97m . Fallo de 20 de marzo de 1997. Publicado en alemán: Juristische Blätter 592 [1997] y Österreichische Juristenzeitung 829 [1997]

⁴⁸ No podría concebirse una disposición ilimitada de contratar por parte de un proponente ni la posibilidad de quedar obligado a un contrato por aceptación caprichosa, intempestiva de un destinatario. Ello vulneraría la seguridad jurídica.

particular de un término, la Convención llena el vacío⁴⁹ e indica que, so pena de no surtir efectos la aceptación, en los eventos en que no se haya fijado plazo expresamente⁵⁰, la indicación de asentimiento deberá llegar dentro de un plazo razonable habida cuenta de las circunstancias de la transacción y, en particular, de la rapidez de los medios de comunicación empleados por el oferente⁵¹.

En Colombia, los preceptos que llenan el vacío a falta de fijación de plazo por el oferente, y que sólo tienen aplicación para compraventas domésticas, tienen en cuenta tanto el medio a través del cual se formuló la propuesta como el hecho de que se trate de propuesta entre presentes o entre ausentes. Dichos preceptos del Código de Comercio colombiano dicen lo siguiente:

Artículo 850 “La propuesta verbal de un negocio entre presentes deberá ser aceptada o rechazada en el acto de oírse. La propuesta hecha por teléfono se asimilará, para los efectos de su aceptación o rechazo, a la propuesta verbal entre presentes.”

Artículo 851 “ Cuando la propuesta se haga por escrito deberá ser aceptada o rechazada dentro de los seis días siguientes a la fecha que tenga la propuesta, si el destinatario reside en el mismo lugar del proponente; si reside en lugar distinto, a dicho término se sumará el de la distancia.”

Artículo 852 “El término de la distancia se calculará según el medio de comunicación empleado por el proponente”.

Es común que las compraventas internacionales se hagan entre ausentes pero ésta no es una regla absoluta y bien pueden celebrarse compraventas internacionales entre personas presentes, ubicadas en un mismo recinto en el momento de la oferta, la aceptación, la compra. Por ese motivo y en ese sentido debe interpretarse el artículo referido de la Convención y en cada caso determinar cuál era el plazo razonable para emitir y recibir la aceptación. En principio, serán las partes quienes entre ellas fijen cuál era ese plazo razonable. Si no hay acuerdo al respecto, la cuestión se decidirá judicial o arbitralmente y el tercero, considerando las circunstancias de la transacción y los medios de comunicación empleados, definirá si efectivamente alguien se tardó más de lo que podía o si alguien se precipitó a considerar que su oferta había sido rechazada.

4.3.1 Aceptaciones tardías (Art. 21)

En derecho interno, sin consideración a la voluntad del oferente o las causas de la tardanza, la aceptación extemporánea según el artículo 855 del Código de Comercio, es una nueva propuesta.

⁴⁹ El plazo a que hace referencia la Convención no es un plazo que, como el fijado por el proponente, convierta la oferta en irrevocable. En busca de agilidad y certeza para las compraventas internacionales, simplemente delimita el periodo dentro del cual debe llegar la aceptación pero una oferta así presentada sigue estando regida por el principio general de revocabilidad.

⁵⁰ El plazo para la aceptación no siempre tiene que estar fijado expresamente en la oferta. Puede inferirse de las negociaciones previas entre los candidatos a parte o de los usos que tenían o debían haber tenido conocimiento y que en el comercio internacional son ampliamente reconocidos y reglamentados observados por las partes en contratos del mismo tipo en el tráfico mercantil de que se trate. (artículo 9.2 de la Convención)

⁵¹ Artículo 18 numeral 2° de la Convención.

En la Convención en cambio, se habla de ella en principio como una oferta ineficaz (que no produce efectos)⁵² pero además, se tiene en cuenta las causas de la demora y la voluntad del oferente frente a la aceptación extemporánea para eventualmente concederle efectividad. Son entonces dos los eventos en que una aceptación tardía tiene plena eficacia y avoca a la celebración de la compraventa:

En primer lugar está el caso en que, llegando tarde la aceptación, el oferente informa verbalmente o mediante comunicación al destinatario que la admite (artículo 21 numeral 1). Esta posibilidad de dar por celebrado el contrato como si la aceptación hubiera llegado en tiempo es una facultad que la Convención concede al oferente pero cuyo ejercicio limita en el tiempo por cuanto exige que la noticia de admisión de la aceptación tardía se haga sin demora, verbalmente o por escrito.

En segundo lugar está el evento en que la carta o la comunicación escrita que contiene la aceptación se ha enviado a tiempo, pero, por anomalías en la transmisión, llega tardíamente. En este caso (señala el numeral 2 del artículo 21 de la Convención) si el documento que contiene la aceptación tardía indica que fue enviado en circunstancias tales que si su transmisión hubiera sido normal habría llegado al oferente en el plazo debido, la aceptación surte efectos como aceptación a menos que, sin demora, el oferente informe verbalmente al destinatario de que considera su oferta caducada o le envíe una comunicación en tal sentido.

4.4 Efectos de la aceptación y perfeccionamiento del contrato (Art. 18.2 y 23)

Según el inciso 2° del artículo 18 de la Convención, la aceptación de la oferta surte efecto en el momento en que la indicación de asentimiento llega⁵³ al oferente y, en consonancia con el artículo 23, es en este instante cuando se perfecciona el contrato.

Perfeccionamiento del contrato, en términos del maestro Fernando Hineirosa, es el momento en que este reúne los requisitos que la ley exige para que exista como tal, es decir, cuando recorre a plenitud su definición. Su fijación en el tiempo es muy importante porque a partir de ahí se derivan muchos de los efectos del contrato.

Según el artículo 1847 del Código Civil colombiano, la venta se reputa perfecta desde que las partes han convenido en la cosa y en el precio salvo en la venta de bienes raíces, servidumbres y sucesiones hereditarias (que no se reputan perfectas ante la ley mientras no se haya otorgado escritura pública).

Teniendo en cuenta el ámbito material de aplicación de la Convención (cosas corporales de naturaleza mueble que no estén excluidas por la Convención)⁵⁴ los contratos que ésta regula se perfeccionan con el consentimiento. Coincidiendo la oferta con la aceptación, encontrándose dos voluntades en armonía sobre los elementos esenciales de la compraventa, ésta se reputa perfecta y el contrato que la

⁵² Inciso 2° del artículo 18 de la Convención.

⁵³ Para los efectos de la parte segunda de la Convención, la declaración de aceptación o cualquier otra manifestación de intención “llega” al destinatario cuando se le comunica verbalmente o se entrega por cualquier otro medio al destinatario personalmente, o en su establecimiento o dirección postal o, si no tiene establecimiento ni dirección postal, en su residencia habitual. (Artículo 24 de la Convención).

⁵⁴ LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE DERECHO COMERCIAL INTERNACIONAL, *Ámbito de aplicación y disposiciones Generales de la Convención de Viena sobre Compraventa internacional de Mercadería: Aplicación en el Derecho Colombiano*, publicado en la Revista virtual e-mercatoria Volúmen 1, número 2 (2002) disponible en www.e-mercatoria.uexternado.edu.co

contiene se convierte en ley para las partes⁵⁵, que de ahí en adelante, deberán ejecutar las obligaciones contractuales que a cada una corresponde.

4.5 Retiro de la aceptación (Art. 22)

Teniendo en cuenta que la aceptación se emite en ejercicio de la autonomía de la voluntad del destinatario y que sólo surte efectos una vez llegue al oferente⁵⁶, el artículo 22 de la Convención (coherente con la teoría de la recepción acogida en la Convención para atribuir efectos a las declaraciones de las partes) le permite, en ejercicio de la misma autonomía que en un momento lo llevó a querer aceptar, retirar su aceptación. No obstante, en consideración al hecho de que una vez recibida por el oferente, la respuesta afirmativa perfecciona el contrato, ésta solo puede ser retirada antes de que llegue al oferente o máximo al mismo tiempo. Por ende, el retiro de una aceptación que ya ha llegado al oferente no es eficaz; el contrato ya se ha celebrado, es ley para las partes y éstas deben acatarlo.

5. Bibliografía

ARRUBLA P. Jaime Alberto. *El Periodo Precontractual*. Publicado en la Revista Facultad De Derecho y Ciencias Políticas, Número 70 Segundo semestre 1985. Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia.

LÓPEZ MORÓN Campo Elías, *El Silencio en Materia Contractual*. Tesis de Grado. Universidad Externado de Colombia. 1987.

HIGUERA MARÍN Virginia Rosario del Pilar, *La Oferta del Contrato*, Tesis de grado. Universidad Externado de Colombia. 1987.

PINILLA RUEDA Carlos Mario, *La Oferta Mercantil*. Tesis de Grado. Universidad Externado de Colombia. 1986.

BRAVO LAZCANO José, *El plazo en la Oferta Mercantil*. Revista Universitas número 52, 1977 .Pontificia Universidad Javeriana.

www.uncitral.org visitada el 28 de noviembre de 2003.

www.cisg.law.pace.edu

L AUBERT, *Droit Civil, Les Obligations*, I, Paris 1975.

LEAL PÉREZ HILDEBRANDO. *Contrato de Compraventa Civil y Comercial*. Ediciones Librería Doctrina y Ley. 1989.

JOSÉ ALEJANDRO BONIVENTO FERNÁNDEZ. *Los principales contratos civiles y su paralelo con los comerciales*. Tomo I, Ediciones Librería El Profesional, sexta edición, 2002.

⁵⁵ Artículo 1602 C.C y Artículo 864 C.Co.

⁵⁶ Para los efectos de la parte segunda de la Convención, la declaración de aceptación o cualquier otra manifestación de intención “llega” al destinatario cuando se le comunica verbalmente o se entrega por cualquier otro medio al destinatario personalmente, o en su establecimiento o dirección postal o, si no tiene establecimiento ni dirección postal, en su residencia habitual. (Artículo 24 de la Convención).

HINESTROSA REY Marta, *La Formación del Contrato*. Tesis de Grado. Universidad Externado de Colombia. 1988

LUIS DIEZ-PICAZO Y PONCE DE LEÓN, *La Compraventa Internacional de Mercaderías. Comentario a la Convención de Viena*. Editorial Civitas, 1988.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE DERECHO COMERCIAL INTERNACIONAL, Universidad Externado de Colombia. *Ámbito de Aplicación y Disposiciones Generales de la Convención de Viena sobre Compraventa Internacional de Mercaderías: Aplicación en el Derecho Colombiano*. Publicado en la revista e-mercatoria, Volumen 1, Número 2 (2002), disponible en www.emercatoria.uexternado.edu.co

E. GUARDIOLA SACARRERA, *La Compraventa Internacional: Importaciones y Exportaciones*. Bosh Casa Editorial S.A. España, 1994.

VON THUR, A. *Tratado de las Obligaciones* Tomo I, Traducido del alemán por W. Roces. Editorial Reus 1934./ MORENO QUESADA, Bernardo. *La Oferta de Contrato*. Colección Nereo, Barcelona, 1963.

J. FLOUR ET J.L AUBERT, *Droit Civil, Les Obligations*, I, Paris 1975.

TAMAYO LOMBANA ALBERTO, *Manual de Obligaciones. Teoría del Acto Jurídico y Otras Fuentes*. Bogotá, Temis, 1997.

ADAME GODDARD Jorge, *El Contrato de Compraventa Internacional. Capítulo IV "La Formación del contrato de compraventa internacional"*. Serie Jurídica MC. Graw – Hill/ Interamericana de México S.A de C.V, 1994.

www.uncitral.org visitada el 28 de noviembre de 2003

PERALES VISCASILLAS María Del Pilar, *El Contrato de Compraventa Internacional de Mercancías (Convención de Viena de 1980)*. Disponible en www.cisg.law.pace.edu/cisg/biblio/perales1-23