

TABLA DE CONTENIDO

III. LA COMPRAVENTA DE CONSUMIDORES

15.	COMPRAVENTA Y PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES	817
15.1.	CONSUMIDOR Y CONTRATANTE	817
15.2.	EL MODELO CLÁSICO DE CONTRATACIÓN	820
15.3.	EL NUEVO CONTEXTO SOCIOECONÓMICO	821
15.4.	LOS NUEVOS PARADIGMAS DEL DERECHO DE LOS CONTRATOS	823
15.5.	IMPORTANCIA Y REGULACIÓN DE LA COMPRAVENTA DE BIENES DE CONSUMO	827
15.6.	LA VENTA MEDIANTE CONDICIONES GENERALES DE LA CONTRATACIÓN	828
15.6.1.	<i>Noción</i>	829
15.6.2.	<i>Naturaleza y fuerza obligatoria</i>	832
15.6.3.	<i>Regulación</i>	834
15.6.4.	<i>Ámbito subjetivo</i>	837
15.6.4.1.	En cuanto al predisponente (especial referencia a las Administraciones Públicas	837
15.6.4.2.	En cuanto al adherente	839
15.6.5.	<i>El doble mecanismo de control de las condiciones generales</i>	840
15.6.5.1.	Control de incorporación	840
15.6.5.2.	Control de contenido	846
15.6.6.	<i>Interpretación de las condiciones generales</i>	847
15.6.6.1.	La regla de la prevalencia	847
15.6.6.2.	La regla interpretatio contra proferentem	849
15.6.6.3.	El reenvío a las normas generales del CC	851
15.6.6.4.	Resultado de la interpretación	851
15.6.7.	<i>Registro</i>	852
15.7.	COMPRAVENTA Y CLÁUSULAS ABUSIVAS	854
15.7.1.	<i>Concepto y delimitación de figuras</i>	854
15.7.2.	<i>Evolución legislativa</i>	859
15.7.3.	<i>Determinación del carácter abusivo de una cláusula</i>	863
15.7.3.1.	Planteamiento	863
15.7.3.2.	La cláusula general de abusividad	865
15.7.3.3.	La lista negra y su impacto en la compraventa	871

15.7.3.4.	Cláusulas excluidas del control.....	878
15.7.4.	<i>Consecuencias de la abusividad: la nulidad parcial</i>	882
15.7.5.	<i>Instrumentos para la declaración de abusividad</i>	885
16.	REGLAS GENERALES PROPIAS	887
16.1.	CONCEPTO DE VENTA DE CONSUMO	887
16.2.	RÉGIMEN JURÍDICO.....	900
16.3.	EL DEBER PRECONTRACTUAL DE INFORMACIÓN.....	905
16.3.1.	<i>Fundamento y regulación positiva</i>	905
16.3.2.	<i>Cualidades exigibles a la información</i>	912
16.3.3.	<i>Contenido de la información</i>	913
16.3.4.	<i>Sanción por incumplimiento del deber de información</i>	914
16.4.	INTEGRACIÓN DEL CONTRATO ARTS. 61, 62, 65	917
16.4.1.	<i>Idea general</i>	917
16.4.2.	<i>Integración de la oferta, promoción y publicidad</i>	918
16.5.	LA FORMA EN LA VENTA DE CONSUMO	923
16.5.1.	<i>Emisión del consentimiento</i>	923
16.5.2.	<i>Confirmación documental de la venta</i>	924
16.6.	EL DENOMINADO DERECHO DE DESISTIMIENTO	927
16.6.1.	<i>Concepto y fundamento</i>	927
16.6.2.	<i>Presupuestos para su ejercicio</i>	930
16.6.2.1.	Previsión legal o contractual	930
16.6.2.2.	Formalidades.....	932
16.6.2.3.	Plazo.....	935
16.6.3.	<i>Gastos</i>	937
16.6.4.	<i>Efectos</i>	937
16.7.	GARANTÍA LEGAL EN LA VENTA DE BIENES DE CONSUMO	940
16.7.1.	<i>Planteamiento y evolución legislativa</i>	940
16.7.2.	<i>La falta de conformidad como fuente de responsabilidad</i> ...	944
16.7.2.1.	Su irrupción en el marco europeo y español.....	944
16.7.2.2.	La novedad de la noción	949
16.7.2.3.	Criterios generales para apreciar la falta de conformidad.....	950
16.7.2.4.	La influencia de otros criterios.....	961
16.7.3.	<i>Responsabilidad del vendedor</i>	964
16.7.3.1.	Garantía legal y garantía comercial.....	964
16.7.3.2.	Naturaleza y fundamento de la garantía legal del vendedor.....	968
16.7.3.3.	Presupuestos de aplicación.....	969
16.7.3.4.	Remedios del comprador.....	979
16.7.3.5.	La responsabilidad del productor	993

17.	VENTAS A DISTANCIA	997
17.1.	PLANTEAMIENTO Y REGULACIÓN	997
17.2.	CONCEPTO	999
17.3.	LA FORMACIÓN DEL CONTRATO DE VENTA A DISTANCIA	1004
17.3.1.	<i>Requisitos y restricciones de las comunicaciones comerciales</i>	1004
17.3.2.	<i>Información previa al consumidor</i>	1010
17.3.3.	<i>Tiempo y lugar de perfección del contrato</i>	1013
17.3.4.	<i>La forma en la venta a distancia</i>	1014
17.3.4.1.	Manifestación del consentimiento del comprador	1014
17.3.4.2.	Confirmación escrita de la información y la contratación	1017
17.4.	DERECHO DE DESISTIMIENTO	1019
17.5.	REGLAS DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO	1023
17.6.	EL PAGO MEDIANTE TARJETA	1024
18.	VENTAS FUERA DE LOS ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES	1027
18.1.	CONCEPTO Y SENTIDO DE LAS NORMAS	1027
18.2.	DERECHO DE DESISTIMIENTO	1032
18.3.	REQUISITOS DE FORMA	1033
18.4.	RESPONSABLES SOLIDARIOS CON EL VENDEDOR	1034
19.	LA VENTA ELECTRÓNICA	1034
19.1.	INTERNET Y COMERCIO ELECTRÓNICO	1034
19.2.	COMERCIO ELECTRÓNICO Y PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES	1038
19.3.	REGULACIÓN LEGAL	1040
19.4.	VALIDEZ, EFICACIA Y PERFECCIÓN DEL CONTRATO	1042
19.4.1.	<i>Validez del contrato</i>	1042
19.4.2.	<i>Momento de perfección del contrato</i>	1043
19.4.3.	<i>Lugar de perfección del contrato y ley aplicable</i>	1045
19.5.	REQUISITOS DE LA OFERTA	1046
19.6.	LA ACEPTACIÓN Y SU CONFIRMACIÓN	1048
19.7.	LA PRUEBA DE LA VENTA ELECTRÓNICA	1049
20.	EL VENDING	1051
20.1.	CONCEPTO	1051
20.2.	CARACTERES	1052
20.3.	REGULACIÓN LEGAL	1053
20.3.1.	<i>Requisitos administrativos</i>	1053
20.3.2.	<i>Información precontractual</i>	1054

20.3.3.	<i>La devolución del precio en caso de no expedición</i>	1055
20.3.4.	<i>Extensión de la responsabilidad del vendedor</i>	1057
21.	VENTA DE BIENES MUEBLES A PLAZOS Y CRÉDITO AL CONSUMO.....	1058
21.1.	MARCO LEGAL	1058
21.2.	ÁMBITO DE APLICACIÓN DE LA LVMP	1061
21.2.1.	<i>Ámbito objetivo</i>	1061
21.2.2.	<i>Compraventas excluidas</i>	1064
21.2.3.	<i>Ámbito normativo respecto de la LCC</i>	1065
21.3.	CONCEPTO Y CARACTERES DEL CONTRATO	1068
21.4.	FORMA Y DOCUMENTACIÓN DEL CONTRATO	1069
21.5.	LAS GARANTÍAS DEL VENDEDOR Y SU SIGNIFICADO.....	1073
21.6.	FACULTADES DEL COMPRADOR.....	1077
21.6.1.	<i>La facultad de desistimiento</i>	1077
21.6.2.	<i>La facultad de pago anticipado</i>	1079
21.6.3.	<i>La moderación judicial de los plazos</i>	1079
21.7.	INCUMPLIMIENTO DEL COMPRADOR.....	1080
21.7.1.	<i>Los remedios del vendedor</i>	1080
21.7.2.	<i>Las acciones ejercitables</i>	1082
21.7.3.	<i>Concurrencia y prelación de créditos</i>	1083
21.8.	EL REGISTRO DE BIENES MUEBLES	1085
22.	LA COMPRAVENTA DE VIVIENDA	1086
22.1.	PLANTEAMIENTO	1086
22.2.	MARCO LEGISLATIVO	1087
22.3.	GARANTÍA DE LAS CANTIDADES ENTREGADAS	
A CUENTA POR EL COMPRADOR.....		1088
22.3.1.	<i>Ratio y fundamento de la Ley 57/1968</i>	1088
22.3.2.	<i>Desarrollo legislativo posterior</i>	1091
22.3.3.	<i>Las dos opciones de garantía y su naturaleza</i>	1092
22.3.3.1.	Enumeración	1092
22.3.3.2.	El aval.....	1093
22.3.3.3.	El seguro de caución	1094
22.3.3.4.	Sus diferencias sustanciales	1096
22.3.4.	<i>Objeto de la garantía obligatoria</i>	1098
22.4.	EL DEBER DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN DEL PROMOTOR	1100
22.4.1.	<i>Ámbito de aplicación</i>	1100
22.4.2.	<i>Forma de la información</i>	1101
22.4.3.	<i>Información precontractual</i>	1101
22.4.4.	<i>Documentación posterior al contrato</i>	1103
22.5.	CLÁUSULAS OBLIGATORIAS DEL CONTRATO	1103

22.6.	CLÁUSULAS PROHIBIDAS	1104
22.7.	INTEGRACIÓN DE LA OFERTA PUBLICITARIA.....	1107
22.8.	EL «MODELO» DE CONTRATO DE COMPRAVENTA DE VIVIENDAS SOBRE PLANO	1108

IV. LA COMPRAVENTA ENTRE EMPRESARIOS: COMPRAVENTA MERCANTIL

23.	IMPORTANCIA DE LA VENTA MERCANTIL	1111
23.1.	RELEVANCIA DE LA COMPRAVENTA EN EL DERECHO MERCANTIL	1111
23.2.	LA TRASCENDENCIA ECONÓMICA DE LOS CONCEPTOS DE COMERCIO Y DISTRIBUCIÓN	1119
24.	EL CONCEPTO LEGAL DE COMPRAVENTA MERCANTIL	1122
24.1.	CODIFICACIÓN MERCANTIL Y DUPLICIDAD NORMATIVA	1122
25.	CONFIGURACIÓN Y DELIMITACIÓN RESPECTO DE LA COMPRAVENTA CIVIL.....	1125
25.1.	DELIMITACIÓN POSITIVA DE LA COMPRAVENTA MERCANTIL.....	1125
25.2.	CALIFICACIÓN DE LA REVENTA	1129
25.3.	LAS EXCLUSIONES DEL ARTÍCULO 326 DEL CCOM	1136
25.3.1.	<i>La compra para el consumo y las ventas al consumo.....</i>	1137
25.3.2.	<i>La venta por labradores, ganaderos, propietarios y artesanos.....</i>	1138
25.3.3.	<i>La reventa del resto de acopios hechos para consumo.....</i>	1140
25.4.	LA DIFÍCIL RESTRICCIÓN A LOS BIENES MUEBLES.....	1141
25.5.	LA CUESTIÓN DE LA REVENTA CON ÁNIMO DE LUCRO	1142
26.	CARACTERES DE LA COMPRAVENTA MERCANTIL	1143
26.1.	CONSENSUALIDAD	1144
26.2.	BILATERALIDAD.....	1144
26.3.	ONEROSIDAD	1144
26.4.	CONMUTATIVIDAD.....	1145
26.5.	LA VENTA MERCANTIL COMO CONTRATO TRASLATIVO DEL DOMINIO.....	1145
27.	ELEMENTOS ESENCIALES DE LA VENTA MERCANTIL.....	1146
27.1.	ELEMENTOS PERSONALES	1146
27.2.	ELEMENTOS REALES: EL OBJETO DEL CONTRATO.....	1147
27.2.1.	<i>La cosa: determinación e idoneidad. La cosa futura.....</i>	1147
27.2.2.	<i>El precio: caracteres legales y régimen jurídico.....</i>	1149
27.3.	ELEMENTOS FORMALES	1152
28.	PERFECCIÓN DE LA COMPRAVENTA MERCANTIL	1153

29.	OBLIGACIONES DEL VENDEDOR EN LA VENTA MERCANTIL.....	1155
29.1.	PRELIMINAR	1155
29.2.	LA ENTREGA DE LA COSA: EL ARTÍCULO 329 DEL CCOM	1156
29.2.1.	<i>Concepto y contenido de la obligación de entrega</i>	1156
29.2.2.	<i>El ámbito de la denominada «puesta a disposición»</i>	1158
29.2.3.	<i>Circunstancias de la entrega</i>	1160
29.2.3.1.	Lugar de la entrega. Compraventa mercantil y transporte	1160
29.2.3.2.	Tiempo de la entrega. Plazos y cumplimiento ..	1162
29.2.3.3.	Documentación	1164
29.2.4.	<i>Integridad de la entrega</i>	1166
29.2.5.	<i>Gastos de la entrega</i>	1167
29.2.6.	<i>Supuestos en que cesa la obligación de entrega</i>	1168
29.3.	SANEAMIENTO DE LA COSA VENDIDA	1168
29.3.1.	<i>Regulación legal en el ámbito mercantil</i>	1168
29.3.2.	<i>El saneamiento por evicción</i>	1170
29.3.3.	<i>El saneamiento por vicios</i>	1171
29.3.3.1.	El difícil concepto de vicios en el ámbito mercantil.....	1171
29.3.3.2.	Los vicios manifiestos o aparentes.....	1173
29.3.3.3.	Los vicios internos u ocultos.....	1177
29.4.	INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DEL VENDEDOR	1180
30	OBLIGACIONES DEL COMPRADOR EN LA VENTA MERCANTIL.....	1182
30.1.	PAGO DEL PRECIO.....	1182
30.1.1.	<i>Regulación legal</i>	1182
30.1.2.	<i>Cuantía del precio y circunstancias del pago</i>	1183
30.1.3.	<i>La presencia de arras o señales</i>	1184
30.1.4.	<i>Morosidad en el pago del precio</i>	1185
30.2.	RECEPCIÓN DE LA COSA.....	1187
30.2.1.	<i>Ideas generales. Concepto</i>	1187
30.2.2.	<i>Negativa del comprador a recibir la cosa</i>	1188
30.2.3.	<i>Demora en la recepción</i>	1188
30.3.	INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DEL COMPRADOR.....	1189
31.	EL RIESGO EN LA COMPRAVENTA MERCANTIL.....	1190
31.1.	CONSIDERACIONES GENERALES	1190
31.2.	LA VENTA DE COSA DETERMINADA.....	1193
31.3.	VENTA DE COSA GENÉRICA	1197
32.	COMPRAVENTAS MERCANTILES ESPECIALES.....	1199

32.1.	PLANTEAMIENTO	1199
32.2.	VENTA SOBRE MUESTRAS.....	1199
32.3.	VENTA A ENSAYO O PRUEBA Y VENTA AD GUSTUM EN EL CCOM	1200
32.4.	LA VENTA MERCANTIL CON RESERVA DE DOMINIO	1203
32.5.	LA VENTA DE PLAZA A PLAZA Y LOS INCOTERMS.....	1205
32.6.	LAS VENTAS A DISTANCIA	1212
32.7.	LA VENTA CON ESPECIFICACIÓN.....	1213
32.8.	VENTAS ESPECIALES DE LA LOCM	1214
32.8.1.	<i>Consideración general</i>	1214
32.8.2.	<i>Venta automática</i>	1214
32.8.3.	<i>Venta ambulante o no sedentaria</i>	1215
32.8.4.	<i>Venta en pública subasta</i>	1215
32.8.5.	<i>Rebajas, ofertas, saldos y ventas con obsequio</i>	1217
32.8.6.	<i>Ventas multinivel y ventas en pirámide</i>	1221
32.9.	LA VENTA DE EMPRESA.....	1224
32.10.	LA VENTA DE MARCA Y LA VENTA DE PATENTE	1230
32.11.	LA VENTA DE FUTUROS	1230
33.	TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS NO ENDOSABLES	1232
34.	BREVE ALUSIÓN AL MERCADO DE VALORES Y LA VENTA EN RÉGIMEN DE OPA	1234

V. LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

35.	REGULACIÓN MATERIAL UNIFORME DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS.....	1241
35.1.	LA CONVENCIÓN DE VIENA DE 1980	1241
35.2.	ÁMBITO DE APLICACIÓN DE LA CVVIM.....	1245
35.2.1.	<i>Ámbito de aplicación material</i>	1245
35.2.1.1.	Compraventa internacional de mercaderías	1245
35.2.1.2.	Compraventas incluidas en el ámbito de aplicación.....	1248
35.2.1.3.	Compraventas excluidas.....	1252
35.2.1.4.	Cuestiones reguladas.....	1257
35.2.1.5.	Cuestiones no reguladas.....	1259
35.2.2.	<i>Ámbito de aplicación espacial:</i> <i>internacionalidad del contrato</i>	1261
35.2.2.1.	Establecimiento en distintos Estados	1261
35.2.2.2.	Estados contratantes y reservas.....	1265
35.2.3.	<i>Ámbito de aplicación temporal</i>	1266

35.3.	CRITERIOS DE APLICABILIDAD DE LA CVVIM	1269
35.3.1.	<i>Aplicación directa</i>	1270
35.3.2.	<i>Aplicación indirecta y reservas</i>	1273
35.3.3.	<i>Otros cauces: autonomía de la voluntad y lex mercatoria</i>	1275
35.3.4.	<i>El carácter dispositivo de la Convención de Viena</i>	1280
35.3.4.1.	Su exclusión por la autonomía de la voluntad de las partes	1280
35.3.4.2.	Interpretación de la voluntad de las partes.....	1287
35.3.5.	<i>Interpretación e integración de lagunas</i>	1290
36.	FORMACIÓN DEL CONTRATO	1299
36.1.	EL INTERCAMBIO DE CONSENTIMIENTOS	1301
36.1.1.	<i>La oferta</i>	1301
36.1.2.	<i>La aceptación</i>	1307
36.2.	LA PERFECCIÓN DEL CONTRATO.....	1312
36.3.	FORMA Y PRUEBA DEL CONTRATO	1316
37.	OBLIGACIONES DEL VENDEDOR	1321
37.1.	ENTREGA DE LAS MERCADERÍAS	1323
37.1.1.	<i>Entrega y transmisión de la propiedad</i>	1323
37.1.2.	<i>Entrega y puesta a disposición</i>	1324
37.1.3.	<i>Momento de la entrega</i>	1331
37.1.4.	<i>Entrega y transmisión de los riesgos</i>	1334
37.2.	OBLIGACIÓN DE ENTREGA DE LOS DOCUMENTOS	1342
37.3.	OBLIGACIÓN DE CONFORMIDAD.....	1344
37.3.1.	<i>Conformidad material</i>	1344
37.3.2.	<i>Conformidad jurídica</i>	1347
37.4.	CONSERVACIÓN DE LAS MERCADERÍAS	1348
38.	OBLIGACIONES DEL COMPRADOR	1350
38.1.	RECEPCIÓN Y ACEPTACIÓN DE LAS MERCADERÍAS	1350
38.2.	PAGO DEL PRECIO.....	1351
39.	REMEDIOS FRENTE AL INCUMPLIMIENTO EN LA VENTA INTERNACIONAL	1354
39.1.	PLANTEAMIENTO: EL INCUMPLIMIENTO ESENCIAL	1354
39.2.	EJECUCIÓN FORZOSA Y SUBSANACIÓN DEL INCUMPLIMIENTO.....	1356
39.3.	LA RESOLUCIÓN DE CONTRATO	1359
39.4.	LA REDUCCIÓN DEL PRECIO.....	1360
39.5.	INDEMNIZACIÓN DE DAÑOS Y PERJUICIOS	1361
39.6.	REMEDIOS FRENTE AL INCUMPLIMIENTO PREVISIBLE	1363
	BIBLIOGRAFÍA	1365