

### III. CONTRATOS MERCANTILES.

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

##### RESOLUCIÓN No. 165-2009

**TRIBUNAL SEGUNDO CIVIL, SECCIÓN PRIMERA.-** San José a las once horas cuarenta y cinco minutos del trece de marzo de dos mil nueve.-

Proceso **ORDINARIO** establecido en el **JUZGADO SEXTO CIVIL DE MAYOR CUANTÍA DE SAN JOSÉ**, bajo el número de expediente 01-001119-185-CI, por **ANA LUCÍA CASTILLO SOTO**, mayor, soltera, abogada, cédula 1-709-828, vecina de San José, contra **CERVECERÍA COSTA RICA SOCIEDAD ANÓNIMA - Hoy DISTRIBUIDORA LA FLORIDA SOCIEDAD ANÓNIMA- y FLORIDA ICE AND FARM COMPANY SOCIEDAD ANÓNIMA**, ambas sociedades representadas por su apoderado generalísimo sin límite de suma Ramón De Mendiola Sánchez, mayor, casado, empresario, cédula 1-679-993, vecino de San José.- Interviene como apoderada especial judicial de la actora la licenciada Annabella Rohrmoser Zúñiga; y los licenciados Manrique Jiménez Meza y Mariel Picado Quevedo como apoderados especiales judiciales de las codemandadas.-

##### RESULTANDO:

1.- La presente demanda cuya cuantía se fijó en la suma de trece millones quinientos mil colones exactos, es para que en sentencia se declare: "...solidariamente responsables de los daños y perjuicios que me han ocasionado valorados aproximadamente en los ₡13.500,000,00 y además se les obligue a pagar ambas costas de esta acción y los daños y perjuicios causados."(Sic).-

2.- Las accionadas fueron debidamente notificadas de la demanda, la contestaron negativamente e interpusieron las excepciones de falta de derecho, falta de legitimación ad causam activa y pasiva, de debido proceso y la del non bis ibidem.-

3.- La licenciada Patricia Molina Escobar, Jueza del Juzgado Sexto Civil de Mayor Cuantía de San José, en sentencia dictada a las quince horas del veinticuatro de septiembre de dos mil siete, resolvió: "... **POR TANTO: SE RECHAZA** el incidente de hechos nuevos promovido por la actora. **SE ACOGEN** las excepciones de falta de legitimación activa y pasiva y falta de derecho. **SE RECHAZAN** las de "debido proceso" y "non bis ibidem. Se declara **SIN LUGAR** en todos sus extremos la demanda ordinaria promovida por **ANA CASTILLO SOTO** contra **CERVECERÍA COSTA RICA Y FLORIDA ICE AND FARM COMPANY**. Son las costas personales y procesales causadas a cargo de la actora vencida". (Sic).-

### III. CONTRATOS MERCANTILES.

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

---

4.- De dicho fallo conoce este Tribunal en virtud de apelación interpuesta por la actora. En los procedimientos se han observado las prescripciones correspondientes.

**REDACTA** el Juez **OLASO ÁLVAREZ**; y,

##### **CONSIDERANDO:**

I.- Se aprueba el considerando sobre el incidente de hechos nuevos.

II.- Se modifica el elenco de hechos probados, para en su lugar, redactarlos de esta forma: a) En el año mil novecientos noventa y siete, las empresas accionadas “Cervecería Costa Rica Sociedad Anónima” y “Florida Ice and Farm Company Sociedad Anónima” realizaron una promoción, a nivel nacional, denominada “Encienda el verano Neón” (demanda de folios 23 a 25, contestación a folios 103 a 112 y documental de folios 438 a 452). B) Dicha promoción, en lo que nos interesa, tenía las siguientes condiciones pre-dispuestas por las empresas accionadas: **“REQUISITOS Y CONDICIONES DE LA PROMOCIÓN VERANO NEON DE CERVECERIA COSTA RICA. Las personas participantes de la promoción aceptan todas y cada una de las disposiciones descritas a continuación: MARCAS PARTICIPANTES. Participan en esta promoción las marcas de cerveza Imperial, Pilsen, Bavaria Gold, Bavaria Ligth, Rock Ice, Tropical y Heinecken en envases retornables, el refresco Maxi Malta en envase retornable, y el agua de manantial Cristal en sus presentaciones de 12 oz, 0.5 lt., 1 lt. y 1.5 lt.. FORMAS DE PARTICIPAR Y PREMIOS: La promoción consiste en buscar chapas de cerveza y/o tapitas contramarcadas en su interior, para tratar de ganarse los premios descritos a continuación: La persona que forme la palabra NEON con chapitas y/o tapas contramarcadas del mismo color se hace acreedor a un vehículo Chrysler NEON de ese color. Se darán como premios 6 vehículos Chrysler NEON: uno negro, uno azul, uno celeste, uno blanco, uno rojo y uno verde, que se podrá retirar en las Instalaciones de las Oficinas Administrativas de Cervecería Costa Rica S.A., previa verificación de las claves de seguridad diseñadas. Las chapitas de cerveza o Maxi Malta participantes tienen una letra o figura impresa de color negro, azul o celeste, o blanco, o rojo, o verde, las tapitas de Cristal participantes tienen la contramarca impresa en negro, pero para efectos de esta promoción, será válido el color que diga en letras debajo de la letra en negro, que es la que indica el color equivalente para efectos de participación en esa promoción. Para formar la palabra NEON se pueden mezclar chapitas de Imperial, Pilsen, Bavaria Gold, Bavaria Ligth, Rock ice, Tropical, Heinecken y Maxi Malta del mismo color con tapitas de agua Cristal del color equivalente, siempre del mismo color... Para acceder al premio respectivo, los participantes deberán presentar las tapas contramarcadas. REQUISITOS Y CONDICIONES: La promoción es por tiempo limitado, iniciando el 29 de enero y finalizando el 30 de abril de 1997. Los premios podrán ser reclamados hasta el día 30 de abril de 1997. Pasada esta fecha, caducará el derecho de hacer efectivas las chapas o tapas premiadas... Los automóviles que también, no sean reclamados pasado este período serán donados al Hospital Nacional de Niños. Los vehículos de la promoción tienen las características y colores que de antemano Cervecería Costa Rica S.A. ha seleccionado para esta promoción. La responsabilidad de Cervecería Costa Rica S.A. se limita a hacer efectivo el premio y en caso de vehículos se amplía a gastos legales, inscripción, únicamente. Las contramarcas de los premios principales de la promoción poseen diferentes”**

---

[www.iusmercatorum.com](http://www.iusmercatorum.com)

Esta resolución fue tomada de la página [www.pgr.go.cr/scij](http://www.pgr.go.cr/scij)  
El resaltado de partes del texto es obra de la Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco

### III. CONTRATOS MERCANTILES.

- 3 -

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

claves de seguridad, certificadas por Notario Público, las que harán válido y efectivo el premio, Cervecería Costa Rica S.A. no aceptará chapas o tapas que muestren signos de alteración de cualquier forma, por lo que se libra de toda responsabilidad civil y penal, si no hace efectivo el premio si nota alteraciones. Cervecería Costa Rica S.A. suspenderá en forma inmediata la promoción y no asume ninguna responsabilidad por las consecuencias o efectos derivados de esa medida, si llegase a detectar alteraciones, imitaciones, reimpressiones, sustituciones o cualquier otra clase de fraude. Por ser la intención de Cervecería Costa Rica de hacer público el resultado de la promoción, queda explícitamente autorizada para que las imágenes y nombres de los ganadores, aparezcan en medios publicitarios y/o todo material de divulgación de las actividades, durante y después de la promoción. No podrán concursar los empleados o funcionarios de la Cervecería Costa Rica S.A. ni familiares hasta segundo grado de consanguinidad o afinidad de Cervecería Costa Rica S.A. ni el personal de sus agencias de publicidad. Para mayor información o consultas adicionales, llame gratis al teléfono 800-CERVEZA (800-2378312)”. (Ver documental citada). C) Dichas condiciones fueron publicadas en el Periódico La Nación (ver certificación notarial de folios 441 a 452). D) La actora formó la palabra NEON con chapitas de color celeste (testimonial de Leyla Soto Jiménez, folio 295, Shirley Dinorah Ramírez Orozco, folio 367 y de Víctor Cano Ortiz a folio 367). E) Al presentarse la actora a las oficinas de la “Cervecería Costa Rica Sociedad Anónima” para retirar el vehículo que creyó ganar, el premio le fue negado porque se habían incumplido condiciones de la promoción (misma cita anterior). F) La accionante interpuso una denuncia contra las demandadas, ante la Comisión Nacional de Protección al consumidor (certificación de folios 2 al 12). G) Dicha comisión, mediante Voto número 1794-98, del primero de abril de mil novecientos noventa y ocho, acogió la denuncia y le otorgó un plazo de diez días a las denunciadas para que hicieran entrega del automotor Chrysler a que hacía referencia la promoción (misma cita anterior). H) A fin de impugnar esa decisión, las accionadas formularon un proceso contencioso para que se anularan la resolución administrativa supracitada (folios 57 a 100). I) El Tribunal Contencioso Administrativo, Sección Segunda, a través del voto número 75-01, de las catorce horas del dieciséis de marzo de dos mil uno, declaró nula esa resolución administrativa (misma cita anterior). J) El pronunciamiento fue confirmado por la Sección Tercera del Tribunal por Voto número 853-01, de las nueve horas treinta minutos del cinco de octubre de dos mil uno (misma cita anterior).

III.- Se elimina el único hecho tenido por no probado.

IV.- La actora formula recurso de apelación contra la sentencia dictada por el Juzgado Sexto Civil del Primer Circuito Judicial de esta ciudad, a las quince horas del veinticuatro de setiembre de dos mil siete. En ese pronunciamiento, se acogen las excepciones de falta de legitimación activa y pasiva y de derecho y, se deniegan, las excepciones de “debido proceso” y “non bis ibidem”. Por ende, se declara sin lugar la demanda interpuesta por la accionante y se le condena al pago de ambas costas.

V.- **LOS AGRAVIOS DE LA RECURRENTE.** Alega lo siguiente: a) que ella pretende el resarcimiento de los daños y perjuicios causados al no habersele entregado el vehículo que ganó por medio de la promoción efectuada por las demandadas; b) que en virtud de esa pretensión no es aplicable lo resuelto por la Sección Segunda del Tribunal Contencioso Administrativo, a través de la sentencia número 75-2001 ni por la Sección Tercera de ese Tribunal, por voto número 853-01; c) ello implica que

[www.iusmercatorum.com](http://www.iusmercatorum.com)

Esta resolución fue tomada de la página [www.pgr.go.cr/scij](http://www.pgr.go.cr/scij)  
El resaltado de partes del texto es obra de la Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco

### III. CONTRATOS MERCANTILES.

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

---

no puede existir cosa juzgada a pesar que dicho Tribunal anuló lo resuelto por la Comisión Nacional de Protección al Consumidor; d) que dicho Tribunal actúa como un órgano impropio cuando se pronuncia sobre resoluciones dictadas por esa comisión, ello significa que sus pronunciamientos no tienen autoridad de cosa juzgada; e) se muestra disconforme porque se acogen las excepciones de falta de legitimación activa y pasiva y falta de derecho; f) que también discrepa con que se haya denegado el incidente de hechos nuevos promovido por ella; g) que las pruebas demuestran que ella fue acreedora de un premio patrocinado por las demandadas, por lo que, no existe razón para condenarla al pago de ambas costas; h) que la resolución administrativa dictada por la comisión y anulada por el Tribunal Contencioso no puede favorecer a la Cervecería Costa Rica S.A., dado que esa empresa no fue parte en la sumaria tramitada ante la Comisión; i) que el reglamento del concurso muestra la intención de las demandadas de ocultar los requisitos para poder tener derecho a ganar la promoción, pues los anuncios publicitarios no establecen que existan claves de seguridad, solo existe el requisito de formar la palabra “NEON” con chapitas; j) que al no aclarar cuáles eran las condiciones para ganar el premio se violentaron los principios de la buena fe contractual; k) que ella cumplió los requisitos de la oferta pública efectuada por las demandadas, toda vez que esa oferta debió de ser clara, en el sentido de indicar las claves que existen y la necesidad de detallarlas, pues de lo contrario la decisión de quien gana depende de una decisión unilateral de las empresas.

**VI.- LA EVOLUCIÓN DEL CONTRATO. DEL PRINCIPIO DE AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD A LOS DENOMINADOS “CONTRATOS EN MASA”.** Una vez expuestos los alegatos de la recurrente, considera el Tribunal que la decisión definitiva de este asunto depende de analizar la evolución que en nuestra sociedad han tenido los denominados “contratos en masa” y el régimen de protección especial establecido en los artículos 46 y 50 de la Constitución Política y en la Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor y su reglamento. La evolución del concepto de “contrato” ha tenido distintas manifestaciones a lo largo de la historia de la humanidad. Así autores como Gullón y Díez Picazo lo han definido como **“una conjunción de los consentimientos de dos o más personas con la finalidad de ser fuente de obligaciones entre ellas”**. Puig Brutau lo define como **“el acuerdo de dos o más partes para constituir, regular o extinguir entre una relación jurídica patrimonial”** (PUIG BRUTAU, José. “FUNDAMENTOS DE DERECHO CIVIL). Tomo II). Rojina Villegas lo conceptualiza como **“... un acuerdo de voluntades para crear o transmitir derechos y obligaciones; es una especie dentro del género de los convenios”**. (ROJINA VILLEGAS, Rafael. “Derecho Civil Mexicano”. Tomo I). Citamos estas tres definiciones, evidentemente, no porque sean las únicas, sino debido a que ellas realzan un elemento que, dentro de la teoría general de los contratos, es esencial, tal y como lo es la autonomía de la voluntad manifestada en un acuerdo tendiente a reglar las conductas jurídicas de las partes. Y es que imaginar un contrato en donde la autonomía de la voluntad no es un pilar fundamental sería como cuestionar la esencia misma de los convenios como fuente de obligaciones (artículo 632 del Código Civil). No obstante, esta vinculación entre la autonomía de la voluntad y los contratos no siempre fue así, sino que deriva de situaciones políticas, sociales y económicas que han afectado y seguirán afectando el desarrollo histórico de ambos institutos. Inicialmente, por una predeterminación mental propia de la enseñanza del derecho en nuestras latitudes, se presume que todo instituto jurídico trascendental deriva del derecho romano clásico y que su aplicación en nuestra realidad histórica resulta similar. Esto no resulta correcto. Para ese derecho, el verbo “contractus”, deriva del participio pasado de “contrahere” que significa lo contraído. Ese verbo era utilizado para identificar el

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

---

efecto generado por el “vinculum iuris” de la “obligatio”. De esta forma, se concluía que existía “contractus” capaz de generar “obligatio” cuando se daban las formalidades o solemnidades requeridas, las cuales que tenían relación con la autonomía de la voluntad de las partes. Asimismo, existían las llamadas “convenciones” que eran instituciones, por medio de las cuales, una de las partes daba alguna cosa o hacía algo para recibir luego a cambio algo que la otra parte prometía a su vez dar o hacer (por ejemplo la permuta). Dichas convenciones, si no se ajustaban a los rituales del “contractus”, no obligaban. La persona que había dado la cosa podía repetir lo pagado, pero sólo cuando se hubiera generado un enriquecimiento sin causa, y únicamente para la restitución de la cosa, no podía entonces reclamar el cumplimiento de lo prometido. Esta figura del “contractus” se ve influenciada por el denominado “derecho de gentes” que introduce otra figura denominada la obligación de “*re-contrahitur*”. Este tipo de obligaciones se generaban ante la entrega de una cosa. Ello provocaba que, la persona que la había recibido tenía la obligación de restituirla. Tal figura marca el origen de los “contratos reales”. Otra influencia importante fue el “derecho pretorio”. Éste admitía, excepcionalmente, que ciertas obligaciones podían generarse por el mero acuerdo de las partes, por ejemplo en la compraventa, el arrendamiento y el mandato, o sea en ciertas conductas típicas concretas. Los pretores también admitían la “*actio praescriptis verbis*”, para reclamar lo prometido, en los **convenios**. A estos también se les denomina *contractus*, propiamente “contratos innominados”, por no pertenecer a ninguno de los “tipos” *contractus (formales y rituales)*. Por último, existía también la figura del “pacto” que era un acuerdo de voluntades que no generaba, por sí mismos, efectos jurídicos inmediatos. En otras palabras, no había acción para obligar al cumplimiento de lo prometido, aunque era posible plantear una excepción para detener la acción (*exceptio pacti*). No obstante, algunos de esos pactos fueron posteriormente provistos de acción, como los pactos añadidos a un *contractus (pacta adiecta)*, los tipificados por el pretor (*pacta pretoria*) y aquéllos a los que los emperadores concedían una acción (*pacta legitima*). En conclusión, en el derecho romano, el concepto de contrato (como fuente de obligaciones) no coincide con la de autonomía de la voluntad. Para ese derecho hay un contrato cuando se contrae una obligación y esto puede ocurrir por cumplir una determinada forma solemne, con unas palabras rituales o, por suscribir un documento o por realizar un determinado comportamiento. El puro acuerdo de voluntades, originariamente, era por sí solo constitutivo de un nudo pacto y por consiguiente se encontraba desprovisto de acción.

**VII.- LA INFLUENCIA DEL DERECHO INTERMEDIO Y DEL CANÓNICO PARA LA NOCIÓN DE CONTRATO.** La concepción acerca del contrato propia del derecho romano se mantiene también durante el derecho de la Edad Media. Tanto así que la jurisprudencia medieval y los trabajos de los glosadores y de los intérpretes del siglo XV, sigue fundamentándose sobre los cimientos del sistema justiniano -antítesis entre *contractus (pacta vestita)* y *pacta (pacta nuda)*-. Por el contrario, el derecho canónico, muestra una menor influencia de la tradición romano-justiniana. Introduce aspectos morales a la noción del contrato, como el deber de veracidad y el de respetar la palabra dada, bajo pena de incurrir en un pecado. Otra influencia importante para el concepto de contrato lo constituyen las prácticas mercantiles propias del Renacimiento. Como es bien sabido, el tráfico comercial busca eliminar las trabas formales, es por esto que la jurisprudencia de los Tribunales de comercio de esa época, parte de la premisa de que el solo consenso obliga, o sea, basta entre las partes para obligarlas.

**VIII.- LA ESCUELA DEL DERECHO NATURAL RACIONALISTA Y LA ILUSTRACIÓN.** La importancia de esta Escuela radica en que colocó, en primera línea, la idea de la voluntad individual y

### III. CONTRATOS MERCANTILES.

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

---

de la voluntad humana. De esta forma, la única forma de justificar la obligatoriedad de los contratos, de acuerdo a esta escuela, es la idea racional y natural de la libre voluntad de las personas contratantes. A esta escuela le debemos el principio dogmático del derecho natural “solus consensus obligat”. De forma tal que toda cláusula contractual debe ser negociada y libremente aceptada por las partes, hasta tal punto de que se considera que las limitaciones a la libertad contractual son “atentados a la libertad de la persona”.

Como consecuencia de esta escuela surgen una serie de presupuestos ideológicos que le dan fundamento a la teoría expuesta. Entre estos tenemos: a) **principio moral (liberalismo político)**: en este principio se le da primacía a las voluntades humanas, frente a la ley divina y las leyes del soberano. El autor Farjat denominaba a este fenómeno inversión completa de la jerarquía social. Este presupuesto ideológico se sustenta en la formulación kantiana de la elevación del sentido de la personalidad, o sea implica la ascendencia del derecho natural, porque son las leyes de la naturaleza las que fundan y favorecen la sociedad humana; b) **principio económico (laissez faire)**: se basa en la premisa de que solo dejando hacer se obtiene el mejor resultado económico. El principal ideólogo de esta teoría es Adam Smith quien indicaba “*Las leyes del mercado y el egoísmo individual, actuando en el propio interés, son los mejores motores de la felicidad y de la prosperidad de las naciones.*”; c) **concepción abstracta del ser humano y de las relaciones sociales**: para esta concepción no hace falta preocuparse por el tema de las desigualdades físicas, psíquicas, culturales, económicas, etcétera. Se considera que existe igual aptitud para ejercer las actividades conforme a la voluntad de cada quien; d) **principio del interés general y de la utilidad**: El interés general sirve para la satisfacción de los intereses particulares. Dicho interés general reposa en la ley de la oferta y la demanda, por lo que hay que evitar las trabas a la libertad contractual. Al rechazar esas trabas se favorecen los cambios económicos; y, e) **la indiferencia por las razones de las partes para contratar**: Dicha indiferencia se manifiesta en que las personas no deben rendir cuentas a los órganos jurisdiccionales sobre los motivos que las han impulsado a contratar, pues es el resultado de su libertad. Se debe presumir que el contrato es justo de por sí, pues se apoya en el ejercicio de la libertad de las personas contratantes: “Cuando se hace algo respecto de otro, es posible que se cometa alguna injusticia, lo que no sucede cuando se decide por sí mismo”. En síntesis, todos estos presupuestos rinden culto a la libertad individual. Debido a estos principios, se elaboran las teorías clásicas que fundamentan la obligatoriedad de los contratos en el principio de autonomía de la voluntad. Entre estas teorías tenemos: a) **el “Voluntarismo Jurídico”**: esta teoría se basa en la premisa de que, los seres humanos son libres e iguales, por lo que la obligación sólo puede proceder de un acto de su soberana voluntad. El contrato obliga porque es expresión de la libre voluntad de la persona, nada más (autonomía de la voluntad); b) **la “Motivación ética”**: los seguidores de esta teoría creían que las personas debían confiar en su contraparte contractual, o sea que cumplirán las **expectativas razonables** que sus promesas o su conducta hayan creado razonablemente en los demás. La obligatoriedad del contrato encuentra su sustento en una norma ética derivada de la buena fe, **que exige no defraudar la confianza que en otra persona pueda haber creado nuestra promesa o nuestra conducta**; c) **la “Dirección Normativista”**: el fundamento del contrato está en la norma que lo considera como una situación fáctica que genera obligaciones. El contrato es obligatorio porque el Poder Legislativo ha querido que así sea. El fundamento de la obligatoriedad queda reducido al reconocimiento del contrato como fuente de obligaciones, por la ley; y d) **“el contrato y la autonomía privada”**: Para esta teoría la persona no está aislada, vive en sociedad, y por medio del contrato crea el mundo de situaciones jurídicas en que vive. El contrato es entonces una forma de manifestarse la persona y un cauce para realizarse en la vida social. Como tal, el contrato es reconocido por el ordenamiento jurídico, lo que implica el

### III. CONTRATOS MERCANTILES.

- 7 -

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

---

reconocimiento mismo de la persona, de su dignidad. Es el reconocimiento de un ámbito de auto-soberanía para reglamentar sus propias situaciones jurídicas (dar cauce a fines, intereses). Por ende, el contrato tiene su fundamento más hondo en el principio de autonomía privada.

**IX.- LAS INFLUENCIAS DE ESTAS TEORÍAS EN NUESTRO ORDENAMIENTO JURÍDICO.** La importancia de estos principios y estas escuelas de pensamiento influyen las legislaciones europeas en el siglo XVIII, específicamente en el Code o Código de Napoleón, de la cual deriva nuestro Código Civil. Así, como ejemplos de este culto a la autonomía privada en la contratación, tenemos los numerales 627, inciso 1°, 632, 1007, 1008, 1009. El 627, en cuanto establece como uno de los requisitos esenciales de las obligaciones, la capacidad. El 632 indica que una de las fuentes de las obligaciones son los contratos. El 1007 establece que “Además de las condiciones indispensables *para la validez de las obligaciones en general, para las que nacen de contrato se requiere el consentimiento* y que se cumplan las solemnidades que la ley exija.”. El 1008 indica que “*El consentimiento de las partes debe ser libre y claramente manifestado. La manifestación puede ser hecha de palabra, por escrito o por hechos de que necesariamente se deduzca.*”. El 1009 indica “*Desde que la estipulación se acepta, queda perfecto el contrato, salvo los casos en que la ley exija alguna otra formalidad.*” Igualmente, todas las normas que regulan la patología negocial, basados en el error, la fuerza, la intimidación, la violencia y el dolo, le dan una importancia trascendental a las formas en que todos esos vicios pueden incidir en la autonomía de la voluntad (artículos 1015 a 1021). Por último, los numerales 1022 y 1023 ibídem, aunque este último se separa un poco de estas teorías, introduciendo la “buena fe” y la “equidad” como elementos integrantes de los contratos. Sin embargo, dicha influencia no solo se manifiesta en esa normativa, sino también en el marco de nuestra Constitución Política. El numeral 20 de la Carta Magna establece el principio de libertad “**Todo hombre es libre en la República; no puede ser esclavo el que se halle bajo la protección de sus leyes**”. El 28, párrafo 2do, el principio de autonomía privada en cuanto indica que “**Las acciones privadas que no dañen la moral o el orden público o que no perjudiquen a tercero, están fuera de la acción de la ley...**”. El principio de la dignidad de la persona se encuentra regulado en el 33 que establece “**Todo hombre es igual ante la ley y no podrá hacerse discriminación alguna contraria a la dignidad humana**”. Por último, el 46 regula los principios de libertad de empresa y de comercio ya que indica “Son prohibidos los monopolios de carácter particular, y cualquier acto, aunque fuere originado en una ley, que amenace o restrinja la libertad de comercio, agricultura e industria. Es de interés público la acción del Estado encaminada a impedir toda práctica o tendencia monopolizadora. Las empresas constituidas en monopolios de hecho deben ser sometidas a una legislación especial. Para establecer nuevos monopolios en favor del Estado o de las Municipalidades se requerirá la aprobación de dos tercios de la totalidad de los miembros de la Asamblea Legislativa. *Los consumidores y usuarios tienen derecho a la protección de su salud, ambiente, seguridad e intereses económicos; a recibir información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a un trato equitativo. El Estado apoyará los organismos que ellos constituyan para la defensa de sus derechos. La ley regulará esas materias.*” (Lo destacado es nuestro). Como hemos reseñado hasta acá, el principio de autonomía de la voluntad, fue insertado en nuestra legislación ordinaria y constitucional, seguidamente, analizaremos cómo ese elemento de la contratación ha sufrido importantes variantes a partir de la introducción de las condiciones generales dentro de los llamados “contratos en masa”.

---

[www.iusmercatorum.com](http://www.iusmercatorum.com)

Esta resolución fue tomada de la página [www.pgr.go.cr/scij](http://www.pgr.go.cr/scij)  
El resaltado de partes del texto es obra de la Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco

### III. CONTRATOS MERCANTILES.

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

---

**X.- DEL CONTRATO NEGOCIADO A LA CONTRATACIÓN CON CONDICIONES GENERALES.** En líneas anteriores hemos reseñado como el principio de autonomía de la voluntad, en el marco de la contratación general ocupa, un papel preponderante en el marco de nuestra legislación, tanto así que se parte de premisas que, como veremos han sufrido variables, a tal punto que algunos indican que existe una crisis del contrato negociado. Dicho contrato negociado se caracteriza por estar constituido por un acuerdo entre las partes, conforme a principios rectores, como lo son la moral, el orden público, la ley, la buena fe y la equidad. La fuerza obligatoria de este tipo de contratos está en el reconocimiento de la condición de persona, de su dignidad y en ese tanto de su libertad para auto-regularse y auto-responsabilizarse. Se les denomina “negociados” porque para su perfeccionamiento se recurre a conversaciones previas entre las personas, discusiones y forcejeos, tratos preliminares, declaraciones concordantes, incluso respecto del contenido del contrato. No obstante, es evidente que nuestra realidad, en materia de contratación, ha sufrido cambios importantes precisamente porque, en la actualidad, es cada vez menor la posibilidad de negociar las condiciones de la contratación, porque en su mayoría ellas se encuentran predisuestas. Dicha posibilidad de negociación se manifiesta en casos muy concretos, como en los casos en que las personas contratan esporádicamente, las que se desempeñan como empresarias artesanales y que operan por pedidos y aquéllas que ejecutan prestaciones muy diferenciadas y particulares. Por el contrario, la mayoría de la contratación que nos rodea está conformada por el fenómeno de la contratación “en masa” o con base a “condiciones generales”. Dentro del género de este tipo de contratación tenemos las siguientes especies: a) **CONTRATOS DE ADHESIÓN, TIPO O PRODUCTO:** son contratos predisuestos por una de las partes contratantes que, por su envergadura económica, goza de mayor poder de negociación frente a la otra. Pueden haberse predisuesto que una tercera persona (contratos standard). Se caracterizan porque la autonomía de la voluntad se encuentra disminuida. La parte débil en la contratación se limita a dar su “consentimiento” a cuanto estableció la otra, sin posibilidad de discutir el contenido. Ante esta nueva versión, el contrato deja de ser una regla de conducta, obra de los contratantes. Ejemplos de estos contratos de adhesión tenemos aquéllos relativos a bienes y servicios de primera necesidad, imprescindibles para la vida (energía eléctrica, agua potable, etc.), también los relativos a bienes y servicios de alguna forma impuestos, por lo que se denomina calidad de vida o incluso, nivel de vida (vehículos, electrodomésticos, etc.). b) **RELACIONES CONTRACTUALES DE HECHO:** también denominados conductas sociales típicas (no es una categoría homogénea). Nos referimos a relaciones jurídicas iguales a los contratos, salvo en su origen, en tanto adolece de declaraciones de voluntad propiamente dichas. No son propiamente relaciones contractuales, aunque de ellas nazcan obligaciones. Es una fuente más de obligaciones, por ejemplo, estacionar un vehículo, comprar un café en una máquina, el servicio público de transporte, etcétera. Dentro de estos nuevos tipos de contratación, adquiere una especial importancia las denominadas “condiciones generales” de la contratación, las que constituyen un conjunto de reglas que una empresa, grupo o rama de industriales o de comerciantes, establece para fijar el contenido (derechos y obligaciones) de los contratos que sobre un determinado tipo de prestaciones se propone celebrar y que redacta unilateralmente impidiendo futuras modificaciones o discusiones sobre el contenido del contrato. Las características de los contratos con “condiciones generales” son: a) **pre-disposición unilateral:** pre-redacción o predisposición; b) **generalidad:** se configuran las condiciones para ser aplicadas a todos los contratos. Se redactan en forma abstracta y articulada, como las leyes y; c) **imposibilidad de negociación:** dicha imposibilidad tiene dos reglas. La primera regla indica que, la posibilidad de discutir una cláusula aislada, no excluye que se mantenga el principio de imposibilidad de negociación sobre el



### III. CONTRATOS MERCANTILES.

- 9 -

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

---

resto de condiciones generales (condiciones particulares frente a condiciones generales). La segunda gira en torno a la inversión de la carga de la prueba, lo que implica que, la parte adherente no prueba la imposibilidad de negociación, es la pre-disponente quien debe probar la existencia de un contrato negociado. Dichas condiciones generales son propias de lo que la doctrina ha denominado “contratación en masa” que surge como consecuencia de la sociedad altamente consumista. Dicho consumismo ha generado que los contratos no se negocien, sino que, se elaboran como un producto “masivo”, en el que carecen de interés las intenciones particulares de las personas contratantes. En otras palabras, hemos evolucionado de un contrato negociado cuyo ejemplo más característico era la compraventa, a un contrato masificado con condiciones generales predispuestas por la parte más fuerte de la contratación, propio de una sociedad consumista. En esta nueva contratación, las partes son totalmente anónimas y, lo que era antes esencial, sea la autonomía privada manifestada en la posibilidad de negociar las cláusulas del convenio, se encuentra totalmente limitada a ciertos aspectos o bien resulta imposible la negociación (por ejemplo, contratos de emisión de tarjetas de crédito, de seguros, de adquisición de bienes o de servicios, en sus distintas modalidades, etcétera). Así, la autonomía de la voluntad ha quedado limitada a dar un sí a las condiciones predispuestas, o de lo contrario no adquirir el bien o servicio que se nos ofrece. Esto no significa que estemos “satanizando” este tipo de contratación, sino que, por lo contrario, resulta evidente que cumple importantes funciones dentro de nuestro sistema económico. A través de esta contratación, las empresas, minimizan los costos de la transacción y de la negociación del contrato, ya que no se tiene que invertir dinero informando, asesorando a las partes y mucho menos en su ejecución. En el plano interno de la empresa, también este tipo de acuerdos, favorecen la división de tareas entre los miembros de la organización empresarial y con ello la especialización (uso eficiente de capacidades jurídicas y gerenciales). La creación de las condiciones generales del contrato se le encarga a un grupo tecnocrático, que se ocupa del trabajo jurídico (crea las condiciones generales), en tanto que la venta del producto o del servicio se encarga a otro grupo especializado. De esta forma esas condiciones generales, reducen las necesidades de comunicación entre la empresa y las personas consumidoras, ante las eventuales incidencias del contrato, por ejemplo, ante los problemas de garantías “post venta” es común que esas circunstancias consten en las condiciones generales por lo que no necesitan ser consultadas. Desde el plano jurídico, algunas doctrinas sostienen que la posibilidad de negociar el contenido del contrato, es algo anticuado, lacunoso y ambiguo, por lo que, no se adapta a las necesidades del tráfico actual. Para las personas defensoras de esa posición, las “condiciones generales de la contratación” suministran una reglamentación más analítica, exhaustiva y clara. En consecuencia, remueven motivos de incertidumbre y así se evitan controversias, litigios y costes asociados, por lo que, desde el punto de vista económico hace del contrato un instrumento más eficiente. Esta posición recibe sus críticas, precisamente, cuando se presenta una escasez de claridad y de corrección de las condiciones generales. Si las condiciones generales siempre fueran “claras” y “carentes de ambigüedad” no habría necesidad de que fueran interpretadas por los órganos jurisdiccionales, ello debido a que las empresas se encargarían de formular condiciones generales de “alta calidad”. No obstante, la realidad de otros países, resulta contraria, ya que en múltiples ocasiones los Tribunales de Justicia desaplican esas condiciones generales porque las califican de “abusivas”. Al existir una parte pre-disponente, es evidente que, en la mayoría de los casos, las condiciones generales serán redactadas en beneficio exclusivo de la empresa. Tanto así que, en función de ese beneficio, las mismas empresas no siempre contratan bajo los parámetros predispuestos en las condiciones generales, por lo que, algunas veces renuncian a ellas si eso las beneficia. Bajo esta perspectiva, las condiciones generales son utilizadas para dar seguridad a la empresa pre-

---

[www.iusmercatorum.com](http://www.iusmercatorum.com)

Esta resolución fue tomada de la página [www.pgr.go.cr/scij](http://www.pgr.go.cr/scij)  
El resaltado de partes del texto es obra de la Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco

### III. CONTRATOS MERCANTILES.

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

---

disponente y no a la persona consumidora. Tomando en cuenta este nuevo régimen de contratación, vemos que nuestra legislación civil no ofrece una respuesta válida para enfrentar la problemática de la introducción de las condiciones generales en el marco de la contratación, dado que parte de la premisa del principio de autonomía de voluntad como elemento esencial de los contratos. Principio que, ante esta nueva contratación, se encuentra evidentemente disminuido, dada la poca o ninguna posibilidad de negociación ante las condiciones predispuestas que tiene la contraparte, es por ello que nuestro ordenamiento jurídico contiene todo un régimen jurídico de protección especial ante los contratos que incorporen condiciones generales.

**XI.- EL NUMERAL 46 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA Y LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y DEFENSA EFECTIVA DEL CONSUMIDOR.** El numeral 46 fue reformado a través de la ley número 7607 del 29 de mayo de 1996. En lo que concierne a la defensa de las personas consumidoras, dicha reforma **introdujo todo un nuevo párrafo que establece lo siguiente: “... Los consumidores y usuarios tienen derecho a la protección de su salud, ambiente, seguridad e intereses económicos; a recibir información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a un trato equitativo. El Estado apoyará los organismos que ellos constituyan para la defensa de sus derechos. La ley regulará esas materias...”**. Ese párrafo incorpora, dentro del marco de garantías constitucionales, la figura de los consumidores y las consumidoras, a los y a las que se les reconoce una serie de derechos fundamentales, consistentes en garantías de protección de sus intereses y derechos (ECHANDI GURDIÁN, María Lourdes, comentarios al numeral 46 “Constitución Política comentada de Costa Rica”). Dichas garantías han sido reconocidas, incluso por la Organización de las Naciones Unidas, a través de varias resoluciones aprobadas por su Asamblea General. Específicamente, la resolución 39/248, del 16 de abril de 1985, se encargó de sentar las directrices para la promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores y las consumidoras (RIVERO SÁNCHEZ, Juan Marco. “QUO VADIS Derecho del Consumidor”). En el punto b) de esa resolución se indicó: **“13.- Las políticas de los gobiernos deben tratar de hacer posible que los consumidores obtengan el máximo beneficio de sus recursos económicos (...).15) Los gobiernos deben elaborar, reforzar o mantener, según proceda, medidas relativas al control de las prácticas comerciales restrictivas y otras de tipo ABUSIVO que puedan perjudicar a los consumidores, así como medios para hacer efectivas esas medidas...”** (El resaltado es nuestro). Echandi Gurdíán, comentando estas resoluciones, señala que, a través de ellas, se pretende promover cambios estructurales para hacer valer los derechos e intereses de las personas consumidoras, en todos los niveles del ordenamiento jurídico, buscando para ello, la tutela de esas personas por ser, normalmente, la parte más débil en la relación de consumo. Incluso, esa autora recalca que se debe promover una interpretación del ordenamiento jurídico en pro de la persona consumidora, de forma tal que sus intereses no sean debilitados por la prácticas de los agentes económicos frente a los cuales se carece de remedios preventivos, correctivos o represivos. En conclusión, específicamente, en el campo de las relaciones de consumo, el numeral 46 le impone al Estado una serie de “acciones positivas”, para garantizar a la persona consumidora el acceso a una información adecuada y veraz. Esas acciones positivas son las que la dan la pauta para la promulgación de la Ley número 7472 conocida como “Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor”. La norma en cuestión introduce todo un capítulo relativo a los derechos de las personas consumidoras (Capítulo Vº), que es de obligado acatamiento para los productores y comerciantes de los sectores público y privado (artículo 28). El numeral 34 establece las obligaciones de las personas

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

---

comerciantes. Entre ellas, las que nos interesan para la solución de este caso, son las establecidas en los incisos a), b) y o). El inciso a) regula la obligación de respetar las condiciones de la contratación; el b), la de brindar información clara y veraz a la persona consumidora de los elementos que inciden en la relación de consumo. Por último, el o) obliga a las empresas a apegarse a la equidad, los buenos usos comerciales y a la ley, en su relación con el consumidor o la consumidora y, lo que es trascendental acá, **la circunstancia de que, toda información, publicidad u oferta al público de bienes ofrecidos o de servicios por prestar, transmitida por cualquier medio o forma de comunicación, vincula al productor que la transmite, la utiliza o la ordena y forma parte del contrato.** De esta manera, la ley número 7472, ofrece toda una serie de controles para garantizar que, a la persona consumidora, se le pongan en conocimiento, de forma clara y veraz, las condiciones generales de la contratación en los convenios predispuestos so pena de que, si no se le otorga la posibilidad de conocerlas o aún conocidas no resultan ser claras sino más bien ambiguas, las cláusulas que reúnan esas características se declaran inválidas e ineficaces (control de inclusión). Asimismo, aún y cuando se tenga la posibilidad de conocerlas y su redacción sea clara, es posible anularlas, cuando ellas sean calificadas como abusivas (control de contenido). Ambos controles están contenidos en el numeral 42 de la ley en comentario.

**XII.- EL CONTROL DE INCLUSIÓN Y EL DE CONTENIDO EN LOS CONTRATOS CON CONDICIONES GENERALES.** El artículo 42 de la ley 7472 establece dos tipos de control aplicables a las condiciones generales de la contratación. El primero es el **control de inclusión**, éste condiciona la eficacia de esas condiciones al conocimiento efectivo de ellas, por parte de la persona adherente o a la posibilidad cierta de haber tenido ese conocimiento con una diligencia ordinaria. Por el otro lado, el **control de contenido**, se aplica una vez superado el de inclusión, a través de la declaratoria de nulidad o anulabilidad de las cláusulas “abusivas”. A través de él se integra la equidad, la buena fe y el justo equilibrio a las condiciones pre-dispuestas en la contratación (artículo 34, inciso o, de la ley 7472 y 1023 del Código Civil). En otras palabras, para que las condiciones generales adquieran eficacia deben haber sido conocidas por la parte adherente o al menos que hubieran podido serlo, a través de un parámetro de diligencia ordinaria (control de inclusión). Por otro lado, el de contenido, somete las condiciones a un control de equidad. Tratemos de explicar más detalladamente cada uno de estos controles. Como hemos señalado anteriormente, en los contratos negociados individualmente, priva el principio de autonomía de la voluntad (artículos 627, 1007, 1008 y 1099 del Código Civil), lo cual significa que las cláusulas entran a formar parte del contrato, dependiendo de si las partes contratantes dieron su consentimiento sobre ellas. Sin embargo, esto no ocurre en las condiciones generales, ya que ellas son pre-dispuestas, es por esto que, el control de inclusión nos sirve para determinar cuáles condiciones generales forman parte del contrato, a pesar de la inexistencia de consentimiento. El control de inclusión se supera cuando la parte adherente de las condiciones generales de un contrato tiene “conocimiento efectivo de ellas” o una “posibilidad cierta de haberlas conocido mediante una diligencia ordinaria” (artículo 42 de la Ley 7472). Expliquemos esto. Para entender realmente el control de inclusión hay que distinguir las dos etapas de un contrato, o sea su celebración y, luego su ejecución. En el momento de la celebración del contrato que contenga condiciones generales, su eficacia no depende de otorgar su consentimiento a esas condiciones, sino más bien de la posibilidad efectiva de conocerlas (a través de la entrega de un formulario, o de una publicidad que las contenga, o a través de cualquier medio del cual se pueda derivar que, efectivamente, el adherente las conoce). Esto es lo que se entiende por **“conocimiento efectivo”**. Con respecto a la frase **“posibilidad cierta de haberlas conocido**

### III. CONTRATOS MERCANTILES.

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

---

**mediante una diligencia ordinaria**”, significa que la persona adherente hubiera hecho, lo que tenía que hacer, ni más ni menos, para conocerlas (comportarse como normalmente lo hace). En síntesis, el control de inclusión garantiza que la persona adherente sabe que el contrato se regula por “condiciones generales” y cuáles son esas condiciones. Sin embargo, el control de inclusión, trasciende el momento de la celebración del contrato, dado que su relevancia se aplica al momento de la ejecución del convenio. En otras legislaciones, se exige que las condiciones generales deben de ser claras, sencillas y concretas. En nuestro caso el numeral 42 establece una posibilidad cierta de conocer, lo cual implica ENTENDER esas condiciones generales para cuando haga falta, o sea cuando se pretendan ejecutar esas condiciones. A través de esto se garantiza que, la parte más fuerte de la contratación, o sea la pre-disponente, no aplique ARBITRARIAMENTE las condiciones generales. Bajo esta perspectiva, el control de inclusión cumplen dos funciones trascendentales: a) **función legitimadora**: el cumplimiento de los requisitos de inclusión legitima las condiciones generales a las que la persona se ha adherido, en consecuencia la vincula con ellas en la medida en que sean conformes con la regulación pactada o legal (buena fe, justo equilibrio); B) **función de publicidad o de información**: antes de la celebración del contrato, la persona adherente carece de interés en las condiciones generales. Su conocimiento efectivo es trascendental, solo en el momento de su ejecución. O sea, es después de la celebración del contrato que los requisitos de inclusión desempeñan su función principal. Existen varios ejemplos de la aplicación de las condiciones generales y del control de inclusión, a saber: A) contratos formulario por escrito: en el caso de estos las condiciones se insertan en el documento que recoge el consentimiento de las partes o en un anexo, que se entrega a la persona adherente. Refieren a la adquisición de bienes o servicios de cierto valor económico (seguros, contratos de compraventa de inmuebles o de muebles, factoring, leasing, contratos bancarios, etcétera). Son contratos duraderos y tienen un contenido típico (muy detallados): previsiones sobre entrega, formas de ejecución, limitaciones o agravaciones de responsabilidad, posibilidades de variación de las prestaciones o del precio, atribución del fuero, elección del derecho aplicable, etcétera. B) contratos con cláusulas de garantía: regulan la responsabilidad de la empresa fabricante o de la comerciante vendedora, frente a defectos de la cosa. Generalmente se entregan en el momento de la ejecución del contrato y sobre ella no se ha informado más que el plazo para hacerla efectiva. C) contratos de la vida diaria: son prestaciones o servicios de poco valor económico y de ejecución simultánea. Generalmente se realizan de forma verbal o documentados para demostrarlos (ticket, entrada, boleto, etcétera.). Usualmente consisten en una única prestación. Las condiciones generales suelen recogerse en folletos de promoción, avisos expuestos al público (caja, entrega, publicidad en periódico, radial o televisiva, etcétera.). En conclusión, las condiciones generales son casi siempre ambiguas, poco sistemáticas, técnicas, de remisión a leyes u otras cláusulas, imprecisas y muy generales. Es por estas características que, el conocimiento o la posibilidad cierta de conocer, que permite superar el control de inclusión requiere cláusulas legibles, comprensibles y concretas. Ahora bien, **por legible** se entiende que puedan leerse. Por ende, tiene que ver con aspectos de idioma (por ejemplo, el 42, inciso i), de la Ley 7472, exige que las condiciones generales deben de ser redactadas en español), de tamaño de los caracteres (por ejemplo, el artículo 3, inciso g), del Reglamento de Tarjetas de Crédito que establece que la información contenida en los contratos de adhesión para el uso de una tarjeta de crédito deberán expresarse en letras o números de la mitad del tamaño del tipo de letra más grande usada en el contrato, pero en ningún caso podrá ser menor al tamaño y tipo de la letra usado para las publicaciones usado en el Diario Oficial *La Gaceta*. Además, queda prohibido al emisor utilizar técnicas, signos, abreviaturas o siglas incomprensibles, cuando tiendan a crear en el público una imagen o impresión errónea). Por último, para ser legibles debe respetarse una

## III-1. INTRODUCCIÓN.

## ANEXO

## RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

calidad adecuada de impresión. ***El requisito comprensible viene del verbo “comprender” e implica: entender, alcanzar, penetrar.*** La diligencia ordinaria constituye el parámetro de comprensibilidad que se puede utilizar. A través de este requisito, se busca que la parte pre-disponente redacte el clausulado para que las personas destinatarias lo comprendan. Existe incomprensión cuando el clausulado es asistemático, o sin rotulaciones que permitan un mejor acceso de la persona adherente, o cuando el clausulado es excesivamente técnico, salvo si es imprescindible. También cuando dentro del clausulado existen remisiones internas excesivas, que dificulten la comprensión, cuando el clausulado no se adapta al objeto del contrato y hay contradicciones en él. Asimismo, hay incomprensión cuando una condición general puede ser interpretada en muchos sentidos, o cuando es ambigua y es interpretada por el pre-disponente en la forma que le favorece. Por último, la circunstancia de que las condiciones generales sean pre-redactadas de forma concreta y no ambigua, tiene que ver el requisito de la concreción. A través de él se pretende que el pre-disponente no cuente con un ámbito de movimiento que le favorezca y en ese tanto perjudique a la persona adherente. Busca evitar que la actuación del pre-disponente no pueda ser arbitraria. El contenido del contrato debe de ser concreto, de manera que impida cláusulas excesivamente generales, que no le permitan a la persona adherente conocer lo más exacto posible, cuáles son los contornos de sus derechos y obligaciones. El control de inclusión constituye una carga para la parte pre-disponente pues es ella quien debe cumplir con los requisitos comentados, sin embargo, el incumplimiento de esos requisitos no genera un incumplimiento contractual, sino que más lo que genera es que la condición general que no cumpla tales requisitos es inválida y por ende ineficaz, pero el resto del contrato puede que sea eficaz (principio de conservación del contrato), pues en algunos casos se aplica en sustitución de la condición, el derecho dispositivo. Por otro lado, el **control de contenido**, se realiza una vez superado el de inclusión. Dicho control consiste en interpretar si las cláusulas pueden ser calificadas como abusivas, de acuerdo a lo que establece el numeral 42 de la Ley 7472 o bien dentro de las que establece el 1023 del Código Civil. Si no se enmarca en una de ellas, el órgano jurisdiccional debe hacer un control más estricto partiendo de la equidad, uso o la ley (primer párrafo del 1023). En estos supuestos, el juez o la jueza integran el contrato si es necesario y no implica la nulidad del todo (principio de conservación del contrato). Dentro de las lista del numeral 42 tenemos las que “... **a) Restrinjan los derechos del adherente, sin que tal circunstancia se desprenda con claridad del texto. b) Limiten o extingan la obligación a cargo del predisponente. c) Favorezcan, en forma excesiva o desproporcionada, la posición contractual de la parte predisponente o importen renuncia o restricción de los derechos del adherente. d) Exoneren o limiten la responsabilidad del predisponente por daños corporales, cumplimiento defectuoso o mora. e) Faculten al predisponente para rescindir unilateralmente el contrato, modificar sus condiciones, suspender su ejecución, revocar o limitar cualquier derecho del adherente, nacido del contrato, excepto cuando tal rescisión, modificación, suspensión, revocación o limitación esté condicionada al incumplimiento imputable al último. f) Obliguen al adherente a renunciar con anticipación a cualquier derecho fundado en el contrato. g) Impliquen renuncia, por parte del adherente, a los derechos procesales consagrados en el Código Procesal Civil o en leyes especiales conexas. h) Sean ilegibles. i) Estén redactadas en un idioma distinto del español. j) Los que no indiquen las condiciones de pago, la tasa de interés anual por cobrar, los cargos e intereses moratorios, las comisiones, los sobrepagos, los recargos y otras obligaciones que el usuario quede comprometido a pagar a la firma del contrato. (Así adicionado este inciso por el artículo 2º, inciso a), de la ley No.7854 de 14 de diciembre de 1998). Son abusivas y relativamente nulas, las**

### III. CONTRATOS MERCANTILES.

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

---

*cláusulas generales de los contratos de adhesión que: a) Confieran, al predisponente, plazos desproporcionados o poco precisos para aceptar o rechazar una propuesta o ejecutar una prestación. b) Otorguen, al predisponente, un plazo de mora desproporcionado o insuficientemente determinado, para ejecutar la prestación a su cargo. c) Obliguen a que la voluntad del adherente se manifieste mediante la presunción del conocimiento de otros cuerpos normativos, que no formen parte integral del contrato. d) Establezcan indemnizaciones, cláusulas penales o intereses desproporcionados, en relación con los daños para resarcir por el adherente. En caso de incompatibilidad, las condiciones particulares de los contratos de adhesión deben prevalecer sobre las generales. Las condiciones generales ambiguas deben interpretarse en favor del adherente.” (Lo destacado es nuestro).*

**XIII.- EL REGLAMENTO DEL CONCURSO ESTABLECE CONDICIONES GENERALES PRE-DISPUESTAS POR LA PARTE DEMANDADA.** Todo lo antes explicado nos lleva a concluir que, en el presente caso, existen condiciones generales de la contratación establecidas por la parte demandada a las cuales debe aplicárseles los controles de inclusión y de contenido regulados en la ley número 7472. En los autos ha quedado demostrado que una decisión que impulsó a la actora a comprar productos producidos por las demandadas fue una promoción realizada por esas empresas a la cual se le denominó “Encienda el verano neón”. Dicha promoción, en lo que nos interesa, tenía las siguientes condiciones pre-dispuestas por las empresas accionadas: **“REQUISITOS Y CONDICIONES DE LA PROMOCIÓN VERANO NEON DE CERVECERIA COSTA RICA.** Las personas participantes de la promoción aceptan todas y cada una de las disposiciones descritas a continuación: **MARCAS PARTICIPANTES.** Participan en esta promoción las marcas de cerveza Imperial, Pilsen, Bavaria Gold, Bavaria Ligth, Rock Ice, Tropical y Heinecken en envases retornables, el refresco Maxi Malta en envase retornable, y el agua de manantial Cristal en sus presentaciones de 12 oz, 0.5 lt., 1 lt. y 1.5 lt.. **FORMAS DE PARTICIPAR Y PREMIOS:** La promoción consiste en buscar chapas de cerveza y/o tapitas contramarcadas en su interior, para tratar de ganarse los premios descritos a continuación: La persona que forme la palabra NEON con chapitas y/o tapas contramarcadas del mismo color se hace acreedor a un vehículo Chrysler NEON de ese color. Se darán como premios 6 vehículos Chrysler NEON: uno negro, uno azul, uno celeste, uno blanco, uno rojo y uno verde, que se podrá retirar en las Instalaciones de las Oficinas Administrativas de Cervecería Costa Rica S.A., previa verificación de las claves de seguridad diseñadas. Las chapitas de cerveza o Maxi Malta participantes tienen una letra o figura impresa de color negro, azul o celeste, o blanco, o rojo, o verde, las tapitas de Cristal participantes tienen la contramarca impresa en negro, pero para efectos de esta promoción, será válido el color que diga en letras debajo de la letra en negro, que es la que indica el color equivalente para efectos de participación en esa promoción. Para formar la palabra NEON se pueden mezclar chapitas de Imperial, Pilsen, Bavaria Gold, Bavaria Ligth, Rock ice, Tropical, Heinecken y Maxi Malta del mismo color con tapitas de agua Cristal del color equivalente, siempre del mismo color... Para acceder al premio respectivo, los participantes deberán presentar las tapas contramarcadas. **REQUISITOS Y CONDICIONES:** La promoción es por tiempo limitado, iniciando el 29 de enero y finalizando el 30 de abril de 1997. Los premios podrán ser reclamados hasta el día 30 de abril de 1997. Pasada esta fecha, caducará el derecho de hacer efectivas las chapas o tapas premiadas... Los automóviles que también, no sean

---

[www.iusmercatorum.com](http://www.iusmercatorum.com)

Esta resolución fue tomada de la página [www.pgr.go.cr/scij](http://www.pgr.go.cr/scij)  
El resaltado de partes del texto es obra de la Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco

III-1. INTRODUCCIÓN.

ANEXO

RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

reclamados pasado este período serán donados al Hospital Nacional de Niños. Los vehículos de la promoción tienen las características y colores que de antemano Cervecería Costa Rica S.A. ha seleccionado para esta promoción. La responsabilidad de Cervecería Costa Rica S.A. se limita a hacer efectivo el premio y en caso de vehículos se amplía a gastos legales, inscripción, únicamente. Las contramarcas de los premios principales de la promoción poseen diferentes claves de seguridad, certificadas por Notario Público, las que harán válido y efectivo el premio, Cervecería Costa Rica S.A. no aceptará chapas o tapas que muestren signos de alteración de cualquier forma, por lo que se libra de toda responsabilidad civil y penal, si no hace efectivo el premio si nota alteraciones. Cervecería Costa Rica S.A. suspenderá en forma inmediata la promoción y no asume ninguna responsabilidad por las consecuencias o efectos derivados de esa medida, si llegase a detectar alteraciones, imitaciones, reimpressiones, sustituciones o cualquier otra clase de fraude. Por ser la intención de Cervecería Costa Rica de hacer público el resultado de la promoción, queda explícitamente autorizada para que las imágenes y nombres de los ganadores, aparezcan en medios publicitarios y/o todo material de divulgación de las actividades, durante y después de la promoción. No podrán concursar los empleados o funcionarios de la Cervecería Costa Rica S.A. ni familiares hasta segundo grado de consanguinidad o afinidad de Cervecería Costa Rica S.A. ni el personal de sus agencias de publicidad. Para mayor información o consultas adicionales, llame gratis al teléfono 800-CERVEZA (800-2378312)”. (Lo destacado es nuestro). Dichas condiciones fueron publicadas en el Periódico La Nación (ver certificación notarial de folios 441 a 452). La accionante logró formar la palabra NEON con chapas de color celeste, por lo que, se presentó a las oficinas de la Cervecería Costa Rica. Sin embargo, el premio le fue negado ya que, de acuerdo a la parte demandada, la actora, se incumplieron las condiciones generales de la promoción (contestación de la demanda a folio 104). Ello porque no solo era necesario formar la palabra NEON con un mismo color de chapas, sino que, también al formar la palabra se incluía “una vocal de colocación única en el mercado, en el respectivo color”. Además de esto, supuestamente, existía un “código de seguridad”, que debía ser “constatado objetivamente e inquestionablemente” por los funcionarios de las accionadas. Que existen “razones técnicas y jurídicas” para el reconocimiento de los premios, que la actora no cumplió. El Tribunal considera que, en aplicación del numeral 42 de la ley 7472, esas condiciones no superan un control de inclusión, puesto que la actora no tuvo la posibilidad cierta de conocer esas condiciones, por lo que, resultan ser ineficaces e inaplicables a ella.

**XIV.- LA DECISIÓN DE PRIMERA INSTANCIA AMERITA SER MODIFICADA.** La resolución de primera instancia, parte de premisas incorrectas. Primeramente porque le otorga eficacia de cosa juzgada material a las resoluciones dictadas por la Sección Segunda y Tercera del Tribunal Contencioso Administrativo, específicamente, en sus votos 75-2001 y 853-01. Como lo señala, la a-quo, esos pronunciamientos fueron dictados con ocasión de una denuncia formulada por las acá accionadas contra la resolución número 1794-98, de fecha 1º de abril de 1998, dictada por la Comisión Nacional de Protección al Consumidor, en la que se le otorgó el derecho a la actora. El pronunciamiento de esos Tribunales se realizó con fundamento al artículo 64 de la Ley 7472 que establece que, una vez agotada la vía administrativa, las resoluciones dictada por la Comisión podrán impugnarse por ilegalidad, ante la Jurisdicción Contencioso Administrativa, conforme al numeral 62 de la Ley de esa jurisdicción, que se encontraba en vigencia. Ello implica que esa jurisdicción actúa como un jerarca impropio de las

### III. CONTRATOS MERCANTILES.

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

---

decisiones de la Comisión. No obstante, en el presente caso, la actora plantea esta demanda reclamando el resarcimiento de daños y perjuicios, lo cual por imperativo legal no puede ser de conocimiento de la Comisión sino de la jurisdicción civil, conforme al párrafo 3° del artículo 46 de la ley 7472. Esa disposición establece: **“Los procesos que se entablen para reclamar la anulación de contratos de adhesión o el resarcimiento de daños y perjuicios en virtud de violaciones a esta Ley, para los cuales la Comisión Nacional del Consumidor no tiene competencia, serán conocidos solo por los órganos jurisdiccionales competentes, de conformidad con este artículo.”** Así las cosas, en virtud de que las decisiones de los Tribunales Contencioso Administrativos fueron dictadas en procesos en los que, legalmente, no podría reclamarse los daños y perjuicios que aquí se pretenden no es posible concluir que esas decisiones tengan eficacia de cosa juzgada material. Aunado a esto, los pronunciamientos en cuestión fueron dictados por los Tribunales Contenciosos como jerarcas impropios de la Comisión, por lo que, de ninguna forma generan eficacia de cosa juzgada en sede civil. La segunda razón que da la a-quo para denegar la demanda consiste en que ella le otorga validez y eficacia a las condiciones generales que se incluyeron en la promoción del concurso. Específicamente, aquella en que decía **“previa verificación de las claves de seguridad diseñadas”**. De acuerdo a la juzgadora de primera instancia, esa sola mención de existencia de “claves de seguridad”, hacía “suponer” que las chapas debían reunir algún otro requisito, lo cual debió de ser considerado por la actora. Tal argumento carece de todo sustento jurídico, ya que es contrario a los principios que imperan en la contratación con condiciones generales y violenta el control de inclusión establecido en el numeral 42 de la ley 7472.

**XV.- LA ACTORA, COMO CONSUMIDORA, NO TUVO LA POSIBILIDAD CIERTA DE CONOCER LAS CONDICIONES GENERALES QUE SE INVOCAN PARA DENEGARLE SU CONDICIÓN DE GANADORA DE LA PROMOCIÓN.** Conforme al numeral 2° de la ley 7472, la actora, debe ser considerada una persona consumidora para todos los efectos de esa normativa. De igual forma, la promoción elaborada por las accionadas contiene condiciones generales pre-dispuestas por ellas, lo cual genera que a ese tipo de promociones se les apliquen el régimen de control de inclusión y de contenido establecido en esa norma. Tal y como lo hemos venido indicando, el control de inclusión, se manifiesta cuando la persona consumidora tiene “conocimiento efectivo” de las condiciones generales pre-dispuestas o bien cuando tiene una “posibilidad cierta de haberlas conocido mediante una diligencia ordinaria”. El primer término “conocimiento efectivo” se refiere a “saber la existencia de las condiciones”, en tanto que, el segundo, requiere que la adherente hubiera hecho, lo que tenía que hacer, ni más ni menos, para conocerlas (comportarse como normalmente lo hace). En el sub-júdice ninguna de estas posibilidades se le otorgó a la demandante. Nótese que el argumento de las demandadas, al contestar esta acción, consiste en afirmar que, no solo era necesario formar la palabra NEON con un mismo color de chapas, sino que, también al formar la palabra incluir **“una vocal de colocación única en el mercado, en el respectivo color”**. Dicha condición general no fue incluida en la publicidad, tal y como se extrae de los documentos aportados por la propia demandada al proceso. La publicidad en cuestión, que como tal forma parte de las condiciones generales pre-dispuestas, no indicaba nada al respecto a esas vocales de colocación única, por consiguiente, ni aún con una diligencia ordinaria, podía ser posible que la actora supiera de ellas. No es posible que se aduzca esa condición para denegar su derecho a reclamar el premio obtenido, máxime que ella cumplió con las condiciones publicitadas, sea reunir la palabra NEON con chapas de igual color. Por otro lado, la parte accionada, se escuda en el argumento de que existía un “código de seguridad”, que debía ser “constatado objetivamente e incuestionablemente” por



#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

---

los funcionarios y las funcionarias de las accionadas. Las condiciones generales publicitadas solamente hacían referencia a la “verificación de claves de seguridad diseñadas”. Cabe aquí preguntarse, ¿cuáles eran esas claves de seguridad diseñadas por la parte pre-disponente?, porque si eran las “vocales de colocación única en el mercado con el respectivo color”, la supuesta seguridad del concurso no se hubiera puesto en peligro, si se incluyera esa aclaración en las condiciones generales, pero ni aún ahí esta condición fue incluida en la promoción que se dio a conocer a los consumidores. Vale destacar acá que el control de inclusión ocupa un papel preponderante en la publicidad del contrato con condiciones generales, dado que la persona adherente debe tener un conocimiento efectivo de las condiciones que van a imperar en la ejecución del concurso. Dicho conocimiento implica el comprender, o sea entender, alcanzar o penetrar el conocimiento de las condiciones generales. Es por esto que la parte demandada debió redactar el clausulado del concurso para que las personas consumidoras de sus productos, cuya decisión de compra se vio impulsada, por la posibilidad de poder ganar un vehículo, comprendieran CLARAMENTE esas condiciones. No obstante, la sola indicación de existencia de “claves de seguridad diseñadas” no logra esa condición de claridad sino más bien de ambigüedad, porque en este caso la existencia de esas claves podría ser interpretada por la parte pre-disponente con una infinidad de sentidos en su propio beneficio y, claro está, en perjuicio de la persona consumidora que toma su decisión de consumo con base a condiciones ambiguas que, en el momento de la ejecución del convenio se varían. Es por esto que se exige que las condiciones generales sean concretas y no ambiguas, puesto que la ambigüedad y la falta de claridad favorecen ya de por sí las potestades que ya tienen las empresas por ser la parte pre-disponente, pues le dotan de un ámbito de interpretación ARBITRARIA de las condiciones o del clausulado que perjudica a la persona adherente. Así las cosas, toda condición general debe de ser concreta y clara, de forma tal que impida cláusulas excesivamente generales, que le permitan a la persona adherente conocer lo más exacto posible, cuáles son los contornos de sus derechos y obligaciones. Esta falta de claridad y la posibilidad cierta de conocer las condiciones generales fue lo que le sucedió a la actora. Ella logró cumplir con las condiciones generales publicitadas, ya que reunió las cuatro chapas del mismo color que formaban la palabra NEON y al presentarse a reclamar su premio, fue ahí donde se le indicaron otras condiciones tales como la supuesta vocal única con el respectivo color y se le mencionó las claves de seguridad, sin que a la postre se sepa con claridad cuáles fueron esas claves. Estas circunstancias acreditan que las condiciones generales fueron incluidas e interpretadas a su antojo por las demandadas en el plano de la ejecución del concurso. Por ende, las condiciones aducidas no superan el control de inclusión –regulado en el artículo 42 de la Ley 7472-, y por ello se declara su ineficacia, lo cual conlleva que esas condiciones no pueden interpretarse para excluir la condición de ganadora de la promoción de la accionante.

**XVI.- LAS PRETENSIONES DE LA ACTORA SE CONCRETARON AL RECLAMO DE DAÑOS Y PERJUICIOS.** En principio la ineficacia de las condiciones generales de la promoción a que hicimos referencia, traería como consecuencia que la actora se le considerara ganadora del vehículo Chrysler que hacía referencia la promoción y se le entregara ese automotor. No obstante, ella limitó sus pretensiones al pago de los daños provocados al no habersele entregado ese vehículo en su momento, lo cual limita a ocho millones de colones que es el supuesto valor que tenía el automotor a la fecha del planteamiento de la demanda (hecho 5º de la demanda). Por otro lado, los perjuicios los concreta a los intereses legales dejados de percibir desde la fecha en que la Comisión de Protección al Consumidor ordenó la entrega del automotor. En cuanto a lo primero, sea los daños, el Tribunal considera que, ese extremo deriva del numeral 702 del Código Civil y no del 1045, puesto que estamos ante una

### III. CONTRATOS MERCANTILES.

#### III-1. INTRODUCCIÓN.

##### ANEXO

##### RESOLUCIONES JUDICIALES IMPORTANTES

---

responsabilidad de naturaleza contractual y no extracontractual. Ahora bien, en el expediente no existen probanzas que demuestren cuál es el precio que, al momento de plantear la demanda (julio del año dos mil uno) tenía un vehículo marca Chrysler tipo neón como el que hacía referencia la promoción. En consecuencia, será en ejecución de sentencia en la que se determinará el valor de este tipo vehículo a esa data, tomando en cuenta que el monto a resarcir no puede superar los ocho millones de colones. Con respecto a los perjuicios, en autos ha quedado demostrado que la decisión de la Comisión Nacional de Protección de Consumidor fue anulada por el Tribunal Contencioso Administrativo, por lo que, no podría decirse que esa decisión de la Comisión generó un derecho a favor de la actora, ya que no hasta con este proceso que se le concede lo reclamado. Así las cosas, no habría posibilidad de conceder intereses desde el dictado de la resolución administrativa por parte de la Comisión.

**XVII.- SOBRE LAS COSTAS.** Al resultar vencidas las accionadas, procede revocar el fallo recurrido y en su lugar condenarlas a pagar las costas procesales y personales (artículo 221 del Código Procesal Civil).

**XVIII.-** Por las razones expuestas, se revoca el fallo recurrido, en cuanto acoge totalmente las excepciones de falta de legitimación activa y pasiva y de derecho. En consecuencia, se rechaza la falta de legitimación en sus dos modalidades y se acoge solo en parte la falta de derecho. Se declara parcialmente con lugar la demanda interpuesta por la actora contra las demandadas, entendiéndose denegada en todo aquello a lo que no se haga expresamente referencia. Se condena a las demandadas al pago de los daños causados a la actora, los cuales consisten en el pago del valor que tenía un vehículo marca Chrysler tipo NEON en julio del año dos mil uno. El valor de ese vehículo se determinará en ejecución de sentencia, tomando en consideración que el monto concedido no puede superar la suma de ocho millones de colones.

#### POR TANTO

Se revoca el fallo recurrido, en cuanto acoge totalmente las excepciones de falta de legitimación activa y pasiva y de derecho. En consecuencia, se rechaza la falta de legitimación en sus dos modalidades y se acoge solo en parte la falta de derecho. Se declara parcialmente con lugar la demanda interpuesta por la actora contra las demandadas, entendiéndose denegada en todo aquello a lo que no se haga expresamente referencia. Se condena a las demandadas al pago de los daños causados a la actora, los cuales consisten en el pago del valor que tenía un vehículo marca Chrysler tipo NEON en julio del año dos mil uno. El valor de ese vehículo se determinará en ejecución de sentencia, tomando en consideración que el monto concedido no puede superar la suma de ocho millones de colones. Se les condena a las accionadas al pago de las costas personales y procesales.

**Juan Carlos Brenes Vargas**

**Abel Jiménez Obando**

acc.-  
Jueza 1 a.i.

**Jorge Olaso Alvarez**

---

**www.iusmercatorum.com**

Esta resolución fue tomada de la página [www.pgr.go.cr/scij](http://www.pgr.go.cr/scij)  
El resaltado de partes del texto es obra de la Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco