UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES

IMPORTANCIA DEL CONTRATO DE AFILIACIÓN DE PROVEEDORES EN EL TRÁFICO MERCANTIL GUATEMALTECO

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva
De la
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
De la
Universidad de San Carlos de Guatemala

POR

GLADYS PATRICIA QUIEJ MORALES

Previo a optar al Grado Académico de

LICENCIADA EN CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES

Y a los títulos de

ABOGADA Y NOTARIA

Guatemala, abril de 1999

JUNTA DIRECTIVA DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

DECANO	Lic. José Francisco de Mata Vela
VOCAL I	Lic. Saulo de León Estrada
VOCAL II	Lic. José Roberto Mena Izepi
VOCAL III	Lic. William René Méndez
VOCAL IV	Ing. José Samuel Pereda Saca
VOCAL V	Br. José Francisco Peláez Cordón
SECRETARIO	Lic. Héctor Aníbal de León Velasco

TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN TECNICO PROFESIONAL

PRIMERA FASE:

PRESIDENTE	Lic. Hugo Haroldo Calderón Morales
VOCAL	Lic. José Victor Taracena Alba
SECRETARIO	Lic. Gustavo Adolfo Mendizábal Mazariegos

SEGUNDA FASE:

PRESIDENTE	Lic. Ricardo Alvarado Sandoval
VOCAL	Lic. Rolando Segura Grajeda
SECRETARIO	Licda. Patricia Eugenia Cervantes de Gordillo

NOTA: Unicamente el autor es responsable de las doctrina sustentadas en la Tesis. (Artículo 25 del Reglamento para los Exámenes Técnico Profesionales de Abogacía y Notariado y Público de Tesis).

Elizabeth Mercedes García Escobar
ABOGADA Y NOTARIA
8ª. Calle 9-41, zona 1
Oficina 106, Pasaje Savoy
Ciudad de Guatemala
Teléfono 2518836

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
SECRETARIA
GUATEMALA, C. A.

2099-98

Guatemala, 14 de Julio de 1998

FACULTAD DE CIENCIAS
JURIDICAS Y SOCIALES
SECRETARIA
15 JUL 1998
RECIBIDO
Horas: 17 Minutos: 20
Oficial:

Licenciado
Francisco de Mata Vela
Decano de la Facultad de Ciencias Jurídica y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su Despacho

Señor Decano:

Respetuosamente me dirijo a usted cumpliendo con la designación en mi persona de asesorar el trabajo de tesis de la Br. Gladys Patricia Quiej Morales, intitulado "Importancia del Contrato de Afiliación de Proveedores en el Tráfico Mercantil Guatemalteco".

La Br. Quiej Morales en el desarrollo de su trabajo, analiza los aspectos que considera importantes con el tema en cuestión, atendiendo las recomendaciones de la suscrita en cuanto a algunas modificaciones necesarias, consultó bibliografía pertinente, realizó visitas y entrevistas, respetándose su criterio en la elaboración del mismo.

En base a lo anterior, es opinión de la suscrita que la tesis desarrollada **satisface los requisitos exigidos por la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales**, por lo que se deberá continuar con el trámite respectivo previo a sustentar el examen público correspondiente.

Sin otro particular, me suscribo de usted, no sin antes manifestarle mi complacencia por haber servido una vez más a esa Casa de Estudios de donde egresé.

Atentamente,

Elizabeth Mercedes García Escobar
ABOGADA Y NOTARIA

Licda. Elizabeth Mercedes García Escobar
Colegiado No. 2949

AD DE SAN CARLOS
GUATEMALA

) DE CIENCIAS
S Y SOCIALES
ersitaria, Zona 12
, Centroamérica

DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES, Guatemala, **veinticuatro de julio** de mil novecientos noventa y ocho.

Atentamente, **pase al LIC. JORGE LUIS GRANADOS VALIENTE** para que proceda a Revisar el trabajo de Tesis de **la Bachiller GLADYS PATRICIA QUIEJ MORALES** y en su oportunidad emita el dictamen correspondiente.----------

alhj.

DAD DE SAN CARLOS
: GUATEMALA

AD DE CIENCIAS
:AS Y SOCIALES
Universitaria, Zona 12
nala, Centroamérica

449-

RE:DADM/QUIEJ MORALES

4 de febrero de 1999

199

FACULTAD DE CIENCIAS
JURIDICAS Y SOCIALES
SECRETARIA
- 4 FEB 1999
RECIBIDO
Horas: 17 Minutos:
Oficial:

Licenciado José Francisco De Mata Vela
Decano, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala

Licenciado:

En atención a resolución emitida de ese Decanato, procedí a revisar el trabajo de tesis de la estudiante GLADYS PATRICIA QUIEJ MORALES, titulada "IMPORTANCIA DEL CONTRATO DE AFILIACION DE PROVEEDORES EN EL TRAFICO MERCANTIL GUATEMALTECO".

Después de analizar y estudiar el contenido del trabajo presentado, sugerí a la interesada los cambios que a mi criterio se necesitaban, los que se llevarón a cabo; en consecuencia considero que el trabajo de tesis puede ser discutido en Examen Público de Tesis.

Sin otro particular, me suscribo del señor Decano

Atentamente,

Lic. Jorge Luis Granados Valiente
Revisor

JLGV/scgf.

DAD DE SAN CARLOS
GUATEMALA

AD DE CIENCIAS
CAS Y SOCIALES
Universitaria, Zona 12
ala, Centroamérica

DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES: Guatemala, diez de febrero mil novecientos noventa y nueve.----------

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la Impresión del trabajo de tesis de la Bachiller GLADYS PATRICIA QUIEJ MORALES intitulado "IMPORTANCIA DEL CONTRATO DE AFILIACION DE PROVEEDORES EN EL TRAFICO MERCANTIL GUATEMALTECO". Artículo 22 del Reglamento de Exámenes Técnico Profesional y Públicas de Tesis.----------

ALHJ.

DEDICATORIA:

- **A DIOS:** Para que siga iluminando mi camino como hasta ahora.

- **A MIS PADRES:** Cuyo ejemplo espiritual y moral me ha servido de guía.

- **A MI FAMILIA:** Especialmente a mis hermanas Mary y Lily, quienes me han brindado en en todo momento su apoyo incondicional.

- **A MIS AMIGOS:** Pedro, Fiel, Gregorio, Francisco, Diana y demás integrantes del grupo y muy especialmente a "ESCRIBANO" porque gracias a su protección, apoyo y orientación he logrado culminar mis estudios.

- **A LAS LICENCIADAS:** Elizabeth García Escobar
  Ana Myriam Juárez Coronado
  Gloria Marina Pellecer Arellano
  Blanca Hernández

  Por sus estímulos y consejos oportunos.

- **A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Y MUY ESPECIALMENTE A LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES:**

  Por haberme brindado la oportunidad de formarme dentro de sus instalaciones.

INDICE

Capítulo II.

Capítulo III.

INTRODUCCION

Sirviéndose del principio de la Autonomía de la Voluntad, el hombre de hoy realiza las más variadas transacciones comerciales surgiendo de ellas la mayor proliferación de instituciones nuevas, las cuales en su mayoría no se encuentran tipificadas en nuestro ordenamiento legal.

Contratos como el de Afiliación de Proveedores que será materia de este estudio, constituyen algunas de las tantas fórmulas atípicas que impulsadas por el fenómeno del intercambio nacional e internacional, traspasan sus fronteras de origen e invaden el tráfico jurídico de casi todas las naciones, logrando un mercado más fluido e impulsando la economía de los países.

Por la escasa bibliografía sobre el tema escogido fue necesario consultar varios autores especialistas en el campo mercantil, tanto nacionales como internacionales, así como llevar a cabo entrevistas con los emisores de las Tarjetas de Crédito, por lo que el objeto principal de este trabajo, es dar una noción o ampliar el conocimiento sobre el mismo, sus antecedentes históricos y su funcionamiento.

La presente tesis consta de tres capítulos, refiriéndose el primero a los contratos y obligaciones mercantiles; el segundo al Contrato de Tarjeta de Crédito por considerar que es importante conocer de dónde surge el Contrato de Afiliación de Proveedores; y el tercero y último, se relaciona con el contrato objeto de la presente investigación.

CAPITULO I

1. Contratos Mercantiles.

El hombre desde sus inicios ha estado interrelacionado en sus actividades de tipo social, jurídico y económico atendiendo a sus necesidades, es por ello desde el punto de vista económico y debido a que el tráfico mercantil está integrado por relaciones obligatorias, plasmadas en un instrumento formal o informal llamado contrato, por el que las partes actuando en su propio interés fijan el punto de encuentro de intereses opuestos (compraventa) o concurrentes (contrato de sociedad) representa el medio más adecuado para obtener el ideal de la colaboración voluntaria y por lo cual el contrato así es un vehículo relevante que expresa el dinamismo de la vida colectiva, que se desarrolla, precisamente a través de actos entre sujetos. [1]

Los contratos mercantiles en particular como en general se perfeccionan por el simple consentimiento de las partes salvo cuando la ley establece otra forma obligan desde su perfeccionamiento siempre que estuvieren dentro de las disposiciones legales relativas al negocio celebrado (Artos. 1518 y 1519 Código Civil y 671 Código de Comercio).

El consentimiento debe derivarse de la manifestación de la autonomía de la voluntad, que no es más que el principio de la libertad de acción que permite al individuo contratar o no y debe ser libre, es decir sin vicios, ya que de lo contrario resultaría anulable. Los vicios de que puede adolecer el consentimiento son error, dolo, simulación y violencia.

[1] Trabucchi, Alberto. Instituciones del Derecho Civil. Traducción al Español. Luis Martinez Calcerrada. Editorial Revista de Derecho Privado. Madrid 1967. Tomo I. Pp 164.

Las partes que lo celebren deben gozar de capacidad, que no es más que la aptitud derivada la personalidad, en virtud de la cual se pueden adquirir derechos y contraer obligaciones.
Además el objeto debe ser lícito, es decir no prohibido.

El concepto legal de contrato lo establece el código Civil en el articulo 1517: "Hay contrato cuando dos o más personas convienen en crear, modificar o extinguir una obligación".

El articulo anterior se basa en el negocio jurídico, que es el acto humano voluntario conforme con la ley y dirigido a crear nuevas figuras contractuales, a alterar o cambiar (modificar) las ya existentes o bien a liberar (extinguir) una relación jurídica determinada.

2. Integración de la Ley Civil y Mercantil.

Las obligaciones y contratos contenidos en el Código Civil forman el Derecho común y las comprendidas en el Código de Comercio constituyen un derecho especial de las obligaciones y contratos mercantiles, es decir el derecho civil contiene las normas generales del derecho de las obligaciones y el derecho mercantil las especiales adaptadas a las exigencias del tráfico comercial.

La coexistencia de un Código Civil y un Código de Comercio ha hecho necesario regular a los contratos esencialmente mercantiles por estar ligados a la actividad de la empresa mercantil. Ambos códigos funcionan, por lo no debemos olvidar hacer una integración de los mismos, ya que sólo a falta de disposiciones especiales del Código de Comercio , se aplican a los negocios, obligaciones y contratos mercantiles las disposiciones del Código Civil. (artículos 1°. Y 694 del Código de Comercio).

3. CARACTERÍSTICAS DE LOS CONTRATOS MERCANTILES.

3.1 Internacionalidad.

Su ámbito de aplicación no sólo se circunscribe a determinado territorio, sino que el mismo puede traspasar fronteras. Hoy en día los comerciantes no sólo ofrecen sus productos a nivel nacional sino que los mismos son importados hacia diferentes países.

3.2 Rapidez.

Debido al tráfico mercantil, las contrataciones deben de realizarse con la mayor prontitud del caso, ya que el retardo en las mismas implican pérdidas de tipo económico.

3.3 Onerosidad.

La naturaleza y la función económica de los contratos determinan que al celebrarlo y ejecutarlo cada parte busque y obtenga una ventaja a cambio de una prestación que se considera equivalente. Hay contraprestaciones de tipo pecuniario.

3.4 Adaptabilidad.

Debido a que el Derecho Mercantil no es estático sino dinámico, a medida que surgen necesidades en el comercio, aparecen nuevas figuras contractuales, las cuales se van ajustando al caso concreto.

3.5 Representación Aparente.

Lo normal es que las contrataciones se realicen por la misma persona que tiene interés en ellos, sin embargo, es posible que una persona que no sea aquella a la que corresponden los intereses en juego, ponga su actividad al servicio de tales intereses,

realizando en orden a los mismos un negocio por cuenta de aquella persona a quien pertenecen.[2]

En el ámbito de la actividad mercantil esa sustitución es frecuente. El empresario tanto individual como social debe desdoblarse de tal manera que pueda efectuar negocios jurídicos en masa y en diversos lugares.

En otras palabras en la contratación mercantil se da lo que se llama "Representación Aparente", que es cuando una persona puede representar a otra, sin necesidad de ostentar un mandato; a diferencia de lo civil en donde por el mandato una persona encomienda a otra la realización de una o más actos o negocios, el mismo es considerado como un contrato solemne, pues debe de constar en escritura pública y puede ser aceptado expresa o tácitamente (Artos. 1686 y 1687 Código Civil).

3.6 Incumplimiento de Leyes Fiscales.

Cuando los sujetos se abstienen u omiten de pagar impuestos, contribuciones u otras obligaciones fiscales con respecto a sus contratos y obligaciones, la ley establece que ello no produce la ineficacia de los actos o contratos mercantiles, como tampoco los libera de pagar los impuestos omitidos ni las multas a que se hacen acreedores.

3.7 Libertad de Contratación.

En materia constitucional existe el principio llamado de Autonomía de la Voluntad o de Libertad de Acción como lo señala el epígrafe del artículo 5°. De nuestra Constitución Política de la República de Guatemala, cuyo contenido permite hacer lo que la ley no

[2] Gullón Ballestero, Antonio. Curso de Derecho Civil. El negocio jurídico. Editorial Tecnos. Madrid. 1969. Pp213.

prohibe, es decir que todo ser humano tiene la facultad de actuar sin ser objeto de presión ni represión.

Siendo el contrato la máxima expresión jurídica del consentimiento humano, ninguna persona está obligada a celebrarlo a menos que ello signifique un acto ilícito o abuso de derecho.

3.8 Cláusula Rebus Sic Stantibus también llamada Teoría de la Imprevisión.

Convención de origen Romano que se entiende incluida tácitamente en todos los negocios jurídicos . En virtud de la misma las obligaciones subsisten mientras las circunstancias originales no hubieran experimentado fundamentalmente modificación.[3]

Es decir el contrato se cumple siempre y cuando las circunstancias o cosas -rebus- se mantengan -stantibus-. en las mismas condiciones o situaciones iniciales equitativas que pactaron las partes.
Según el anterior concepto debe entenderse como negocio jurídico mercantil los actos jurídicos realizados por un empresario o comerciante en la actividad que despliega en su empresa o dicho en otras palabras que resulten del ejercicio de su actividad profesional.[4]

El jurista Arturo Díaz Bravo [5] indica que es la cláusula por virtud de la cual el juez está facultado para reducir o suprimir totalmente las obligaciones de un deudor en la medida en que acontecimientos imprevisibles al celebrar un contrato vengan a

[3] Cabanellas, Guillermo. Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual. Tomo II. Editorial Heliasta S.R.L. Buenos Aires, República de Argentina. Pp.169.
[4] Vásquez Martínez, Edmundo . Instituciones del Derecho Mercantil. Serviprensa Centroamericana. Guatemala, C.A. 1978. Pp.535.
[5] Díaz Bravo, Arturo. Contratos Mercantiles. 4ª. Edición. Colección Textos Jurídicos Universitarios. Editorial Harla. México. Pp.48.

modificar las circunstancias de tal manera que el cumplimiento resulte excesivamente oneroso.

Es de hacer notar que esta cláusula sólo se aplica a los contratos de ejecución diferida o tracto sucesivo. Según Guillermo Cabanellas[6] el Contrato de Tracto Sucesivo es aquel en que las prestaciones tienden a repetirse o a variarse de acuerdo con las circunstancias, dentro de los límites secundarios, según lo concertado con un comienzo, aunque sin final establecido. Se está ante un contrato de ejecución sucesiva.

Efectos

Cuando el equilibrio en que se pactó se rompe en virtud de alteraciones en las bases contractuales, el deudor puede demandar la terminación del contrato, en virtud que esta teoría permite restablecer el equilibrio inicial distribuyendo la excesiva onerosidad sobreviniente en el cumplimiento de las obligaciones.

3.9 Contratante Definitivo.

Normalmente los sujetos de la obligación están determinados en el momento de celebrarse el contrato. El Código de Comercio introduce la figura del contrato en el cual una parte se reserva la facultad de designar posteriormente la persona que será considerada como contratante definitivo (Arto. 692 Código de Comercio).

La declaración de designación es un acto unilateral que debe acompañarse de la aceptación de la persona nombrada, ya que de la aceptación definitiva de dicha persona depende la validez de la designación. Si transcurre el plazo legal de 3 días de celebrado el contrato o convencional sin que se haga la designación del contratante definitivo, o si hecha fuere inválida, el contrato

[6] Cabanellas, Guillermo. Ob. Citada. Tomo II, Pp.353.

produce sus efectos entre los contratantes primitivos. Hecha válidamente la designación, la persona nombrada adquirirá todos los derechos y asumirá todas las obligaciones derivadas del contrato, desde el momento en que éste fue concluido (efecto retroactivo). Este efecto retroactivo se produce también cuando la validez del contrato se contraiga a los contratantes originarios.[7]

4. Forma de los Contratos Mercantiles.

Las personas en el campo civil pueden contratar y obligarse por medio de escritura pública, documento privado, acta levantada ante alcalde, por correspondencia y verbalmente (Arto. 1574 Código Civil). En el campo mercantil de conformidad con el artículo 671 los contratos mercantiles no están sujetos para su validez, a formalidades especiales y cualquiera que sea la forma y el idioma en que se celebren, las partes quedan vinculadas en los términos en que quisieron obligarse. Los contratos celebrados en territorio guatemalteco y que hayan de surtir efectos en el mismo, se faccionarán en idioma español. Se exceptúan de esta disposición los contratos que, de acuerdo con la ley requieran formalidades especiales, tal es el caso de los contratos de fideicomiso y sociedad.

Lo anterior obedece a que el tráfico mercantil hoy en día requiere de formas más modernas, fluidas y rápidas mediante las cuales los comerciantes aseguren colocar en los mercados sus productos y servicios con la mayor celeridad tanto a nivel nacional como internacional, afianzándose las ganancias que cada transacción conlleva. Es por ello que dentro del ámbito mercantil los contratos pueden celebrarse mediante:

[7] Messineo , Francesco. Caracteres Jurídicos Comunes, Clasificación de los Contratos Bancarios. Revista Derecho Mercantil. Volumen XXXII, No.81. Julio-Septiembre. Madrid. 1961. Pp.8.

a) Escritura Pública: tal los casos del Contrato de Fideicomiso y Sociedad.

b) Contratos de Adhesión { Póliza / Formularios

- Póliza: documento privado redactado en uno o varios folios y en varios ejemplares que establece las condiciones que regulan un contrato. Es frecuentemente usado en los seguros.

- Formularios: Impreso que se rellena a mano o á máquina para múltiples diligencias administrativas, bancarias, mercantiles, etc.

c) Telegrama
d) Teléfono
e) Telex
f) Orden
g) Pedido
h) Fax
i) Internet
j) Correo electrónico

5. Clasificación de los Contratos Mercantiles.

5.1 Atendiendo a criterios civiles.

Doctrinariamente se han clasificado los contratos mercantiles atendiendo a diferentes criterios civiles, dentro de las clasificaciones más conocidas está la incluida en el libro del Dr. Villegas Lara[8], quien los clasifica así:

[8] Villegas Lara, René Arturo, Derecho Mercantil Guatemalteco. Tomo III. 2ª. Edición. 1998. Pp.37.

5.1.1 Unilaterales y Bilaterales

- Unilaterales. Aquéllos en que la obligación recae únicamente en una de las partes contratantes. Ejemplo: Fideicomiso por testamento.

- Bilaterales. Las partes se obligan en forma recíproca. Ejemplo: compraventa, apertura de crédito.

5.1.2 Onerosos y Gratuitos.

- Onerosos. Se estipulan provechos y gravámenes recíprocos, es decir la prestación de una de las partes tiene como contrapartida otra prestación. Estos se dividen en:

Oneroso conmutativo y oneroso aleatorio. Ejemplo: Suministro, apertura de crédito. En el primero, las partes desde que celebran el contrato están sabidas de la naturaleza y alcance del mismo, apreciando el beneficio o pérdida a obtener. En el segundo, la prestación depende de un acontecimiento futuro e incierto que determina el beneficio o pérdida a alcanzar. Ejemplo: Contrato de Seguro en particular.

- Gratuitos. Son aquellos en los que no hay contraprestación, se da algo por nada. Este tipo de contratos no existe en el Derecho Mercantil.

5.1.3 Consensuales y Reales.

- Consensuales. Son aquéllos que se perfeccionan en el momento en que las partes prestan su consentimiento. Ejemplo:

apertura de crédito, descuento, difusión y representación escénica.

- Reales. Son aquéllos que se perfeccionan al momento de la entrega material de la cosa, objeto del negocio. Ejemplo: estimatorio, reporto.

5.1.4 Principales y Accesorios.

- Principales. Son aquéllos que surten efectos por sí mismos. Ejemplo: estimatorio, contrato de depósito mercantil.

- Accesorios. Son aquéllos cuyos efectos dependen de un principal.

5.1.5 Solemnes Y No Solemnes.

- Solemnes. Cuando deben de llenar ciertos requisitos señalados por la ley y la falta de uno de ellos lo anula. El Derecho Mercantil se caracteriza por su poco formalismo al contratar, sin embargo este tipo de contratos están expresamente señalados en la ley. Ejemplo: Fideicomiso, Sociedad.

- No Solemnes. Cuando la contratación no deja de tener validez por la falta de alguna formalidad. Ejemplo: Suministro por medio de un pedido.

5.1.6 Condicionales y Absolutos.

- Condicionales. Cuando las obligaciones que genera dependen de una condición suspensiva o resolutoria.

- Absolutos. Cuando las obligaciones que genera no están sujetas a una condición.

5.1.7 Instantáneos y Sucesivos.

- Instantáneos. Cuando un contrato se cumple en el momento en que se celebra. Ejemplo: Compraventa.

- Sucesivos o de Tracto Sucesivo. Cuando las obligaciones se cumplen parcialmente, dentro de un plazo que se prolongue al del momento en que fue celebrado el contrato. Ejemplo: Estimatorio, Contrato de Depósito Mercantil.

5.1.8 Nominados o Típicos e Innominados o Atípicos.

La clasificación de nominados e innominados se remonta al Derecho Romano atendiendo a lo siguiente:

- Nominados. Son aquéllos que poseen un nombre otorgado por la ley o bien por la práctica social o costumbre. Ejemplo: Fideicomiso, Suministro.
- Innominados. Son aquéllos que no poseen un nombre.

Actualmente la doctrina moderna los denomina de la siguiente forma:

Típicos Y Atípicos.

- Típicos. Cuando la ley define sus elementos esenciales, es decir que está regulado con substancialidad en la legislación y no incluye cláusulas que lo deformen o combinen con otros también susceptibles de independencia en concepto y régimen. ejemplo: contrato de sociedad, fideicomiso, reporto, etc.

- Atípicos. Es el que no tiene una regulación expresa, completa y unitaria en la ley.[9] En éstos no se tiene en cuenta el contenido jurídico del contrato como sucede en otras clasificaciones, ni su forma de perfeccionamiento sino la circunstancia de que un contrato sea denominado o no por la ley o interpretado el concepto, sea o no regulado por ésta.

Las fuentes creadoras del derecho dieron vida a las diversas figuras que componen los códigos clásicos y modernos o que se desarrollan en leyes complementarias, pero su número se amplía constantemente al amparo fundamental de la ley particular que conforma la voluntad de las partes, de conformidad con los artículos 669 y 671 de nuestro Código de Comercio.

La realidad negocial supera, pues, a las leyes, por más sabias y autorizadas que éstas sean.

Messineo[10] señala que los institutos jurídicos tienen por lo común su germen no en la fantasía de los juristas o del legislador sino en la inventiva práctica de los mismos interesados y encuentran generalmente una primera disciplina en los usos antes que la legislación se apodere de ellos.

El fenómeno del uso o costumbre que ningún legislador moderno podría abolir ni ignorar eficazmente porque es un medio frecuente a través del cual el derecho objetivo se va adaptando incesantemente a las necesidades de la vida, encuentra una de sus más destacadas manifestaciones precisamente en la materia del contrato por el trámite de

[9] Gastaldi, José María. Contratos. Volumen I. Abeledo-Perrot. Buenos Aires. Pp. 168.
[10] Messineo, Francesco. Doctrina General del Contrato. Traduc. De R.O. Fontanarrosa. Buenos Aires, 1952. Tomo I. Pp. 381.

los contratos nuevos, los cuales, aunque desconocidos por la ley encuentran igualmente su propia disciplina.

Es común que muchas veces el aspecto económico preceda al jurídico y ésta debe entonces adaptarse a aquél creando normas que regulen lo que la vida diaria ha creado.

Hay otro factor que contribuye al desarrollo de las formas atípicas, es la falta de conocimiento jurídico de las partes que se limitan a volcar en un contrato la realidad de su negocio, sin saber si celebran un contrato típico o no y ese contrato con las limitaciones que la fuerza obligatoria tiene -moral, buenas costumbres, orden público- será válido y corresponderá su encuadre y regulación sobre todo cuando se suscita alguna cuestión entre los contratantes.

Los contratos atípicos tienen su fundamento en el principio de la **Autonomía de la Voluntad,** llamado también principio de la libertad, en este caso ejercida a través de la institución contractual. Esta libertad que consagra la propia Constitución en su artículo 5°. tiene un amplísimo margen para ser expresado jurídicamente. Estos contratos se desarrollan al amparo de esa libertad que permite al individuo contratar o no y lo que los individuos acuerdan se torna obligatorio por imposición del pacta sunt servanda (lo estipulado por las partes cualquiera sea la forma de la estipulación debe ser fielmente cumplido, estar a lo pactado).

En base a que nuestros códigos datan de años atrás han ido quedando fuera de ellos numerosas figuras desarrolladas en un mundo negocial cada vez más intenso sobre todo dentro de los contratos calificados como comerciales. Figuras que no

han sido reguladas tampoco en leyes especiales pero que se vienen practicando cada vez más asiduamente adquiriendo la llamada tipicidad social, pues si se incluyeran en nuestro ordenamiento jurídico comercial, el mismo se vería saturado con el innumerable volumen de figuras jurídicas nuevas.

De ahí que encontremos la siguiente clasificación de los contratos atípicos:

1) contratos nominados pero atípicos.
2) Atípicos innominados.

Los primeros cuentan con una denominación dentro del ordenamiento jurídico, pero no señalan los elementos necesarios para encuadrar la figura jurídica. Y los segundos carecen de denominación y elementos dentro de una ley.

A pesar que los contratos atípicos no gozan de una regulación legal, los mismos deben apegarse a los principios filosóficos que inspiran la contratación mercantil, ya que se tratan de conceptos y criterios valorativos que no están forjados por el derecho sino que el Derecho asume y recibe de la conciencia social para la que está llamado a valer. Los mismos están contenidos en el Código de Comercio en el artículo 669, siendo los siguientes: verdad sabida, buena fe guardada, rectitud y honorabilidad en la intenciones.

En cuanto a la **Verdad Sabida** diremos que es el valor de la fidelidad, el respeto de la palabra dada que es fundamental de la vida comercial.

La Buena Fe es el valor a la veracidad que excluye el engaño, es el comportamiento honesto.

Rectitud en la conducta, entre otras virtudes, la honradez, la justicia, la imparcialidad.

Honorabilidad se refiere a la dignidad, honradez, es una mezcla de nobleza en los modales, rectitud e integridad.

En cuanto a las honorables intenciones se refiere a valores o normas que rigen las acciones humanas y que devienen de la conciencia social. El hecho de que se imponga la obligación de obrar recta y honorablemente implica una apertura del Derecho a la vida social.

5.2 Atendiendo a la función económica.

El Lic. Edmundo Vásquez Martínez[11] nos brinda una clasificación de los contratos mercantiles que se basa en la función económica que corresponde a cada uno de ellos, así:

5.2.1 Contratos de cambio, son los que procuran la circulación de la riqueza (bienes y servicios), ya sea dando un bien por otro (compraventa, suministro, contrato estimatorio, operaciones de bolsa); ya sea dando un bien a cambio de un hacer o servicio (transporte, hospedaje).

5.2.2 Contratos de colaboración, tanto asociativa (contrato de sociedad) como simple, en los que una parte coopera con su actividad al mejor desarrollo de la actividad económica de la otra (agencia, corretaje, comisión, edición, difusión y representación escénica, participación).

[11] Vásquez Martínez, Edmundo. Ob. Cit. Pp. 545.

5.2.3 **Contratos de conservación o custodia** (depósito irregular, depósito en almacenes generales y fideicomiso.

5.2.4 **Contratos de crédito**, en los que al menos una parte concede crédito a la otra (apertura de crédito, descuento, cuenta corriente, reporto, carta orden de crédito, tarjeta de crédito, crédito documentario).

5.2.5 **Contratos de prevención de riesgo**, en los que una parte cubre a la otra las consecuencias económicas de un determinado riesgo (Seguro: a) daños: incendio, transporte, agrícola y ganadero, responsabilidad civil, automóviles; y b) personas; Reaseguro).

5.2.6 **Contratos de garantía**, aseguran el cumplimiento de las obligaciones (fianza y reafianzamiento).

6. OBLIGACIONES MERCANTILES.

El tráfico mercantil como ya se dijo está integrado por relaciones obligatorias de las cuales se ocupan las normas contenidas en el Código Civil y en el Código Mercantil, específicamente el Código de Comercio dedica a las obligaciones mercantiles normas que revisten una forma específica y normas que se aplican sólo a determinadas obligaciones mercantiles resultantes de ciertos contratos o relaciones jurídicas. Esto implica que el Derecho de las Obligaciones se especialice a medida que sus disposiciones van teniendo un ámbito menos amplio y sólo a falta de disposiciones, se aplicarán las disposiciones del Código Civil.

Desde el punto de vista jurídico **obligación** significa: "Vínculo jurídico que liga a dos (o más) personas en virtud del cual una de

ellas (deudor) queda sujeta a realizar una prestación (un cierto comportamiento) a favor de la otra (acreedor), para la satisfacción de un interés de éste, digno de protección; y a éste (acreedor) le compete un correspondiente poder (llamado derecho de crédito) para pretender la prestación." [12]

Guillermo Cabanellas por su parte señala: "Son aquellas prestaciones, entregas o abstenciones debidas por el deudor o exigibles por el acreedor cuando constituyen actos de comercio.[13]

El concepto legal de obligaciones lo encontramos en el artículo 1319 del Código Civil, el cual lo preceptúa así: "Toda obligación resultante de un acto o declaración de voluntad, consiste en dar, hacer o no hacer alguna cosa."

La obligación impone cierto comportamiento o conducta llamada prestación debiendo tener el carácter patrimonial y su contenido puede consistir en un dar, hacer o no hacer."

7. CARACTERISTICAS DE LAS OBLIGACIONES MERCANTILES:

7.1 Regirse por los Principios Filosóficos de la Verdad Sabida y Buena Fe Guardada.

Estos principios fueron tratados en el apartado de contratos mercantiles cuando nos referimos a los contratos atípicos, dijimos que los mismos son valores de la conciencia social humana y que

[12] Albadalejo, Manuel. Instituciones del Derecho Civil. Parte General y Derecho de Obligaciones del Colegio de España en Bolonia, Barcelona. 1961. Pp.489.
13 Cabanellas, Guillermo, OB. Cit. Volumen IV. Pps. 627, 628.

rigen toda contratación y obligación mercantil, pues estos valores fundamentan la confianza en el comportamiento de la otra parte, la fe en su palabra, sin las cuales es inimaginable un tráfico comercial desarrollado.

Verdad Sabida. Se entiende como tal el respeto a la palabra dada, la veracidad o certeza en la vida negocial.

Buena Fe. Es la obligación de comportarse honestamente.
Dichos principios se encuentran preceptuados en el artículo 669 del Código de Comercio, refiriéndose los mismos a que las partes obligadas conocen en verdad sus derechos y obligaciones y se vinculan de buena fe en sus intenciones y deseos de negociar para no darle una interpretación distinta a los contratos, ya que de otra manera se destruiría la seguridad del tráfico comercial.

7.2 Solidaridad De Los Deudores.

En materia civil cuando una obligación tiene del lado pasivo o activo a varias personas se le llama **mancomunidad**. Esta puede ser simple o solidaria. Es **simple** cuando cada uno de los sujetos responde de una parte de la obligación; y es **solidaria** cuando cualquiera de ellos responde de la totalidad frente al sujeto del derecho.

El artículo 1353 del Decreto Ley 106 , Código Civil, establece que para que una obligación mancomunada sea solidaria es necesario que se pacte **expresamente**, no se puede presumir.

A contrario sensu el artículo 669 del Código de Comercio, regula que en las obligaciones mercantiles mancomunadas, en lo que al deudor o fiador se refiere la mancomunidad es **solidaria en virtud de la ley**, es decir que se presume, no necesita ser expresa.

7.3 Exigibilidad De Las Obligaciones Sin Plazo o Puras.

En el campo mercantil cuando se omite el plazo en el contrato, la obligación es exigible inmediatamente. La ley no prohibe la concesión de plazos, por el contrario, la única excepción a esta regla es que el plazo sea consecuencia de la misma naturaleza del contrato, en cuyo caso no opera la exigibilidad inmediata.

7.4 Expresividad de la prórroga.

Al establecer el Código de Comercio que "en las obligaciones y contratos mercantiles, toda prórroga debe ser expresa" (Arto. 676) está prohibiendo la concesión de términos de gracia o cortesía para ampliar el plazo en las obligaciones mercantiles, es decir la prórroga si opera pero la misma debe de ser expresa. Se reafirma así el rigor propio de la ejecución de las obligaciones mercantiles al dar seguridad en cuanto al tiempo de cumplimiento de la prestación debida. Los términos dilatorios de la ejecución, son inconciliables por la rapidez y la onerosidad, propios de la contratación moderna.

7.5 La Mora Mercantil.

Doctrinariamente "es el retraso culpable en el cumplimiento de la obligación, esto es que haya transcurrido el tiempo previsto en el contrato o en la ley para que el deudor cumpliere la obligación".[14]

Según el Dr. Villegas Lara "La **mora** es el status jurídico en que se encontrará el sujeto si no cumple con su obligación o no acepta la prestación que le hace el deudor, según el caso, en virtud de la exigibilidad de los respectivos vínculos"[15].

[14] Brañas, Alfonso. Manual de Derecho Civil. Parte 3. Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Pp. 51

[15] Villegas Lara, René Arturo. Ob. Cit. Pp.27

En lo civil tiene como presupuesto la interpelación requerimiento del acreedor (Arto. 1428) frente a tal regla el Código de Comercio dispone que "en las obligaciones y contratos mercantiles se incurre en mora, sin necesidad de requerimiento, desde el día siguiente a aquél en que venzan o sean exigibles.

7.6 Productividad de Intereses.

Como consecuencia de la mora el Código de Comercio admite la productividad de intereses estableciendo que "si la obligación tiene por objeto cosa cierta y determinada o determinable por su género y cantidad, el deudor moroso pagará por concepto de daños y perjuicios, en defecto de pacto, el interés sobre el valor de la cosa." (Arto. 678)

Los intereses se causan como consecuencia del simple retraso.

7.7 Capitalización De Intereses o Anatocismo.

Consiste en que los intereses vencidos y no pagados a su vez devenguen intereses, es decir que cuando el deudor deja de pagarlos, la cantidad que se adeude por ese concepto, acrecienta el capital; de manera que a partir de la capitalización, los intereses aumentan porque se elevó la suma del capital. El anatocismo es permitido siempre que la tasa de interés no sobrepase la máxima que cobran los bancos. En lo civil la capitalización de intereses está prohibido según el artículo 1949 del Código Civil.

7.8 Derecho de Retención.

Al Derecho Civil le interesa más que todo la satisfacción voluntaria normal del crédito, al Derecho Mercantil dicho interés le es propio ya que el tráfico comercial al procurar la circulación de valores patrimoniales mediante relaciones obligatorias, necesita que éstas se desenvuelvan sin tropiezos, que el cumplimiento sea voluntario y oportuno y que solamente se

acuda al cumplimiento forzado, mediante el proceso de ejecución judicial en casos extremos. Para facilitar ese cumplimiento voluntario y oportuno se ha establecido precisamente, el derecho de retención, el cual es pues una garantía del crédito. Este derecho puede definirse como "la facultad concedida a los acreedores mercantiles para conservar en su poder, hasta que el deudor cumpla su obligación, los bienes muebles o inmuebles del deudor de que ya se encuentren en posesión. [16]

Su finalidad consiste en procurarle al comerciante en su actividad mercantil, sin más requisitos, la garantía necesaria mediante los objetos que hayan llegado a su poder a raíz de esa misma actividad, este derecho solamente le compete al comerciante en su actividad profesional.

Para el Dr. Villegas Lara del Derecho de Retención: "Es la facultad que se concede al acreedor mercantil para retener bienes muebles o inmuebles de su deudor, que se hallen su poder; o de los que tuviere por medio de títulos representativos, cuando al ser exigida la obligación el deudor no cumple o bien hasta que el deudor cumpla.[17]

7.9 Nulidad De Las Obligaciones Plurilaterales.

En materia de obligaciones y contratos mercantiles los hechos de nulidad deben reducirse al máximo, en aras de la seguridad del tráfico comercial por su rapidez y poco formalismo, circunstancia que está plasmada en el artículo 689 del Código de Comercio, que establece: "La nulidad que afecta las obligaciones de una de las partes no anulará un negocio jurídico plurilateral, salvo que la

[16] Vásquez Martínez, Edmundo, Ob. Cit. Pp 528.
[17] Villegas Lara, Ob. Cit. Pp. 28.

realización del fin perseguido con éste resulte imposible, no subsisten dichas obligaciones."

Se entiende por negocio jurídico plurilateral a aquél en que los sujetos que intervienen no tienen intereses ni status jurídicos contrapuestos, como en el caso del contrato de sociedad.

7.10 Calidad De Las Mercaderías.

Cuando existe obligación de entregar mercaderías como consecuencia de un contrato, y no se estableció su especie o calidad, al deudor sólo puede exigírsele la entrega de mercaderías de especie o calidad medias. Lo anterior se encuentra estipulado en el artículo 690 del Código de Comercio.

7.11 Vencimiento De Las Obligaciones De Tracto Sucesivo.

Se entiende por obligaciones de tracto sucesivo aquellas cuyo cumplimiento, no es instantáneo (de una sola vez) sino que requiere para su realización de una repetida actividad o una mantenida inactividad por parte del obligado.[18] Nuestro Código de Comercio establece la regla de que la falta de un pago da por vencido el plazo de la obligación y la hace exigible en su totalidad. (Arto. 693 Código de Comercio).

[18] Brañas, Alfonso. Ob. Cit. Pp. 32.

CAPITULO II

1. ASPECTOS HISTORICOS DEL CONTRATO DE TARJETA DE CREDITO.

1.1 En General.

Los datos acerca de las primera tarjetas de crédito y el lugar en que nacieron constituyen a la fecha motivo de polémica. Lo más aceptado es que la tarjeta de crédito tuvo su origen en Europa a principios del siglo XX.

Se ha establecido que en las postrimerías de la segunda guerra mundial un grupo de alemanes se encontraba en un negocio de los pocos que aún quedaban en pie y trataron de pagar su consumo con un cheque, lo que pareció de lo más descabellado al comerciante, pero los consumidores le plantearon que les recibiera el cheque, adjuntándole al mismo una tarjeta de identificación del girador del cheque, propuesta que fue vista con muy buenos ojos por parte del comerciante quien de inmediato recibió el cheque.

Posteriormente, este grupo de alemanes siguió utilizando esta técnica hasta que finalmente se perfeccionó y dio origen a la tarjeta de crédito, que se considera que no alcanzó mayor auge sino hasta que llegó en la década de 1920 a los Estados Unidos de América, país en donde aparecieron las tarjetas de crédito similares a las que conocemos en la actualidad[19] y las que fueron emitidas por grandes empresas propietarias de grupos de sociedades controladas y con gran organización, generalmente internacionales, dedicadas al negocio del petróleo quienes crean una tarjeta que

[19] Estrada Pérez, Mayra Elsa Yolanda Ninnette. Tesis: Funcionamiento y Regulación de la Tarjeta de Crédito. 1993. Pp.1.

permite a sus clientes obtener crédito en sus diversas empresas; de igual manera, a efecto de aumentar sus ventas, las grandes tiendas llamadas "almacenes por departamentos" deciden adoptar este novedoso sistema de crédito emitiendo tarjetas que permitían a sus clientes predilectos obtener mercancías sin necesidad de cancelarlas al momento de adquirirlas.

Por restricción gubernamental durante la segunda guerra mundial en E.E.U.U. las tarjetas desaparecieron. Al terminar la guerra éstas reaparecieron y en 1947 algunas empresas ferrocarrileras y líneas aéreas proporcionaron a sus clientes privilegiados determinadas tarjetas, por medio de las cuales se identificaba a los tenedores, facilitándoles así crédito.

Sin embargo la función primordial de dichas tarjetas era una identificación concedida por cortesía y se conocían como tarjetas de viaje aéreo (air travel cards).[20]

En 1950 da inicio la "Era del Dinero Plástico", apareciendo en Nueva York un empresario llamado Frank McNamara quien se dio cuenta que podía hacer dinero dejando que otras personas utilizaran su tarjeta aérea cobrándoles por ello algún interés, lo cual le dio la idea de poder organizar una compañía que se dedicara específicamente a negociar con tarjetas de crédito, comercio que en aquel tiempo era desconocido y considerado como mala inversión. Esta compañía fue llamada Diners Club (Club de Comensales). Originalmente las operaciones de esta empresa eran simples y rudimentarias por la cantidad de individuos involucrados ya que garantizaba el pago posterior al del consumo de comidas de sus asociados en restaurantes, descontándoles un porcentaje entre

[20] Ascarelli, Tullio. Derecho Mercantil. Ed. Porrúa S..A. 1ª. Edición, México. 1940.

el 5% y el 7.5% por la prestación del servicio de crédito, lo que sería reembolsado por el poseedor en determinado plazo.

En 1951 por el crecimiento de Diners Club fue necesario fabricar tarjetas en cartulina que contenían el nombre y la firma del socio, así como una lista de los establecimientos donde sería aceptada.

También en 1951 el Franklin National Bank de New York emite la primera tarjeta de crédito bancaria, lo que fue rápidamente imitado por muchos otros bancos y para finales de 1955 ya existían 62 bancos con tarjeta propia. Entre los años 1958 y 1960 la gran mayoría de estos bancos y muchas otras compañías que fueron organizadas para promover estas tarjetas, tuvieron que desistir en su intento de continuar, en vista de las pérdidas millonarias que habían sufrido por haberse iniciado un conflicto de uso tal que el servicio no valía la pena para el comerciante a menos que hubiera un gran número de tenedores de tarjetas de crédito, mientras que por su parte, el tenedor potencial, no tenía interés en la tarjeta de crédito a menos que hubiera un gran número de comerciantes involucrados.

Para 1958 se cuenta con una nueva tarjeta de crédito internacional para viajes y entretenimientos llamada "American Express". En infraestructura y experiencia American Express Inc. contaba con una impresionante red de comunicación interbancaria dentro y fuera de los Estados Unidos, lo que garantizó el éxito inmediato que tuvo dicha tarjeta.

En 1966 un grupo de bancos de Nueva York crea el sistema Interbank en forma de cooperativa y con un sistema de intercambio y compensación sin ganancias.

En el año de 1970 resurge la idea con mayores medidas de seguridad y más amplitud de financiamiento, con dos empresas fuertes siempre dentro de los Estados Unidos de Norte América, que son Master Charge (hoy Master Card) y Bank Americard (Visa -International Service Association-), ambas con financiamientos bancarios muy fuertes y empresarios muy bien organizados.

Nacen de esta manera dos empresas especializadas en la emisión de tarjetas de crédito, desmembrándose definitivamente la calidad de vendedor y otorgante de crédito en dos personas distintas; a este respecto el tratadista argentino Corgono afirma que este es el verdadero sistema de tarjetas de crédito, indicando: "a través de una firma que sirve de cordón umbilical se unen empresarios totalmente independientes entre sí, y que no cuentan con una organización adecuada para hacer frente a las contingencias de este contrato, acercando bienes y servicios a una demanda que se nuclea a través de la firma emisora".[21]

Con la inclusión de un tercero en la relación crediticia surge un vínculo complejo, en virtud de que mediante la formalización de diversos contratos individuales se forma una comunidad en donde se acepta consensualmente el otorgamiento del crédito, además esa comunidad debe ser lo suficientemente solvente para poder otorgar la más variada calidad y cantidad de bienes y servicios.

Master Charge principia en 1967 cuando Western States Bankcard crea su propio programa y se une con Interbank.

[21] Cogorno, Eduardo Guillermo. Teoría y Técnica de los Nuevos Contratos Comerciales, Ediciones Merui,

1.2 En Guatemala.

En Guatemala, la primera empresa mercantil innovadora de la tarjeta de crédito fue CUENTAS S.A., ya que en 1961 la implementó con un capital netamente guatemalteco, que fue un negocio que no llegó a tener la prosperidad deseada. Esta tarjeta de crédito nació principalmente con el objeto de sustituir a las tarjetas de sueldos que era el medio de pago empleado por el gobierno para con sus trabajadores debido a la insolvencia en que se encontraba en esos años el gobierno; como consecuencia de la misma éste no podía pagar a sus trabajadores y les extendía las ya mencionadas tarjetas de sueldos, las que para ser cobradas, debían los trabajadores dejar transcurrir un plazo previamente establecido, por lo que los trabajadores se veían en la necesidad de negociarlas con los usureros quienes les rebajaban valor a las mismas para darles efectivo a cambio.

Contrariamente a dichas tarjetas de sueldos, la tarjeta de crédito de Cuentas S.A. les ofrecía un determinado crédito pudiendo pagar los beneficiados el 50% del saldo a los 30 días y el saldo a 60 días sin recargo de intereses sino a partir del cuarto mes, siendo esta tarjeta una mejor opción para los trabajadores del Estado, ya que el crédito era otorgado en establecimientos mercantiles en los que se vendían artículos de primera necesidad que satisfacían de inmediato las necesidades de los trabajadores y podía ser utilizada únicamente como medio de compra.[22]

Tres años después Diners Club Internacional se establece en Guatemala, siendo ésta la primera tarjeta internacional, la cual estuvo representada, ya que tenía sus oficinas en el extranjero y

Argentina. 1979. Pp.205.
[22] Estrada Pérez, Mayra Elsa Yolanda. Ob. Cit. Pp.3

hasta 1975, se constituyó en Guatemala a través de TACA DE GUATEMALA, S.A. que actuaría como concesionaria exclusiva.

En 1976 se establece una sociedad anónima llamada CREDOMATIC, cuya actividad principal fue la emisión de tarjetas de crédito, iniciando sus operaciones con la marca Master Card y en 1978 con VISA, enfocando su uso a nivel internacional. Dicha empresa es subsidiaria del Bac International Bank, grupo financiero internacional establecido en 1977.

En 1983 esta empresa a raíz de la implementación del control de cambios concientizó el uso de la tarjeta para compras locales eliminando así el posesionamiento de uso sólo internacional en hoteles y ventas de ropa.

En 1984 lanzó al mercado su propia tarjeta Credomatic, la cual permitió una masiva demanda y por ende el crecimiento de compras efectuadas principalmente en supermercados.

Credomatic mantiene una preferencia significativa en el mercado medido a través del uso de tarjeta de crédito en la compra de bienes y servicios en más de 9,000 establecimientos afiliados.

A finales de los años 80 otras empresas emitieron tarjetas de crédito, tales como Multicredit, Visa Paiz, Credit -O-, etc.

2. CONTRATO DE TARJETA DE CREDITO.

2.1 Concepto.

Hernando Sarmiento Ricaurte[23] dice: " es el contrato mediante el cual una entidad crediticia (banco o institución financiera), persona jurídica, concede un crédito rotatorio de cuantía y plazo determinados, prorrogable indefinidamente a una persona natural con el fin de que esta lo utilice en los establecimientos afiliados".

El autor Eduardo Guillermo Congorno [24] lo define así: "es un contrato complejo de características propias que establece una relación triangular entre un comprador, un vendedor y una entidad financiera, posibilitando al primero la adquisición de bienes y servicios que ofrece el vendedor, mediante la promesa previa formulada a la entidad emisora, de abonar el precio de sus compras en un plazo dado; por su parte el emisor se hará cargo de la deuda, abonando inmediatamente el importe al vendedor previa deducción de las comisiones que hayan estipulado entre ambos por acercamiento de la demanda".

La tesis denominada Propuesta de Regulación Legal Específica para las Tarjetas de Crédito en Guatemala, realizada por la Licda. Lorena Dinora Arriaga Castillo[25] define el contrato de tarjeta de crédito así: "La tarjeta de crédito es únicamente el documento que identifica al tarjetahabiente como sujeto de crédito y a la entidad que emite la misma y que respalda el crédito otorgado y con quienes previamente a extenderlas se ha celebrado un contrato

[23] Sarmiento Ricaurte, Hernando. La Tarjeta de Crédito, su aspecto Jurídico y Económico. Editorial Temis, Bogotá. 1979. Pp.7.
[24] Cogorno, Eduardo Guillermo. Ob. Cit. Pp.205.
[25] Arriaga Castillo, Lorena Dinora. Tesis Propuesta de Regulación Legal Específica para las Tarjetas de Crédito en Guatemala. Editorial. Higsa Gala. 1993. Pp.5.

especifico de emisión y uso de la tarjeta de crédito, eso por parte del tarjetahabiente; además se celebra previo a recibirlas como medio de pago, contratos individuales con cada una de las casas comerciales por medio de afiliación a la entidad emisora en el que convienen en los porcentajes que se deducirán por el servicio de uso y manejo de tarjeta de crédito".

Con relación a la anterior definición diremos que a nuestro juicio es la más ajustada y más completa ya que a través de ella se describe en forma más detallada la relación tripartita que esta operación involucra, por lo que a nuestro criterio es la que mejor que define lo que es una tarjeta de crédito.

2.2 Clases De Tarjetas De Crédito.

En nuestro país, el tema sobre las tarjetas de crédito en su estudio no ha tenido gran desarrollo y por lo mismo la evolución doctrinaria y jurídica ha sido muy escasa; en este sentido citaré algunos autores extranjeros que han realizado sus propias clasificaciones:

Grisoli y Zavala Rodríguez[26] estudian este tema bajo la terminología de "cartas de crédito" y "carnés de crédito", y no por ello dejan de referirse a la terminología inglesa *credit card*, así:

1) Consumer cards: utilizadas para la compra de determinados bienes.
2) All purpose credit cards: utilizadas para la adquisición de todo tipo de bienes y servicios.
3) Credit and entertainment: utilizadas para turismo y por lo común con carácter internacional.

[26] Grisoli, Angel. Las cartas de crédito en la política mercantil italiana. LL142-923.
Zavala Rodríguez, Carlos J., Código de Comercio y leyes complementarias y concordados T.V. Pp.338.

4) Charge accounts: cuando su utilización impone ciertas condiciones y el pago de la deuda se debe hacer en rígidos plazos de amortización.
5) Revolting credit accounts: cuando el crédito puede ser reutilizado periódicamente, en la medida de la cancelación también periódica del monto utilizado.

Otros autores como Muñoz y Cogorno[27] las clasifican de la manera siguiente:

1) Según su función:
   a) Consumer cards.
   b) All purpose credit cards. Y
   c) Credit and entertainment.
2) Según las condiciones o modalidades de pago:
   a) Charge o permanent credit accounts, cuando el crédito debe abonarse en estrictos plazos de pago y generalmente en forma total. Y,
   b) Revolting Credit accounts cuando se permite hacer uso del crédito - en forma total o parcial-, siempre que se haya abonado un determinado número de cuotas de amortización.

Para Roberto A. Muguillo[28] se deben esbozar atendiendo a los siguientes criterios distintivos:

1) Según el crédito concedido y las condiciones o modalidad de pago:
   a) Tarjetas de crédito de pago inmediato, charge accounts o regular credit cards, son aquellas en que se difiere el pago a un plazo o lapso determinado en que indefectiblemente se debe cancelar el crédito. Por ejemplo Diners Club Argentina,

[27] Muñoz, Luis. Contratos y Negocios Jurídicos Financieros. T. II. Pp.724.
Cogorno, Eduardo Guillermo. Ob. Cit. Pp. 220.
[28] Muguillo,A. Roberto. Tarjeta de crédito. Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Deplama. Buenos Aires 1994. Pp.18-21

donde originariamente debía cancelarse la totalidad de la liquidación;

b) Tarjetas de crédito stricto sensu o revolting credit accounts que permiten hacer uso del monto total del crédito que se otorga, siempre que se haya abonado el total un número determinado de mensualidades o un determinado monto del crédito. Y,

c) Tarjetas de crédito combinadas o combined credit cards or accounts, cuando ambos sistemas están combinados en su operatoria.

2) Según la entidad emisora:

a) Bancarias: cuando la empresa emisora es una entidad bancaria, ya sea una única entidad bancaria o un grupo de entidades bancarias asociadas. Y,

b) No bancarias: cuando las tarjetas son emitidas por organismos o entidades no bancarias, lo cual es más común hoy en día.

3) Según el objeto:

a) Múltiples o universales, all purpose credit cards o general credit cards, cuando por medio de ellas se puede lograr la adquisición o contratación de una multiplicidad de bienes o servicios.

b) Particulares para uno o varios servicios determinados, special purpose credit card entre las cuales citamos las mencionadas en la clasificación de Zavala Rodríguez como credit and entertainment y consumer card.

4) Por su ámbito territorial:

a) Internacionales puesto que pueden utilizarse en casi todo el mundo, en los lugares y establecimientos adheridos al sistema.

b) Nacionales cuando sólo se las puede usar dentro de los límites territoriales del país donde está la empresa emisora de la tarjeta. Y,

c) Locales cuando sólo puede usarse dentro de una localidad determinada.

5) Por su duración:

a) Limitadas cuando su validez y utilización está sujeta a un período determinado al cabo del cual deben ser renovadas y pagarse un canon.

b) Ilimitadas, cuando no tienen un plazo de duración especial o determinado, ni un término de caducidad.

6) Además existen las Tarjetas de Afinidad que emiten diversas instituciones (colegios profesionales, institutos d enseñanza, galerías comerciales, etc.) que benefician a ciertos sectores de la población.

El autor Raúl Cervantes Ahumada[29] distingue dos clases de tarjetas de crédito, éstas son:

1) Directas; y

2) Indirectas.

1) Tarjetas De Crédito Directas.

También llamadas **internas**, es un documento que acredita a su tenedor como sujeto de crédito para obtener de la entidad comercial creadora o emisora de la tarjeta, mercancías o servicios para pagar al crédito. Estas tarjetas sólo se podrán hacer valer en los establecimientos propietarios de la tarjeta, es decir que la relación contractual se da entre emisor y tarjetahabiente, ejemplo: las tarjetas que emite Kismet, Cemaco.

Este tipo de tarjeta se clasifica como la tarjeta del sistema bipartito.

[29] Cervantes Ahumada, Raúl. Títulos y Operaciones de Crédito. Editorial Herrero. 1978. Pps. 305, 306.

2) Tarjetas De Crédito Indirectas.

El acreditante que generalmente es un banco o entidad financiera creadora de la tarjeta abre al acreditado un crédito por cuenta corriente para que por medio de la tarjeta pueda el acreditado presentarse ante el establecimiento comercial afiliado y haciendo uso de su crédito obtenga bienes o servicios del establecimiento que los proporcione, el que cobrará al creador de la tarjeta que a su vez enviará al acreditado un estado de cuenta mensual y le cobrará el importe de las operaciones que haya realizado. En este caso hay relación entre 3 partes.

De lo anterior se afirma que existen 2 modalidades o sistemas:

A) Sistema bipartito; y
B) Sistema tripartito.

A) Sistema Bipartito.
En el cual intervienen únicamente dos partes; un establecimiento comercial que es el que otorga el crédito y el tarjetahabiente que es el beneficiario del mismo, ejemplo: Tarjetas de Sombol, Kismet, Simán, Cemaco, Acquaroni, etc.

B) Sistema Tripartito.
En este sistema intervienen tres partes:

1) **entidad financiera**: puede ser un banco o cualquier otro tipo de empresa, siendo su función principal la de otorgar una línea de crédito al tarjetahabiente y posteriormente la de realizar los pagos respectivos a los establecimientos que se deriven de la utilización de la tarjeta de crédito.

2) **El establecimiento afiliado**, es la persona natural o jurídica que realiza la venta o prestación de los servicios que se adquieren y acepta que éstos sean obtenidos mediante la presentación de la tarjeta de crédito y la firma de un comprobante de venta por parte del titular de la misma. Ejemplo: Bicredit, Master Card.

3) **El tarjetahabiente**, es el usuario o tenedor de la tarjeta, es el beneficiario del crédito otorgado por la entidad financiera, quien lo utiliza para la adquisición de bienes y servicios cuyo valor cancela posteriormente a la entidad financiera de acuerdo con las estipulaciones del contrato celebrado entre ambas.

Dentro del sistema tripartito es conveniente hacer una subdivisión consistente en tarjetas locales o nacionales e internacionales.

Tarjetas Nacionales o Locales.

Son aquellas que pueden ser utilizadas por su titular en varios establecimientos comerciales afiliados dentro de un territorio determinado. Actualmente este tipo de tarjeta está ampliando su cobertura y no sólo puede ser usada en el país donde fue emitida sino que en un área de países determinado. Ejemplo: Plata Visa Local ahora puede ser usada en Guatemala, Centroamérica, México y Panamá.

Tarjetas Internacionales.

Son emitidas en un determinado país pero su uso no se limita a éste sino por el contrario puede adquirirse con esta tarjeta bienes o servicios en otros países, siendo un requisito exigido para poder optar a estas tarjetas de crédito, el tener el tarjetahabiente su domicilio en el país en donde se emite la tarjeta de crédito, dando además estas tarjetas internacionales, la oportunidad de adquirir los bienes y servicios en dólares

americanos o en cualquier tipo de moneda en cualquier lugar del mundo.

La tesis denominada La Tarjeta de Crédito y su Cobro Judicial, realizada por el Lic. Edgar Allan Taylor Santos[30], las clasifica así:

1) Según la persona:
   a) Personales: las que son utilizadas por personas individuales, y es cada persona la que se encarga del movimiento y uso de la misma, así como también es responsable de las compras y servicios utilizados.
   b) Empresariales: A diferencia de las anteriores, estas tarjetas son solicitadas por personas jurídicas y son otorgadas a éstas por medio del representante que ellas designen para manejar el movimiento de las mismas (no necesariamente es el Representante Legal), a veces se las proporcionan a viajeros para que consuman con ellas en sus giras.
   c) Adicionales: No son más que la ampliación en el uso de una tarjeta de crédito, tanto personales como empresariales, sin que esto signifique que se amplía también el límite de crédito disponible.

2) Según el ámbito territorial de validez:

   a) Locales: Este tipo de tarjetas pueden ser personales o empresariales, pero sólo pueden utilizarse dentro de los límites territoriales del país donde está la empresa emisora o donde ésta se lo permita al tarjetahabiente.

[30] Taylor Santos, Edgar Allan. Tesis La Tarjeta de Crédito y su Cobro Judicial. Mayo 1998. Pp.18, 19.

b) Internacionales: pueden utilizarse en casi todo el mundo, específicamente en los lugares y establecimientos adheridos al sistema.

3) Otras:

a) Las de afinidad: otorgadas por instituciones como colegios profesionales, institutos de enseñanza etc. que son más concesivas de un tipo de status para sus portadores.

b) Bancarias: emitidas por los bancos ya sea con el aval de algún tipo especial de tarjetas de crédito o simplemente con el aval del banco mismo.

2.3 Requisitos para obtener una Tarjeta de Crédito.

Para un empleado en relación de dependencia.

1) Llenar formulario de solicitud y firmar el contrato.
2) Tener un ingreso mensual de: para la tarjeta local Q.1,200.00 y para la internacional Q.3,500.00.
3) Adjuntar certificación de ingresos expedida por el Departamento Financiero o de Personal de la empresa para el sector privado; y para el sector público además deberá acompañar el codo del cheque.
4) Adjuntar fotocopia de la cédula de vecindad o licencia de conducir.

Para un propietario de establecimiento

1) Llenar formulario de solicitud y firmar el contrato.
2) Adjuntar copia de la patente de comercio.

3) Copia de los estados de cuenta bancarios de los últimos tres meses, si fuere cuenta de depósitos monetarios o copia de la libreta de ahorros.
4) Fotocopia de cédula de vecindad o licencia de conducir.

Para un profesional

1) Llenar formulario de solicitud y firmar el contrato.
2) Adjuntar: copia del carnet de colegiado y la última declaración jurada del impuesto sobre la renta, si no tuviere otra forma de comprobar sus ingresos.
3) Fotocopia de la cédula de vecindad o licencia de conducir.

2. Importancia Del Contrato de la Tarjeta De Crédito.

Siendo el contrato de tarjeta de crédito eminentemente mercantil es importante indicar que el documento que acredita la celebración del contrato de tarjeta de crédito en sí, es representado por una tarjeta plástica con cinta magnética y la misma vino a sustituir el papel moneda, siendo más práctica y segura, en virtud que se ha comprobado que los tarjetahabientes (consumidores) no les gusta tener en su bolsillo efectivo, obteniendo un crédito inmediato.

Con el nacimiento de la tarjeta de crédito indirecta, del sistema tripartito, surgen las operaciones comerciales entre los operadores de las tarjetas de crédito (emisores: bancos, comercios y entidades financieras) y los diferentes proveedores, tales como: hoteles, restaurantes, perfumerías, farmacias, supermercados, zapaterías, bufetes profesionales, centros hospitalarios, centros clínicos, boutiques, floristerías, joyerías, mueblerías, ventas de electrodomésticos, discotecas, relojerías, panaderías, reposterías, gasolineras, ópticas, ventas de repuestos, librerías,

jugueterías, confiterías, agencias de viajes, agencias de automóviles, venta de equipo electrónico (computadoras, fotocopiadoras), etc., surgiendo por ende en forma atípica y atendiendo a las necesidades y requerimientos de los tarjetahabientes, el Contrato de Afiliación de Proveedores.

CAPITULO III

1. Aspectos Históricos del Contrato de Afiliación de Proveedores.

1.1 En General:

En E.E.U.U. en 1920 la Compañía General Petrolium fue la primera empresa que suscribió contratos de afiliación de proveedores con las diferentes gasolineras, a efecto de que las afiliadas suministraran combustible a los tarjetahabientes.

Debido a la restricción gubernamental decretada en Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) los diferentes contratos de afiliación fueron suspendidos, ya que los tarjetahabientes no pudieron adquirir bienes y servicios con sus tarjetas de crédito, pues éstas desaparecieron.

No fue sino hasta en 1950, en New York cuando resurge el Contrato de Afiliación de Proveedores gracias a Frank McNamara, quien creó una organización que afiliaba a los mejores restaurantes garantizándoles a los mismos el pago de los consumos realizados por sus socios, creó así Diners Club.

En 1951 por el crecimiento de Diners Club fue necesario emitir una lista de los establecimientos proveedores donde sería aceptada la tarjeta de crédito.

De 1951 a 1955, sesenta y dos (62) bancos estadounidenses contaban con sus propias carteras de establecimientos afiliados.
En 1958 cuando surge American Express no afiliaba sólo a proveedores nacionales sino también internacionales.

En los años 60 no fue muy atractivo para los proveedores afiliarse, al igual que para los emisores tratar de que éstos lo intentaran, ya que en New York nace el sistema Interbank en forma de cooperativa y con un sistema de intercambio y compensación sin ganancias.

En 1970 nace Master Charge y Bank Americard ambas con financiamientos bancarios fuertes y empresarios afiliados muy bien organizados.

1.2 En Guatemala:

En Guatemala, fue la empresa Cuentas S.A. la pionera del Contrato de Afiliación de Proveedores, ya que afilió establecimientos mercantiles en los que se vendían artículos de primera necesidad. Se inicia este vínculo en los años 60 y su evolución fue un poco más lenta debido a la economía conservadora que observaba la comunidad, rigiéndose básicamente por el dinero en efectivo.

En 1963 Diners Club se establece en Guatemala, cuyos afiliados eran nacionales y extranjeros, con la particularidad que para afiliarse tenía que remitirse la solicitud a Estados Unidos, razón por la cual los establecimientos se resistían a suscribir este contrato y fue hasta 1975 que se constituyó en Guatemala a través de Tacre de Guatemala, S.A., pudiendo entonces todos aquellos establecimientos interesados en afiliarse presentar su solicitud en dichas oficinas, aumentando así la cartera de afiliados.

En 1976 se establece Credomatic siendo su actividad principal la emisión de tarjetas de crédito tales como Master Card, Visa y posteriormente su propia tarjeta llamada Credomatic, logrando superar la etapa de introducción, su fijación y aceptación dentro de la comunidad económicamente activa (establecimientos afiliados) en un porcentaje bastante elevado; y ha sido una de las pioneras

en este campo y por su evidente habilidad para llegar al mercado popular, que es la gran mayoría, ha alcanzado un auge increíble debido al sinnúmero de establecimientos comerciales que en su mayoría se afilia.

En 1997 Credomatic engrandeció su cartera de afiliados al emitir la Tarjeta American Express en toda el área centroamericana. A la fecha sólo la empresa Credomatic cuenta con nueve mil centros de comercio y servicios afiliados, mientras que en toda la región centroamericana tiene 36,000 establecimientos cubiertos.[31]

Empresas nacionales han contribuido para llevar a cabo la afiliación de proveedores, entre ellos tenemos al Grupo Inter Red quien tiene a su cargo la afiliación de proveedores de las empresas: Contécnica, S.A. que representa a Bi-Credit y Bi-Club; Multicredit S.A. que representa a Multicredit; Procard Internacional S.A. que representa al grupo pro; Acceso, S.A. que representa al grupo Plata; Servicios Globales S.A. que representa a Banco de Occidente, todos lo anteriores del Grupo Visa.

Asimismo, el grupo Interbank tiene a su cargo la afiliación de proveedores que deseen trabajar con el aval del Grupo Visa con la modalidad que éstos automáticamente se afilian al sistema electrón (cheque plástico, tarjeta de débito), lo que ha interesado a muchos establecimientos comerciales y servicios.

[31] **Prensa Libre. Empresas de Tarjeta de Crédito se Fusionan para enfrentar los retos de la Globalización económica. 06-02-97.Pp. 82.**

2. Definición del Contrato de Afiliación de Proveedores.

Previo a definir el contrato en mención, es necesario conocer los significados de los vocablos afiliación, proveedor, emisor, establecimiento comercial y adquisición de bienes o servicios, así:

Afiliación: "hecho de entrar a formar parte de un partido político, de una asociación o de una agrupación, con fines lícitos.".

Proveedor: "Quien realiza una provisión o abastecimiento. Más en especial, el que lo efectúa habitualmente para cada cliente."[32].

Emisor: por lo regular se trata de un banco o entidad financiera y quien emite tarjetas de crédito.

Establecimiento Comercial: Es la persona natural o jurídica que realiza la venta o prestación de bienes o servicios.

Adquisición de bienes: Acrecentamiento o incorporación de una cosa mueble o inmueble al patrimonio de una persona física o jurídica.

Servicios: conjunto de elementos personales y materiales que, debidamente organizados, contribuyen a satisfacer una necesidad o conveniencia general y pública.

[32] Ossorio, Manuel. Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales. Editorial Heliasta S.R.L. Buenos Aires, República Argentina. Pp.41

Definición:

La tesis denominada Funcionamiento y Regulación de la Tarjeta de Crédito realizada por la Licda. Mayra Elsa Yolanda Ninnette Estrada[33] explica que el Contrato de Afiliación de Proveedores: "Es el contrato que se celebra entre el emisor de una tarjeta de crédito y un establecimiento comercial, en virtud del cual éste último se compromete a aceptar que los titulares de determinada tarjeta de crédito paguen el importe de su adquisición de bienes o servicios mediante la presentación de la tarjeta de crédito y la forma de una nota de cargo o comprobante de venta que serán cancelados por el emisor de la tarjeta de crédito al establecimiento a su presentación".

Como aporte personal lo defino así: "Es el contrato por medio del cual el emisor de una tarjeta de crédito afilia a una persona individual o jurídica, comprometiéndose ésta última a aceptar que los titulares de las tarjetas de crédito emitidas por dicho emisor, paguen la adquisición de bienes o servicios con estas tarjetas, verificando anticipadamente: la vigencia de la tarjeta de crédito, la no aparición en las listas de tarjetahabientes no elegibles, la autorización respectiva, la emisión de un comprobante de venta y la firma del titular; debiendo presentar posteriormente dichos comprobantes de venta acompañados de una nota de remisión ante el emisor para su respectivo pago en el plazo determinado, previa deducción del porcentaje estipulado".

[33] Estrada Pérez, Mayra Elsa Yolanda. Tesis, Funcionamiento y Regulación de la Tarjeta de Crédito. Ediciones Mayté. 1993. Pp.33.

3. Naturaleza Jurídica del Contrato de Afiliación de Proveedores.

Por su naturaleza atípico , innominado y se ubica dentro de los contratos de adhesión de conformidad con lo siguiente:

3.1 Concepto de Contrato de Adhesión.

El contrato de adhesión constituye una típica y cada vez más frecuente modalidad de la contratación, que se caracteriza porque una de las partes es la que fija las cláusulas o condiciones, en cuya celebración se propone el aceptarlo o rechazarlo en su totalidad, sin alternativa; es decir, adherirse a los términos del contrato preestablecido, sin la posibilidad de poder discutir su contenido.

Para Federico Puig Peña[34], los contratos de adhesión son "Aquellos en los cuales una de las partes (por lo general, económicamente más fuerte), impone el tipo general de las cláusulas en que está dispuesto a contratar, bastando que la otra acepte, se adhiera o desista de tal contrato, que no puede en modo alguno modelar a su conveniencia".

El artículo 1520 del Código Civil guatemalteco, expresa que: "Los contratos de adhesión, en que las condiciones que regulan el servicio que se ofrece al público son establecidos sólo por el oferente, quedando perfectos cuando la persona que usa el servicio acepta las condiciones impuestas."

[34] Puig Peña, Federico. Compendio de Derecho Civil Español. Editorial Arazadi. 1974. Pampiona. Pp. 421.

3.2 Características del Contrato de Adhesión.

Según los criterios doctrinarios de los juristas Planiol & Ripert [35] el contrato de adhesión presenta cinco puntos característicos, los cuales son:

a) la oferta se hace a una colectividad, a un grupo de personas indeterminado, que se perfecciona posteriormente al celebrarse el contrato con un particular, en otras palabras la oferta tiene un carácter general y permanente.

b) El convenio es obra exclusiva de una de las partes y el contrato tiene una serie de cláusulas concebidas en exclusivo interés del oferente.

c) La reglamentación del contrato es compleja, ya que comprenden en sus cláusulas conceptos poco comprensibles para el gran público que carece de conocimientos jurídicos.

d) La situación del que ofrece es preponderante respecto de la personas que necesitan, es decir su posición privilegiada les permite ofrecer sus servicios solamente al que quiera y pueda pagarlos o cumplir con ellos.

e) La oferta no puede ser discutida. Estos contratos suponen una aceptación integra de las cláusulas dictadas y sobre todo en las condiciones más importantes, en las que no se admite discusión de ningún género.

Para el Dr. René Arturo Villegas Lara[36] el contrato de adhesión ha sido discutido profundamente en la doctrina, tanto por la forma en que se da el negocio como en lo referente a su conveniencia para contener auténticas manifestaciones de voluntad, criticándosele por el hecho de colocar al consumidor en una posición de desventaja frente al que le ofrece un bien o un servicio. Sin embargo los que lo defienden consideran que es el medio más

[35] Planiol y Ripert. Tratado de Derecho Civil Francés. Tomo VI. Editorial Cultura, Habana. 1940. Pp160.

[36] Villegas Lara, René Arturo. Ob. Cit. Pps.32,33.

adecuado para aquellas transacciones que se dan en grandes cantidades.

En Guatemala, el Código de Comercio establece algunas reglas para interpretar los contratos por adhesión, con el objeto de proteger al contratante que recibe la oferta de contrato, ya que son producto de negociación en masa, siendo elaborados en serie, reduciendo al mínimo el esfuerzo de las partes y la pérdida de tiempo.

En el sistema de Afiliación de Proveedores la entidad emisora hace su oferta de afiliación al sistema en forma general, a una colectividad, a un grupo de personas (individuales o jurídicas) y la misma se concreta posteriormente al celebrarse con cada una de ellas ajustándose a las características anotadas, tratándose de un contrato especial en el que la voluntad común es generadora y directora de la relación jurídica.

4. Elementos del Contrato de Afiliación de Proveedores.

4.1 Personales.

Las partes que intervienen en este contrato son:

a) **la entidad emisora** generalmente es una persona jurídica, constituida en sociedades anónimas, siendo las mismas un banco o entidad financiera, quien extiende tarjetas de crédito y afilia a las personas individuales o jurídicas. Es el centro de todo el sistema alrededor del cual gira, pues constituye el enlace entre los tarjetahabientes y los establecimientos afiliados con quienes celebra los respectivos contratos de tarjeta de crédito y afiliación de proveedores.

b) **el proveedor o afiliado** puede ser una persona individual o jurídica que tenga o no la calidad de comerciante. La mayoría de los afiliados son establecimientos comerciales, pero puede darse el caso que el afiliado sea una persona individual no comerciante, o bien que puede tener otro carácter como sería la adquisición de un servicio administrativo o civil.

4.2 Reales:

En concreto es la aceptación por parte del emisor de la persona individual o jurídica como afiliada, a quien se le entregarán comprobantes de ventas, formularios de remisión y toda la papelería necesaria para las operaciones que llevarán a cabo, así como calcomanías y medios publicitarios que deberán usar y la máquina embozadora para troquelar o calcar las tarjetas de crédito, cuando sea manual o bien un transformador de P.O.S (point of sale- punto de venta- máquina que autoriza automáticamente) cuando se instale directamente en el sistema electrónico de la caja registradora.

Una vez entregado los insumos necesarios, el contrato de afiliación de proveedores le da la eficacia práctica al crédito concedido al tarjetahabiente, mediante la aceptación por parte del establecimiento comercial afiliado, como medio de compra de los bienes o servicios adquiridos, la presentación de la tarjeta de crédito y la suscripción de un comprobante de venta que sustituye al dinero en efectivo o a otros medios de pago como lo serían por ejemplo un cheque. Siendo este comprobante la exteriorización de todo el sistema, porque a través del mismo, se establece la existencia de la adquisición por medio de la tarjeta de crédito, el establecimiento comercial, lo acepta como medio de pago y la entidad emisora paga a ésta la suma representada en el comprobante.

4.3 Formales.

En cuanto a la forma de la afiliación, ésta se formaliza mediante un contrato impreso elaborado previamente por el emisor adjuntando la documentación que el mismo requiera, es decir mediante un contrato de adhesión y por escrito.

5. Caracteres del Contrato de Afiliación de Proveedores.

a) **Innominado** porque sólo ha sido la práctica social quien le ha otorgado un nombre no así la ley.
b) **Atípico** porque la ley no regula los elementos necesarios que lo encuadren en la misma.
c) **Formal** puesto que hay que suscribir un contrato por escrito.
d) **Bilateral** tanto el afiliado como el emisor contraen derechos y obligaciones recíprocas.
e) **Oneroso** ya que ambas partes persiguen o actúan con el ánimo de lucro, cumpliendo con uno de los principios del Derecho Mercantil, la entidad emisora mediante la comisión que cobra al establecimiento comercial afiliado y éste último mediante el incremento de sus ventas en virtud de la facilidad que otorga el crédito concedido a los tarjetahabientes.
f) **Accesorio** puesto que el mismo depende del Contrato de Tarjeta de Crédito.

6. Procedimiento de Afiliación.

Por lo general lo lleva a cabo personal contratado por el emisor, quienes efectúan visitas para ofrecer dicho contrato, explicando los derechos y obligaciones que de él se derivan. Asimismo, el futuro afiliado puede presentarse a las oficinas del emisor a

requerir la información necesaria o bien llamar por teléfono, enviar un fax o telegrama solicitando que le visite personal del Departamento de Afiliación.

Los solicitantes deberán llenar una solicitud y suscribir el Contrato de Afiliación de Proveedores previamente elaborado por el emisor y adjuntar la documentación requerida por éste, dependiendo del tipo de establecimiento de que se trate.

Tendrá que esperar de 3 a 5 días hábiles para que le aprueben su afiliación.

Para que un establecimiento se considere susceptible de afiliarse se analiza la importancia del negocio en razón de su localización geográfica, volumen de ventas y reputación que guarde, a efecto de precisar que los afiliados sean serios y responsables.

Una vez aceptada la afiliación el emisor proveerá:

a) papelería adecuada.
b) Si utilizare el sistema manual, una máquina calcadora, llamada también embozadora o troqueladora, consistente en una máquina que imprime en un comprobante de venta (voucher) los datos que aparecen resaltados en una tarjeta de crédito, debiendo consignar a mano el importe de la venta y el número de autorización solicitada telefónicamente.
c) Si se utilizare el sistema automático, un P.O.S. (Point of Sale = Punto de Venta), consistente en un sistema de autorización terminal electrónico, instalado directamente en la caja del establecimiento, conteniendo un código especial que conecta a una línea de autorización telefónica del emisor y que transmite los datos contenidos en la tarjeta de crédito así como el importe de la venta al centro de cómputo del emisor y éste a su

vez envía la autorización, por el mismo conducto imprimiendo la misma caja el comprobante de venta (voucher) respectivo.

d) Publicaciones.
e) Publicidad.
f) Entrenamiento al personal del afiliado.

Es de hacer notar que los emisores de las diferentes Tarjetas de Crédito no le han brindado la promoción debida de este contrato, ya que a pesar que existen miles de establecimientos comerciales, no todos están afiliados y muchos de los propietarios desconocen la existencia del mismo, así como la forma de afiliarse.

En otros casos, conocen el Contrato de Afiliación de Proveedores pero los establecimientos son pequeños por lo que el volumen de las ventas no es significativo y no se muestran interesados debido a que los porcentajes de comisión que cobra el emisor son demasiados altos y los mismos no son objeto de negociación.

7. Requisitos de Afiliación.

Si es Empresa Individual.

1. Llenar el formulario de solicitud y firmar el anverso y reverso del contrato.
2. Adjuntar fotocopia de: patente de comercio y cédula de vecindad o licencia de conducir del propietario.
3. Adquirir una máquina calcadora (embozadora o troqueladora).
4. Indispensable poseer línea telefónica.

Si es Sociedad Mercantil.

1. Llenar el formulario de solicitud y firmar el anverso y reverso del contrato.

2. Adjuntar fotocopia de: patente de comercio, nombramiento del representante legal y cédula de vecindad o licencia de conducir del propietario.
3. Adquirir una máquina calcadora (embozadora o troqueladora).
4. Indispensable poseer línea telefónica.

Si es Profesional.

1. Llenar el formulario de solicitud y firmar el anverso y reverso del contrato.
2. Adjuntar fotocopia de carné de colegiado activo y cédula de vecindad o licencia de conducir del profesional.
3. Adquirir una máquina calcadora (embozadora o troqueladora).
4. Indispensable poseer línea telefónica.

Si es una entidad cívica o social.

1. Llenar el formulario de solicitud y firmar el anverso y reverso del contrato.
2. Adjuntar fotocopia de: acta de nombramiento del presidente y cédula de vecindad o licencia de conducir del mismo.
3. Adquirir una máquina calcadora (embozadora o troqueladora).
4. Indispensable poseer línea telefónica.

8. Derechos y Obligaciones de las partes en el Contrato de Afiliación de Proveedores.

8.1 Derechos del Emisor.

a) Cobrar un porcentaje sobre las ventas realizadas por el afiliado, dependiendo del tipo de negocio de que trate, así: servicios varios tales como librerías, joyerías, etc. 8%; farmacias y servicios profesionales 6%; y sociedades civiles, de beneficencia pública y agencias de viajes 4%. Este

porcentaje se deducirá del monto total de los comprobantes de venta que presente el afiliado para su pago.

b) Cambiar la comisión del porcentaje que les descuentan sobre los montos de los consumos.

c) Recuperar del afiliado el valor de cualquier comprobante de venta más los gastos correspondientes, aún después de rescindido el contrato, si éste considera que la transacción ha sido viciada, aunque la transacción haya sido autorizada.

d) Negarse a abonar el importe de los comprobantes, cuando juzgue que éstos o las operaciones no se ajustan a las disposiciones preestablecidas en el contrato, aunque la transacción cuente con la respectiva autorización.

e) Ceder a otras empresas sus derechos sobre los afiliados, según su conveniencia, sin necesidad de previo ni posterior consentimiento del afiliado.

f) Enmendar el contrato en cualquier momento.

8.2 Obligaciones del Emisor.

a) Pagar al afiliado por cuenta de los tarjetahabientes el importe de las ventas realizadas.

b) Proporcionar al afiliado la papelería necesaria, tal como: comprobantes de venta, formularios de remisión así como calcomanías y medios publicitarios que deberán usar y la máquina embozadora para troquelar o calcar las tarjetas de crédito, cuando sea manual o bien un transformador de P.O.S. cuando se instale directamente en el sistema electrónico de la caja registradora.

d) Proporcionar al afiliado el listado de tarjetas no aceptables.

e) Prestar el servicio de autorizaciones de las transacciones que el afiliado realice.

8.3 Derechos del Afiliado.

a) Presentar los formularios de remisión ante el emisor adjuntando los comprobantes de venta para el pago respectivo.

b) Solicitar al emisor que le acrediten el importe de lo vendido en su cuenta de depósitos monetarios o bien que le gire cheques a favor del establecimiento dentro de los 2 a 5 dias hábiles posteriores a la presentación de los comprobantes de venta.

c) Dar por terminado en cualquier momento el contrato, dando el aviso respectivo.

8.4 Obligaciones del afiliado.

a) Aceptar como medio de pago la exhibición de la tarjeta de crédito.

b) Suministrar a los tarjetahabientes las mercancías, servicios y consumos.

c) No discriminar, ni hacer distingo alguno, ni aplicar recargos de ninguna naturaleza.

d) Verificar la legitimidad y vigencia de la tarjeta.

e) No realizar la venta cuando aparezcan señales de alteración de la tarjeta.

f) Imprimir con la embozadora en el comprobante de venta (voucher) las partes realzadas de las tarjetas de crédito.

g) Llenar el comprobante de venta consignando el total de las ventas incluyendo impuestos y propinas.

h) Solicitar autorización al emisor para efectuar la transacción.

i) Verificar que el número de la tarjeta de crédito no esté dentro del listados de tarjetas no aceptables.

j) Hacer que el tarjetahabiente firme el comprobante de venta.

k) Entregar copia de dicho comprobante de venta, así como la factura correspondiente al tarjetahabiente.

l) Presentar para su pago el formulario de remisiones, debidamente lleno, adjuntando copia de los comprobantes de venta en un plazo que oscila dependiendo del Emisor entre 3 a 30 días (no hábiles).

m) Pagar una comisión al emisor que oscila entre un 4% al 8%, dependiendo del tipo de negocio de que se trate. Ejemplo: servicios varios, librerías, boutiques 8%, farmacias y profesionales 6% y sociedades civiles, beneficencia pública y agencias de viajes 4%.

n) Instruir a sus empleados sobre el sistema y tomar las debidas precauciones.

o) En caso de devolución o reclamo de mercancías o servicio no hacer reembolsos en efectivo sino que emitir una nota de crédito.

p) Devolver la papelería que haya sido proporcionada por el emisor y que no haya usado el afiliado, así como la embozadora o bien el P.O.S. una vez terminado el contrato.

q) No cargar a los tarjetahabientes el porcentaje de comisión que la emisora le cobra al afiliado por el uso del servicio de tarjeta.

r) No suministrar dinero en efectivo a los tarjetahabientes.

s) No aceptar pagos.

t) Exhibir publicidad del emisor.

u) Autorizar la colocación del nombre de su establecimiento, empresa, local u oficina en el directorio de afiliados.

v) No ceder ni traspasar el Contrato de Afiliación de Proveedores ni los derechos que se deriven de él a terceros sin el consentimiento escrito del emisor.

Como observamos existen más obligaciones para el afiliado que derechos, por lo que hace que esta relación sea desigual.

9. Terminación Del Contrato de Afiliación de Proveedores.

Este contrato se da por terminado:

a) Por mutuo acuerdo.

b) Por voluntad de una de las partes.

c) Por rescisión acordada unilateralmente por el emisor, cuando el afiliado incumpla con cualesquiera de las obligaciones pactadas o bien cuando un tarjetahabiente presente una queja, para lo cual el emisor lleva a cabo una investigación.

10. Importancia de la Aplicación del Contrato de Afiliación de Proveedores.

A pesar que el Contrato de Afiliación de Proveedores es un contrato atípico, reviste de singular importancia en su mayoría entre los establecimientos comerciales afiliados, pues aunque el mismo no está regulado por la ley, en la práctica es conocido y utilizado debido a que los emisores han incrementado durante los últimos años la emisión de las tarjetas de crédito, siendo imperiosa la necesidad de que los mismos traten de afiliar al mayor número de personas individuales y jurídicas, a efecto de contar con una amplia cartera de establecimientos que puedan ofrecer la adquisición de bienes y servicios a los múltiples tarjetahabientes. Por otro lado, desde el punto de vista del afiliado, se ha visto en la necesidad de aceptar cláusulas impositivas para tratar de captar el mayor número de clientela y así poder incrementar sus ventas, ya que actualmente se encuentran afiliados: a) **establecimientos comerciales** tales como: hospitales, clínicas médicas, laboratorios clínicos, cafeterías, restaurantes, joyerías, panaderías, zapaterías, boutiques, floristerías, librerías, teatros, agencias de viajes, ferreterías, espectáculos, discotecas, venta de discos, mueblerías, jugueterías, agencias de

alquiler de vehículos, venta de automóviles, procesadores de lácteos, oficinas de correo internacional, ventas de equipo de computación, relojerías, aserraderos, gasolineras, confiterías, farmacias, funerarias, etc. b) **profesionales** de las distintas ramas profesionales. c) **personas individuales**: como artistas, pintores, artesanos; d) **asociaciones civiles** como Fundabiem, Asociación del Niño Por El Niño (Anini), Asociación Fe y Alegría, Asociación Funda Niños, Etc. y, e) hoy en día hasta los **equipos de fútbol** como Comunicaciones y Municipal.

10.1 Importancia para el Afiliado.

1) Ampliación de su cartera de clientes por medio de su inclusión en la lista de empresas a las cuales cualquier tarjetahabiente puede concurrir a adquirir bienes o servicios sin pago efectivo.
2) Creación de medio de pago con sólida garantía de la empresa emisora que le permite ampliar el acercamiento de su oferta con la demanda externa a su negocio y colocar sus productos con mayor facilidad y sin necesidad de una publicidad o promoción especial.
3) No tiene necesidad de recurrir a una línea de crédito propia con el consecuente alto costo administrativo y de información que ello le irrogaría necesariamente.
4) Obtiene mayor tiempo libre sin la preocupación de las cuentas por cobrar, tiempo que puede dedicarlo a la operación y desarrollo del negocio.
5) Interés en producir una apertura de su comercio a nuevos segmentos del mercado consumidor .
6) Ahorro de costos para el comerciante desde dos puntos de vista: 1) al no tener su propio departamento de créditos e informaciones comerciales. 2) gastos de publicidad, la cual se logra por medio de la propia empresa emisora que es la gran interesada en adherir a su sistema la mayor cantidad de

proveedores de bienes y servicios como arrendamiento de éxito de su organización.

7) Símbolo de importancia al colocar a la vista de todos el emblema que caracteriza la adhesión a determinadas tarjetas.
8) Evita al comerciante el exceso de efectivo en caja con lo cual reduce sus riesgos de robo, hurto evitando traslados de dinero a los bancos, etc.

10.2 Importancia para El Emisor.

1) Brinda operatividad y rentabilidad del sistema cuyo beneficio se aprecia a la luz por las comisiones y descuentos.
2) Percibe beneficios de las 2 partes: del afiliado y del tarjetahabiente; del afiliado por los descuentos porcentuales sobre las ventas, según sea la índole del negocio y de los productos vendidos por el proveedor y por parte del tarjetahabiente por los cánones anuales, gastos administrativos e intereses.
3) Captación de clientes: a) si la entidad fuere financiera, la jerarquía de su sistema le permite atraer mayor clientela usuaria de la tarjeta de crédito y por ende mayor beneficio. b) si la entidad emisora fuera bancaria, ello promoverá en el giro del sistema una mayor afluencia de depósitos en cuenta corriente por las previsiones de pago de liquidaciones. C) Si la empresa emisora fuera empresa comercial que amerite su propia tarjeta el servicio le permitirá ingresar una gama más diversa de consumidores que tentados por el pago diferido constituirán una ampliación de cartera y de clientela.
4) Reduce la utilización del cheque como instrumento de pago, ya que tanto la entidad emisora como el titular usuario limitan sus libranzas a una sola.

5) Para las entidades bancarias emisoras significa un ahorro de costos de impresión de cheques, que es uno de los más elevados dentro de su operatoria.

CONCLUSIONES

1. El Contrato de Afiliación de Proveedores es atípico, pues no está regulado en nuestro ordenamiento legal, siendo el resultado de una práctica mercantil que flexibiliza las transacciones comerciales, naciendo éste del Contrato de Tarjeta de Crédito.

2. Se trata de un contrato de adhesión, en el que el emisor establece normas unilaterales.

3. A través de este contrato se aprecia una expansión y beneficio para los afiliados, en cuanto a la cartera de clientes.

4. Para el emisor representa un incremento de sus ingresos, puesto que cobra un porcentaje a sus afiliados, el cual es fijado por él mismo.

RECOMENDACIONES

1. Que se fijen a través del órgano gubernamental apropiado los porcentajes a pagar por los afiliados a los emisores de las Tarjetas de Crédito o bien que dichos porcentajes sean objeto de negociación con dicho emisor, de conformidad con el tipo de establecimiento, volumen de ventas y otros factores.

2. Que por parte del emisor de las tarjetas de crédito se brinde mayor oportunidad y facilidad a los pequeños empresarios para que puedan afiliarse y así incrementar sus ventas.

3. Que por parte del emisor de las tarjetas de crédito se lancen campañas promocionales para dar a conocer este contrato al mayor número de comercios.

BIBLIOGRAFIA

1. Arriaga Castillo, Lorena Dinora. Tesis: Propuesta de Regulación Legal Específica para las Tarjetas de Crédito en Guatemala. Editorial Higsa Gala. 1993.
2. Arrubla Paucar, Jaime Alberto. Contratos Mercantiles Tomo I. 7ª. Edición. Biblioteca Jurídica Dike. 1995.
3. Arrubla Paucar, Jaime Alberto. Contratos Mercantiles Tomo II. 21ª. Edición. Biblioteca Jurídica Dike. 1992.
4. Brañas, Alfonso. Parte III. Obligaciones. Editorial Universitaria.
5. Broseta Pont. Manuel. Manual de Derecho Mercantil. 8ª. Edición. Editorial Tecnos S.A. 1990.
6. Cabanellas, Guillermo. Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, Tomo I. 14ª. Edición. Editorial Heliasta S.R.L. Buenos Aires. 1993.
7. Cabanellas, Guillermo. Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, Tomo II. 14ª. Edición. Editorial Heliasta S.R.L. Buenos Aires. 1993.
8. Cabanellas, Guillermo. Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, Tomo III. 14ª. Edición. Editorial Heliasta S.R.L. Buenos Aires. 1993.
9. Cabanellas, Guillermo. Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, Tomo VI. 14ª. Edición. Editorial Heliasta S.R.L. Buenos Aires. 1993.
10. Cogorno, Eduardo Guillermo. Teoría y Técnica de los Nuevos Contratos Comerciales. Ediciones Merui, Argentina 1979.
11. Correa Arango, Gabriel. De los Principales Contratos Mercantiles. 2ª. Edición. Editorial Temis. Bogotá, Colombia. 1991.

12. Díaz Bravo, Arturo. Contratos Mercantiles. 4ª. Edición. Colección Textos Jurídicos Universitarios. Editorial Harla, México.
13. Enciclopedia Jurídica Omeba. Tomo IV. Cons-Cost. Driskill S.A. Buenos Aires.
14. Estrada Pérez, Mayra Elsa Yolanda. Tesis. Funcionamiento y Regulación de la Tarjeta de Crédito. Ediciones Mayte. 1993.
15. Etcheverry, Raúl Aníbal. Derecho Comercial y Económico. Parte General. Editorial Astrea, de Alfredo y Ricardo Depalma. Buenos Aires. 1988.
16. Falcón, Enrique M. Qué es la informática Jurídica. Del Abaco al Derecho Informático. Abeledo-Perrot. Buenos Aires.
17. Gastaldi, José María. Contratos. Volumen I. Abeledo-Perrot. Buenos Aires.
18. Garrido, Roque Fortunato, Zago, Jorge Alberto. Contratos Civiles y Comerciales. Tomo I. Parte General. Editorial Universidad. Buenos Aires. 1993.
19. Ghersi, Carlos Alberto. Contratos Civiles y Comerciales. Tomo I. 2ª Edición, Actualizada y Ampliada. Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma. Buenos Aires. 1992.
20. Ghersi, Carlos Alberto. Contratos Civiles y Comerciales. Tomo II. 2ª Edición, Actualizada y Ampliada. Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma. Buenos Aires. 1992.
21. Muguillo, Roberto A. Tarjeta de Crédito. 2ª. Edición actualizada y ampliada. Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma. Buenos Aires. 1994.
22. Ossorio, Manuel. Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales. Editorial Heliasta S.R.L. Buenos Aires. República de Argentina. 1984.
23. Planiol, Marcelo; Ripert, Jorge. Tratado Práctico de Derecho Civil Francés. Editorial Cultural. Habana. 1940.
24. Prensa Libre. Artículo Unos Q.500 millones circulan en tarjetas de crédito en la economía. 05-10-97.

25. Prensa Libre. Artículo Supermercados beneficiados con el uso de tarjetas de crédito. 05-10-97.
26. Prensa Libre. Artículo Empresas de Tarjeta de Crédito se Fusionan para enfrentar los Retos de la Globalización Económica. 06-12-97.
27. Puig Peña, Federico. Compendio de Derecho Civil Español. Editorial Arazadi, Pamplona, 1974.
28. Siglo XXI. Artículo Fiebre de Dinero Plástico. Lunes 01-12-97.
29. Taylor Santos, Edgar Allan. Tesis: La Tarjeta de crédito y su cobro judicial. Mayo 1998.
30. Vázquez Martínez, Edmundo. Instituciones de Derecho Mercantil. Serviprensa Centroamericana. 1ª. Edición. Guatemala, 1978.
31. Villegas Lara, René Arturo. Derecho Mercantil Guatemalteco, Tomo III. 2ª. Edición, 1988.

LEYES:

1. Constitución Política de la República de Guatemala.
2. Decreto 106 -Código Civil-.
3. Decreto 2-70 -Código Mercantil-.

Apéndice

Modelo de un Contrato de Afiliación de Proveedores.

BANCO DEL SOL, S.A. **Contrato de Afiliación**

No. _____

Fecha: _____

Nombre Comercial: _____

_____ NIT _____

Razón Social _____

Registro Mercantil No. _____ Folio _____

Libro _____ de _____

Representante Legal _____

Puesto o cargo _____

No. de cédula o pasaporte _____

Dirección _____

Zona: _____ Edificio/Local: _____

Ciudad _____ Teléfono: _____

Actividad Principal _____

Sucursales _____

_____

Contactar a _____

Cargo _____

Dirección para recibir Correspondencia _____

_____

Límite de piso _____ Descuento _____ %

Boletines _____ Impresoras _____

Forma de pago: Abonar a cuenta de depósitos monetarios del Banco del Sol S.A. No. _____

A nombre de _____

_____ en adelante llamado **El Establecimiento y Banco del Sol, S.A.**, en adelante llamado **El Emisor**, celebran el siguiente contrato:

PRIMERO: El Establecimiento se obliga a vender los bienes y/o servicios de su giro a los legítimos titulares de toda tarjeta válida **SOL** que se le presente en forma adecuada como instrumento de pago, (a todas las tarjetas se les denominará en el presente

documento, según el caso como "tarjetas" y a los titulares de las mismas se les denominará como "tarjetahabiente") en las mismas condiciones que el resto de su clientela sin hacer discriminación ni distingo alguno, ni aplicar recargos de ninguna naturaleza. El establecimiento deberá exhibir adecuadamente marcas del programa de tarjeta y los nombres del producto SOL que formen parte del material promocional facilitado por El Emisor, para que el tarjetahabiente esté informado de que la tarjeta será aceptada.

SEGUNDO: El Emisor por su parte se obliga a pagar a El Establecimiento, por cuenta de los tarjetahabientes, el importe de las ventas realizadas a los mismos, en las condiciones y términos establecidos en el presente documento.

TERCERO: Procedimiento que debe seguir y condiciones que debe observar El Establecimiento para efectuar una venta contra presentación de las tarjetas, para que El Emisor asuma y efectúe el pago por cuenta del Tarjetahabiente. 1. verificar la legitimidad y vigencia de la tarjeta y comprobar que la misma no se encuentra incluida en el "Boletín de Seguridad" (Nacional o Internacional) más reciente que haya circulado El Emisor o cualquier otra empresa afiliada al Sistema Sol. 2. Comprobar que los primeros cuatro dígitos del número de la cuenta vayan grabados en la tarjeta y coincidan con los cuatro dígitos impresos encima de dicho número de cuenta. 3. Imprimir en el "Comprobante de Venta" cuyas formas proporcionará El Emisor, las partes realzadas de la tarjeta así como las de la placa usada por El Establecimiento, mediante el uso de una máquina manual de impresión que proporcionará El Emisor. 4. Llenar el Comprobante de Venta o Registro de la Transacción con la información requerida en la misma, consignando claramente el total del consumo incluidos los impuestos y las propinas, en su caso. Deben fechar cada Comprobante de Venta con la fecha del día respectivo, y debe incluir en el documento una breve descripción de la mercancía o servicios que ha vendido. 5. Para el caso de que el consumo exceda el límite establecido por El Emisor para la

categoría de tarjeta presentada, consultar al Emisor por teléfono o por cualquier otro medio establecido, a su "Centro de Autorizaciones" sobre si se puede efectuar la transacción mediante el uso de la tarjeta. En caso de recibir una respuesta negativa, abstenerse de aceptar la tarjeta para el pago de consumo y en caso de recibir la correspondiente autorización, anotar en el Comprobante de Venta el número de autorización que le sea dado por el Centro de Autorizaciones. 6. Hacer que el Tarjetahabiente firme el Comprobante de Venta en forma tal que aparezca legiblemente la firma en todas las copias de las mismas y cerciorarse que dicha firma sea igual a la que contiene la tarjeta, y entregar copia del Comprobante de Venta al tarjetahabiente. 7. Estará totalmente prohibido al Establecimiento realizar operaciones mediante aceptación de tarjetas en los siguientes casos: a) Cuando el número de la tarjeta que se presenta aparezca consignado con el "Boletín de Seguridad". En caso de que el Establecimiento le sea presentada una de estas tarjetas, la incautará cuando así se indique en el Boletín de Seguridad y hará entrega de la misma al Emisor a la mayor brevedad. b) Si se encuentra vencido el término de vigencia de la tarjeta que se le presente. Y c) si el consumo que se pretende pagar mediante el uso de las tarjetas excede al límite fijado por El Emisor mediante avisos escritos que se enviará a los Establecimientos de tiempo en tiempo y dichos límites entrarán en vigor en la fecha en que se indique en tales avisos. El Establecimiento también queda obligado a consultar al Centro de Autorizaciones del Emisor cualquier duda que le surja con relación a las Tarjetas que se le presenten, tales como legitimidad de las mismas o identificación del titular. 8. En caso de devoluciones y reajustes o transacciones efectuadas con la tarjeta, El Establecimiento no deberá hacer ninguna devolución en efectivo al Tarjetahabiente, sino que deberá entregar a su Emisor, la Nota de Crédito que confirma tal reintegro o ajuste. 9. El Establecimiento no podrá hacer desembolsos en efectivo al Tarjetahabiente. Se

exceptúan los hoteles que participan en el servicio hotelero SOL con los Tarjetahabientes de SOL ORO. 10. El Establecimiento debe incluir todos los artículos, bienes y servicios adquiridos en una sola transacción y como valor total de un único Comprobante de Venta. No deberá utilizar dos o más Comprobantes de Venta para evitar pedir autorización al Emisor.

CUARTO: Cobro al Emisor. El Emisor solamente estará obligado a pagar al Establecimiento los consumos efectuados por los tarjetahabientes, cuando: a) El Establecimiento haya observado el procedimiento señalado en la cláusula anterior en cada una de las operaciones de que se trate, cumpliendo con las obligaciones y observando las prohibiciones allí señaladas, circunstancia que El Establecimiento habrá de declarar en una de las Remisiones de Comprobantes de Venta, o de Remisión según el caso, y que El Emisor podrá corroborar en la forma que estime pertinente, y b) reciba del Establecimiento los originales de los Comprobantes. Todos los comprobantes deberán contener la información requerida por El Emisor y la declaración a que se refiere el literal a) anterior.

QUINTO: Presentación de Documentos: El Establecimiento deberá presentar al Emisor los Comprobantes para su cobro, dentro de _____ días siguientes a la fecha de la transacción, en situaciones especiales se concederá un plazo mayor, pero NUNCA en un plazo que exceda los TREINTA DIAS calendario contados desde la fecha en que se efectuó el consumo, ya que El Emisor no estará obligado a pagar aquellos cobros cuya presentación exceda de dicho plazo. El Establecimiento no deberá presentar para proceso o pasar en intercambio, directa o indirectamente, Comprobantes de Venta que no se hayan originado como resultado de un acto entre el tarjetahabiente y dicho Establecimiento.

SEXTO: Descuento: El Establecimiento reconoce y se obliga a pagar al Emisor un descuento sobre el monto de los consumos cuyo pago realice este último por cuenta de los tarjetahabientes. El descuento anterior será determinado por El Emisor de tiempo en

tiempo y el mismo, así como sus variaciones surtirán sus efectos en la fecha que indique el aviso que se le envíe al Establecimiento. El Establecimiento autoriza al Emisor para que de los pagos de los consumos deduzca el descuento correspondiente.

SEPTIMO: Forma de Pago: El Emisor podrá hacer pago al Establecimiento en cualesquiera de las siguientes formas: a) acreditando a la mayor brevedad posible el importe en cuenta de depósito monetario del Establecimiento, en caso de que éste tenga abierta cuenta en el Banco del Sol, S.A. y así lo solicite El Establecimiento a través de la Remisión de Comprobante y Depósito que indicará el número de su cuenta, o b) girando cheques a favor del Establecimiento.

OCTAVO: Papelería y Equipo: El Emisor proporcionará al Establecimiento los Comprobantes de Venta, Remisión y Depósito y todas la papelería que sea precisa para la operación de las tarjetas así como las calcomanías y medios publicitarios que deberán ser usados por El Establecimiento para advertir que se aceptan las tarjetas SOL en los consumos que se hagan en el mismo. El Emisor da en préstamo al Establecimiento la impresora manual (embozadora) necesaria para calcar las tarjetas en los Comprobantes de Venta y El Establecimiento declara tener recibida la misma la cual devolverá al terminar el presente contrato o contra el requerimiento del Emisor, juntamente con la papelería y demás medios no utilizados.

NOVENO: Orientación y Supervisión a Personal del Establecimiento: El Establecimiento se compromete a instruir a sus empleados sobre este sistema y a tomar las debidas precauciones para su aplicación, siendo responsable de su actuación, y permitirá que El Emisor instruya al personal del Establecimiento sobre los procedimientos aplicables.

DECIMO: Término del Contrato: Se establece que el término del presente contrato será indefinido contando desde el día de hoy que cualquiera de las partes podrá dar por terminado el mismo sin

responsabilidad alguna de su parte por dicha terminación dando aviso a la otra con quince días de antelación.

UNDECIMO: Ajuste a los Comprobantes: Los Recibos de uso de Crédito y las Boletas de Remisión que reciba el Banco Operador, quedan sujetas a verificación y rectificación del Emisor. En caso de que El Emisor detecte cualquier diferencia, rechazo o inconsistencia en una de las remisiones presentadas con anterioridad, El Establecimiento autoriza al Emisor para debitar dicho valor de la cuenta bancaria del Establecimiento, si su forma de pago es Crédito a Cuenta en el Banco Del Sol, S.A.. En caso de que la forma de pago sea cheque, entonces, El Establecimiento autoriza al Emisor a descontar de un futuro cheque el valor de dichas (s) transacción(es).

DUODECIMO: Competencia El establecimiento renuncia al fuero de su domicilio y se sujeta a los Tribunales de la capital de la República de Guatemala para cualquier asunto relacionado con el presente documento; señala la dirección que se indica al inicio como lugar para recibir cualquier aviso, notificación, citación o emplazamiento judicial o extrajudicial se obliga a comunicar al Emisor de inmediato, cualquier cambio de dirección para dichos efectos; y acepta, en caso de no comunicar cambio, como válido cualquier aviso, requerimiento o notificación que se le hagan en la dirección señalada aún cuando hubiese cambiado la misma.

En la ciudad de Guatemala, el _____ de _____de 19__

Por el Establecimiento	**Por el Banco Del Sol, S.A.**
_____	_____
Representante Legal	**Representante Legal**

BANCO DEL SOL, S.A.