



Merkataritza Zuzenbidea

Merkataritzako Obligazioak eta Kontratuak

Igone ALTZELAI ULIONDO

AURKIBIDEA: I. Merkataritzako obligazioak-II. Merkataritzako kontratuak.-1. Merkataritzako usadioak.-2. Merkataritzako kontratuetak berezitasunak.-**III Kontratazio modernoak. Supostu bereziak.-1.** Kontratu atipikoak.-2. Iraupenezko harremanen kontratuak.-3. Kontratutako baldintza orokorrak.-4. Kontsumitzaileekin egindako kontratuak.

I. Merkataritzako obligazioak

Zuzenbidearentzat *obligazioa* bi pertsona edo gehiagoren arteko erlazio juridikoa da. Harreman horren bidez, pertsona batek (zordunak) beste batentzako (hartzekodunarentzako) prestazio zehatz bat betetzera behartzen du bere burua. Subjektuen arteko harreman horrek betebeharra eta eskubidea lotzen ditu. Batek bestearen interesen alde zerbait egin behar du, horrek hari prestazioa galdatzeko ahalmena duelako, eta prestazioa (ematekoa, egitekoa edo ez-egitekoa) betez gero, obligazioa desagertu egingo da.

Kode Zibilak adierazten du zein den obligaziozko harremanaren edukia, hau da, prestazioa (KZ 1088 art.): zerbait ematea, egitea edota ez egitea. Jurisprudentziaren eta doktrinaren gehiengoaren iritziz, prestazioak izan behar du: zilegia, zehaztua (edo zehazgarria) eta dirutan balioetsi daitekena. Hauetariko baldintzaren bat falta ezker ez da obligaziorik sortuko. Bestalde, Kode Zibilak esaten digu ere zeintzuk diren obligazioen iturriak: legea (ad. jazotako arriskuagatik erantzukizun objektiboa ezartzen duena, gauzen zuzenbidea, oinordetzarena, familiakoa), kontratuak, kuasikontratuak (mandaturik gabeko besteren negozioen kudeaketa eta ez bidez kobraturikoa) eta legez kontrako egite edo ez-egiteak, errua edo zabarkeria tartean direnean (KZ 1089 art.).

Merkataritzaren arloan, legezko iturriei dagokienez, arauen iherarkia MK 50 artikuluan ezartzen da (Ik. baita ere MK 2 art.). Kontuan izan behar dugu espainiar zuzenbide pribatuan kontratuen arauketa bikoitza dela, Merkataritzako Zuzenbidea eta Zuzenbide Zibila daude. Europako herri askotan ere badira bi kode, baina beste batzuetan (ad. Suizan, Holandan) obligazioentzako kode bakar bat dago eta Europar Batasunean ere bada kode bat egitearen aldeko proiektua. Zuzenbide pribatuan egoera hau mantentzea nahiko konplexua bilakatu da gaur egungo ordenamenduek arazo eta eskema zaharrak (bi kode, merkataritzako egintzak) eta berriak (masan eginiko kontratuak, kontsumitzaileen babespenari buruzko araudia) bateratu behar dituztelako. Hala ere, nahiz eta bi araudi izan, nahiz eta berezitasun batzuk agertu, zuzenbide pribatuak badu oro har oinarri bateratu sendo bat eta horrek obligazioen zuzenbidea armonikoki haintzat hartzera eramaten gaitu.

Esan bezala, herri batzuetan zuzenbide pribatuaren barruan ez da halako bereizketarik egiten, obligazioen arauketa bateratua da. Horrek obligazio eta kontratu zibilak merkataritzaren kutsu apur batez ukitu ditu eta sistema osoari lotura edo koherentzia handiagoa ematen dio eta zihurtasun juridiko handiagoa baita ere. Baina gure kasuan, zuzenbide pribatuan KZ eta MK ditugu.

Ondorioz, merkataritzako obligazioen arauketak zenbait berezitasun agertzen ditu, alegia: merkataritzako obligazioen iturri nagusia kontratuak dira; obligazioak objektibatzen joera dago; obligazioak betetzeko zorrotasun eta formaltasun handiagoa galdatzen da; akzioak edo erreklamazioak jartzeko arreta handiagoa galdatzen da, salaketarako eta preskripziorako epe laburragoak ezarriaz, e.a. Guzti horrek trafiko ekonomikoa babestea





dute halburutzat. Zehazki, hona hemen merkataritzako obligazioentzat araututako berezitasunak obligazioen konplimendua, berandutza eta preskripzioari dagokionez.

II. Merkataritzako kontratuak

Merkataritzako obligazioen iturri nagusia alderdien borondatea dela esan daiteke. Dena den, merkataritzako kontratuen arauketak baditu zenbait berezitasun.

1. Merkataritzako usadioak

Merkataritzako kontratuen arauketan, zuzenbide zibila eta merkataritzako usadioak iturri osagarriak dira, merkataritzako legeen ondoren aplikatzen direnak. Baina bitariko zeinek du lehentasuna? Merkataritza Kodeko (MK) 2 artikulua irakurrita, badirudi usadioek arau juridikoaren kategoria daukatela eta iturrien sisteman bigarren lekua hartzen dutela zuzenbide zibilaren aurretik. Baina MK 50 artikulua, aldiz, ez ditu aipatu ere egiten eta MK 59 artikulua gauzak gehiago iluntzen ditu. Azaletik ikusita badirudi hemen kontraesan bat dagoela. Azter dezagun.

Hasteko esan behar da *usadioa* eta *obitura* ez direla gauza bera. Badenean trafikoan modu jarraian errepikatzen den jarduera bat eta jarduera horrek trafikoan existitzen den arau bati erantzuten dionaren ideia dagoenean (*opinio iuris*), zuzenbideko arau baten aurrean egongo gara. Hori da *obitura*. Baina usadio guztiak ez dira *obitura*. Denak ez dira berdinak, funtzio desberdinak dituzte, beren efikazia juridikoa desberdina izanik. Batzuek funtzio interpretatiboa betetzen dute, kontratuetan ezarritako klausulen esanahia argitzen dute (*usadio interpretatiboak*, KZ 1287 art.) eta beste batzuk, ordea, funtzio integratzailea edo osatzailea daukate, kontratuko edukiaren hutsuneak osatzeko balio dute (*usadio normatiboak*, KZ 1258 art.). Azken hauek dira soilik *obitura* kategoria dutenak eta ondorioz zuzenbideko arau direnak (KZ 1.3 art.).

Baina zuzenbideko arauen artean ere bereizi beharra dago: badira arau *imperatiboak* eta arau *dispositiboak*. Arau imperatiboen eremuan usadioek ez dute lekurik. Horregatik ez dira aipatzen MK 50 artikuluan. Hemen merkataritzako legeen ondoren, zuzenbide zibila aplikatuko da. Aldiz, arau dispositiboen eremuan, merkataritzako usadioei lekua uzten zaie zuzenbide zibilaren aurretik (MK 2 art.). Hauxe da, merkataritzako kontratuen arlo dispositiboa, hain zuzen, usadioen eremu propioa. Eredu honetatik at ez daukate aplikatuak izateko abagadunerik.

Merkataritzaren arloan historikoki usadioek garrantzi handia izan dute eta oraindik ere erabiltzen dira, nahiz eta atzerakada nabarmena izan, batez ere segurtasun ezagatik eta batzuetan ezagutzea ere erraza ez delako. Baina MK edo legeek, teknikoki oso garatuak izanda ere, ezin dute etengabe sortzen diren galdapen berriei erantzunik eman. Hauxe da merkataritzako usadioak zuzenbideko iturri bezala mantentzeko funtsezko arrazoiak. Horrela, badaude zenbait sektore konszienteki eta sistematikoki beren usadioak sortu, garatu eta bildu ere egin dituztenak (ad. bankuen kontratuak, aseguru-etxeenak). Usadioen aplikaziorako oztopo nagusia frogatzea izaten da eta horretarako zenbait bide erabiltzen dira: zenbait erakunderen erizpenak (ad. merkataritzako ganberetakoak), adituen iritzirik edota auzitegien epaiak.



2. Arau orokorren berezitasunak

Merkataritzako zuzenbidean badira zenbait erregela berezi merkataritzako kontratuen perfektutzea, forma, froga eta interpretazioari buruzkoak.

Perfektutzea

Neurri handi batean, merkataritzako kontratuen perfektutzeari zuzenbide zibileko arau orokorrak aplikatzen zaizkio (KZ 1254, 1258, 1261, 1262, 1268 art.). Hala ere, merkataritzako eremuan badira arau berezi batzuk.

- a) Publizitate bidez egindako eskaintzaren kasuan, batez ere kontsumitzaileen alde, zenbait babes-neurri eman izan dira. Hala, eskaintza edo publizitatearen edukia galdagarria izango da kontsumitzaileentzat, nahiz eta kontratuan azaldu ez. Eskaintza egiten duena, iragarkiaren edukari lotuta geratuko da eta ez kontratuaren edukari. Kontratuko klausulak soilik onurakorrakoak diren kasuan nagusituko zaizkio iragarkiaren edukari. (LGCU 61.2.3 art. eta LOCM 9 art.)
- b) Leku berean ez dauden pertsonen artean eginiko kontratuetan, ‘korrespondentzia’ bidez eginikoetan, kontratua perfektutzen da eskaintza egin zuenak besteren onspena ezagutzen duen momentuan (KZ 1262.2 art. eta MK 54 art.). Honek eragina du kontratua perfektutzen den lekua zehazteko eta ondorioz akzio judizialak jartzerakoan auzitegi eskuduna zein den erabakitzeko. MK 54 artikulua dionez, kontratua eskaintzaren lekuan egin zela uste izango da. Hala ere badira zenbait arau berezi, adibidez, Kontsumitzaileen Legea, distantzian kontsumitzaileekin egindako kontratuei buruzko arau orokorrak jaso dituen (LGCU 92 art. e.o.) edota *Ley 22/2007, de 11 de julio, sobre comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores*.
- c) Agente edo artekari batek parte hartzen dueneko kontratuetan MK 55 artikulua irizpidea da kontratua perfektutzen dela kontratugileek artekariaren proposamena onartzen dutenean. Agente hauek artekari huts moduan jarduten duteneko kasuaz ari da (eta ez komisio-hartzailearen kasuaz). Agenteak ez du inolako ordezkapenik egiten.

Forma

Zuzenbide zibilean eta merkataritzakoan forma (borondatearen deklarazioa egiteko modua) aukeratzeko askatasuna da arau orokorra (KZ 1278 art., MK 51 art.). Hala ere, batean eta bestean, arau orokor honek baditu salbuespenak. Zenbaitetan legeak agintzen du eskritura egitea edo bestelako formaltasunen bat betetzea (KZ 1279, 1280 art.). Orduan alderdi batek besteari formazko ukanbeharrak betetzea galda diezaioke, adostasuna eta kontratuaren baliozkotasunerako beharrezkoak diren betekizunak gauzatzen direnetik.

Baina beste batzuetan formak garrantzi handiagoa du, kontratuaren funtsezko elementua izan daiteke arauz espresuki hala ezarrita baldin badago. Adibidez, hipoteka (KZ 1875 art.) edo kapitaldun sozietateen kasuan (LSC 20 art.). Kasu bakoitzean ikusi beharko da formazko galdapen hori funtsezko elementua ote den ala ez. Funtsezko elementua izanda betetzen ez bada, ez du obligaziorik sortuko, ez eta akziorik ere (MK 52 art.). Funtsezko elementua ez bada, formak frogarako balioa izango du.



Froga

Gai honetan MK 51.I artikulua expresuki KZ-ri eragorpena egiten dio (KZ 1214 art. e.o.). Baina KZ-eko artikulua hauek indargabetuta gelditu ziren Prozedura Zibileko 1/2000 Legearen ondorioz (*Ley 1/200, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil*). Beraz, gaur egun, lege hau da aintzat hartu beharrekoa froga-bideak zehazteko (LEC 281 art. e.o.). Dena den, MK-an badira zenbait froga-bide berezi: merkatarien liburuak (MK 31 art.), testiguen deklarazioa (MK 51.II art., KZ 1248 art.) edota kolegiatutako agenteen liburuak eta polizak (MK 58 eta 93.art.). Horretaz gain, merkataritzaren eremuan badira arau berezia gehiago beste zenbait legetan (ad. LGCU 10.1.b art., kontsumitzaileak beste alderdiari kontratuaren frogarako dokumentu bat eska diezaioke; LOCM 11.3 art.; LCSeguro 5 art.)

Azkenik aipatuko dugu fakturak ere baduela nolabaiteko balioa kontratua frogatzeko. Alderdi batek besteari bidaltzen dion dokumentu honetan deskribatzen dira salgaiak edo emandako zerbitzuak eta haien balioa. Faktura egiteko obligaziorik ez dago zuzenbide pribatuan, hau obligazio fiskala da, baina balio dezake kontratuaren existentzia frogatzeko. MK-ak honi buruz ez du ezer esaten, bina bi ikuspegi berezi beharra dago. Batetik, faktura egiten duenarentzat, dokumentu honek auziz kanpoko aitormenaren balioa izaten du. Batzutan egindako eskaintza onartua izan dela frogatzeko balio dezake eta bestetan, prestazioaren ordainketa (edo GL-ren ordainketa) egitera bultzatzeko. Bestetik, faktura jasotzen duenarentzat egoera bestelakoa da. Faktura jasotzen duenak sinatu eta igorri dionari itzultzen badio, bere edukia onartzen duela uste izango da. Aldiz, sinatu gabe itzuli ezker, edukia ez dela onartu esan nahi du. Baina, faktura jasotzen duenak ezer esaten ez badu (isiltasuna), zer? Kasuaren arabera suposa daiteke kontratuaren exekuzioa onartu duela, onarpena tazitua izan dela (*acto concluyente*).

Interpretazioa

Interpretazioari buruzko arauen helburua da kontratuko alderdien asmoa eta borondatea zein izan den zehazteko irizpide objektibo batzuk ematea. Hemen ere MK-ak (MK 50 art.) modu orokorrean KZ-ri eragorpen egiten dio (KZ 1281, 1287, 1288 art.). Baina merkataritzako zuzenbidean badira zenbait arau berezi KZ-ko eraentza orokorra osatzen dutenak, kontratuen interpretaziorako irizpide batzuk ematen dituztenak: fede onez eta kontratuan ezarritako zehaztapenen arabera interpretatzea (*según los términos en que fueren hechos*, MK 57 art.); zalantza kasuan zordunaren alde interpretatzea (MK 59 art., KZ 1289 art.), kontsumitzailearen alde (LGCU 65 art.) edo kontratura atxikitu denaren alde (LCGC 6 art.); eta baita ere publizitatean esandakoa aintzat hartzea (LGCU 61.2).

III. Kontratazio modernoa. Supostu bereziak

1. Kontratu atipikoak

Borondatearen autonomia, kontratu askatasuna, zuzenbide pribatuan printzipio orokorra da. Alderdiek beren harremanak arautzeko beharrezko eta egokien ikusten dituzten itunak egin ditzakete beren artean. Kontratukideek lortu nahi duten helburutara egokituko da kontratua eta legezko indarra izango du beren artean (KZ 1091 art.). Beraz edozein kontratu-mota egitea posible da, beti ere borondatearen autonomiaren mugak errespetatuaz: legea, morala eta ordena publikoa (KZ 1255 art.).

Gaur egun, kontratu atipikoak, legez arautu gabekoak, ugari dira (ad. *leasing*, *factoring*, *frankizija*, banaketa-kontratuak edota *licensing*, *know-how*, *consulting*, *engineering*, teknologiaren





transmisiorako kontratuak). Kontratu atipiko batzuk legean aipatu egiten dira, baino ez daude araututa (Ad: bankuko kontratuak, MK 175 art.; kontu korrantea, MK 909.6 art.). Gainera guztiek ez dute atipikotasun maila berbera. Atipikotasun mailarik handiena guztiz originala den kontratuak dauka, araudian definitutakoekin zerikusirik ez duenak. Gero trafikoan ohikoak diren kontratuak datoz, legez definitu edo araututa egon ez arren (ad. Bankutako maileguak, bermeak MK 175, 177, 212. art.). Azkenik, zuzenbide pribatuak arautu gabeak baina zuzenbide dministratiboak, bereziki zerga-zuzenbideak, definitu edo araututakoak daude (Ad: *factoring, leasing*).

Kontratu hauek onargarriak eta baliozkoak izan daitezzen, hau da, ordenamendu juridikoak kontratuentzat duen babespenaz baliatu ahal izateko, zenbait muga errespetatu behar dituzte (legea, moralak, ordena publikoa, KZ 1255 art.). Hortik aurrera, kontratuaren inguruan sortutako gatazkak konpontzeko aintzat hartu beharko dira: 1) Kontratukideek eginiko itunak, beren artean legezko indarra dutenak (KZ 1091 art.); 2) Obligazio eta kontratuen arau orokorrak (KZ eta MK); 3) Aurreko bi iturriak kontratua interpretatzeko edo hutsuneak osatzeko nahikoa ez badira, beste bide batzutarra jo beharko da, atipikotasun-motaren arabera.

Kontratu atipikoa beste kontratu tipiko baten oso antzekoa bada, analogia erabiltzea posible izan daiteke (KZ 4.1 art.). Kontratu tipikoaren eskemara bideratzen saiatu daiteke alderdien borondatea zehazteko eta harreman juridiko horri aplikagarriak zaizkion arau inperatiboak ezartzeko. Baina kontratu atipikoak kontratu tipiko bi edo gehiagoren osagaiak dituenean, gauza konplikatu egiten da. Kasu hauetan bi irizpide jarraitu ohi dira: *integrazioaren irizpidea*, hau da, nagusi den kontratu tipikoaren araudia aplikatzea edota *konbinaketaren irizpidea*, kontratua eskema tipiko bakar batetara bideratu ordez, kontratu desberdinetako elementu konkretuak aintzat hartzea.

2. Iraupenezko harremandun kontratuak

Traktu jarraituko kontratu hauetan arazo nagusitariko bat alderdi batek egin dezaken salaketa izaten da. Kontratuak iraupen zehatza duenean, alderdiek epe bat hitzartu baldin badute, epe aurretik kontratua soilik bidezko kausa bat alegatuaz iraungi ahal izando da (KZ 1091 art. *'pacta sunt servanda'*), adibidez beste kontratukidearen ez-betetzea edota gehiegizko kostubidezkotasuna gertatuko balitz. Bestela, epe aurretik kontratua iraungi nahi duenak beste alderdiari kalte ordaina eman beharko dio (erantzukizun kontraktuala, KZ 1101 art.).

Baina kontratuaren iraupena zehaztugabea bada, iraungipena gertatuko da bidezko kausaren bat jazotzeagatik edota legez espresuki aurrikusitako kasuetan (ad: denbora mugagabeko sozietate kolektiboaren kasuan bazkideren batek desegitea eskatzen duenean, MK 224 art.; menpeko laguntzailearen kasuan harremana utzi nahi duenean, MK 302 art.; bazkideren batek sozietate zibilaren desegitea eskatzen duenean, KZ 1700.4 art.). Alde batek kontratua salatu eta bertan behera uztea ere posible da noski, inor ezin bait da bizitza osorako obligaziorik hartzera behartu. Baina kasu horretan bi alderdien interesen arteko gatazkaren aurrean gaude: batek harremana hautsi nahi du, besteak harremanaren iraupenean konfidantza jarria duen bitartean. Orduan planteatzen den arazoa zera da: alde batek salaketa-ahalmenez baliatzen denean beste kontratukidea ez kaltetzeko zenbait muga errespetatu behar ditu.

Printzipioz, kontratua libreki salatzearen ahalmena zilegia delakoaren ustetik abiatu behar dugu, iraungipena eskatzeko bidezko kausarik frogatu behar izan gabe. Baina fede onez egin beharko da (KZ 7.1, 1258 eta MK 57 art.), hau da, bidezko aurreabisua eginez, alderdien arteko lankidetzatik eratorritako emaitzak (galerak edo etekinak) partekatuaz eta, bere kasuan, kaltetutako alderdiari konpentsazioa ordainduaz (MK 302, 224 art.). Beste



kontu bat da alderdiek kontratuan *'ad nutum'* klausulak ipintzea. Klausula hauek ahalbidetzen dute alde batek libreki salaketa egitearen kasuan besteari ezer ordaindu beharrik ez izatea.

Azkenik, aipatu behar da ere iraupenezko kontratuetan planteatzen den beste arazo nagusi bat, alegia, prestazioen berrikuspena edo eguneratzea. Iraupenezko kontratueto diruzko obligazioak berrikustea beharrezkoa da. Inflazioa dela eta, ezinbestekoa da estabilizazio-klausulen bidez *'zorraren kopurua'* dena *'zorraren balioan'* bihurtzea. Estabilizazio-klausula hauek jurisprudentziak baliozkotzat hartu ditu. Estabilizazio-klausularik izan ezean, oro har, jurisprudentzia itundutako kopuruak mantentzearen aldekoa izaten da, baldintza edo egoera ez-ohikoak gertatzen diren kasuetan ezik, orduan kontratuen edukia berrikustearen aldeko agertzen da (*'rebus sic stantibus'*).

3. Kontratutako baldintza orokorrak

Gaur egungo errealitateak agertzen digu enpresa munduan burutzen diren kontratu gehienak ezin direla banan bana negoziatu. Horren arrazoiak ugariak dira: batetik, kontratuko baldintzak jartzeko alderdiek ez dute negoziazio-ahalmena berdina eta, bestetik, kontratuak egitearen kostuak murriztea eta arintasuna inportanteak dira enpresa barruko lana eta koordinazioa errazteko eta kontratu horiek enpresari sor diezaioketen kostuak aurretiaz kalkulatu ahal izateko. Egoera honen aurrean, enpresariak *aurretiaz xedatutako klausulak* erabiltzea erabat zabaldu da. Berak eskaintzen duen ondasun edo zerbitzuaren gainean kontratu egin nahi duenak enpresariak ezarritako baldintza guztiak onartu besterik ez du egin behar, hots, kontratura atsekitsu, inolako negoziatorik gabe. Hala gertatzen da enpresari eta kontsumitzaileen artean, baita enpresarien artean ere.

Hauen izaera juridikoa, doktrinan asko eztabaidatutako gaia izan da. Doktrinan jarrera kontrajarriak daude. Batzuek baldintza orokorrak zuzenbidezko iturri direla aldarrikatu izan dute, MK 2 art. oinarri hartuaz, baldintza orokorrak zabaltzen eta orokortzen diren eina merkataritzako usadio bihurtzen direla diote (*tesi normatiboa*). Tesi hau kritikatu izan da, baldintza orokorrak trafikoa oso zabalduak eta onartuak izan arren, partikularrek ez bait daukate botere legegilerik. Gainera, gogoratu merkataritzako usadioen aplikagarritasuna zuzenbide dispositiboaren eremura mugatzen dela eta ez duela barne hartzen zuzenbide inperatiboaren eremurik. Beste batzuren ustez, baldintza orokorrak pertsonen borondate-autonomiaren fruitu dira (*tesi kontraktualista*, gehiengoa). Ondorioz, kontratu izaera daukate eta ez zuzenbidezko arau mailarik. Klausula hauek kontratukideak lotzen dituzte soilik eta ez dira gainontzeko subjektuei aplikatzen.

Baina bada tesi kontraktualista ere egoki ikusten ez duenik. Kontratua baliozkoa izateko behar ditu onespina, objektua eta kausa (KZ 1261 art.). Baina bezero batek baldintza orokorrak sinatzea, kontratura atsekitzea, onespina ematea al da? hau zalantzan jartzen da. 1) Batetik, onespina emateak librea izan behar du, borondatez egiten den zerbait, eta horretarako bezeroak beste alderdiarekin kontratu egitea edo ez egitea baloratzeko aukera izan behar du, hau da, gutxienez, beste lehiakide batengana jotzeko aukera eduki behar du. 2) Bestalde, bezeroek ez dituzte baldintza orokorrak irakurtzen, beraz kontratu egiterakoan, aukera egiterakoan, ez dituzte kontuan hartzen, ezin dituztelako gonbaratu eta jokabide hori guztiz arrazionala da, baldintza guztiak irakurri eta gonbaratzeak dituen kostuak eta abantailak kontuan izanik. Ez du konpentsatzen. Orduan, ez irakurtzea zabarkeriazko jokabidea ez bada, ezin dugu pentsa sinatzailea besterik gabe baldintza orokorretara atsekituta geratu bahar duenik. 3) Gainera, bezeroak bere autonomia pribatua ez du aurre-xedatzailearen esku utzi, ez dio harremana aurretiaz xedatzeko baimenik eman, beraz ezin da esan bere onespina eman duenik.



Baldintza orokorrek ekar ditzaketen gehiegikeriak direla eta, baliozkoak izateko muga orokorrak (KZ 1255 art.) baino zorrotzagoak diren beste batzuk aplikatzen zaizkie. Horregatik da inportantea zehaztea, zeintzuk diren baldintza orokorrak, 'kontratu tipo' edo 'standard' deiturikoak eta zeintzuk baldintza indibidualak. (LCGC 1 art.). Baldintza orokorrak dira alderdi batek (*aurrexedatzaileak, predisponente*) kontratu anitzetan ezartzeko helbururekin formulatzen dituenak. Beraz, kontratuetakoa klausulak dira, aurretiaz xedatutakoak, kontratu anitzei aplikatzeko formulatzen direnak. Inposatuak behar dute izan, alde batek ezarritakoak, inongo negoziaketarik gabe. Beste alderdiak atsekitsu besterik ez du egiten. Beren kalifikaziorako ez du garrantzirik formak, hedapenak, norik ezartzen dituen eta monopolio bat ote den, zenbait kontratutan erabili izan diren.

Ez dira baldintza orokorrak kontratu baten funtsezko elementuak eraentzen dituztenak, esate baterako, prezioa ohiko prestazioa. Hauek baldintza partikularrak dira eta kontratura atsekitzen denak kontratu egiterakoan kontuan izango ditu. Modu bananduan negoziaturiko klausulak dira. Dena den, baldintza partikularrak egoteak ez du LCGC aplikatzea galerazten, kontratuaren gainontzeko klausulak atsekimenduzkoak baldin badira. Gainera, zenbait kasutan, zuzenbide administratiboaren aginduz ezarri beharreko klausulak ere ager daitezke (Ad: mailegua amortizatzeako formula).

Atsekimenduzko kontratu hauetan abusuzko klausulak egon daitezke. Orduan posible izango da hauen deuseztasuna deklaratzeko (LCGC 8 art., LGCU 8.a eta 10 art.). Nahiz eta baldintza orokorrek kontratugintza modernoari ondorio onurakorrak ekarri, bere erabilerak zenbait abusu edo gehiegikeri ekar dezake. Baldintza orokorrek kontratuaren gorabehera (aldarte) guztiak -edo gehienak behintzat- aurrikusten dituzte eta, kasu gehienetan, azken helburutzat daukate enpresariaren ondasun edo zerbitzuei buruzko erantzukizuna ahalik eta gehien mugatzea. Honekin ez da esan nahi kontratugintzarako tresna hau erabiltzen den bakoitzean abusuren bat egiten denik. Baina egia da, aurrez xedatzen dituztenenek gehiegikeriak egiteko oso aproposak direla. Beraz, baldintza orokorren kontrola ezinbestekoa da gehiegikeri hauek galerazteko. Horretarako dago LCGC eta lege hau garatzen duten erreglamendu batzuk. Kontrol honek ez du kontratuetakoa partaideek beren harreman juridikoak arautzeko daukaten ahalmena murrizten. Aldiz, alderdi biren borondatearen autonomia babestu nahi da (KZ 1255 art.) Kontrolaren helburua zera da: kontratugintzan negoziaketarako aukerarik ematen ez duen tresna honen bidez ez dadila alderdi baten borondatearen autonomia murriztu.

Legeak arau bereziak ezartzen ditu kontratuen inguruko zenbait gaietan: atsekimendurako ukanbeharrak (LCGC 5 eta 7 art.), interpretaziorako *contra proferentem* erregela (LCGC 6 art.), edukiari buruzko kontrola (LCGC 8 art.), araudia ez errespetatzearen ondorioak (LCGC 10 art.), baldintza orokorren erregistroa (LCGC 11 art.), akzio kolektiboak (LCGC 12 art. e.o.), zenbait profesionalek informazioa emateko obligazioa (LCGC 23 art.).

4. Kontsumitzaileekin egindako kontratuak

Merkatuko sistema ekonomikoan kontsumitzaileek aukera-ahalmena izatea funtsezkoa da. Baina baira ahalmen hau zalantzan jartzen duten faktoreak: informazio-iturriak egon arren kontsumitzaileari askotan zaila zaio arrazoizko hautaketa egitea; enpresa-metaketek (kontzentrazioek) kontsumitzaileen informazio-iturriak txirotu egiten dituzte; banaketarako sare edo antolaketa kometzialak erakunde inpersonalak izaten dira; kontsumitzailea kalteak sortzen dituen iturrietatik urrutiratu egin da, e.a. Gainera, kontsumitzaileen interesak sakabanatuak daude eta ez dira auto-babespenerako behar adina talde edo elkarte sortzen. Horregatik garatu izan dira kontsumitzailea babesteko hainbat politika eta neurri. Kontextu horretan kokatzen dira: Lehia babesteko Legea (LDC), Lehia





desleialaren Legea (LCD), Publizitatearen Lege orokorra (LGP), Baloreen merkatuko Legea (LMV), e.a. eta, noski, Kontsumitzaileen babeserako Legea (LGCU).

Legearen arabera, kontsumitzailea da jarduera enpresarial edo profesionaletik kanpo jarduten duen edozein pertsona fisiko edo juridiko (LGCU 3 art.). Beraz, jarduera enpresarialerako egindako kontsumoa lege honen aplikazio-eremutik kanpo geratzen da. Legeak kontsumitzaileen inguruko zenbait gai arautzen ditu, esate baterako kontsumitzaileentzako aurkakoak diren jarduerak *'geldiarazteko akzioak'* (*acciones de cesación*, LGCU 53 art. e.o.). Hauengan aipatzekoa da legitimazio aktiboaren dituen berezitasunak. LEC-an ezarritakoaren kalterik gabe, akzio hauek jartzeko legitimatuta daude, beste erakunde batzuren artean, legearen arabera eratutako kontsumitzaileen elkarteak (LGCU 54 art.). Aipagarria da ere lege honen atal bat (II Titulua, 80 art. e.o.) bereziki kontsumitzaileekin egindako kontratuetako baldintza orokorreari buruzkoa dela.