

## CONTRATOS MERCANTILES

### EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN

**Nota:** Se advierte que se sigue en este esquema de clase a los Profesores **KOZOLCHYK, BORIS Y TORREALBA, OCTAVIO**, Curso de Derecho Mercantil, Editorial Juritexto, San José, Costa Rica, segunda edición revisada y actualizada, 1997, 455 pp; **MARZORATI, OSVALDO J.**, Sistemas de Distribución Comercial, Editorial Astrea, Buenos Aires, Argentina, 2 reimpresión de 1992 a la 1 edición de 1990, 349 pp; y **VILLEGAS, CARLOS GILBERTO**, Contratos Mercantiles y Bancarios, Tomo I, Contratos Mercantiles, Edición del Autor, 1 edición, Buenos Aires, Argentina, 2005.

- I. Es importante aclarar que muchas veces se habla de Contratos de Distribución en forma general haciendo referencia a los contratos de agencia, de concesión, de franquicia y de distribución, propiamente dicho, toda vez que se refieren, todos, a la forma en que se distribuyen los productos hasta llegar a sus destinatarios finales. En esta clase nos referiremos a los contratos de distribución propiamente dichos.
- II. El contrato de distribución como tal no está regulado en la legislación costarricense.
- III. “Un conocido autor italiano (se refiere a Salvador Perrotta) sostiene que el contrato de distribución se origina en un contrato de ventas continuo en el que hay una cláusula de exclusividad, o en la transformación de un contrato de agencia, cuando el agente está dispuesto a hacerse cargo de los riesgos de negociar con terceros los productos del fabricante, por su propia cuenta y a nombre propio, en una relación continua de cooperación financiera con el fabricante.” Marzorati, p. 53.
- IV. Al decir de Villegas, pp. 715-716: **“Es un contrato celebrado entre empresas en virtud del cual una de ellas (distribuido) otorga a la otra (distribuidor) el derecho, exclusivo o no, de distribuir sus productos en forma continuada, en una zona geográfica determinada, por un cierto tiempo y en las condiciones que se fijan en el contrato”**.
- V. Se trata de un contrato de colaboración entre dos comerciantes, un productor, mayorista o importador, denominado “distribuido”, y un empresario que se encarga de la comercialización de productos, denominado “distribuidor” y que, en consecuencia se “inserta en la red de distribución” del distribuido.
- VI. El distribuido aprovecha la estructura del distribuidor, que incluiría al menos un establecimiento abierto al público, camiones de transporte, bodegas, medios de comunicación, capacidad económica y financiera, personal especializado y entrenado, etc.; su conocimiento y experiencia en el mercado y, conforme lo dicho, le vende productos para que este se encargue de su comercialización.

## CONTRATOS MERCANTILES EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN

---

Así, el distribuido no asume el riesgo ni el costo de la venta y es ajeno, también, a los problemas implícitos en la cobranza de los productos, toda vez que de eso se encarga el distribuido.

- VII. El distribuidor actúa a nombre y por cuenta propia, lo que es otra diferencia suya con el agente que actúa por cuenta ajena.
- VIII. El distribuidor compra, conforme lo dicho, un cierto stock de la mercadería del distribuido, la exigencia del stock, del cual se puede dar la exigencia adicional de que se verifique en un cierto mínimo, es una diferencia de este contrato con el de agencia.
- IX. En los contratos de distribución también se podría incluir la exigencia de que el distribuidor realice un mínimo de ventas, lo cual está muy ligado al tema de la exclusividad, o sea, generalmente se exige un mínimo de ventas cuando se ha otorgado la exclusividad.
- X. No obstante, no es usual que se pacte exclusividad en este tipo de contratos, toda vez que más bien se tiende a buscar experiencia en la comercialización de los productos. Esto se da mucho en medicinas, perfumes, repuestos de carro, etc., al contrario de lo que generalmente ocurre con el contrato de concesión y aún con el de franquicia.

Según la Resolución No. 104-94 de la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, específicamente en cuanto a la **exclusividad** en la distribución, dijo que si no es posible demostrarla, no puede darse por sentada, toda vez que más bien se ha de considerar la existencia de la libertad de contratación como principio general que permitiría a la parte cuyos productos son distribuidos, contratar tal distribución con terceros además de su contraparte en el contrato.

- XI. Lo que sí es característico es que el contrato lleve asignada una determinada zona o territorio dentro del cual el distribuidor ejecutará el contrato.
- XII. También es característico de este contrato que establezca un cierto plazo que permita que el contrato sea beneficioso para el distribuidor.
- XIII. Lo anterior le da “estabilidad al contrato”, no se trata de promover un acto único o solitario, de allí su continuidad y estabilidad.

El tema de la estabilidad también es motivo de especiales discusiones cuando se pone fin al contrato, sobre todo por parte del distribuido.

## CONTRATOS MERCANTILES EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN

---

- XIV.** Cabe señalar, por otra parte, que el distribuidor no se somete al rígido control al que están sometidos los concesionarios ni los franquiciados; en general, el distribuidor “actúa con bastante libertad” (Villegas, p. 716).
- XV.** Como contrapartida, el distribuidor generalmente no tiene obligaciones como, por ejemplo, la de encargarse de la publicidad de las mercancías, ni la de asumir la garantía de los bienes ni de brindar el servicio de mantenimiento, no al menos entre las partes contratantes, la relación con el consumidor es independiente; y nada obsta para que se acuerde.
- XVI.** La ganancia del distribuidor está en la diferencia entre el precio al que compra la mercadería y el precio al cual la vende finalmente. Incluso es normal que el distribuido le haga un precio especial del cual se beneficia directamente el distribuidor. El agente, por su parte, generalmente gana sobre la base de las comisiones.
- XVII.** El contrato tendrá la vigencia que en él se establezca y podrá ser o no prorrogado o incluso terminado antes del plazo, conforme las mismas regulaciones del contrato.
- XVIII.** Sí es importante establecer que en caso de que el contrato no tuviere plazo o habiéndolo tenido se prorrogare más allá de los plazos previstos contractualmente, nuestra jurisprudencia (véase al efecto la Resolución No. 1-94 de la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia) ya estableció el principio de que nadie puede ser obligado a permanecer en un contrato y que por tanto podrá ponerle fin, eso sí, debido al principio de la buena fe, tal terminación ha de hacerse con una cierta antelación que permita a la contraparte tomar las medidas necesarias para que la terminación del contrato no le cause perjuicio.
- La Resolución 153-03 de la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia reiteró el criterio de la Sala en cuanto a que es legalmente posible poner fin unilateralmente a un Contrato de Distribución sin plazo y esto aún cuando la contraparte no lo haya incumplido.
- XIX.** La conclusión del contrato es un tema importante por otras dos razones, la recompra del stock, sobre todo si se ha exigido un mínimo y la “indemnización de la clientela” (para nosotros, como sobre la clientela no hay un derecho, lo que se podría discutir es la indemnización del derecho de llave o, mejor aún, de una eventual lesión en el avivamiento de la hacienda).
- XX.** El Contrato de Distribución se podría caracterizar como un contrato nominado, atípico pero de tipicidad social, comercial, consensual o no formal (en ese sentido se ha pronunciado la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia en su resolución No. 104-94), oneroso, normativo, de tracto sucesivo, de confianza o intuitu personae y de colaboración. (Villegas, p. 718.)

## **CONTRATOS MERCANTILES EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN**

---

- XXI.** Lo de normativo le viene porque se trata de hacer una planificación comercial, de allí que se pacten precios de compra y de venta de los productos del distribuido –esto del precio de venta o de reventa tiene que verse bajo el prisma de las normas sobre prácticas monopolísticas ya visto-, y otros aspectos como el relativo al transporte, por ejemplo; pero sin incurrir en el reglamentismo de los contratos de concesión y de franquicia ya que, conforme se dijo, el distribuidor actúa bastante libremente.
- XXII.** Cabe señalar, finalmente, que en nuestra praxis, muchas veces se formalizan contratos de distribución cuando lo que correspondería hacer es un contrato laboral. Si existe prestación personal del servicio, un salario -aún cuando sea en la modalidad de comisiones-, y sobre todo la subordinación jurídica, será un contrato de trabajo y no un contrato mercantil. Véase al efecto la Resolución No. 390-2002 de la Sala Segunda de la Corte Suprema de Justicia.
- XXIII.** Sobre el representante de casas extranjeras versará otra clase.