

**Christian BORREGO MARTÍNEZ**  
Notario

• **ENUNCIADO:**

*Rocío es una joven emprendedora que ha pensado montar un negocio de venta de calzado. Para ello ha alquilado un local en la zona comercial «alfa» y ha entablado conversaciones con un fabricante y proveedor de material de calzado llamado Pedro. Éste tiene su propia marca, «Comodines», y su propio material.*

*Ambos han llegado a un principio de acuerdo por el que Pedro concederá a Rocío la representación y venta de dicho material para la zona comercial en la que ésta posee en alquiler un local, recibiendo Rocío a cambio un porcentaje sobre el precio de venta. Su intención es celebrar un contrato de concesión comercial para lo que formulan las siguientes cuestiones.*

• **CUESTIONES PLANTEADAS:**

1. Definición del contrato de concesión comercial.
2. Naturaleza jurídica dicho contrato.
3. ¿Cabe pactar la condición que plantea Pedro según la cual Rocío sólo podría vender sus «Comodines» y no material de calzado de otros proveedores?
4. Rocío no quiere comprar el material de Pedro sino sólo recibirlo y exponerlo al público recibiendo a cambio un porcentaje del precio de venta, ¿cabe otra modalidad de concesión?
5. En principio no se plantean una duración determinada, ¿cómo podrían pactarlo de forma que también puedan acabar la relación contractual cuando uno de ellos quisiera pero salvaguardando los derechos del otro?
6. Pedro no quiere que una vez acabada la relación contractual Rocío continuase vendiendo material de calzado en esa zona «alfa», ¿cómo evitarlo?
7. ¿Cómo podrían Pedro y Rocío redactar lo acordado?
8. Consecuencias derivadas del contrato de concesión establecidas por los Tribunales.

• **SOLUCIÓN:**

1. De acuerdo con la Sentencia del Tribunal Supremo (STS) de 26 de abril de 2002, el contrato de concesión o distribución se contempla en el Reglamento de la Comisión -CE- número 1475/95, de 28 de junio, aplicable desde el 1 de octubre de 1995 al 30 de septiembre de 2002 (precedente del Rgto. 123/1985, Sentencia de 12 de junio de 1999).

Se trata, pues, de «acuerdos de duración determinada o indeterminada mediante los cuales el contratante proveedor encarga al contratante revendedor la tarea de promover en un territorio determinado la distribución y el servicio de venta y de posventa de determinados productos del sector ... y mediante los cuales el proveedor se compromete con el distribuidor a no suministrar dentro del territorio convenido los productos contractuales, para su reventa, más que al distribuidor o, en su defecto, a un número limitado de empresas de la red de distribución».

Es una modalidad de contrato bastante utilizada en la que el concesionario se compromete respecto al concedente a la venta de sus productos y a la realización de determinados servicios de posventa bajo la dirección del concedente.

2. En cuanto a su naturaleza jurídica, la STS de 26 de abril de 2002 citada señala que «cabe afirmar su naturaleza de Contrato complejo con prestaciones coaligadas propias en su acervo contractual de la compraventa o de suministro, del mandato, del depósito, de la gestión de Rendición de cuenta o de resultados, de cooperación, del pacto de exclusividad como prestación significativa, e, incluso, del contrato de comisión mercantil subsidiaria, siendo sus caracteres específicos con su correspondiente cobertura normativa en el Código Civil y Código de Comercio, los relativos en todo contrato personalista o de confianza *intuitu personae* (art. 1.161) y de tracto sucesivo, en el que privan el juego de la buena fe o lealtad contractual (art. 1.258), el mantenimiento del equilibrio prestacional o equivalencia económica (arts. 1.256, 1.274 y 1.289), la libertad contractual, el respeto a lo pactado y al *ius variandi* ínsito (arts. 1.255 y 1.278), la acomodación durante el tracto al *statu quo* pactado, el reajuste prestacional (arts. 1.255 y 1.258) y el principio de confianza habilitante de la resolución unilateral».

En general, pues existen muchas modalidades, se puede decir que es un contrato atípico, bilateral, de prestación continuada en el tiempo y personalista. Señala la doctrina que su duración y estabilidad le alejan de la figura de la comisión y le acercan al de agencia, pero la actuación del concesionario en nombre y por cuenta propia impiden catalogarlo como tal contrato.

3. Pedro lo que quiere es que se acuerde un pacto de exclusividad, por el que Rocío sólo pueda vender los productos que él le suministra. Es un pacto lícito y muy habitual en este tipo de contratos. De ahí que un sector de la doctrina considere este contrato como una modalidad de suministro en el que pacto de exclusividad juega un papel fundamental.

4. Según la modalidad de concesión que se pacte, Rocío, como concesionaria, puede no estar obligada a adquirir el material de Pedro sino sólo a recibirlo y exponerlo al público como ella desea y recibir entonces como retribución una comisión que se fije sobre el precio de venta. También puede, en cambio, obligarse a adquirir los productos en firme, esto es, a comprárselos a Pedro y entonces fijar su retribución en el margen comercial que obtenga entre el precio de compra a Pedro y el precio de venta del material de calzado a los clientes.

5. En este contrato es también habitual pactar la duración indefinida del mismo. No obstante, Pedro o Rocío pueden pactar dar por finalizada la relación contractual denunciando unilateralmente el contrato, pudiendo pactar asimismo un plazo de preaviso previo determinado y la obligación de indemnizar a la otra parte los daños y perjuicios que le ocasione tal denuncia.

6. Pedro y Rocío pueden pactar establecer unas restricciones a la actividad de venta de calzado por Rocío de forma que, una vez acabada la relación contractual, Rocío no pueda dedicarse a dicha actividad en la zona «alfa» durante el plazo pactado.

Este pacto aparece previsto en la Ley del Contrato de Agencia en su artículo 20, si bien establece que esta limitación no podrá tener una duración superior a dos años.

7. Una forma posible de redactar lo pactado sería la siguiente:

A) Pedro, como proveedor de material de calzado, concede a Rocío la representación y venta de su material de calzado «Comodines» para la zona «alfa».

B) El material de calzado será suministrado por el concedente sin cargo alguno para la concesionaria.

C) Rocío, como concesionaria, percibirá por su gestión una comisión que se fija en un porcentaje del veinticinco por ciento (25 por 100) sobre el precio de venta. Los saldos a favor del concedente se le entregarán en mano o serán ingresados en las cuentas de los bancos que éste indique, debiendo la concesionaria rendir cuentas de los mismos.

D) Rocío se compromete a no gestionar la venta de material de calzado de otros proveedores en la zona «alfa» y a vender el material en los precios de venta al público establecidos por el concedente.

E) El concedente podrá inspeccionar, en todo momento, el local comercial de la concesionaria para controlar las ventas, las existencias y hacer balance del material existente. Asimismo, podrá cambiar unas existencias por otras en cualquier época del año, bien por no haber sido vendidas o bien porque así lo creyera conveniente.

F) La concesionaria se obliga a recibir las existencias, firmando los albaranes a su recepción, a exponerlas al público y a rendir cuentas de las mismas.

G) Este contrato tendrá una duración indefinida, si bien ambas partes podrán denunciarlo unilateralmente en cualquier momento con un plazo de preaviso previo de tres meses y con la obligación de indemnizar a la otra parte los daños y perjuicios que le ocasione tal denuncia. Además, en caso de denuncia de la concesionaria, ésta se obliga a no dedicarse a la actividad de venta de material de calzado en la zona «alfa» durante un plazo de dos años.

8. El TS señala en su Sentencia de 26 de abril de 2002 que son consecuencias de este tipo de contratos:

a) Depuración del clausulado y expulsión de condiciones leoninas o prepotentes. Símil con los contratos de adhesión (arts. 1.255 y 1.288).

b) En cuanto a la duración del contrato: limitado (tiempo «determinado») o indefinido y el juego del preaviso en el indefinido (arts. 1.258, 1.272, 1.700 y 1.733).

c) Respecto al incumplimiento del contrato: sus consecuencias provendrán según sea imputable al concedente (art. 1.727) o al concesionario (art. 1.718). Con los efectos de ese incumplimiento:

- Indemnización de daños y perjuicios (art. 1.101).

- Integración del daño y del perjuicio (arts. 1.106, 1.107 y 1.108).

d) En estos contratos ostenta un particular significado la llamada «clientela» o «fondo de comercio», y la procedencia del reintegro en su caso, de los *stocks* residuales y de las inversiones realizadas: *sunk costs*.

Por último, y en cuanto a su relación con el contrato de agencia, cabe sostener la posible aplicación analógica de la Ley 12/1992, por la semejanza en el respectivo tracto prestacional y en el objetivo básico del negocio de intercambio, si bien su diferencia relevante radica en que frente a la cuantificación de la indemnización *ope legis* de la agencia según la Ley -arts. 28 y ss.-, en la concesión sus resultados indemnizatorios se obtendrán por la aplicación de los artículos 1.101 y siguientes del Código Civil (arts. 1.106 y 1.107), al margen de que en el *quantum* correspondiente se utilice el módulo de aquella Ley.

• **SENTENCIAS, AUTOS Y DISPOSICIONES CONSULTADAS:**

- **Ley 12/1992 (Contrato de Agencia), arts. 20, 28 y ss.**
- **STS de 26 de abril de 2002.**
- **Código Civil, arts. 1.101 y ss.**