

Sergio González García.
Profesor Ayudante de Derecho Mercantil
Universidad Rey Juan Carlos

Análisis

La mercantil Darío Rodríguez Ramón, S.A., concesionaria de automóviles Renault, solicita en casación, con base en la resolución unilateral del contrato que la unía a las entidades Fabricación de Automóviles Renault de España, S.A. (FASA RENAULT) y Renault España Comercial, S.A. (RECSA), por estas últimas, el abono de diversas cantidades en concepto de indemnización por clientela y por daños y perjuicios. Argumenta la recurrente que el referido contrato merecía la calificación de “contrato de agencia”, en los términos previstos en la LCA, resultando de aplicación, por tanto, las indemnizaciones previstas en su articulado para los supuestos de resolución unilateral. Subsidiariamente, señala que, si se considera que el contrato no merece la calificación de contrato de agencia y se entiende que es un contrato de distribución selectiva, debería aplicarse, igualmente, por analogía, los preceptos de la LCA.

Por su parte, las demandadas consideran que el contrato no merece la calificación de contrato de agencia y que, a tenor de lo dispuesto en el mismo, no procede la aplicación analógica de la LCA.

A la vista de los hechos y fundamentos aportados por las partes, el Tribunal Supremo resuelve lo siguiente:

1. Las diferencias entre los contratos de agencia y distribución han sido destacadas por la doctrina y la jurisprudencia. Así como el distribuidor compra y revende las mercancías del fabricante por cuenta y en nombre propios, con la ganancia que representa el llamado margen o beneficio comercial, el agente promueve y, en su caso, concluye la venta de los productos del empresario, por cuenta y nombre del mismo, a cambio de una comisión (STS de 6 de noviembre de 2006, RJ. 2006, 9425).

Dadas las circunstancias contractuales del caso, nuestro más alto Tribunal considera que la naturaleza jurídica del contrato que une a las partes es la de contrato distribución en exclusiva de vehículos (o contrato de concesión).

2. Por lo que se refiere a la aplicación analógica de la LCA al contrato de distribución, señala que, si bien la jurisprudencia no niega esa posibilidad, que resulta procedente en los casos en que exista verdaderamente una identidad de razón, base y fundamento del método analógico (STS de 10 de julio de 2006, RJ 2006, 8323), en el supuesto que se analiza no concurren los presupuestos necesarios para realizar una aplicación analógica de los artículos 28 y 29 de la LCA.

- La indemnización por clientela (art. 28 LCA) no opera de modo automático, por el simple hecho de la extinción del contrato (STS de 22 de marzo de 2007, RJ 2007, 2816), sino que debe acreditarse un aprovechamiento por el empresario de la creación o incremento de la clientela generada por el distribuidor (STS de 22 de abril de 2002, RJ 2002, 3311), circunstancia que, según se indica en la Sentencia, no se probó en los órganos de instancia. Señala el Tribunal Supremo, en relación con la indemnización por clientela, que, en el caso de los contratos de distribución en exclusiva de vehículos, el concedente aporta el renombre o reputación del producto y asume el coste de las campañas publicitarias, con el consiguiente beneficio para el distribuidor (STS de 5 de mayo de 2006, RJ 2006, 4050). Por este motivo, en los supuestos de fidelidad a la marca distribuida, como ocurre en los casos de los vehículos automóviles, difícilmente puede imputarse la clientela al distribuidor.

- En cuanto a la indemnización por daños y perjuicios (artículo 29 LCA), la jurisprudencia admite la posibilidad indemnizatoria de daños y perjuicios en el caso de resolución unilateral del contrato de distribución de duración indefinida, pero exige que haya habido mala fe, abuso de derecho o arbitrariedad en la resolución del contrato, de una forma tan sorpresiva o inopinada que no deje margen de reacción a la otra parte, aspectos que, para nuestro más alto Tribunal, no se han acreditado.

3. Finalmente, en relación a la cláusula del contrato que excluye cualquier indemnización a favor del concesionario para el caso de extinción por denuncia unilateral del concedente, señala su validez, al haberse sujetado la rescisión del contrato al plazo de preaviso de un año previsto en el mismo. A diferencia de lo que ocurre en el contrato de agencia, cuya normativa imperativa (artículo 3º 1 LCA) veda la renuncia anticipada de la denominada “indemnización por clientela” (artículo 28 LCA), en el contrato de distribución nada obsta al pacto por el cual las partes excluyan toda indemnización para el supuesto de resolución unilateral mediante el preaviso (STS de 20 de julio de 2007, RJ 2007, 5071).