

Proyecto de Unificación de Códigos Civil y Comercial

Contratos de Agencia y Concesión (arts 1479 a 1511)

- a) La definición propuesta en el proyecto es el correcto reflejo de lo que se da en los hechos, aunque en la práctica no hay pago de retribución alguna por parte de los concedentes sino que la ganancia “es la diferencia entre el precio de compra y de venta a terceros, de la unidades adquiridas a los concedentes”

Si bien este principio no es absoluto (como ser el caso de los planes de ahorro), podría llevar a equívocos al momento de evaluar la eventual indemnización al concesionario ya que podría entenderse que los concesionarios ganan un porcentaje fijo o predeterminado sobre las ventas, cuando –de lo contrario- en la actualidad su margen es variable según lo que puedan obtener de la diferencia de precio entre compra y re-venta.

Para evitar equívocos, sugerimos eliminar el término retribución ya que está entendido y no es controvertido que -para ambas partes-, la actividad no es gratuita.

De admitirse ésta sugerencia, también debería readecuarse el art 1507, –solo en cuanto a lo que se refiere a retribución- dejando la cuestión a la autonomía de las partes y con ello se podrán evitar planteos judiciales.

Eventualmente, podría establecerse que los esquemas de retribución serán lo que pacten expresamente las partes.

- b) En relación al preaviso previsto en el art. 1492, nuestra sugerencia es que se debería redactar en el mismo sentido que el art 1373 del proyecto de Código unificado del año 2000 (citado en varios fallos de la sala D como ser “Compibal SRL c/Roux Ocefa S.A s/ordinario del 17.11.2008”) que disponía “... El plazo de preaviso debe ser de un mes por año de vigencia del contrato, hasta un máximo de seis (6) meses...”

No escapa al criterio de ésta asociación que es necesario llegar a tener una legislación que permita obtener realizar un cálculo certero y matemático pero de la forma que se ha propuesto la redacción, supera ampliamente todos los precedentes jurisprudenciales que se han dado en la materia desde el precedente Automóviles Saavedra S.A (Fallos 311;1337)

Es cierto que se han admitido plazos de preaviso más extensos a los 6 meses, como ser de 8 meses en autos “Científica Trifarma c/Laboratorios Mollet S.A”, CNCom Sala B ó 12 meses en “Diyon S.A. c/Peugeot Citroen Argentina S.A. s/ordinario”, de la CNCom sala D ó en 18 meses en autos “Jose Morandeirda c/Nobleza Piccardo”, CNCom Sala D, LL 2001-F, 423, pero la correcta reseña realizada por la Sala D de la Excelentísima Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, Sala D en los autos ya citados “Compibal SRL c/Roux Ocefa S.A. s/ordinario”, terminó resolviendo que la regla a entender razonable es la de un preaviso de seis meses, más allá de los años de duración de la relación.

Para zanjar la cuestión y no generar mayor debate sobre ésta cuestión que es de vital importancia para ambos contratantes, eventualmente podrían establecerse escalas que permitan realizar también un cálculo certero pero que no lleve a preavisos tan prolongados.

Por ejemplo podría aplicarse la regla de “un mes de preaviso por año de contrato” pero con un límite de 6 meses en los contratos de duración de hasta 10 años, con un límite de 9 en los contratos de hasta 20 años y de 12 meses de allí en adelante.

En ese caso se fijaría el límite en 12 meses (que por cierto es el plazo más extenso fijado por nuestros tribunales salvo en el caso “José Morandeira S.A c/Nobleza Piccardo S.A.” de la Sala D de la CNCom del 22.5.2001 en una relación de 47 años y en circunstancias especiales)

Por otro lado, es interesante ilustrarse acerca de la jurisprudencia y legislación comparada citada por el Dr. Heredia en su voto del citado fallo “Compibal SRL c/Roux Ocefa” en donde manifiesta que el tribunal supremo de España ha convalidado plazos de preaviso de entre tres y seis meses en relaciones de 24 años de duración (conf. Tribunal Supremo España, Sala Civil, 22.3.2007, autos Marxuach S.A c/Rapala OY y Normark Corp S.A, recurso n° 5314/1999, resolución 305/2007)

- c) En cuanto a las causales de resolución del contrato, debería incorporarse el concurso preventivo así como también el pedido de su propia quiebra.

Es un hecho conocido que los concesionarios que han tenido que presentarse en concurso han realizado prácticas que terminan perjudicando a las terminales automotrices y a los usuarios, como ser el caso de la obtención de señas a los compradores por automotores que no tienen en stock y que eventualmente no están en condiciones de adquirir.

Esta situación ha generado problemas judiciales con terceros compradores que podrían evitarse de tener la facultad la terminal de rescindir el contrato por la presentación en concurso.

En este punto ya hay antecedentes negativos aunque solo son aislados, reconociéndose en la mayoría de los casos que la terminal no responde por los actos del concesionario, como fue muy bien desarrollado por la SCJBA en autos “García Manuel E. c/Hyundai Motor Argentina S.A del 13.6.2007”, entre muchos otros casos.

- d) El proyecto incorpora también la consecuencia que trae para el concedente la omisión del preaviso (art 1493) que es directamente que la otra parte tiene derecho a la indemnización por las ganancias dejadas de percibir en el período.

De acuerdo a la redacción, esto podría dar lugar a distintas interpretaciones jurisprudenciales en el sentido que puede tratarse de utilidad bruta, cuando lo correcto es que se refiera a utilidad neta (conf. CNCom, Sala C, 21.5.05, “Casa

Rotger S.A c/Nobleza Piccardo S.A”, idem misma Sala “Gestido y Pastoriza SH c/Nobleza Piccardo”, 24.11.05, entre otros muchos casos)

Además, para evitar el dispendio jurisdiccional innecesario, debería establecerse que la indemnización debe corresponder a “utilidades netas según balances” ya que no debería ser controvertido que las utilidades son las que surgen de sus balances.

- e) El art.1509 prevé que la causales de resolución deben ser la del art 1494, cuando lo correcto sería también la de agregar al art 1496 (fusión o escisión en detrimento sustancial de la otra parte)