

## Debates actuales en torno al preaviso y a la indemnización por clientela en los contratos comerciales de distribución

Facundo José Nazur\*

### I. Primera aproximación al tema [\[arriba\]](#)

Con la entrada en vigencia del Código Civil y Comercial[1] (en adelante “CCyC”) a partir del 1º de agosto de 2015, comenzó a estar regulada en nuestro ordenamiento positivo una materia que había generado interesantes reflexiones por parte de la doctrina y jurisprudencia mercantil: el preaviso en los contratos comerciales de larga duración. Los mayores aportes provinieron de los pronunciamientos de las diversas salas de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial[2] (en adelante “CNCom.”), los que a su vez propiciaron gran cantidad de publicaciones de parte de la doctrina[3].

Puede sostenerse que al tiempo de sanción del CCyC tanto la doctrina como la jurisprudencia eran contestes respecto a las respuestas a dar a los distintos problemas que se suscitaban alrededor de esta temática. Todo ello obedeció al loable trabajo de los tribunales a lo largo de más de tres décadas. Con tales antecedentes a sus espaldas, el CCyC recogió gran parte de los desarrollos que lo precedieron en la materia. Cualquier distraído podría entender que siendo tal la situación, las conclusiones a las que se han arribado en el particular son terminantes y por lo tanto no existen nuevos temas generadores de polémica. Nada más alejado de la realidad. Aquí hay una muestra de la inmensa riqueza que nos ofrece el campo jurídico. Es que, a poco que se analiza, una cuestión que generó una sólida jurisprudencia durante treinta años y que luego fue receptada por el CCyC, despierta en los días que corren renovados interrogantes. Todo ello porque el derecho es un fenómeno inmerso en la realidad. No puede jamás ser ajeno a los cambios del contexto en que se sitúa. Se nutre constantemente de la conducta de los hombres. Esta última es por naturaleza variable. Todo ello explica en cierto sentido las oscilaciones antes referidas.

En las próximas líneas se expondrán los nuevos interrogantes que actualmente genera el instituto del preaviso en el marco de la rescisión unilateral de los contratos de comercialización de larga duración o de distribución[4]. Particularmente, se focalizará en el debate existente entre aquellos que sostienen que la jurisprudencia anterior al CCyC arribó a desarrollos que se contraponen con los remedios adoptados por la novel legislación; y aquellos otros que entienden que, tanto las soluciones de los fallos de los tribunales, como las de la ley actual, pueden interpretarse en armonía. A modo simplista -tal vez en exceso- se identificará al primer grupo como: la tesis de la oposición y al segundo como la tesis de la armonía.

Por otra parte, en el presente también se expondrán algunas reflexiones sobre la indemnización por clientela en los contratos de distribución[5], particularmente a la luz de algunos recientes pronunciamientos de la Sala D de la CNCom[6]. En relación con esta temática también existió, por un considerable tiempo, pacífica jurisprudencia de la mencionada Cámara. Sin embargo, un replanteo sobre las bases del tema echó por tierra los antiguos desarrollos y motivó el surgimiento de soluciones opuestas a aquellas antes sostenidas. La duda, que también será abordada en las próximas líneas, es si estas nuevas conclusiones son terminantes y tienen virtualidad de erigirse en un nuevo paradigma o si representan pronunciamientos aislados, sin que ello implique el abandono de las antiguas conclusiones.

A estas alturas -albergando un optimismo desbordante- se espera que el lector se encuentre tan convencido como el autor de que los temas que se desarrollarán son sumamente

apasionantes. Sin embargo, el escritor, si es que cabe tamaño sustantivo, no es tan ambicioso y se contenta con el hecho de que estas líneas generen una reflexión en todo aquel que las transita. El objetivo principal del presente es abrir puertas que representen un sinfín de interrogantes. Si lo que se pretende es encontrar conclusiones terminantes, este no es el lugar correcto. Se aclara que los desenlaces a los que se arrije no pretenden dar por zanjada ninguna de las cuestiones que se tratan. La idea es incentivar el debate con el convencimiento de que a mayor cantidad de opiniones, mayor es el ejercicio intelectual a realizar. Aclarado esto, corresponde adentrarnos en el tópico que nos convoca.

## **II. La rescisión unilateral y el preaviso en la jurisprudencia anterior al CCyC [\[arriba\]](#)**

Previo a comenzar, es fundamental tener en cuenta que estamos en presencia de contratos de comercialización, por ello, dos son las notas a considerar:

- (i) en esencia son acuerdos de larga duración; y
- (ii) se trata de contratos de colaboración, en oposición a aquellos de cambio.

Ambos caracteres juegan con fuerza en la interpretación, ejecución y finalización de cualquier relación de este tipo. Es vital tener en cuenta lo antes mencionado, puesto que se trata de un dato no menor que facilita la comprensión de los temas a desarrollar.

El punto de partida obligado es el fallo de la Corte Suprema de Justicia de la Nación (en adelante “CSJN”) coloquialmente conocido como Automóviles Saavedra[7]. Por intermedio de este, el Supremo Tribunal reconoció la posibilidad de rescindir unilateralmente los contratos de larga duración por tiempo indeterminado. La Corte entendió que lo contrario implicaría un ejercicio abusivo de los derechos, puesto que su consecuencia directa sería que las partes estarían ligadas entre sí, sin posibilidad de abandonar la relación contractual. Sin embargo, para que dicha facultad no genere obligación de indemnizar, los tribunales consideraron necesario que sea ejercida de manera razonable, lo cual se traduce en que:

- (i) debe formularse en términos claros y precisos; y
- (ii) no debe ser intempestiva. Esto significa que debe otorgársele al rescindido un plazo razonable para reorganizarse adecuadamente[8].

De no cumplirse estos extremos, quien rescinde, se encontraría frente a la obligación de indemnizar a la contraparte.

Los posteriores desarrollos de los tribunales giraron casi exclusivamente en torno la cuestión referida al plazo de preaviso. Si se sostiene que es posible rescindir unilateralmente, sin causa y sin caer en la obligación de indemnizar, cumpliendo el requisito de razonabilidad en el término de la comunicación, es lógico que las consideraciones se centren en determinar qué se entiende por plazo razonable. Precisamente, eso fue lo que ocurrió. La conclusión compartida por los tribunales fue que por cada año de vigencia del contrato correspondía un mes de preaviso. Tal fue la solución receptada en el Proyecto de Código Civil (unificado con el de Comercio) de 1998[9] (en adelante “Proyecto de 1998”), el cual en su artículo 1373 establecía para el contrato de agencia un plazo de preaviso de un mes por cada año de duración del acuerdo, fijando un máximo de seis meses[10]. El artículo 1388, referido a la concesión, remitía a la regulación del contrato de agencia respecto a esta cuestión[11]. El mismo plazo correspondía para los contratos de franquicia, pero en este caso no se regló un término máximo[12]. Finalmente, el artículo 1391 hacía aplicable las reglas del contrato de concesión a los contratos de distribución en sentido estricto[13].

Cabe detenerse un segundo y analizar lo anteriormente expuesto. Los contratos de distribución carecían de tipicidad en el antiguo Código Civil. Sin perjuicio de ello, la doctrina sostenía que eran socialmente típicos[14]. Su falta de tipicidad legal implicaba que estos se encontraban huérfanos de regulación. Su creciente aplicación en el ámbito comercial generó la necesidad de contar con ciertas pautas para resolver las diversas vicisitudes que se generaban. De todo ello se ocuparon los tribunales. Así, incorporaron a nuestro sistema la regla de un mes por cada año de vigencia. Tal fue la situación previa al dictado del CCyC. Corresponde, a renglón seguido, analizar la situación actual.

### III. El preaviso en el CCyC y las implicancias de un reciente fallo de la CNCom [\[arriba\]](#)

Con la entrada en vigencia del CCyC, a partir del 1° de agosto de 2015, adquirió tipicidad legal el género de los contratos de distribución. Dicho cuerpo normativo regula en particular los siguientes contratos:

- (i) Agencia: artículos 1479 a 1501;
- (ii) Concesión: artículos 1502 a 1511; y
- (iii) Franquicia: artículos 1512 a 1524.

A semejanza de lo que ocurría con el Proyecto de 1998, el artículo 1511 hace aplicable las reglas del contrato de concesión a los contratos de distribución, entendidos estos en su acepción restringida[15].

Ahora bien, pasemos a la regulación del preaviso para cada una de estas figuras. En el artículo 1492 se establece la regla de un mes de preaviso por cada año de vigencia para los contratos de agencia[16]. En el particular, el CCyC se apartó de su antecesor. Omitió el párrafo del Proyecto de 1998 que establecía un máximo de seis meses. Para la concesión y la distribución en sentido estricto está prevista la remisión a las reglas de la agencia, en virtud del juego de los artículos 1508 y 1511[17]. Aquí hay semejanza con el Proyecto de 1998, pero tampoco existe término máximo. Finalmente, el artículo 1522 prevé la misma regla para los contratos de franquicia. Sin embargo, en este caso si se establece un plazo máximo de seis meses de preaviso[18].

Llegados a este punto, resulta oportuno exponer la polémica que se ha suscitado en torno a esta cuestión. Por un lado, se encuentran los sostenedores de la tesis de la oposición[19]. Para este grupo, las respuestas que da el CCyC sobre el particular difieren de aquellas elaboradas por los tribunales nacionales. Así, desde esta óptica se entiende que la ley establece una norma rígida (un mes de preaviso por cada año de vigencia del contrato), mientras que los tribunales adoptan una postura más flexible, que contempla la razonabilidad y suficiencia del plazo. La regla es vista como una especie de teorema matemático, sólo susceptible de aplicación literal y directa. Se sostiene que siempre deberá respetarse la regla de un mes de preaviso por cada año de duración del contrato y que los tribunales no pueden establecer límites, allí donde la ley no lo ha establecido[20]. Tampoco puede ignorarse la letra de una norma que resulta ser de orden público[21]. Del otro lado, la postura consagrada por los magistrados en sus pronunciamientos, requeriría un análisis más detenido y particularizado de cada situación a efectos de arribar a la estimación de un plazo que resulte adecuado y permita al rescindido un correcto reacomodamiento frente a las consecuencias que la terminación le genera.

En la vereda contraria se sitúan los sostenedores de la tesis de la armonía[22]. Para esta postura la jurisprudencia anterior al CCyC y éste último no son absolutamente coincidentes, pero tampoco plantean diferencias irreconciliables. Así, se dice que: “la jurisprudencia de

esta Cámara nunca avaló la idea, que si abrazó el juez a quo con cita del art. 1492 CCCN, de que a cada año de vigencia contractual le correspondía mecánicamente un mes de preaviso; y ciertamente, lo más que hizo fue, a fin de consagrar un criterio que brindara seguridad jurídica y previsibilidad para los operadores, aceptar en diversas ocasiones el del art. 1373, párrafo segundo, del Proyecto de Código Civil de 1998, que establecía la necesidad de un mes de preaviso por cada año de duración del contrato”[23]. Más adelante se afirma: “A todo evento, ni siquiera una aplicación directa del art. 1492, CCCyC (que en el caso no corresponde, según se ha visto) podría dar base a semejante escenario, ya que, es obvio, el preaviso extintivo exigido por la norma debe siempre ser “razonable”, ni exiguo, ni exorbitado, pues de lo que se trata es solo de dar suficiente tiempo al otro contratante para que pueda adoptar todas las medidas necesarias para evitar los perjuicios que le ocasiona la ruptura brusca”[24]. Se pide disculpas por la extensión de las citas, pero la diafanidad de sus postulados hizo necesaria su transcripción a efectos de exponer adecuadamente la tesis de la armonía. En el fallo citado, no era de aplicación el CCyC debido a que se trataba de una relación nacida y concluida al amparo de Código Civil derogado. Sin embargo, se hace mención al actual cuerpo de normas y se sostiene que su aplicación no es mecánica. Simplemente se establece una pauta que no debe ser seguida a rajatablas.

#### **IV. La compensación por clientela** [\[arriba\]](#)

A la polémica anterior se adiciona la discusión que gira en torno a la indemnización por clientela[25] al momento de terminación del contrato, sin importar su causa de finalización, es decir independientemente de la existencia de dolo o culpa. Por mucho tiempo, y a contramano de la tendencia impuesta en derecho comparado, la CNCom negó el otorgamiento de tal rubro[26]. Sin embargo, en los últimos tiempos, se vislumbra un viraje en las resoluciones de dicho tribunal. En tal sentido, son paradigmáticos los fallos “Solá c/ Diageo” y “Cellularnet c/ Telecom Personal”[27]. En ambos resultó aplicable el derogado Código Civil, por versar sobre relaciones fenecidas durante la vigencia de la normativa anterior. A todo ello se suma la nueva regulación que trae consigo el CCyC que prevé en su artículo 1497 la posibilidad de indemnizar la clientela en el marco de la extinción del contrato de agencia. Para ello, fija una serie de requisitos, que en general recogen las construcciones consagradas por la doctrina y las legislaciones foráneas. Asimismo, este dispositivo es motivo de polémicas. Se discute sobre la excepcionalidad o no de su aplicación; y sobre su eventual aplicación a todo el género de los contratos de distribución o su acotamiento a la agencia. Como seguramente el lector ha advertido, muchas son las cuestiones a considerar en las próximas líneas.

Analicemos en primer lugar, la procedencia o no de la indemnización por clientela y si su aplicación resulta excepcional. Es adecuado remarcar que la tendencia a nivel mundial es el reconocimiento de dicho rubro[28]. La doctrina y la jurisprudencia extranjera, así como el derecho comparado y parte de la doctrina nacional evidenciaban una tendencia favorable respecto a la procedencia de dicha indemnización. Por esa razón, para Serebrinsky resulta un tanto incomprensible la postura adoptada por los tribunales locales a lo largo de tantos años[29]. Fuera de contadas excepciones, la CNCom. sostuvo la idea de que la compensación por clientela no era procedente bajo el régimen del derogado Código Civil. Cuando la concedió, entendió que estaba incluida dentro del valor llave.

Contrariamente, Lorenzetti siempre fue partidario de la admisión de este rubro[30]. El doctrinario considera que “la clientela es un efecto del esfuerzo común y continuo de todos los integrantes de la red, y cuando se separa de uno de ellos, la clientela sigue a la marca y no al distribuidor, de manera que sigue siendo disfrutada por el titular de la marca”[31]. La

consecuencia directa de dicho razonamiento es que se produce un enriquecimiento sin causa, lo que se erige como fundamento principal y determinante del pago de tal indemnización[32]. Como representante de la doctrina española puede citarse a Fernando Martínez Sanz. Uno de sus grandes aportes es el análisis de los supuestos en que los productos distribuidos gozan de un gran prestigio, caso en que muchos sostienen que la compensación por clientela no resultaría procedente, por resultar un “fruto exclusivo de la notoriedad de la marca”[33]. El autor califica a la cuestión como un “pseudo-problema”[34]. En ese sentido, sostiene que la actividad de creación de la clientela del agente es “concausal” con la fuerza atractiva de la marca[35].

Los pronunciamientos de la Sala D de la CNCom. en “Solá c/ Diageo” y “Cellularnet c/ Telecom Personal” recogen gran parte de las consideraciones vertidas en el párrafo anterior. En ambos fallos, se declara la procedencia de la indemnización por clientela al amparo del derogado Código Civil, revirtiendo una tendencia sumamente arraigada en los pronunciamientos de las diferentes salas del tribunal. Heredia es consciente de que la solución aportada es novedosa y se contrapone a sus votos en fallos anteriores. Lo deja expresamente plasmado en su voto en Solá: “No ignoro la existencia de fallos de esta alzada comercial denegatorios de la compensación por clientela en caso de extinción de contratos de comercialización. En anterior ocasión incluso he compartido ese criterio (esta Sala D, 28/12/2011, Emporio Automotores SRL c/ CIDEF Argentina S.A. s/ ordinario).[36]”. Y a renglón seguido: “un nuevo examen de la cuestión me convence sobre la necesidad de abandonar esa postura, y en su lugar, adherir a la doctrina de otros fallos que si admitieron el rubro”[37]. En apoyo de su postura, cita jurisprudencia de la Sala Civil del Supremo Tribunal de España. Aclara que las condiciones de procedencia de la indemnización son las siguientes:

(i) que la labor del distribuidor haya incrementado considerablemente las operaciones del distribuido; y

(ii) que la actividad del distribuidor tenga virtualidad para seguir produciendo ventajas al distribuido, una vez extinguido el contrato[38].

Otro aspecto relevante del fallo, es que versa sobre un contrato de distribución propiamente dicho.

A continuación, corresponde analizar la regulación que sobre la materia trae el CCyC. El instituto se encuentra previsto en el artículo 1497 de dicho cuerpo de normas. Dicho dispositivo -referido a los contratos de agencia- consagra la existencia de una indemnización por clientela cuando:

(i) el contrato, que era por tiempo determinado, se extingue por cualquier causa;

(ii) la labor del agente ha incrementado significativamente el giro de las operaciones del empresario; y

(iii) la actividad anterior puede continuar produciendo ventajas sustanciales al empresario[39].

La doctrina discute sobre el carácter excepcional o no del presente rubro. Así, para un sector[40] solamente procede cuando “es la consecuencia de la labor extraordinaria del agente que ha redundado en beneficios significativos para el principal”[41]. En la vereda contraria, se posicionan quienes consideran que se trata de una indemnización característica de los contratos de distribución que procede siempre que el contrato se haya extinguido sin culpa del distribuidor y siempre que se reúnan los demás requisitos del

1497[42]. No se trataría de un rubro excepcional por el simple hecho de que en ninguna parte se exige la realización de esfuerzos excepcionales. Conceder la indemnización con carácter restrictivo implicaría ser severo, allí donde la ley no lo es.

El último tema a tratar es el campo de aplicación del rubro. Para algunos[43] procede sólo en los contratos de agencia y en el resto de los contratos de distribución no puede ser concedida ni siquiera con carácter excepcional. El fundamento de la postura reside en que, entre ambos tipos de contratos existen diferencias determinantes que impiden la aplicación analógica de las reglas de la agencia al resto de los contratos de distribución[44]. Por el contrario, muchos sostienen que no existen razones de peso para vedar la extensión al resto de los contratos de distribución comercial[45]. El hecho de que compartan un mismo género, resulta terminante a la hora de extender las soluciones. A mayor abundamiento, el art. 2 del CCyC incluye a la analogía entre los métodos de interpretación de la ley[46].

Con lo anterior queda cubierto el listado de los temas a exponer. Corresponde ahora esbozar algunas conclusiones respecto a cada uno de los puntos que fueron tratados. Se recuerda al lector que ninguno de los asertos que a continuación se expondrán, pretende dar por cerrada la cuestión. Se abraza el noble propósito de realizar un pequeño aporte, desde la humilde posición que el autor ocupa y de contribuir a la discusión en temas cuya actualidad resulta evidenciada fácilmente.

## V. Algunas conclusiones [\[arriba\]](#)

1. La regla que sostiene que por cada año de vigencia del contrato corresponde un mes de preaviso no configura una pauta rígida que deba ser aplicada a rajatablas en todo los casos. A la hora de interpretarla, resulta importante tener en cuenta su finalidad. Lo que ella busca, es otorgarle al rescindido un adecuado plazo para evitar los perjuicios que la ruptura le ocasiona. Por consiguiente, debe ser suficiente y razonable para permitirle un correcto readjustamiento. En palabras de la CNCom. no debe ser “ni exorbitado, ni exiguo”. Atenerse a la literalidad del artículo no evidenciaría ninguna utilidad y chocaría de lleno con lo reglado por el citado artículo 2 del CCyC que manda a tener en cuenta, las finalidades de la norma, además de sus palabras, a la hora de interpretarla.

2. De lo anterior resulta que es posible armonizar las disposiciones que regulan al preaviso en el CCyC con las conclusiones a las que arribó la jurisprudencia con anterioridad a la sanción de dicho cuerpo normativo. Se adopta en este punto la tesis de la armonía. La virtualidad práctica de esta decisión es que todas las construcciones jurisprudenciales serán de utilidad a la hora de interpretar la novel legislación, pues carece de sentido buscar el conflicto, allí donde existe una solución que armonice todas las posiciones en juego. Por tal razón, se entiende que el CCyC recepta, a grandes rasgos, las conclusiones que lo precedieron en la materia.

3. A la luz del Código Civil derogado, la jurisprudencia de la CNCom. debió ser más abierta a la concesión de la compensación con clientela. Se espera que si el tribunal debe fallar nuevos casos al amparo de tal legislación, sostenga la opinión plasmada en sus últimos pronunciamientos. No existen motivos de peso para negar dicho rubro.

4. Con la sanción del CCyC se consagra la indemnización por clientela. Se niega el carácter excepcional del instituto, puesto que no surge expresamente de la letra de la ley, ni de su finalidad, ni de los principios y valores jurídicos de la comunidad. La procedencia del rubro sólo está atada al cumplimiento de los requisitos previstos por el artículo 1497 CCyC. Esto es lo que se desprende de los últimos fallos de la CNCom. citados en el presente artículo.

5. Las reglas de la agencia en lo que refiere a indemnización por clientela son aplicables al resto de los contratos de distribución. No existen razones de peso para negar tal conclusión. Las similitudes que estos guardan entre sí habilitan la interpretación analógica.

6. Las últimas conclusiones se encuentran en línea con las tendencias a nivel mundial, construida a lo largo de muchos años por la jurisprudencia y la doctrina foráneas. Se aplaude que la jurisprudencia local haya modificado muchas de sus anteriores conclusiones. Se alberga la esperanza de que dichos pronunciamientos sean sostenidos a lo largo del tiempo y no impliquen sentencias aisladas.

#### Notas [\[arriba\]](#)

\* *D.N.I.: 37.191.751*

*Informe de Contratos y Negocios Patrimoniales - MDE 2016/17*

[1] Ley Nº 26.994 publicada en el Boletín Oficial el 08/10/2014.

[2] En ese, sentido es ilustrativa la jurisprudencia de la Sala D de dicho Tribunal. Se hace referencia a dichos pronunciamientos en posteriores citas del presente.

[3] Pionero en la materia fue: LORENZETTI, Ricardo, “Tratado de los Contratos”, tomo I, Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 1999.

[4] Los términos “contratos de comercialización de larga duración” y “contratos de distribución” se utilizarán de forma indistinta en el presente, refiriendo a idéntica situación.

[5] Entendiendo este término en su acepción genérica, comprensiva de los contratos de agencia, concesión, franquicia y distribución en sentido estricto. Cuando se use en sentido restringido se aclarará.

[6] CNCom., Sala D, 01/03/2016 “Sola, Andrés Valentín c. Diageo Argentina S.A. s/ ordinario”, LL, Cita Online: AR/JUR/12070/2016; CNCom., Sala D, 01/09/2016 “Cellularnet S.A. c. Telecom Personal S.A. s/ ordinario”, LL, Cita Online: AR/JUR/57891/2016.

[7] CSJN, 04/09/1988, “Automóviles Saavedra S.A. c/ Fiat Argentina S.A.”, LL. Cita online: AR/JUR/1579/1988.

[8] *Ibidem*.

[9] Dicho proyecto fue redactado por la Comisión creada por decreto 685/95 del Poder Ejecutivo Nacional. Es fuente de inspiración directa del CCyC.

[10] “ARTÍCULO 1373.- Preaviso. En los contratos de agencia con duración indeterminada, cualquiera de las partes puede ponerle fin con un preaviso. El plazo del preaviso debe ser de un mes por cada año de vigencia del contrato, hasta un máximo de seis (6) meses (...)”.

[11] “ARTÍCULO 1388.- Rescisión de contratos de plazo indeterminado. En el contrato de concesión de plazo indeterminado: a) Son aplicables los artículos 1373 y 1374 (...)”.

[12] “ARTÍCULO 1400.- Extinción del contrato. A la extinción del contrato de franquicia se aplican las siguientes reglas: (...) d) La parte que desee concluir el contrato a la expiración del plazo original o de cualquiera de sus prórrogas, debe preavisar a la otra con una anticipación no menor a un (1) mes por cada año de duración, contado desde su inicio hasta el vencimiento del plazo pertinente. En los contratos en que se haya pactado duración indeterminada el preaviso debe darse de manera que la rescisión se produzca, cuando menos, al cumplirse el tercer año desde su concertación (...)”.

[13] ARTÍCULO 1391.- Aplicación a otros contratos. Las reglas de este Capítulo se aplican: (...) b) A los contratos de distribución, en cuanto sean pertinentes.”.

- [14] Conf. MARTORELL, Ernesto E., “Tratado de los Contratos de Empresa”, Lexis Nexis-Depalma, 1997, Cap. X, punto IV.4; GENESIO, Diego M., “Daños y perjuicios en la rescisión unilateral del contrato de distribución”, LL 2005, Cita online: AR/DOC/1831/2005.
- [15] “ARTICULO 1511.- Aplicación a otros contratos. Las normas de este Capítulo se aplican a: (...) b) los contratos de distribución, en cuanto sean pertinentes.”.
- [16] “ARTICULO 1492.- Preaviso (...) El plazo del preaviso debe ser de un mes por cada año de vigencia del contrato (...)”.
- [17] “ARTICULO 1508.- Rescisión de contratos por tiempo indeterminado. Si el contrato de concesión es por tiempo indeterminado: a) son aplicables los artículos 1492 y 1493 (...)”. Respecto al ARTÍCULO 1511 se remite a la cita anterior.
- [18] “ARTICULO 1522.- Extinción del contrato. La extinción del contrato de franquicia se rige por las siguientes reglas: (...) d) cualquiera sea el plazo de vigencia del contrato, la parte que desea concluirlo a la expiración del plazo original o de cualquiera de sus prórrogas, debe preavisar a la otra con una anticipación no menor de un mes por cada año de duración, hasta un máximo de seis meses, contados desde su inicio hasta el vencimiento del plazo pertinente (...)”.
- [19] PAPA, Rodolfo G., “Reconocimiento de la compensación por pérdida de clientela en la distribución mercantil. Un leading case”, LL 2016, Cita online: AR/DOC/3040/2016; REMAGGI, Luis A., “El valor de la clientela y la conclusión de los contratos de agencia y distribución”, LL 2016, Cita online: AR/DOC/232/2016; SEREBRINSKY, Diego H., “Agencia comercial e indemnización por clientela. Correcta enmienda a su tratamiento por la jurisprudencia bajo el Código Civil derogado”, LL 2016, Cita online: AR/DOC/3528/2016.
- [20] SEREBRINSKY, Diego H, ob. cit.
- [21] Íbidem.
- [22] Entiendo que es la doctrina sostenida por la Sala D de la CNCom. Conf. fallo “Solá c/ Diageo”, citado en la nota N° 7.
- [23] Íbidem.
- [24] Íbidem.
- [25] Siguiendo a SEREBRINSKY, Diego H., ob. cit., los términos “compensación” e “indemnización” por clientela se utilizan indistintamente, si entrar en el análisis de la naturaleza jurídica de la misma que debate si estamos en presencia de una indemnización por daños y perjuicios o de una compensación por una pérdida.
- [26] CNCom, Sala “D”, 28/11/2011, “Emporio Automotores S.R.L. c/ CIDEF Argentina S.A. s/ordinario”, MJJ71794.
- [27] Citados en la nota N° 7.
- [28] Tal lo que ocurre en Austria, España, Suiza, Italia y Alemania, sólo por mencionar algunos.
- [29] SEREBRINSKY, ob. cit.
- [30] LORENZETTI, ob. cit., p.635.
- [31] LORENZETTI, ob. cit., p. 582.
- [32] LORENZETTI, ob. cit., p. 584.
- [33] MARTINEZ SANZ, Fernando, “La indemnización por clientela en los contratos de agencia y concesión”, Segunda edición ampliada, Madrid, 1998, p. 346 y 347; citado por SEREBRINSKY, ob. cit.
- [34] Íbidem.
- [35] MARTINEZ SANZ, ob. cit., p. 151 y ss.
- [36] Fallo citado en nota N° 7.
- [37] Íbidem.
- [38] Íbidem. En línea con los requisitos exigidos por la doctrina y adoptados en el art. 1497 del CCyC.



[39] “ARTICULO 1497.- Compensación por clientela. Extinguido el contrato, sea por tiempo determinado o indeterminado, el agente que mediante su labor ha incrementado significativamente el giro de las operaciones del empresario, tiene derecho a una compensación si su actividad anterior puede continuar produciendo ventajas sustanciales a éste”.

[40] Por todos, REMAGGI, ob. cit.

[41] Íbidem.

[42] Por todos, SEREBRINSKY, ob. cit.

[43] Nuevamente por todos, REMAGGI, ob. cit.

[44] Íbidem.

[45] SEREBRINSKY, ob. cit; y es también la postura que se desprende del fallo de la Sala D, CNCom, “Solá c/ Diageo”.

[46] ARTICULO 2°.- Interpretación. La ley debe ser interpretada teniendo en cuenta sus palabras, sus finalidades, las leyes análogas, las disposiciones que surgen de los tratados sobre derechos humanos, los principios y los valores jurídicos, de modo coherente con todo el ordenamiento.