

## **REGULACIÓN JURÍDICA CONTRACTUAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL**

*Dr. Jorge Enrique Romero Pérez*<sup>(\*)</sup>

Catedrático de Derecho Económico Internacional<sup>(\*\*)</sup>  
Facultad de Derecho. Universidad de Costa Rica

(Recibido 06/05/11; aceptado 30/11/11)

---

(\*) Telfaxs (506) 2250-1160; (506) 2259-4844.

(\*\*) Curso del Posgrado en Derecho Comercial. Sistema de Estudios de Posgrado. Universidad de Costa Rica.

## **RESUMEN**

Las necesidades del mercado han obligado a las empresas a colaborar entre sí para difundir y vender bienes o servicios en un espacio que será repartido entre los distribuidores, para asegurarles un territorio en el cual expendan esos bienes, con una garantía de exclusividad y otras ventajas como descuentos, ganancias, etc.

**Palabras clave:** distribución, mercado, empresa, bienes, servicios, espacio, territorio.

## **ABSTRACT**

The necessities of the market have forced the companies to collaborate to each other to diffuse and to sell goods or services in a space that will be distributed among the distributors, to assure them a territory in which expend those goods, with an exclusivity guarantee and other advantages like discounts, earnings, etc.

**Key words:** distribution, market, interprise, goods, services, space, territory.

## **SUMARIO**

### Introducción

1. Concepto
2. Orígenes
3. Naturaleza jurídica
4. Principales características de este contrato
5. Función económica
6. Elementos constitutivos del contrato
7. Partes
8. Derechos y obligaciones de las partes
9. Análisis de comparación con otros acuerdos comerciales
10. *Twin pack*
11. Legislación
12. Jurisprudencia

### Conclusión

### Bibliografía



## **INTRODUCCIÓN**

Las necesidades del mercado han obligado a las empresas a colaborar entre sí para difundir y vender bienes o servicios en un espacio que será repartido entre los distribuidores, para asegurarles un territorio en el cual expendan esos bienes, con una garantía de exclusividad y otras ventajas como descuentos, ganancias, etc.

En el sistema económico esta negociación se ha fortalecido y consolidado.

### **1. CONCEPTO**

Se trata de un contrato atípico de naturaleza mercantil, por el cual, en nombre propio, se promueve la introducción al mercado de una demarcación territorial, de un específico servicio, bien o producto manufacturado por otra persona, mediante un sistema de reventa o cesiones en uso, previamente planificadas en cuanto a la unidad de precio, tiempo determinado y con exclusión de la competencia a cargo de uno solo de los contratantes o de ambos (López, p. 32, 1999; Marzorati, p. 561, 1997).

Este convenio se refiere al modo de comercialización de productos por medio de terceros para la colocación y distribución de ellos, estableciéndose una relación jurídica estable con su productor o fabricante (Doynel, p. 18, 2010).

También, se puede definir como aquel contrato en donde el fabricante conviene el suministro de un producto determinado al distribuidor, quien adquiere la propiedad de los bienes (los compra) para proceder a su colocación masiva por medio de su propia organización en una zona determinada, recibiendo, a cambio, un porcentaje –descuento– sobre la diferencia entre el precio de compra y de venta de los productos (Guido; y, Chavarría, p. 17, 2006, versión digital).

### **2. ORÍGENES**

#### **Etimológico**

La palabra distribución viene del latín *distributione*. Significa la acción y el efecto de distribuir o distribuirse.

## **Histórico**

La producción de bienes y servicios en serie y a gran escala, surgió a partir de la Revolución Industrial, trajo consigo la aparición de la gran empresa y determinó, por ende, la desvinculación entre el productor o fabricante de los bienes y servicios y el consumidor; lo cual modificó la relación anterior de tipo artesanal.

De este modo nace una red de distribuidores de los productos de la empresa productora, con el fin de llevar los productos al mercado (Ghersi, pp. 102-103, T. 2, 1999).

### **3. NATURALEZA JURÍDICA**

Se trata de un contrato comercial atípico cuya finalidad reside en la intermediación que la parte adquirente debe realizar para distribuir los productos entregados por el fabricante o importador. El distribuido tiene necesidad de que el distribuidor coloque sus productos en el mercado (Ghersi, T.2, pp.107-108, 1999).

### **4. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE ESTE CONTRATO**

*Existencia de dos empresas independientes:* una, es la productora y la otra es la empresa comercializadora o distribuidora.

*Vínculo de cooperación:* la ligazón entre ambas empresas implica el acercamiento y difusión del producto en el mercado.

*Permanencia:* el contrato requiere de un cierto plazo de tiempo para su ejecución.

*Relación contractual bilateral:* ambas empresas pactan un convenio de determinada permanencia en el tiempo de estabilidad jurídica, señalando los derechos y deberes de las partes.

*Oneroso:* el afán de lucro o beneficio está presente en el convenio de penetración del mercado.

*Bilateral:* las partes que han convenido quedan sujetas recíprocamente de acuerdo a los términos pactados.

*Comercialización de la producción de una de las empresas vinculadas:* una de las partes negociantes se compromete a penetrar el mercado y a distribuir los bienes o los servicios de la empresa productora o matriz.

*Cadena en la distribución:* del productor al distribuidor mayorista; del distribuidor mayorista al distribuidor minorista; y del distribuidor minorista al consumidor o cliente (Etcheverry, pp. 205 a 212, T. I, 1995; Doynel, pp. 23 a 30, 2010).

*Atípico:* carece de una legislación concreta y específica.

Por ser un contrato atípico, rige el principio de libertad de forma.

La Sala Primera, en la sentencia N° 104 de las 14 horas 15 minutos del 16 de noviembre de 1994, afirmó que:

“... el contrato de distribución no se encuentra regulado en nuestro ordenamiento jurídico, *por lo que al resultar un contrato atípico, no está sujeto, para su validez, a formalidades especiales*” (Guido; y, Chavarría, p. 21, versión digital, 2006).

## **5. FUNCIÓN ECONÓMICA**

Se trata de colocar en el mercado la producción de una empresa productora, cuando ella no puede o no quiere hacerlo por sí misma.

Esta función es un método de colaboración interempresarial y una forma de agrupamiento de empresas (Etcheverry, p. 205, T. I, 1995).

## **6. ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL CONTRATO**

### **Consentimiento**

Este se traduce en la manifestación de un contrato de adhesión, en donde el fabricante o productor predispone las condiciones del convenio a un distribuidor que ve limitado su poder de negociación y solo puede aceptar o rechazar las cláusulas contractuales materializadas en formularios previamente impresos.

## **Causa**

Si entendemos por causa el fin inmediato y concreto que impulsa a las partes a contratar, aquí se da una identificación con su función económica.

La causa, el fin del contrato es la comercialización de productos o servicios y de este modo las partes podrán prever con exactitud la cantidad de unidades a cuya provisión y colocación se comprometen, su precio y condiciones de venta, las campañas de publicidad y los servicios de reparación; es decir, todo lo que se refiere a la planificación comercial del contrato.

## **Objeto**

El objeto se puede referir a la venta de productos manufacturados que el distribuidor adquiere del productor o importador para su reventa; o a la distribución del mero uso, como en el caso de la distribución de películas cinematográficas para su exhibición.

## **7. PARTES**

### **Distribuidor o intermediario**

El que se obliga a adquirir de otra persona (distribuido) mercancías generalmente de consumo masivo para su posterior comercialización en el mercado, por cuenta y riesgo propio, estableciéndose una ganancia o un precio de reventa.

*Distribuido, productor o fabricante:* es la persona que fabrica o produce los bienes o servicios.

## **8. DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LAS PARTES**

### **Distribuidor: obligaciones**

- \* El distribuidor debe poseer locales con ciertas medidas, cierto tipo de respaldo patrimonial, que en conjunto, tiendan a garantizar el puntual cumplimiento de las obligaciones que asume.



- \* Queda a cargo del distribuidor la venta del producto a los potenciales clientes y la recolección del dinero de la respectiva venta.
- \* De este modo, el distribuidor asume el riesgo económico de todas las operaciones comerciales que haga, soportando las consecuencias y efectos de esas operaciones con terceros, ya que estas son ajenas al distribuido.
- \* Respetar el ámbito de la exclusividad pactado en el convenio.
- \* Debe respetar las indicaciones, pautas y formas de promoción y comercialización de los productos que la empresa productora imponga en el convenio respectivo.
- \* De acuerdo con el pacto, debe respetar la cláusula de confidencialidad en cuanto a secretos comerciales.

#### **Distribuidor: derechos**

- \* Percibir, dentro del plazo pactado, el porcentaje de beneficio establecido en el contrato.
- \* Tiene derecho a que se le respete la zona de exclusividad pactada, pudiendo reclamar los daños y perjuicios derivados de la violación de dicho convenio por parte de la empresa productora de los bienes y servicios.
- \* El distribuidor le puede exigir al productor que le remita los productos requeridos, de acuerdo con las cantidades pactadas en el convenio.
- \* Puede exigir al productor garantía por los vicios ocultos que pudiere presentar el producto distribuido, en atención a la responsabilidad que asume frente a terceros.
- \* Adquirir la mercancía en un precio menor al que luego venderá a los consumidores finales o a otros intermediarios.

#### **Productor: derechos**

- inspeccionar el funcionamiento del distribuidor

- determinar los precios de venta de los productos distribuidos
- establecer la publicidad respectiva
- establecer un volumen mínimo de venta
- definir las modalidades de comercialización

### **Productor: obligaciones**

- \* Se obliga, por tanto, entre otros aspectos, a abstenerse de concertar ventas directas dentro del ámbito de la zona asignada al distribuidor.
- \* No realizar ningún tipo de acción u omisión orientada a la frustración del contrato o a las operaciones por él generadas.
- \* Entregar las mercancías al distribuidor en los tiempos pactados.
- \* No rescindir el contrato de modo intempestivo (Barbieri, pp. 161 a 166, 1998).

### **Distribuidor**

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
Venta del bien de modo exclusivo en un territorio asegurado.	Asume el riesgo económico de todas las operaciones.
Porcentaje o beneficio económico asegurado, al adquirir el bien a un precio menor, para venderlo a un mayor precio.	Debe respetar la asignada zona de exclusividad del contrato. Está sujeto a las directrices comerciales que le da el productor.

## Productor

Ventajas	Desventajas
Tiene facultades para inspeccionar el funcionamiento del distribuidor.	Queda obligado a respetar la exclusividad para las ventas y territorio asignado al distribuidor.
Determina los precios de venta, márgenes de ganancia del distribuidor, publicidad correspondiente, volúmenes mínimos de venta.	Debe entregar los bienes de acuerdo con los plazos dados.
Establece las modalidades comerciales y de mercadeo.	No puede romper el contrato unilateralmente, so pena de las responsabilidades del caso.

## 9. ANÁLISIS DE COMPARACION CON OTROS ACUERDOS COMERCIALES

### Distribución y agencia

En el contrato de distribución, el distribuidor adquiere el dominio de los bienes que recibe del principal, de manera que la distribución se forma con múltiples compraventas sucesivas, que vistas en su conjunto, pierden su individualidad y se integran en una relación única, estable y coordinada que es el contrato de distribución.

En la distribución, si los clientes no abonan puntualmente las mercaderías vendidas al distribuidor; o el hecho de que no pueda colocarlas en el mercado, no lo exime de cumplir con las obligaciones asumidas con la empresa productora de los bienes objeto del contrato. Aquí se da una diferencia relevante respecto del contrato de agencia.

En el contrato de agencia existe un pago o bonificación, llamado comisión. Mientras que en el contrato de distribución la remuneración consiste en la diferencia que hay entre el precio en el que se adquiere la mercancía o los bienes a la empresa productora y el precio de venta de ellas a los consumidores o restantes intermediarios mercantiles (Guardiola, p. 107, 1998).

Al igual que el agente, el distribuidor es un intermediario independiente respecto del suministrador con el que realiza un acuerdo para revender sus productos; pero, a diferencia del agente, no realiza una mera función auxiliar por cuenta ajena, sino que es quien compra en firme los productos al suministrador, encargándose luego de su reventa en la zona que tenga asignada, actuando siempre por cuenta propia.

En el contrato de agencia, la promoción de actos u operaciones de comercio se hace por cuenta ajena, con el fin de obtener una ganancia llamada comisión (Guardiola, p. cit., pág. 107, 1998).

<b>Distribución</b>	<b>Agencia</b>
Aquí la ganancia radica en la diferencia entre el precio de compra del bien y el precio de venta a los consumidores.	La ganancia es un pago o bonificación llamada comisión.

### **Distribución y concesión comercial**

En la *concesión comercial* (por ejemplo de maquinaria agrícola, automotores, tractores) el concesionario utiliza la marca y los restantes símbolos identificatorios de la empresa concedente, pese a que realiza su actividad a nombre propio. Esta situación difícilmente se da en el contrato de distribución (Barbieri, pp. 160 y 161, 1998).

La característica que diferencia el contrato de distribución respecto del de concesión, está determinada por una mayor gradación de injerencia regulatoria y de contralor del concedente en relación con el concesionario; y que el concesionario tiene generalmente la obligación de organizar la atención del servicio de la cosa vendida y de las garantías, lo cual el distribuidor no hace (López, p. 33, 1999).

### **Distribución y suministro**

En el contrato de distribución, la adquisición que haga el distribuidor de los productos del distribuido será siempre con el fin de revenderlos. En el contrato de suministro, la adquisición por el suministrado puede ser para uso personal.

Mientras que el suministrado se obliga a pagar un precio por las cosas que adquiere del abastecedor; el distribuidor se obliga, además, a un conjunto de deberes que le impone su co-contratante, consecuencia de uno de los elementos esenciales de la distribución: la planificación comercial (Gherzi, p. 134, T. 2, 1999).

<b>Distribución</b>	<b>Suministro</b>
La adquisición del bien es para revenderlo.	La adquisición del bien puede ser para uso personal.
El distribuidor se obliga a pagar el precio del bien y a otras responsabilidades conexas.	La obligación es solo de pagar el bien que se adquiere.

### **Distribución y compraventa**

La colocación de los productos adquiridos por el distribuidor, ya sea a otros comerciantes (mayoristas o minoristas) o directamente al consumidor, constituye un elemento esencial de este contrato, que lo diferencia de la compraventa.

La Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia ha definido la compraventa como aquel contrato traslativo de dominio mediante el cual una persona, llamada vendedor, transmite o se obliga a transmitir a otra, llamada comprador, la propiedad de un bien corporal a cambio del pago de un precio determinado.

De conformidad con los artículos 1007, 1008 y 1049 del Código Civil y 442 del Código de Comercio, este contrato se perfecciona desde que hay acuerdo en cosa y precio. El contrato de compraventa, por ser de carácter consensual, se perfecciona con el solo consentimiento de las partes, independientemente del otorgamiento de la escritura (Sala de Casación, N°. 63 de las 14:30 hs. del 3 de agosto de 1951 y No. 193 de las 15:00 h. del 18 de diciembre de 1974; Sentencia N°. 340 de las 14:50 h. del 5 de diciembre de 1990; y, entre otros, artículo 1049 del Código Civil: La venta es perfecta entre las partes desde que convienen en cosa y precio, Paris, pp. 20 a 30, 2003; Brenes Córdoba, 106, 1985).

<b>Distribución</b>	<b>Compraventa</b>
El distribuidor adquiere los bienes para venderlos y con ello obtener una ganancia.	El comprador adquiere el bien para incorporarlo a su patrimonio y disfrutarlo.

## 10. TWIN PACK (“paquete gemelo”)

El comercio ha extendido una modalidad de venta que ha llamado “*twin pack*” o “paquete gemelo”, por el cual se forman paquetes de plástico o de cartón que incluyen varios productos, con la matización de que esos productos bien pueden ser fabricados por empresas diferentes. En nuestro país, por ejemplo, vender vodka con un cartón de jugo de naranja; o formar un paquete con atún y tortillas.

Aquí, en este tipo contractual lo que se da es una colaboración, ayuda o coordinación de varias empresas para fomentar las ventas de sus productos y con ello las respectivas ganancias.

La conformación del paquete, independientemente del material con que se hace (plástico, cartón, etc.), no hace que se pierda la identidad de cada producto y de la empresa que lo fabrica o lo distribuye. Mantiene esa identidad en el mercado, lo cual es muy importante para los oferentes respecto de los consumidores o demandantes en el mercado.

En el caso de un reclamo del consumidor, lo puede orientar contra el específico producto del cual tiene queja o, si es del caso, puede reclamar contra todo el paquete que compró (Carlos Córdoba, [www.derechogratias.com](http://www.derechogratias.com), accesado el 2/12/01).

## 11. LEGISLACIÓN

### Nacional

Ley de protección al representante de casas extranjeras, N°. 6209 del 9 de marzo de 1978. Publicada en La Gaceta No. 64 de 3 de abril de 1978. Reformada por Ley No. 8629 de 26 de noviembre del 2007. La Gaceta No. 243 de 18 de diciembre del 2007.

## **Artículo 1. Definiciones**

*Para efectos de esta ley se dan las siguientes definiciones:*

a) “Casa extranjera”: *persona física o jurídica que, radicada en el extranjero, realice actividades comerciales en el país, por sí o por medio de sucursales filiales o subsidiarias.*

b) “Representante de casas extranjeras”: *toda persona física o jurídica que, en forma continua o autónoma, –con o sin representación legal– prepare, promueva, facilite o perfeccione la venta o distribución de bienes o servicios que casas extranjeras venden o presten en el país.*

c) “Distribuidor exclusivo o codistribuidor”: *toda persona física o jurídica que, mediante un contrato con una casa extranjera, importe o fabrique en el país bienes para su distribución en el mercado nacional, actuando por cuenta y riesgo propio.*

d) “Fabricante”: *toda persona física o jurídica que elabore, envase o fabrique en el país, productos con la marca de una casa extranjera que lo haya autorizado para ello, usando la materia prima y las técnicas que esa casa le indique.*

## **Artículo 2**

*Si el contrato de representación, de distribución o de fabricación, es rescindido por causas ajenas a la voluntad del representante, del distribuidor o del fabricante, o cuando el contrato a plazo llegare a su vencimiento y no fuere prorrogado por causas ajenas a la voluntad de éstos, la casa extranjera deberá indemnizarlos, con la suma que se calculará sobre la base del equivalente de cuatro meses de utilidad bruta, por cada año o fracción de tiempo servido. El valor de la indemnización en ningún caso se calculará en un plazo superior a los nueve años de servicio.*

*Para establecer la utilidad bruta de cada mes, se tomará el promedio mensual devengado, durante los cuatro últimos años o fracción de vigencia del contrato, en el caso de los representantes y fabricantes y el promedio de los últimos dos años o fracción, en el caso de los distribuidores.*

## **Artículo 3**

*Cuando se produzca la cancelación de una representación, distribución o fabricante, la casa extranjera representada deberá comprar la existencia de sus productos a su representante, distribuidor o fabricante, a un precio que*

*incluya los costos de esos productos más el porcentaje razonable de la inversión que éste haya hecho. Este porcentaje que será determinado por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio.*

#### **Artículo 4**

*Son causas justas para la terminación del contrato de representación, distribución o fabricación, con responsabilidad para la casa extranjera:*

- a) Los delitos cometidos por personeros suyos contra la propiedad y el buen nombre del representante, distribuidor o fabricante.*
- b) La cesación de actividades de la casa extranjera, salvo que se deba a fuerza mayor.*
- c) Las restricciones injustificadas en las ventas, impuestas por la casa extranjera, que resulten en una reducción del volumen de las transacciones que efectuaba su representante, distribuidor o fabricante.*
- d) La falta de pago oportuno de las comisiones u honorarios devengados por el representante, distribuidor o fabricante.*
- e) El nombramiento de un nuevo representante, distribuidor o fabricante, cuando los afectados han ejercido la representación, distribución o fabricación en forma exclusiva.*
- f) Toda modificación unilateral, introducida por la casa extranjera a su contrato de representación, distribución o fabricación, que lesione los derechos o intereses de su representante, distribuidor o fabricante.*
- g) Cualquier otra falta grave de la casa extranjera que lesione los derechos y obligaciones contractuales o legales que tienen con su representante, distribuidor o fabricante.*
- b) Cuando una casa extranjera cambie de domicilio, razón social, se transforme, se subdivida, cambie de objeto, lo mismo que se fusione con otra o sea absorbida por otra, no es causa de terminación del contrato de representación, agencia o distribución. La empresa con la cual se hubiese fusionado, la hubiese absorbido o haya sido autorizada para el uso de las marcas, responderá solidariamente hasta por el monto de la indemnización en los mismos términos, pudiendo por lo tanto el concesionario ejercer las mismas acciones que otorga esta ley contra las cuales se hubiese fusionado, la hubiese absorbido o contra cada una de las subdivisiones en que se hubiese desdoblado la empresa o recibido la autorización para el uso de la marca.*



- i) *La terminación del contrato antes del vencimiento del plazo acordado por las partes o no otorgar el aviso previo establecido en el contrato.*
- j) *La terminación del contrato no notificada al representante, distribuidor o fabricante al menos con diez meses de anticipación, cuando el contrato no indique fecha de vencimiento o en ausencia de disposición respecto al aviso previo.*

### **Artículo 5<sup>(\*)</sup>**

*Son causas justas de terminación del contrato de representación, distribución o fabricación, sin ninguna responsabilidad para la casa extranjera:*

- a) *Los delitos contra la propiedad y el buen nombre de la casa extranjera, cometidos por el distribuidor o por el fabricante.*
- b) *La ineptitud o negligencia del representante, distribuidor o fabricante, declarada por uno de los jueces civiles del domicilio de éste, así como la disminución o el estancamiento prolongado y sustancial de las ventas, por causas imputables al representante, distribuidor o fabricante. La fijación de cuotas o restricciones oficiales a la importación o venta del artículo o servicio, harán presumir la inexistencia del cargo en contra del representante, distribuidor o fabricante, salvo prueba en contrario.*
- c) *La violación por parte del representante, del distribuidor o del fabricante del secreto profesional y de fidelidad a la casa extranjera, mediante la revelación de hechos, conocimientos o técnicas concernientes a la organización, a los productos y al funcionamiento de la casa extranjera, adquiridos durante las relaciones comerciales con ésta.*
- d) *Cualquier otra falta grave del representante, del distribuidor o del fabricante con respecto a sus deberes y obligaciones contractuales o legales con la casa extranjera.*
- e) *La terminación del contrato al vencimiento del plazo acordado por las partes o cuando se otorga el aviso previo establecido en el contrato.<sup>(\*)</sup>*
- f) *La terminación del contrato notificada al representante, distribuidor o fabricante por lo menos con diez meses de anticipación, cuando el contrato no indique fecha de vencimiento o en ausencia de disposición respecto al aviso previo.<sup>(\*)</sup>*

---

(\*) Los incisos e) y f) del presente artículo han sido adicionados mediante Ley No. 8629 de 26 de noviembre del 2007. LG No, 243 de 18 de diciembre del 2007.

## **Artículo 6**

*La persona física o jurídica que asume total o parcialmente cualquier actividad comercial que antes ejercía una casa extranjera a través de un representante, distribuidor o fabricante, responderá de la continuidad del contrato de representación, distribución o fabricación, salvo que la casa extranjera hubiera cubierto, previamente la indemnización correspondiente.*

## **Artículo 7<sup>(\*)</sup>**

*Los derechos del representante, distribuidor o fabricante, por virtud de esta Ley, serán irrenunciables.*

*La ausencia de una disposición expresa en un contrato de representación, distribución o fabricación para la solución de disputas, presumirá que las partes tuvieron la intención de dirimir cualquier disputa por medio de un arbitraje vinculante. Dicho arbitraje podrá desarrollarse en Costa Rica. No obstante, la presunción de la intención de someter una disputa a arbitraje no aplicará cuando una de las partes objete el arbitraje.*

*Los derechos y obligaciones originados en esta ley prescribirán en el término de dos años, contados a partir del hecho que motiva el reclamo.*

## **Artículo 9<sup>(\*)</sup>**

*Este artículo ha sido derogado, mediante Ley No. 8629 de 26 de noviembre del 2007. LG No. 243 de 18 de diciembre del 2007.*

## **Artículo 10**

*Para efectos de esta ley, la antigüedad de los contratos de representación, distribución o fabricación de hecho, se computará desde el inicio de las relaciones entre las partes.*

## **Artículo 10 bis<sup>(\*) (\*)</sup>**

*Cuando, con fundamento en alguna de las disposiciones de esta Ley, se reclame alguna indemnización por daños y perjuicios, deberá resarcirse íntegramente la lesión patrimonial causada o la que necesariamente pueda*

---

(\*) El presente artículo ha sido reformado mediante Ley No. 8629 de 26 de noviembre del 2007. LG No. 243 de 18 de diciembre del 2007.

*causarse, como consecuencia directa e inmediata de la infracción de la norma o de la violación del derecho subjetivo, con arreglo a los principios de la equidad y la sana crítica. En esta materia, serán de aplicación las reglas del Código Civil.*

*En el proceso tendiente a obtener una indemnización al amparo de esta Ley, el juez, a petición de parte, podrá fijar una garantía prudencial, que será proporcional al monto de la indemnización reclamada, cuando sumariamente se acredite que la parte, respecto de la cual se pide la garantía, no cuenta con bienes suficientes en el país para responder por una eventual sentencia condenatoria. La garantía deberá consistir en un depósito en efectivo o en valores de comercio a la orden del juzgado; en este último caso, su valor se apreciará por el que tengan en plaza, a juicio del juez. El juez prevendrá sobre el depósito de la garantía a la parte requerida en el plazo que fijará al efecto, bajo el apercibimiento de no oír sus posteriores gestiones en caso de omisión.*

Por el voto 407 del 2011, se declaró sin lugar esta acción de inconstitucionalidad, afirmando en el *Considerando X*, lo siguiente:

**X-Conclusion.** *Los derechos fundamentales pueden estar sujetos a determinadas restricciones; éstas resultan legítimas únicamente cuando son necesarias para hacer posible la vigencia de los valores democráticos y constitucionales, como lo expuesto en el presente caso que la medida implica la existencia de una necesidad de proteger los principios establecidos en los artículos 33, 39 y 41 de la Constitución Política. Desde esta perspectiva, la Sala estima que la obligación de la casa extranjera de rendir dentro de un proceso judicial una garantía económica prudencial proporcional al monto de la*

---

(\*) El artículo 10 bis ha sido adicionado mediante Ley No. 8629 de 26 de noviembre del 2007. LG# 243 de 18 de diciembre del 2007.

(\*\*) La constitucionalidad del presente artículo ha sido cuestionada mediante Acción de Inconstitucionalidad No. 10-004352-0007-CO. BJ No. 103 de 28 de mayo del 2010:

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 81 de la Ley de la Jurisdicción Constitucional, que por resolución de las once horas quince minutos del tres de mayo del dos mil diez, se dio curso a la acción de inconstitucionalidad expediente N° 10-004352-0007-CO, interpuesta por Calvo Distribución El Salvador Sociedad Anónima de Capital Variable, para que se declare inconstitucional el artículo 10 bis de la Ley de Protección al Representante de Casas Extranjeras N° 6209 del 9 de marzo de 1978, adicionado por la Ley N° 8629 del 30 de noviembre del 2007, por estimarlo contrario a los artículos 39 y 41 de la Constitución Política derecho de acceso a la justicia, al debido proceso y al principio de razonabilidad y proporcionalidad.

*indemnización solicitada por la parte actora, no constituye un obstáculo al acceso a la jurisdicción en general, sino que su finalidad es de prever situaciones de excepción con el propósito de equilibrar los intereses de las partes, desde el punto de vista económico y consiste en una medida preventiva de protección y si bien se dicta en un momento procesal cuando aún no se ha recabado todo el material probatorio y su incumplimiento impide a la parte ser oída, lo cierto es que el mismo ordenamiento jurídico crea los mecanismos para recurrir dicha resolución, la cual puede ser modificada por el Juez o sustituirla en virtud de hechos nuevos que la conviertan en ilegítima.*

*Así las cosas, la norma cuestionada procura un equilibrio entre las partes haciendo, en consecuencia, eficaz el desarrollo de los derechos constitucionales de justicia cumplida e igualdad, como medio de concretización de los derechos fundamentales, esto es, tutela judicial efectiva a propósito de la certeza y estabilidad que se persiguen en las relaciones privadas que, en el caso en concreto, requiere de ser resguardada de manera particular; dada la necesidad de brindar una protección especial a ciertas personas para proteger un interés particular del tráfico jurídico, para solucionar algunos casos especiales con particulares criterios de equidad o por necesidades emergentes de circunstancias extraordinarias. En consecuencia, el artículo 10 bis de la Ley de Protección del Representante de la Casa Extranjera no viola artículos 33, 39, 41 de la Constitución Política.*

## **Artículo 11**

*Derógase la Ley No. 4684 del treinta de noviembre de mil novecientos setenta.*

## **Artículo 12**

*Rige a partir de su publicación.*

Hago la observación en el sentido de que las reformas efectuadas en el año 2007 a esta ley, me parecen convenientes.

## **12. JURISPRUDENCIA**

*Sentencia 477-F-S1- 2012 del 12 de abril del 2012:*

*Considerando III:*

No puede tenerse por demostrado el plazo del contrato de distribución, pues la copia allegada carece de firmas y no fue reconocida

por la parte demandada; por lo tanto no constituye un elemento de prueba. Ninguno de los deponentes, brindó dato alguno sobre la vigencia de la relación contractual.

No hay norma que para estos casos regule una carga probatoria distinta a la establecida en el canon 317 del Código Civil. De los elementos proporcionados, no puede extraerse el plazo, de manera que no puede afirmarse que la ruptura fuera anticipada. Por lo tanto *se declara sin lugar el recurso*.

#### *Resumen:*

En el presente asunto, se acreditó la existencia de un acuerdo de distribución de productos entre las partes. Sin embargo, en lo relativo a la terminación anticipada, el actor, con las probanzas que ofreció y le fueron admitidas, no tuvo éxito en demostrar el plazo de vigencia de la relación, sea la fecha de inicio y su término; vencimiento que pendía su petitoria, al solicitar el pago de sumas dejadas de percibir y daño moral. Este aspecto, conforme al canon 317.1 del Código Procesal Civil, era carga de la parte actora.

### **CONCLUSIÓN**

Este tipo de convenio comercial tiene un uso adecuado y se ha consolidado a lo largo del tiempo.

Se trata de colocar en el mercado la producción de una empresa productora, cuando ella no puede o no quiere hacerlo por sí misma.

Sin duda, por este contrato se da un tipo de colaboración entre empresas y se da una forma de agrupamiento empresarial.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcocer, Agustín. *La contratación privada atípica en el Derecho Mexicano* (México: Universidad Autónoma de Querétaro, 2003).
- Alterini, Atilio. *Contratos civiles-mercantiles de consumo* (Buenos Aires, Abeledo-Perrot, 1998).
- . et al. *Derecho comercial contemporáneo* (Medellín, Ed. Diké, 1989).
- Arce, Javier. *Contratos mercantiles atípicos* (México, Trillas, 1994).
- Arrubla, Jaime. *Contratos mercantiles* (Medellín, Diké, T. I, 1997; T. II, 1998) et al. *Evolución del Derecho comercial* (Medellín: Diké, 1997).
- Barbieri, Pablo. *Contratos de empresa* (Buenos Aires, Ed. Universidad, 1998).
- Barrantes, Jaime. *Ley 7472 de promoción de la competencia y defensa del consumidor, con Jurisprudencia y dictámenes* (San José: La Casa de los Riscos S.A., Medellín: Diké, 2003).
- y, Juan Rivero. *Derecho y jurisprudencia en materia de competencia y defensa efectiva del consumidor* (San José, Areté, 1999).
- Boneo, Eduardo; Eduardo Barreiro. *Contratos bancarios modernos* (Buenos Aires, Abeledo-Perrot, 1994).
- Brenes Córdoba, Alberto. *Tratado de los contratos* (San José, Juricentro, 4ª. ed. revisada y actualizada por Gerardo Trejos y Marina Ramírez, 1992).
- Tratado de las obligaciones* (San José, Juricentro, 1977).
- Cabanellas De Las Cuevas, Guillermo; Julio Kelly. *Contratos de colaboración empresarial* (Buenos Aires, Ed. Heliasta, 1987).
- Carbonnier, Jean. *Derecho Civil. El derecho de las obligaciones y la situación contractual* (Barcelona, Bosch, T. II, Vol. II, 1971).
- Carvajal, Alvaro. *Contratos de adhesión* (San José, tesis de licenciatura en Derecho, Universidad de Costa Rica, 1984).
- Castrillón, Víctor. *Contratos mercantiles* (México, Porrúa, 2002).
- Chulia, Eduardo; Teresa Beltrán. *Aspectos jurídicos de los contratos atípicos* (Madrid, Bosch, 4 tomos, 1995).
- Collart, Francois; Philipp Delebecque. *Contrats civils et commerciaux* (Paris, Dalloz, 1996).

- Cubero, Carlos; Pablo López. *El contrato de concesión comercial, su regulación en Costa Rica* (San José, Universidad de Costa Rica, Facultad de Derecho, 1999).
- Díaz, Arturo. *Contratos mercantiles* (México, Iure, 2004).
- Doynel, Santiago. *Contratos de distribución* (Buenos Aires: Ad Hoc, 2010).
- Dubois, Favier. *Contrataciones empresariales modernas* (Buenos Aires: Ad Hoc, 2005).
- Etcheverry, Raúl. *Derecho Comercial y Económico* (Buenos Aires, Astrea, 4 tomos, 1994, 1995, 1997, 2000).
- Formas jurídicas de la organización de la empresa* (Buenos Aires, Astrea, 1995).
- Farina, Juan. *Contratos comerciales modernos* (Buenos Aires, Astrea, 1997).
- Defensa del consumidor y del usuario* (Buenos Aires, Astrea, 2000).
- Fusaro, Juan. *Contratos de colaboración empresarial* (Buenos Aires, Depalma, 1987).
- Garrido, Roque; Jorge Zago. *Contratos civiles y comerciales* (Buenos Aires, Ed. Universidad, 2 tomos, 1998).
- Ghersi, Carlos. *Contratos civiles y comerciales* (Buenos Aires, Astrea, 2 tomos, 1999).
- (Director). *Contratos. Cláusulas abusivas* (Mendoza, Argentina, Eds. Cuyo, 1998).
- (Director). *Contratos* (Mendoza, Argentina, Eds. Cuyo, 3 tomos, 1 y 2, 1996; 3, 1998).
- (Director) *Derecho privado económico* (Buenos Aires, Ed. Universidad, 2000).
- Guardiola, Enrique. *Contratos de colaboración en el comercio internacional* (Barcelona: Bosch, 1998)
- Guido, Mauricio; Adriana Chavarría. *El contrato de agencia, distribución y representante de casas extranjeras y su aplicación frente al Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos de América* (Heredia: Universidad Interamericana, Tesis de Maestría en Derecho, 2006, [www.poder-judicial.go.cr:81/Sala Primera](http://www.poder-judicial.go.cr:81/Sala Primera))

- Jacquet, Jean-Michel. *Droit du Commerce International* (Paris, Dalloz, 1999).
- Lafont, Pedro. *Manual de contratos* (Bogotá, Ed. Librería del Profesional, 2000, 2 tomos).
- León, Soyla. *Contratos mercantiles* (México: Oxford, 2003).
- Linotte, Didier. *Droit Public Economique* (Paris, Dallos, 2001).
- López Cabana, Roberto (coord.) *Contratos especiales en el siglo XXI* (Buenos Aires, Abeledo-Perrot, 1999).
- Lorenzetti, Ricardo. *Tratado de los contratos* (Buenos Aires, Rubinzal-Culzoni, eds., 3 tomos, 2000).
- Lupiac, Thierry. *Le contrat commercial* (Paris, Gualino ed., 2000).
- Mariotto, Liliana. *Contratos civiles y comerciales* (Buenos Aires, Abeledo-Perrot, 2 tomos, 1995).
- Martorell, Ernesto. *Los contratos de dominación empresarial y la solidaridad laboral* (Buenos Aires, Depalma, 1996).
- Tratado de los contratos* (Buenos Aires, Depalma, T. 1993; T. II, 1996; T. III, 1997).
- Marzorati, Osvaldo. *Derecho de los negocios internacionales* (Buenos Aires, Astrea, 1997).
- Sistemas de distribución comercial* (Buenos Aires, Astrea, 1995).
- Montoro, Miguel. *Contratos administrativos atípicos* (Madrid, Escuela Nacional de Administración Pública, 1969).
- Mosset, Jorge. *Contratos conexos. Grupos y redes de contratos* (Buenos Aires: Rubinzal-Culzoni, 1999).
- Ospina, Guillermo; Eduardo Ospina. *Teoría general del contrato y del negocio jurídico* (Bogotá, Temis, 1998).
- Ortega, Marco. *Contratos nominados e innominados* (Lima, Facultad de Derecho, Universidad de Lima, revista Praxis, N°. 32, 2001).
- Paris, Hernando. *Los contratos privados en la jurisprudencia de casación* (San José: El Cano Editores S.A. 2003).
- Parra, Carmen. *El nuevo Derecho Internacional de los contratos* (Bogotá: Universidad del Externado de Colombia-Bosch, 2002).



- Pérez, Bernardo. *Contratos civiles* (México: Porrúa, 2010).
- Pérez, Víctor. *Contratos de distribución, representantes de casas extranjeras y responsabilidad* (San José: Poder Judicial, Revista Judicial, No. 52, 1990).
- Picado, Hugo. *Nuevas modalidades de financiamiento en la contratación comercial moderna y el mercado de valores* (San José, Iustitia, N°. 147-148, 1999).
- Contratos comerciales modernos. Urgente necesidad de cambio* (San José, Iustitia, N°. 130-131, 1997).
- Portillo, Gloria. *Modernos contratos del derecho* (Rosario-Argentina, Juris, 1993).
- Rezzonico, Juan Carlos. *Principios fundamentales de los contratos* (Buenos Aires, Astrea, 1999).
- Rodino, Wálter et al. *Contratación Internacional (Unidroit)* (México, UNAM-UP, 1998).
- Rodríguez, Alberto; María Calzada *Contratos mercantiles* (Barcelona, Aranzadi, 2001).
- Rodríguez, Juan; Dagoberto Sibaja. *Contratos privados registrales* (San José, IJSA, 2001).
- Rodríguez-Azuero, Sergio. *La fiduciaria mercantil en Colombia, relaciones con el fideicomiso mexicano*. (México: Bancomer, Actualidad y futuro del fideicomiso en México, 1997).
- Contratos bancarios* (Bogotá: Ed. Legis, 2002).
- Roemer, Andrés. *Introducción al análisis económico del derecho* (México, Fondo de Cultura Económica, 1994).
- Romero-Pérez, Jorge Enrique. *Contratos del Estado* (San José, EUNED, 2002).
- Contratos Económico Modernos* (San José: Banco Interamericano de Desarrollo. Poder Judicial, Escuela Judicial, 2004).
- Contratos atípicos* (San José, Revista de Ciencias Jurídicas, N°. 96, 2001).
- Derecho y globalización* (San José, Revista de Ciencias Jurídicas, N°. 98, 2002).
- Reflexión en torno al tema de "Derecho y Economía"* (San José, Revista de Ciencias Jurídicas, N°. 122, 2010).

- Salas, Évelyn; Jaime Barrantes. *Código de Comercio de Costa Rica y jurisprudencia* (Medellín, Diké-Universidad Autónoma de Monterrey, Costa Rica, 2001).
- Solano, Carol. *Análisis comparativo en el abuso de la contratación de adhesión en América Latina* (San José, Poder Judicial, Revista Judicial, N°. 77, 2001).
- Stiglitz, Rubén; Gabriel Stiglitz. *Contratos por adhesión, cláusulas abusivas y protección al consumidor* (Buenos Aires, Depalma, 1985).
- Vallespinos, Carlos. *El contrato por adhesión a condiciones generales* (Buenos Aires, Ed. Universidad, 1984).
- Vázquez Del Mercado, Oscar. *Contratos mercantiles* (México, Porrúa, 1982).
- Vázquez, H. *Derecho de los negocios internacionales* (Buenos Aires: Ad Hoc, 2001).
- Vitolo, Daniel. *Contratos comerciales* (Buenos Aires, Ad Hoc, 1994).
- Wayar, Ernesto. *Tarjeta de crédito y defensa del usuario* (Buenos Aires, Astrea, 2000).
- Contratos* (Buenos Aires, Zavalía,ed., 1993).
- Yglesias, Daniel; Roberto Bloch. *Nuevas modalidades de contratación internacional* (Buenos Aires, Ed. Ad Hoc, 1996).
- Zamora, Olhedyis. *La figura de contrato de distribución comercial con carácter internacional* (San José, Universidad de San José, Facultad de Ciencias Jurídicas, 2001).