

INDICE

Prefacio a la segunda edición	VII
Prólogo	XI
Capitulo Primero	
Introducción	
1. Modernos sistemas de distribución comercial	1
2. Origen de estos sistemas	4
3. El derecho de la distribución comercial	6
Capitulo II.	
Contrato de Agencia	
4. Agencia. Concepto	9
5. Elementos	12
a) Esenciales	12
1) Promoción de negocios	12
2) Independencia	12
3) Unilateralidad	13
4) Estabilidad	13
5) Asignación geográfica	14
b) Ocasionales	14
1) Exclusividad	14
2) Representación	15
3) Indemnización	15
6. Caracteres	15
7. Naturaleza jurídica	16
a) Mandato	17
b) Mandato de interés común	18
c) Locación de obra	18
8. Su legislación en el país	19
9. Tratamiento jurisprudencial	21
10. Derechos y obligaciones de las partes. Responsabilidad	24
a) Derechos del agente	25
1) Remuneración	25
2) Exclusividad	26
b) Deberes del agente	26
1) Cooperación	26
2) Lealtad y buena fe	27
3) Acatamiento de instrucciones	27
4) Rendición de cuentas	27
5) No incurrir en competencia desleal	27
c) Deberes y derechos del principal	28
d) Responsabilidad del agente	29
11. Terminación	30
a) Contratos por tiempo determinado	31
b) Contratos por tiempo indeterminado	33
1) Intempestividad. Aviso	33
2) Indemnización	34
a) Importe de las comisiones de las que el agente se vio privado	35
b) Indemnizaciones por despido de personal	35

c) Gastos de publicidad y promoción de los productos o servicios	35
d) Clientela	35
e) Daño moral	35
3) La cuestión en diferentes contextos a nivel internacional	36
12. Distinción respecto de otras formas afines	36
a) Agencia artística	36
b) Agente de publicidad	37
c) Agente de viajes	37
d) Agente financiero	38
e) Agente marítimo	38
f) Viajante de comercio	39
g) Corredor	40
13. Antecedentes Comparados	40
a) Alemania	42
b) Francia	45
c) Suiza	47
d) España	47
e) Italia	48
f) Legislación en Latinoamérica	50
14. Resumen	51
Capítulo III. Contrato de Distribución	
15. Distribución. Concepto	53
16. Función económica	55
17. Naturaleza jurídica	57
a) Contrato jurídico	57
b) Consignación de mercadería o comisión	59
c) Compraventa	60
d) Naturaleza mixta	61
18. Caracteres	63
a) Consensual	63
b) Bilateral	63
c) Oneroso	63
d) Conmutativo	64
e) De tracto sucesivo	64
g) "Intuitu personae"	64
19. Elementos del contrato de distribución en sentido propio	65
a) Territorio	65
b) Exclusividad	66
c) Duración	67
d) Control	68
20. Diferencias con el contrato de agencia	69
21. Diferencias con el contrato de compraventa	71
22. Tratamiento legislativo en el país. Determinación de las normas aplicables. Criterios jurisprudenciales	72
a) Disposiciones generales sobre contratos	73
b) Principios de otras leyes y principios generales del derecho	74
c) Analogía. Disposiciones contractuales. Usos y costumbres	74
d) Normas de derecho del trabajo	75

e) Locación de obra	76
23. Derechos y obligaciones de las partes	76
a) Del fabricante o proveedor	76
b) Del distribuidor	77
c) Analogía. Disposiciones contractuales. Usos y costumbres	74
d) Normas del derecho del trabajo	75
e) Locación de obra	76
23. Derechos y obligaciones de las partes	76
a) Del fabricante o proveedor	76
b) Principios de otras leyes y principios generales del derecho	74
c) Analogía. Disposiciones contractuales. Usos y costumbres	74
d) Normas del derecho del trabajo	75
e) Locación de obra	76
23. Derechos y obligaciones de las partes	76
a) Del fabricante o proveedor	76
b) Del distribuidor	77
c) Consecuencias del incumplimiento de las obligaciones	78
24. Precio de reventa	78
25. Stocks	80
26. Terminación	80
a) Contratos de plazo determinado	81
b) Contratos de plazo indeterminada	81
c) Indemnización	84
d) Monto y oportunidad de la reparación	86
27. Antecedentes comparados	89
a) Bélgica	90
b) Italia	92
c) Francia	95
d) Reino Unido	98
e) Alemania	99
f) Centroamérica	100
1) Panamá	101
2) Honduras	102
3) Costa Rica	103
4) El Salvador	103
5) Guatemala	104
6) Nicaragua	105
28. Resumen	106
Capítulo IV.	
Contrato de Concesión Comercial	
29. Problemática	109
30. Significado del término “concesión” en derecho privado	110
31. Terminología	112
32. La concesión en el comercio actual	118
33. Concesión para la venta de automotores	119
34. Naturaleza jurídica	124
a) El contrato de concesión y las figuras contractual clásica. Compraventa	124
b) Concesión de licencia de marca	125

c) Monopolio y concesión	125
d) Concesión comercial y concentración vertical de empresas	126
e) Contrato preliminar o normativo	129
f) Contrato "sui generis" o atípico. Contrato de colaboración	129
g) Contrato de adhesión	131
35. Elementos	134
a) Autorización para adquirir productos del concedente	134
b) Presentación o explotación de la concesión a nombre propio	134
c) Autonomía	135
d) Exclusividad	137
e) Control	139
36. Caracteres	139
a) Consensual	139
b) Bilateral	140
c) Oneroso	140
d) Conmutativo	140
e) No formal	140
f) De tracto sucesivo	141
g) "Intuito personae"	141
h) De colaboración o cooperación	141
i) Contratos entre comerciantes	141
37. Plazo	142
38. Obligaciones del concesionario	145
39. Derechos del concesionario	146
40. Obligación del concedente	146
41. Comparación con el contrato de distribución	152
a) Similitudes	152
b) Diferencias	150
42. Comparación con el contrato de distribución	152
a) Similitudes	152
b) Diferencias	153
43. Predominio del concedente en la relación jurídica con el concesionario	154
44. Terminación. Efectos	157
a) En torno a la facultad de renuncia o rescisión	157
b) La indemnización por rescisión anticipada	161
c) Pronunciamiento de la Corte en autos "Automotores Saavedra SACIF c/Fiat Argentina SACIF"	169
45. Legislación comparada	169
a) La ley norteamericana de 1956	169
b) La Ley belga de 1961	171
c) Francia	173
d) La cuestión en el Mercado Común Europeo	173
e) Centroamérica	174
f) Brasil	175
g) Conclusión	176
h) La situación en nuestro medio	176
46. Resumen	180
Capítulo V.	

Contrato de Franquicia Comercial	
47. Franchising. Introducción	183
48. Concepto	187
a) Antecedentes	187
b) Caracterización	189
1) Independencia de las partes	192
2) Cooperación	192
3) Permanencia de la relación	192
4) El "Formato Uniforme"	192
5) Obligaciones del franquiciante	193
6) Obligaciones del franquiciado	193
c) Nuestra opinión	194
49. Función económica	196
50. Significación jurídica.	203
51. Naturaleza jurídica. Teorías	203
a) Contrato de suministro	203
b) Contrato preliminar o normativo	204
c) Concesión	205
d) Distribución	208
e) Contrato de adhesión	208
f) Contrato atípico	209
52. Elementos	212
a) Básicos	212
1) Licencia de marca	212
2) Transferencia de un "know - how"	213
3) Regalías	213
4) Operador de franquicia	213
5) Territorio	214
6) Métodos operativo	214
b) Alternativos	214
1) Compromisos de asistencia financiera	214
2) Calidad de suministros	214
3) Publicidad	215
4) Cláusulas de no competencia	215
5) Compras de bienes y/o servicios	215
6) Confidencialidad	215
53. Caracteres	216
a) Autonomía	216
b) Cooperación	217
c) "Intuitu personae"	217
54. Formas	218
55. Plazo	220
56. Remuneración	222
57. Derechos y obligaciones de las partes	225
58. El contrato de franquicia comercial y la propiedad industrial	230
59. El contrato de franquicia comercial y la licencia de marca	234
60. Apropiación de las técnicas del otorgante por el tomador. La protección del "Know - how"	237

a) "Know - how" práctica y probado	237
b) "Know - how" original	238
c) "Know - how" específico	238
d) Desarrollo constante del "Know - how"	238
e) "Know - how" fácilmente transmisible	238
61. Responsabilidad entre las partes y frente a terceros por vicios o defectos del producto objeto de la franquicia	239
62. Leyes laborales. Calificación del franquiciado como empleado	243
63. La responsabilidad solidaria del franquiciante a la luz del artículo 30 de la LCT	248
64. La cláusula de no competencia y el régimen de la concurrencia desleal	251
65. Modalidades de instrumentación	257
a) Directa	257
1) "Development agreement" o franquicia de desarrollo	258
2) "Master franchise" independiente o acuerdo de franquicia principal	259
b) Vía subsidiaria	260
c) Joint venture	261
66. La franquicia comercial como técnica de integración de empresas	263
67. Transmisión de la franquicia comercial	266
68. Rescisión del contrato de franquicia comercial. Efectos	267
a) Destino del stock	268
b) Cláusula de no competencia	269
c) Indemnización por clientela	
69. Tratamiento y desarrollo de la franquicia comercial en los Estados Unidos	270
70. Tratamiento y desarrollo de la franquicia comercial en la Comunidad Europea	277
a) Alemania	279
1) Duración del contrato	280
2) Cláusula de no competencia	280
3) Terminación. Aviso. Requisitos	281
4) Indemnización por la terminación	281
b) Francia	283
c) Inglaterra	284
d) España	286
e) Italia	288
f) Bélgica	288
g) Suecia	290
71. Franquicia comercial en América Latina	291
72. Imposición de no residentes. Tratamiento fiscal de las regalías. Impuestos aplicables	294
73. Proyectos de unificación de la legislación civil y comercial y la franquicia comercial	296
74. Conclusiones	299
Apéndice	
Código de Comercio Alemán	305
Código Civil Italiano	312
Ley de Bélgica del 27 de julio de 1961	314

Regulación de la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos	316
Regulación de la Comisión Europa (CEE) n° 4087/88, del 30/9/88. vigencia desde el 1/2/89, sobre aplicación del artículo 85 (3) del Tratado de Roma, a ciertas categorías de convenios de franquicia comercial	331
Directiva del Consejo sobre la coordinación de las leyes de los Estados Miembros de la CEE en relación con los agentes comerciales cuentapropistas	342
Ley 194 paraguaya	350
Formato modelo de contrato internacional de agencia comercial	354
Bibliografía	367