

CAPITULO V

CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN

1. Definición

Es definido como contrato por el cual “el productor o fabricante conviene el suministro de un bien final, producto determinado, al distribuidor, quien adquiere el producto para proceder a su colocación masiva por medio de su propia organización en una zona determinada. A cambio de ello, el distribuidor recibe del productor un porcentaje que puede ser un descuento sobre el precio de venta del producto, sin perjuicio de las condiciones relativas a pedidos previos y formas de pago”.

2. Partes que intervienen

Tratándose de un contrato bilateral, intervienen necesariamente las siguientes partes

- a. *El productor*.- Persona natural o jurídica, que se dedica a la producción o manufactura de determinados bienes, los que serán vendidos en una zona determinada por el distribuidor.
- b. *El distribuidor*.- Propietario de una empresa que se encargará de la venta de los bienes o productos del fabricante, en una zona determinada.

3. Objeto del contrato

Este contrato tiene por finalidad la comercialización de bienes o productos a cargo del distribuidor, quien utilizando su empresa y personal, se encarga de la venta, en una zona previamente determinada, y en las condiciones fijadas en el contrato.

4. Clases de distribución

Las partes pueden convenir en alguna de las siguientes modalidades de distribución:

- a. *Distribución simple*: Sujeta únicamente a las condiciones de venta fijadas en el contrato. En todo caso el productor se libera de toda responsabilidad por el riesgo del crédito otorgado en las ventas efectuadas por el distribuidor.
- b. *Distribución exclusiva*: Puede convenirse en el contrato que el distribuidor se obliga a la comercialización de los productos del fabricante, en forma exclusiva dentro de la zona geográfica determinada.
- e. *Distribución preferente*: Se reconoce que el distribuidor tiene una empresa comercializadora de diferentes productos, pero se conviene que la venta de los productos o bienes del fabricante, tendrán un tratamiento preferente frente a otros

productos. Se da en los casos de publicidad, incentivos de ventas, sorteos, promociones, stand publicitarios y otros casos.

También se utiliza la exclusividad y la preferencia a cargo del fabricante o productor, quien se puede obligar a reconocer como único y exclusivo comercializador de sus productos, en determinada zona, al distribuidor, o si el contrato no fuera exclusivo, podría tener el distribuidor, preferencia o prioridad en la venta de los productos, frente a otros distribuidores en otras zonas.

5. Diferencias con la franquicia

En el contrato de distribución no se transfiere tecnología alguna, ni el pago de tasa por publicidad, ni la obligatoriedad de una relación continua e indivisible, ni la obligación post contractual de no competir o guardar confidencialmente los conocimientos adquiridos, lo que si se da en los contratos de franquicia.