REPÚBLICA DE COLOMBIA
RAMA JUDICIAL DEL PODER PÚBLICO

JUZGADO CUARENTA Y OCHO (48) CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTÁ D.C.
Carrera 10 No. 14-33 piso 15 Teléfono 2823911
Edificio Hernando Morales Molina
J48cctobt@cendoj.ramajudicial.gov.co

Bogotá, D.C., quince (15) de febrero de dos mil veintitrés (2023)

REFERENCIA:	COMPETENCIA DESLEAL
DEMANDANTE:	J.E. RUEDA Y COMPAÑÍA
DEMANDADO:	VIÑA MORANDE S.A.
RADICADO:	11001310320130057500
PROVIDENCIA:	SENTENCIA ESCRITURAL

Procede el Despacho a decidir de fondo el presente asunto, emitiendo el fallo que en derecho corresponde para dirimir la presente instancia, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

I. DESCRIPCIÓN DEL CASO. ANTECEDENTES

1. Mediante apoderado judicial, JE RUEDA Y CIA S.A. deprecó la declaración de existencia de un CONTRATO DE AGENCIA COMERCIAL entre la demandante y la sociedad VIÑA MORANDE desde el año 2000 y hasta el 8 de mayo de 2012, data en la cual Matías Eltón, gerente de la demandada dio por terminadas las relaciones comerciales.

1.1. Consecuencialmente SOLICITÓ, declarar que la sociedad VIÑA MORANDE terminó de forma unilateral y sin justa causa en el mes de mayo de 2012, el precitado contrato de agencia comercial y por ende debe indemnizar a la demandante los perjuicios y conceptos derivados de dicha terminación.

1.2. Consecuencialmente, condenar a VIÑA MORANDE a pagar a JE RUEDA la suma de $1.369.096.000 o el mayor valor que se establezca en el proceso. Conforme el inciso 2º del artículo 1324 del Código de Comercio, así mismo, el pago de los intereses moratorios causados sobre las sumas de dinero señaladas en las declaraciones 3 y 4, liquidados desde la exigibilidad de la obligación y hasta cuando se verifique el pago, finalmente las costas y agencias en derecho.

2. Como pretensiones subsidiarias solicitó:

2.1. La ejecución entre Viña Morandé y JE Rueda de un CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN a término indefinido, desde el año 2000 y hasta el 8 de mayo de 2012, fecha en la cual el gerente de la demandada dio por terminada la relación comercial de distribución, consecuencialmente, se solicita declarar la terminación unilateral y sin justa causa de dicha relación y condenar al pago de la suma de $1.600.000.000 o el mayor valor que se establezca en el proceso, a título de indemnización de perjuicios materiales, junto con los intereses comerciales desde cuando la obligación se haya hechos exigible y hasta cuando se verifique el pago, igualmente la condena en costas y agencias en derecho.

3. Las pretensiones estuvieron sustentadas en los hechos[1] indicados en el escrito de la demanda.[2]

II. ACTUACIÓN PROCESAL

4. Mediante auto de adiado 30 de septiembre de 2013[3] se admitió la demanda y se ordenó la notificación de la sociedad demandada.

4.1. Notificada la sociedad demandada[4], esta presentó contestación al libelo inicial en tiempo y deprecó excepciones de mérito de las que se corrió traslado a la demandante por el

[1] PDF 01 pág. 232 a 235
[2] Artículo 279 Código General del Proceso
[3] PDF 01 pág. 249
[4] PDF 01 pág. 242

término de cinco (5) días en auto fechado 27 de febrero de 2014 (PDF 01 pág. 242), ante la cual el gestor judicial de JE Rueda permaneció silente tal y como se plasmó en providencia adiada 20 de junio de 2014[5], donde adicionalmente, se citó la audiencia de que trata el canon 101 del Código de Procedimiento Civil, llevada a cabo el 25 de julio de 2014[6]

4.2. Posteriormente, en proveído del 26 de octubre de 2015[7], se abrió a pruebas el asunto de la referencia, las que fueron evacuadas en su oportunidad como obra en el plenario, habiéndose realizado audiencia contemplada en el núm. 1º inciso final del canon 107 del Código General del Proceso. Y una vez sustentados los alegatos proferir la sentencia escritural.

III. CONSIDERACIONES

5. Los presupuestos procesales

5.1. Los presupuestos procesales, es decir, aquellas exigencias de ineludible presencia en toda relación jurídico-procesal para concebir idóneamente un litigio, tales como: libelo adecuado, capacidad jurídica y procesal de los sujetos y competencia del juez están acordes, abriéndose la puerta para adoptar un pronunciamiento definitorio.

6. PROBLEMA JURÍDICO

Para analizar el caso que nos ocupa, es preciso indicar que el eje del problema jurídico se circunscribe a dilucidar si, en el asunto de marras, resulta procedente declarar que existió o no una relación contractual bajo los postulados de una AGENCIA COMERCIAL o subsidiariamente bajo los de un CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN, para luego sí, entrar a verificar si las pretensiones indemnizatorias por ruptura unilateral de tales figuras pretendidas por la parte actora están llamadas a prosperar ;no obstante, la resistencia procesal.

---

[5] PDF 02 pág. 246
[6] PDF 02 pág. 247 a 249
[7] PDF 03 pág., 278 a 280

7. TESIS DEL DESPACHO

La tesis que sostendrá el despacho para resolver el problema jurídico es negativa, es decir se denegaran las pretensiones con el argumento central de considerar que no se configuran los contratos de agencia comercial ni el de distribución pretendidos principal y subsidiariamente, lo anterior con fundamento en las siguientes premisas normativas y fácticas:

Iniciemos por señalar que la tipología del contrato de AGENCIA COMERCIAL se circunscribe a la relación en la cual un comerciante, actuando de manera independiente y estable, asume el cargo de promover o explotar negocios de otro comerciante o empresario, en una zona predeterminada del territorio nacional y en un ramo definido.

Igualmente la Corte Suprema de Justicia – Sala de Casación Civil- definió la misma así : "*El contrato de agencia comercial es un instrumento jurídico que sirve a los empresarios para ensanchar los canales de producción, distribución y las ventas de un bien o la prestación de un servicio en una zona geográfica determinada, siempre de manera permanente y estable, sin la asunción de los costos y gastos administrativos que demanda adelantar esa tarea directamente, elementos que se encuentran consagrados para esta modalidad de colaboración empresarial, en el artículo 1317 del Código de Comercio, bajo las denominaciones de independencia del agente y estabilidad de su gestión."- Expediente 11001-3103-010-2000-00155-01 M.P. Edgardo Villamil Portilla 22 de junio de 2011.*

Conviene precisar ab initio que el contrato de agencia comercial y el de distribución son dos acuerdos comerciales diferentes que tienen como objetivo establecer una relación comercial entre dos partes: un proveedor o fabricante y un representante o distribuidor. Ambas figuras legales tienen diferencias importantes en cuanto a las obligaciones y responsabilidades de las partes y en la forma en que se lleva a cabo la comercialización de los productos.

El contrato de AGENCIA COMERCIAL es un acuerdo mediante el cual una persona o empresa (el agente) actúa en nombre y por cuenta de otra persona o empresa (el principal) para promover y llevar a cabo la venta de sus productos. El agente

no adquiere la propiedad de los productos, sino que simplemente los promueve y vende en su nombre. En este caso, el agente cobra una comisión por sus esfuerzos de venta.

Por otra parte, EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN es un acuerdo mediante el cual una persona o empresa (el distribuidor) adquiere la propiedad de los productos del proveedor o fabricante con el fin de venderlos. en este caso el distribuidor tiene la libertad de establecer el precio de venta y es responsable de la gestión de inventario y envió de los productos a los clientes.

En Colombia la jurisprudencia ha establecido los siguientes requisitos para que se configure el contrato de agencia comercial

1. *Autoridad.: el agente debe tener la autoridad legal para celebrar contratos en nombre del principal*
2. *Exclusividad: el contrato de agencia debe ser exclusivo, no pudiéndose representar a otros competidores del principal*
3. *Remuneración: el agente debe recibir una remuneración por sus servicios, ya sea una comisión o un salario.*
4. *representación: el agente actúa como representante del principal y debe actuar de acuerdo con las instrucciones y políticas del principal.*
5. *Duración: el contrato de agencia debe tener una duración definida o ser por tiempo indefinido.*
6. *Finalidad comercial: el contrato debe tener como finalidad la realización de negocios comerciales , es decir , la promoción, venta o negociación de bienes o servicios en nombre del principal.*

Estos requisitos son esenciales para que se configure un contrato de agencia comercial en Colombia y son aplicables tanto a contratos verbales como escritos

en Colombia, EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN se rige por la Ley 80 de 1993 y la jurisprudencia ha establecido algunos criterios para su configuración:

1. *Propiedad de los productos: La jurisprudencia ha señalado que, en el contrato de distribución, el distribuidor adquiere la propiedad de los productos y los vende a sus clientes en su propio nombre y por su cuenta.*

2. *Autonomía en la fijación de precios: El distribuidor tiene la libertad de establecer el precio de venta de los productos, siempre y cuando no se establezcan restricciones por parte del proveedor.*
3. *Gestión de inventario: El distribuidor es responsable de la gestión de su inventario y de garantizar la disponibilidad de los productos para su venta.*
4. *Exclusividad: La jurisprudencia ha establecido que la exclusividad puede ser un elemento esencial en el contrato de distribución, siempre y cuando se respeten los límites establecidos por la Ley 80 de 1993.*
5. *Duración del contrato: El contrato de distribución puede ser por tiempo determinado o indeterminado, y su duración dependerá de las negociaciones entre las partes.*

En materia de AGENCIA COMERCIAL la jurisprudencia ha realizado numerosos pronunciamientos que se reseñan como subreglas aplicables al contrato de agencia comercial

- Sentencia C-099 de 2000 de la Corte Constitucional: Establece que los contratos de agencia comercial son contratos autónomos y tienen una regulación especial.
- Sentencia SU-656 de 1999 de la Corte Suprema de Justicia: Reconoce la exclusividad como uno de los elementos esenciales del contrato de agencia comercial.
- Sentencia SU-1094 de 2000 de la Corte Suprema de Justicia: Establece que el contrato de agencia comercial debe tener como finalidad la realización de negocios comerciales.
- Sentencia SU-212 de 2003 de la Corte Suprema de Justicia: Reconoce que el contrato de agencia comercial puede ser tanto verbal como escrito.
- Sentencia SU-1187 de 2017 de la Corte Suprema de Justicia: Confirma la jurisprudencia sobre la exclusividad como elemento esencial del contrato de agencia comercial.
- Sentencia SU-1248 de 2018 de la Corte Suprema de Justicia: Establece la obligación del principal de cumplir con las condiciones acordadas en el contrato de agencia, incluyendo el pago de la remuneración.
- Sentencia SU-1733 de 2020 de la Corte Suprema de Justicia: Confirma que la terminación del contrato de agencia debe ser realizada con justa causa y de acuerdo con las disposiciones legales y contractuales aplicables.

asimismo, en Colombia, la jurisprudencia sobre el contrato de distribución se ha desarrollado a través de diversas decisiones de los tribunales de justicia. Algunos de los casos más relevantes incluyen:

1. Sentencia C-048 de 2009 de la Corte Constitucional: En este caso, la Corte Constitucional se pronunció sobre la interpretación de la Ley 80 de 1993 y

estableció que el contrato de distribución puede ser considerado como un contrato de trabajo en el caso en que se demuestre que el distribuidor no tiene autonomía suficiente en la gestión de su negocio.

2. Sentencia SU-276 de 2014 de la Corte Suprema de Justicia: En este caso, la Corte Suprema se pronunció sobre el alcance de la exclusividad en el contrato de distribución y estableció que la exclusividad solo puede ser aplicada en el ámbito territorial y temporal establecido en el contrato.
3. Sentencia SU-1185 de 2016 de la Corte Suprema de Justicia: En este caso, la Corte Suprema se pronunció sobre la forma en que se deben interpretar las cláusulas de exclusividad en el contrato de distribución y estableció que la exclusividad solo puede ser aplicada en la medida en que no afecte el derecho de los consumidores a tener acceso a los productos.

6.2.2. En ese orden, como premisas normativas se resalta que; bajo los postulados del artículo 1317 y 1320 del Código de Comercio, los elementos estructurales de la agencia mercantil son:

i) el agente, quien, por cuenta ajena, asume el encargo de promover y/o explotar los negocios del empresario y en contraprestación, recibe una remuneración por el trabajo encomendado;

ii) la labor confiada se desarrolla de manera independiente, autónoma y estable;

iii) la zona determinada de la ejecución contractual[8]; y,

iv) los efectos económicos de la gestión recaigan en el patrimonio del agenciado -componente importante incluido por la doctrina-, éste último de gran relevancia, porque no es otra cosa que *"el contenido típico que distingue el contrato de agencia de cualquier otra figura contractual"*[9].

CASO CONCRETO

Es de resaltar que los requisitos axiológicos enunciados deben concurrir para hablar válidamente de la configuración de una AGENCIA COMERCIAL y que la situación negocial que se ventile no se adecue en un acuerdo de diferente naturaleza verbigracia

[8] Casación Civil, sentencia de 10 de septiembre de 2013, exp 1100131030222005-00333-01.
[9] GIORDANO, Contratto di agencia, p. 397-398, citado en FARINA, Juan M. Contratos Comerciales Modernos. Pag. 442.

el contrato de suministro. En ese orden, se pasa a analizar cada uno de los prenombrados elementos para determinar su configuración o no en el caso sub examine:

i.) Zona específica: En torno al lugar demarcado para operar debe referirse que de las documentales obrantes en el expediente no se desprende la existencia de un lugar especificó de operación, nótese del escrito de la demanda solamente se señaló el territorio colombiano, empero, no se delimitaron las ciudades de operación de la demandante.

Sumado a lo anterior, de los correos y pruebas documentales allegadas al expediente[10] no se desprende la zona determinada de ejecución contractual, es decir, no se demostraron las ciudades y/o departamentos específicos donde se posicionaría la marca. Aunado a ello, el representante de la demandante JULIO EDUARDO RUEDA RIAÑO aseveró en su declaración que en ningún momento se habló con la demandada de agencia comercial o contrato de distribución[11] (min. 10:39.44).

A su turno, el representante legal de VIÑA MORANDE clarificó la inexistencia de coordinación de la selección del portafolios a ser comercializado en Colombia, pues existía una variabilidad en los productos que BUEN VIVIR importaba en los diferentes años[12] así como los volúmenes de compra.

Se desprende de las declaraciones rendidas por los representantes legales de la sociedad demandante y demandada, que nada se dijo de las zonas de distribución de los vinos objeto de contienda, circunstancia que, de suyo, permite concluir que no se configuró este elemento.
En materia de conformación del contrato de agencia comercial en Colombia, la zona determinada de ejecución contractual que se echa de menos en este asunto se establece a través de acuerdo entre las partes; es decir, el principal y el agente.
Esta zona debieron las partes definirla de manera geográfica, es decir estableciendo un área o región especifica en la que el

[10] Folios 24 a 229
[11] Min. 10:39.44 audiencia 29 de agosto de 2016
[12] Min. 9:36 a 9:40

agente tuviere derecho a representar y promocionar los productos o servicios del principal.
También se pudo definir por las partes en contienda y tampoco se avizora dicha zona en términos de segmentos de mercado o de tipos de clientes específicos, lo que implicaría que el agente tendría derecho a actuar en nombre del principal en un mercado específico o con un tipo especifico de clientes. A prudente juicio del despacho es importante que la zona determinada sea clara y precisa para evitar malentendidos y conflictos entre las partes.
Además, es pertinente que esta zona sea incluida de manera expresa en el contrato de agencia comercial, para asegurar su eficacia y cumplimiento lo cual genera que en este asunto se concluya que ninguna discrepancia surge sobre la aplicación o interpretación de la zona determinada puesto que en efecto no se especificó este requisito axial del contrato de agencia comercial que se pretende se declare configurado, con claridad y precisión.
En relación con este punto, a juicio del despacho siguiendo claros derroteros jurisprudenciales en un contrato de agencia comercial es fundamental que se establezca una zona geográfica específica para la representación y venta de los productos del proveedor. la falta de determinación que se desprende en este asunto se interpreta como una falta de delimitación de las responsabilidades y autoridades de la parte que pretende actuar como agente desdibujándose la presencia de la agencia aludida.[13]

- [13] Sentencia de la Corte Suprema de Justicia de Colombia de 2019, en la que se estableció que "en un contrato de agencia comercial, es esencial que se determine con precisión la zona geográfica en la que el agente estará autorizado a realizar la representación y venta de los productos".
- Sentencia de la Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia de Colombia de 2020, en la que se señaló que "para la configuración de un contrato de agencia comercial es necesario que se haya establecido de manera clara y precisa la zona geográfica para la representación y venta de los productos".
- Sentencia de la Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia de Colombia de 2021, en la que se afirmó que "la delimitación de la zona geográfica para la representación y venta de los productos es un elemento esencial para la configuración de un contrato de agencia comercial".

ir.) Labor independiente, autónoma y estable: Al respecto, el gestor judicial de JE Rueda, enfiló su interrogatorio de parte a demostrar un trabajo mancomunado entre la demandante y la demandada, así, señaló en sus alegatos la existencia de coordinación en la selección del portafolio, y la disposición de Viña Morandé para promocionar y publicitar los vinos.

Adicionalmente, de los correos electrónicos adjuntados al expediente solamente se concluye una colaboración entre las partes para finiquitar una negociación, tales como la inclusión de diferentes etiquetas, precios especiales en las negociaciones y amplios plazos para los pagos.[14]

Sumado a ello, se determinó la existencia de apoyos para la promoción de la marca Viña Morandé, circunstancia admitida por el representante legal de la demandada[15] ya que en la lista de precios se incluía, no obstante, era un precio bruto, uno neto y la inclusión de la promoción. Resaltese que dicha lista de precios era general como se desprende de los folios 190 y 191, siendo los mismos estándar.

Además, mediante confesión realizada por el apoderado judicial, bajo los apremios del artículo 193 del Código General del Proceso, en la contestación de la demanda dejo por sentado que la intención de VIÑA MORANDE nunca tuvo por propósito proporcionar, posicionar y/o realizar actividad empresarial sobre la marca, siendo una actividad que únicamente beneficiaba a la demandante.[16] Circunstancia que fue reafirmada por el representante de la demandada en la audiencia del 29 de agosto de 2016[17], al explicar que lo pretendido por la demandada en torno a las botellas y avisos, y en específico, ser top ten hacía referencia al volumen de venta que no, a gestar un posicionamiento de marca, así como jamás se indujo a ello en los correos electrónicos que obran en el plenario.

---

[14] Folio 142
[15] Min. 9:53 a
[16] Folios 813 y 814
[17] Mín. 10:22:14 a 10:25:20

Ninguna de las pruebas allegadas da cuenta de la remuneración por el trabajo encomendado, así en la declaración del representante legal de Viña Morandé se clarificó que las inversiones realizadas para la publicidad y mercadeo de las marcas pues la realizada en Colombia se realizó por Buen Vivir y no por la demandante (mín. 9:50 audiencia 29 de agosto de 2016), así es claro que no se dejó por sentada la existencia de la relación para un posicionamiento de la marca demandada, pues de las facturas allegadas al expediente (folios 97 a 208 cuaderno de anexos) emerge una relación en la cual la demandante J.E. Rueda adquirió e importó determinadas cantidades de los productos de Viña Morandé para su venta en Colombia con la guía de la demandada. Adicionalmente de las documentales adosadas al expediente y de las declaraciones rendidas en el decurso procesal, no se demostró el pago de una remuneración en cabeza de la demandada y a favor de la demandante.

En adición del dictamen pericial allegado al plenario se desprende que los gastos en que incurrió la demandante para la comercialización y distribución de los vinos no se realizaban únicamente a la marca Viña Morandé (fol. 1209), sino que dichos gastos se distribuían proporcionalmente entre todas las marcas que, distribuidas y promocionadas por la demandante, lo que de suyo permite determinar que los efectos económicos no recaían solo o con exclusividad en los que considera sus agenciados.

Itero el representante legal de la demandante la inexistencia de un contrato de agenciamiento comercial y especificó que Buen Vivir solamente era un importador de sus productos[18].

di) Agente por cuenta ajena con encargo de promover el negocio.

Previo a estudiar los elementos demostrativos de este presupuesto axiológico de la agencia comercial, resulta pertinente hacer un recorrido jurisprudencial e ilustrar sobre los eventos que lo constituyen.

[18] Min. 10:26 a 10:30:38

La Corte, en un caso de compraventa al por mayor con finalidad de reventa –donde por regla general esta actividad cuenta como elemento identificativo de los contratos de distribución-, planteó precisamente que la ejecución de dicha operación:

"[…] solamente constituye el desarrollo de una actividad mercantil por cuenta y para utilidad propia en donde los negocios de compraventa tienen por función la de servir de título para adquisición (en la compra) o la disposición (en la reventa) posterior con la transferencia de dominio mediante la tradición. (Se resalta)

Y a continuación, en el mismo pronunciamiento recalcó:

"Pero el hecho de que, para el cumplimiento de esta finalidad, el distribuidor tenga que efectuar actividades para la reventa de dichos productos, como la publicitaria y la consecución de clientes, ello no desvirtúa el carácter propio de aquella actividad mercantil, ni el carácter propio que también tiene la promoción y explotación de su propio negocio de reventa de productos suministrados por un empresario. Porque cuando un comerciante difunde un producto comprado para el mismo revenderlo, o, en su caso, promueve la búsqueda de clientes a quienes revenderles los objetos que se distribuyen, lo hace para promover y explotar un negocio que le es propio, o sea, el de la reventa mencionada; pero tal actividad no obedece, ni tiene la intención de promover o explotar negocios por cuenta del empresario que le suministra los bienes, aunque, sin lugar a dudas, este último se beneficie de la llegada del producto al consumidor final" [19]. (Negrilla y subraya para resaltar).

Ahora, para lo que aquí interesa, no existe duda para el despacho que la relación comercial existente entre J.E. Rueda y Vina Morandé tenía como objeto la adquisición de vinos por parte de la primera, quien luego los revendería, púes así lo señaló el representante legal de la demandante en su declaración y de demuestra con el amplió caudal probatorio recaudado, entre ello, las facturas adosadas a folios 98 a 186 de los anexos, donde se evidencia que la sociedad Viña Morandé vendía a JE Rueda diferentes tipos de vinos, en las cantidades y clases determinadas en los citados documentos.

Por su parte la testigo **Patricia Herrera Roca**[20], no aportó con su declaración hechos que vislumbraran la existencia de la

[19] Sentencia de 31 de octubre de 1995
[20] DVDTESTIMONIOS290816PM.wmv

relación negocial que se depreca, pues se limitó a indicar su asistencia a eventos llevados a cabo por la parte demandante, empero no pudo declarar con puntualidad sobre Viña Morandé, además solo conoce la marca del vino del nombre, pues su relación es con el producto que no respecto de la relación comercial.

El interrogatorio de la gerente comercial **Cristina Rueda Pradilla** representante de la demandante no tiene la capacidad demostrativa por la subjetividad que encierra su credibilidad, y por el contexto en que expone su dicho.

El Testigo **Juan Andrés Sarama Medina** indicó que asistía a los eventos realizados por la demandante, donde había publicidad de la demandada y ofrecían sus vinos, empero el establecimiento de comercio que los brindaba era Buen Vivir, pero nada refirió respecto de las extensas labores de posicionamiento de la marca en el territorio nacional.

En suma, de los testimonios recaudados en su totalidad, quedo claro que algunos de los declarantes no tenían vínculo alguno con Viña Morandé, pues no tuvieron contacto con ellos sino únicamente con J.E. Rueda, declaraciones que no esclarecen de forma alguna al despacho las circunstancias que podrían poner en cabeza de la demandada la demostración de los presupuestos axiológicos de la acción, tales como el posicionamiento de la marca en unas regiones geográficas determinadas.

En armonía con lo dicho, -repítase- que en tratándose de un contrato de agencia comercial la función que diferencia al agente con el distribuidor es precisamente la de *promover y/o explotar los negocios del empresario*, una labor ardua que amerita un gran trabajo de mercadeo y publicidad –no solo venta-, como, por ejemplo, estudiar el mercado, la potencial clientela, la forma cómo llegar al consumidor final y atraerlo al negocio del empresario con fines de permanencia y fidelidad.

Frente a lo aquí mencionado, la Corte destacó:

"*Es así como el artículo 1317 del Código de Comercio, al definir el referido contrato, resalta que en dicho convenio un comerciante -el agente- asume 'en forma independiente y estable' el encargo de*

promover o explotar negocios de un empresario -el agenciado-, en un determinado ramo y dentro de una zona prefijada en el territorio nacional, despuntando, entre estas características, aquella que predica la estabilidad del negocio jurídico, cuya importancia -sustancial- se advierte con solo reparar en la labor que se le encomienda el agente, es decir, en la actividad que a favor del agenciado despliega, quien no se limita a perfeccionar o concluir determinados negocios -así sean numerosos-, hecho lo cual termina su tarea, sino que su labor es de promoción, lo que de suyo ordinariamente comprende varias etapas que van desde la información que ofrece a terceros determinados o al público en general, acerca de las características del producto que promueve, o de la marca o servicio que promociona, hasta la conquista del cliente; pero no solo eso, sino también la atención y mantenimiento o preservación de esa clientela y el incremento de la misma, lo que implica niveles de satisfacción de los consumidores y clientes anteriores, receptividad del producto, posicionamiento paulatino o creciente; en fin, tantas aristas propias de lo que hoy se conoce -en sentido lato- como 'mercadeo', que, en definitiva, permiten concluir que la agencia es un arquetípico contrato de duración, característica que se contrapone a lo esporádico o transitorio, pero que -hay que advertirlo- no supone tampoco y de modo inexorable, un contrato a término indefinido o de duración indefectible y acentuadamente prolongada.

Dicho en otros términos, lo determinante en la agencia comercial no son los contratos que el agente logre perfeccionar, concluir o poner a disposición del agenciado, sino el hecho mismo de la promoción del negocio de éste, lo que supone una ingente actividad dirigida -en un comienzo- a la conquista de los mercados y de la potencial clientela, que debe -luego- ser canalizada por el agente para darle continuidad a la empresa desarrollada -a través de él- por el agenciado, de forma tal que, una vez consolidada, se preserve o aumente la clientela del empresario, según el caso. De allí la importancia que tienen en este tipo de negocios jurídicos las cláusulas que establecen un plazo de duración, pues ellas, amén de blindar el vínculo contractual frente a terminaciones intempestivas, le otorgan estabilidad a la relación, no sólo en beneficio del agente, sino también del agenciado (CSJ, SC del 28 de febrero de 2005, Rad. n.° 7504) Negrilla y subraya para destacar.

Al respecto, la Corte Suprema de Justicia ha enseñado: *"Un comerciante puede recibir el encargo de promocionar y comercializar productos de un fabricante, e incluso asumir la prestación de servicios postventa, pero eso no lo convierte en agente comercial"*[21].

La doctrina nacional considera que *"la sola promoción no es suficiente para que se configure un contrato de agencia mercantil, ya que la actividad*

[21] Casación Civil, sentencia SC13208-2015.

de promover también constituye elemento de otro contrato, el de suministro, cuando el suministro se recibe con el fin de distribuir las cosas recibidas. En ese caso, el suministrado asume la obligación de promover, sin que el contrato se torne en agencia mercantil. Únicamente se trata de una modalidad de suministro en donde las mercancías no se adquieren para consumo sino para la reventa, vendiendo el distribuidor a nombre propio, por cuenta propia y bajo su propio riesgo."[22]

A juicio prudente del despacho en este asunto no se demuestra con especificidad las obligaciones del principal, llevando a la ambigüedad y a la incertidumbre en cuanto a las responsabilidades y obligaciones de cada parte.
En el asunto bajo examen resulta nugatorio determinar que parte es responsable de cualquier incumplimiento que pueda surgir pues no aparecen establecidas con claridad las obligaciones entre las partes en contienda.

6.2.3. de lo anterior , se colige entonces que le competía a J.E. Rueda la carga de probar la labor que encaminó a la ampliación y conquista de mercados, así como el ejercicio que empleó para la conservación de la clientela o el aumento progresivo de la misma, circunstancia que, de suyo, no quedo demostrada en el presente asunto, pues se evidenció fue la venta del producto en el que a la demandante le interesaba el bien propio, sin que se demostrará la labor de mercado, porque si bien se habló de los costos de publicidad y los eventos realizados en las declaraciones de parte y testimonios, en el trámite del proceso no quedo debidamente demostrada una imposición de ello en cabeza de la demandante o un acuerdo de voluntades de las partes para el posicionamiento de la marca en Colombia.

En suma, de las documentales allegadas al expediente, no se evidenció tal gestión particular o labor independiente, pues de los correos electrónicos allegados, de los cuales, algunos fueron materia del interrogatorio de parte, solamente se desprenden recomendaciones sobre las etiquetas marcadas con el nombre de Buen Vivir, de las que específicamente se pedían determinadas cantidades, empero no se evidencias directrices

[22] LISANDRO PEÑA NOSSA, contratos Empresariales, Nacionales e internacionales, ecoe ediciones, sexta edición pág. 430.

de la compañía demandada en materia de campañas publicitarias o del impulso y/o posicionamiento de la marca en Colombia.

En conclusión, como no se reúnen los presupuestos axiológicos del contrato de agencia comercial, resulta procedente denegar las pretensiones principales de la demanda.

7. Ahora, para resolver lo pertinente a la pretensión subsidiaria, entraremos a dilucidar si se reúnen los presupuestos axiológicos del CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN, destacando que este tipo de negociación ha contado con desarrollo jurisprudencial y doctrinal en el que se identifican elementos como:

i) el distribuidor actúa en causa propia y asume las contingencias que se deriven de las operaciones;

mi) se destacan las actividades de cooperación, así que el empresario se involucra en desarrollo de los negocios;

ti) el intermediario adquiere la propiedad de las mercaderías y se refleja en la práctica como una reventa del producto.

Así, en repetidas ocasiones la Corte Suprema de Justicia, ha realizado un trabajo de diferenciación entre uno y otro contrato, dado que los dos coinciden en ser convenios de intermediación.

Respecto del segundo de los mencionados, en los últimos pronunciamientos se sentó:

"[P] puede acontecer que dentro de su libertad negocial las partes configuren un genuino contrato autónomo de distribución, perfectamente separable y definible por sus aristas, mediante el que un empresario se obliga a proporcionar a un intermediario y este a adquirir cierto volumen de mercancías destinadas a ser comercializadas en una zona geográfica acotada, asumiendo el segundo los múltiples riesgos que para el propietario corresponden desde que acontece la tradición, en lo que no procura expandir el negocio ajeno sino el personal a través de la obtención del mayor margen de ganancia posible entre el precio que desembolsa y el que percibe, que poco o mucho, va directo a su contabilidad; igualmente, asume cualquier pérdida eventual, sin que en nada tenga que ver el productor.

Sobre los contornos esenciales de este acuerdo de voluntades, la Corte ha tenido la oportunidad de pronunciarse en SC13208-2015, así:

El de distribución, es un convenio que otorga al comercializador el derecho de vender los productos del empresario en una zona geográfica determinada bajo las condiciones impuestas por este, obteniendo como ganancia la diferencia entre el precio de compra al productor y el de venta al cliente final, denominada margen de reventa.

El beneficio del distribuidor resulta de su propia actividad, por cuanto adquiere las mercancías y debe pagar su valor al productor con independencia de la suerte que corra al revenderlas (actúa por su cuenta y en nombre propio), por lo que el incumplimiento del cliente solo lo perjudica a él, y debe soportar todos los riesgos de los productos desde que estos quedan a su disposición.

Cuando el empresario recurre a esta figura «se compromete a remitir… las unidades, en las cantidades que éste lo requiera, dentro de ciertos márgenes, pero tales unidades le son enviadas en propiedad al distribuidor, quien es deudor del precio ante la empresa fabricante. A su vez, el distribuidor es quien le vende al cliente y, en consecuencia, es quien factura y adquiere todos los derechos y asume todas las obligaciones de vendedor».

El comercializador se obliga a «efectuar las ventas del producto; pero, fundamentalmente, se obliga a pagar el precio de la mercadería que recibe en las condiciones y plazos pactados. Se obliga, más que a vender, a adquirir una cantidad mínima de mercadería dentro de los períodos previstos. Es natural que el distribuidor se esfuerce en vender esa cantidad mínima, pues de otro modo, acumulará un stock a pura pérdida. Claro está que el fabricante o proveedor pueden no conformarse con esa venta mínima y requerir al distribuidor una mejor política de ventas, para aumentar así la política de colocación del producto en el mercado.

En este escenario, sin duda se está ante un fenómeno de distribución diferente al que el artículo 1317 mercantil reconoce como una manifestación del contrato de agencia comercial, por cuanto es refractario a sus elementos esenciales, en tanto el comerciante obra en su puro y directo interés"[23].

Se concluye entonces que, este tipo de contrato otorga al distribuidor el derecho de vender en un sector determinado, teniendo como ganancia la diferencia entre el precio de compra y el de venta, sin que ello constituya una remuneración, siendo el beneficio de este de su propia actividad, ya que su lucro

[23] Sentencia SC5252-2021. Rad.2005-00143-01 de 26 de noviembre de 2021.

depende exclusivamente de su éxito en el mercado pues su esencia es la reventa.

Ahora en torno al contrato de distribución, estudiaremos los presupuestos que le dan paso así:

i.) El distribuidor actúa en causa propia y asume las contingencias que se deriven de las operaciones.
Al respecto señaló la jurisprudencia *"En su relación con los clientes, el distribuidor actúa en su nombre y por cuenta propia, por lo que debe correr con el riesgo y la suerte de las ventas que realice; el agente, no asume esas contingencias porque realiza su actividad profesional para el dominus negotii, de ahí que el vínculo jurídico se establece directamente entre el comitente y el cliente, pues el agente es solo un intermediario."*

En este punto debe resaltarse que JE Rueda adquirió los vinos de Viña Morandé para ser revendidos a nombre y cuenta propia, corriendo el riesgo de las ventas que pudiera realizar.

ii.) se destacan las actividades de cooperación, así que el empresario se involucra en desarrollo de los negocios.

Debe resaltarse la ausencia de demostración de este elemento, como quiera que pese el cruce de correos electrónicos entre la demandante y la demandada[24], no se evidenció por parte de esta célula judicial la existencia de una estrategia de mercadeo impuesta por Viña Morandé a JR Rueda, mucho menos un acuerdo de voluntades respecto de la exclusividad en la distribución de la marca en pro de la cooperación para el desarrollo del negocio.

Así las cosas, no logró la demandante emerger la forma en que Viña Morandé se involucró en el desarrollo de sus negocios, pues como se desprende de las documentales y la declaración de los representantes legales de ambas sociedades se dejó por sentado que la publicidad no se encontraba a cargo de la parte demandada, simplemente se remitió un listado de precios, donde estaba un valor neto, un valor con ganancia y uno que incluía

[24] Folios 70 a 90

los gastos de publicidad y mercadeo, empero no se demostró la injerencia de la demandada en dichas actividades.

Adicionalmente, los testigos, se limitaron a señalar su asistencia a los eventos de la demandante, donde también se promocionaban otros vinos y licores, no obstante, desconocen en su integridad las relaciones comerciales entre JE Rueda y Viña Morandé.

iii.) el intermediario adquiere la propiedad de las mercaderías y se refleja en la práctica como una reventa del producto.

En tal Tópico la Corte Suprema de Justicia Sala de Casación Civil indicó *"El comercializador se obliga a «efectuar las ventas del producto; pero, fundamentalmente, se obliga a pagar el precio de la mercadería que recibe en las condiciones y plazos pactados. Se obliga, más que a vender, a adquirir una cantidad mínima de mercadería dentro de los períodos previstos. Es natural que el distribuidor se esfuerce en vender esa cantidad mínima, pues de otro modo, acumulará un stock a pura pérdida. Claro está que el fabricante o proveedor pueden no conformarse con esa venta mínima y requerir al distribuidor una mejor política de ventas, para aumentar así la política de colocación del producto en el mercado» (subrayado no es del texto).*

Respecto de este requisito, resalta el despacho, no quedó demostrado en el decurso procesal la obligatoriedad de una compra mínima de vinos, pues como bien lo indicó el representante legal de la demandada, existía una importante variación de lo adquirido en los diversos años[25], hecho que cobra fuerza con las facturas adosadas al expediente[26], destacándose a modo de ejemplo la núm. 01918 donde del producto Pionero Cabernet Sauvignon se compraron 140 unidades para el 14 de septiembre de 2007[27], empero para el 31 de octubre de 2010[28] solo fueron 12.

Así tampoco se pactó una remuneración por la distribución de los vinos en un lugar específico del territorio nacional, itérese, si bien es cierto la demandada remitió una lista de precios

[25] Audiencia 29 de agosto de 2016
[26] Folios 122 a 186 anexos de la demanda
[27] Folio 154
[28] Folio 178

sugerida, no se logró demostrar con el acervo probatorio recaudado el pacto de la comisión que devengaría JE Rueda por la distribución de los vinos, es más, de las documentales visibles a folios 391 a 495, que la entrega de los envíos a JE RUEDA era realizada por Buen vivir, adicionalmente, de las certificaciones obrantes en el plenario por venta de licores Hato grande[29], IRCC LTDA[30] y Club Campestre Guaymaral[31] no es posible determinar ella promoción o explotación del negocio del tercero aquí demandado.

8. Conforme a lo expuesto, no quedó determinada con nitidez la zona geográfica de distribución de los vinos Viña Morandé, mucho menos que la sociedad demandada impusiera las condiciones para esta operación comercial, pues de las declaraciones surgió con nitidez que la fijación del precio se realizó de forma conjunta y de consuno. Sumado a ello las comisiones de la reventa estaban en cabeza de J.E. Rueda y no de la demandada, máxime que como lo señaló el representante legal de Viña Morandé, se desprendía de la mercancía una vez salan de puerto.

Así las cosas, no se demostraron tampoco los requisitos del contrato de distribución requeridos para acceder a las pretensiones subsidiarias.

El esfuerzo argumentativo que se realizó por la parte demandante en el alegato de instancia se enfilo a resaltar de manera genérica los requisitos jurisprudenciales de las figuras en comento y referirse a las declaraciones y testimonios que resultan precarios pues no permiten considerar que determinen o demuestren concluyentemente sin ambages la presencia de los contratos de agencia comercial o en subsidio de distribución. Lo cual impone mantener las argumentaciones del despacho para denegar las pretensiones.

Por sustracción de materia ante la falta de configuración del contrato de agencia y el de distribución pretendido, que implica

[29] Folio 495
[30] Folios 287 a 459 a 461
[31] Folio 402, no se desprende

desestimar las pretensiones principal y subsidiaria, no se estudiarán los medios exceptivos atendiendo que la improsperidad de lo fundamental en la pretensión apareja excluir el análisis de lo restante.

Expresado lo anterior, el JUZGADO CUARENTA Y OCHO CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTÁ D.C, administrando justicia en nombre de la República de Colombia y por autoridad de la ley,

RESUELVE:

PRIMERO. NEGAR LAS PRETENSIONES PRINCIPALES Y SUBSIDIARIAS DE LA DEMANDA, conforme a lo motivado.

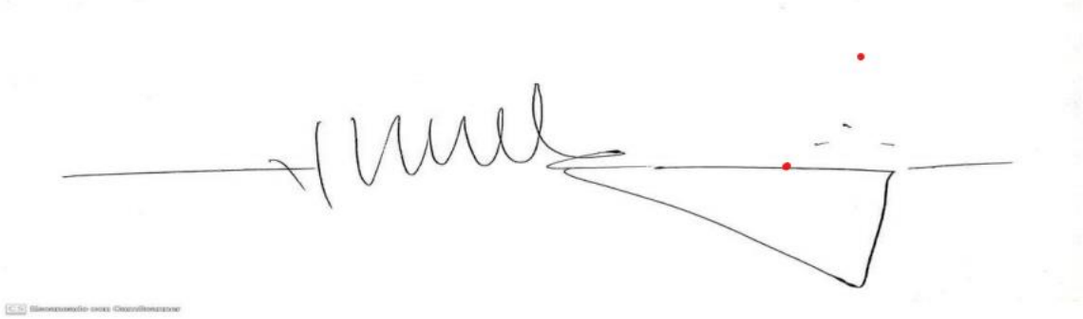
SEGUNDO. Concordante con lo anterior, DECLARAR terminado el proceso de la referencia.

TERCERO. Por sustracción de materia no se estudiarán los medios exceptivos.

CUARTO. Sin costas.

NOTIFIQUESE Y CÚMPLASE,

EL JUEZ



ALBERTO ENRIQUE ARIZA VILLA

Rama Judicial
Consejo Superior de la Judicatura
República de Colombia

JUZGADO CUARENTA Y OCHO (48) CIVIL DEL CIRCUITO

Carrera 10 No. 14-33 piso 15 - Edificio Hernando Morales

J48cctobt@cendoj.ramajudicial.gov.co

Bogotá D.C., 15 de febrero de 2022

REFERENCIA: RESOLUCIÓN DE CONTRATO
DEMANDANTE: OSCAR HUMBERTO MORA GARCIA
DEMANDADO: OMAR POVEDA DIAZ
RADICADO: 11001310304820220000300
PROVIDENCIA: RESUELVE RECURSO DE REPOSICIÓN

Se procede a resolver mediante esta providencia el recurso de reposición y en subsidio apelación formulados por el mandatario judicial del extremo actor contra el auto adiado el 31 de marzo de 2022, por medio del cual se rechazó la demanda.

I. ANTECEDENTES

Fundamentos (PDF 60 del cuaderno principal)

El recurrente argumenta concretamente, que la demanda fue subsanada en tiempo, pues el 02 de febrero 2022 a la hora de las 04:32 P.M. se envió al correo electrónico del

juzgado (quien acusó recibo) el escrito dando cumplimiento y corrigiendo las irregularidades advertidas en el auto de fecha 25 de enero de 2022, mediante el cual se inadmitió el libelo introductorio,; que bajo esa circunstancia se debe revocar a decisión recurrida.

II. CONSIDERACIONES

El recurso de reposición es el mecanismo procesal procede salvo norma en contrario contra las providencias proferidas por el instructor del proceso, para lo cual deberá expresar las razones que lo sustenten dentro de los tres (3) días siguientes al de la notificación del auto, exigencias que se cumplen en el presente asunto, siendo claro que la providencia de apremio promulgada el 31 de marzo de 2022 (PDF 52 del cuaderno principal), es susceptible de ser atacada por medio de reposición.

Desde ya, debe decirse que el recurso de reposición presentado gestor jurídico de la parte demandante, debe tener acogida toda vez que se vislumbra que en efecto el escrito por medio del cual se subsanó la demandada [PDF 53 y siguientes del cuaderno principal], fue allegado en tiempo, lo que de contera presupone que la providencia atacada debe ser revocada de cara a la realidad procesal y a las documentales obrantes al interior del expediente, conforme lo aduce el opugnante.

Por otro lado, se entrara a estudiar el referido escrito, a fin de determinar si en realidad se dio cumplimiento a la subsanación o no a cada una de las irregularidades indicadas

en la providencia del 25 de enero de 2022, mediante el cual se inadmitió la demanda.

En este orden, no se concederá el recurso de alzada interpuesto de forma subsidiaria, por cuanto la reposición planteada tuvo acogida.

III. DECISIÓN

Bajo los anteriores argumentos, el Juzgado Cuarenta y Ocho (48) Civil del Circuito de Bogotá D.C., RESUELVE:

1. Revocar la providencia de fecha 31 de marzo de 2022 (PDF 52 del cuaderno principal), por las consideraciones expuestas.

2. No conceder el recurso de apelación interpuesto subsidiariamente, ante la prosperidad de las reposiciones planteadas.

3. RECHAZAR la demanda conforme a las previsiones del artículo 90 del C.G.P., toda vez que realizado el estudio al escrito de subsanación, se evidencia que no se dio cumplimiento a lo ordenado en los numerales 3[1] y 5[2] del auto admisorio de fecha 25 de enero de 2022, pues frente a tales irregularidades no se dijo nada en concreto, pues el extremo actor se circunscribió a presentar de nuevo la demanda, pero

---

[1] "3. Adose al plenario el pronunciamiento judicial que da cuenta del incumplimiento del contrato, o en su defecto, adecue las pretensiones de la demanda (Art. 1546 C.C.).".

[2] "5. Dese cumplimiento a lo reglado por el inciso 2º, artículo 8 del Decreto 806 de 2020, en el sentido de afirmar bajo la gravedad del juramento, que la dirección electrónica suministrada corresponde a la utilizada por la persona a notificar, además, indicar la forma como la obtuvo y allegar las evidencias correspondientes, particularmente las comunicaciones remitidas a la persona por notificar.".

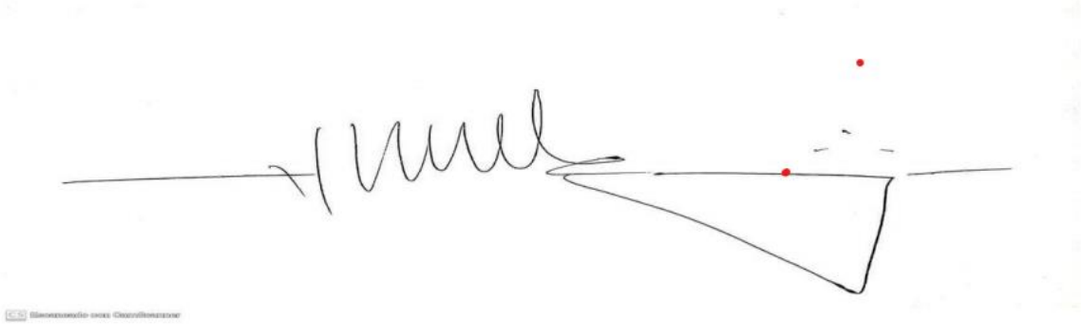
no hizo pronunciamiento expresó sobre el documento que se le solicitó incorporar para acreditar el hecho 4º y ni sobre como obtuvo las direcciones electrónicas para notificar al extremo pasivo ni aportó las evidencias necesarias para tal fin.

En consecuencia, se ordena el archivo de las presente diligencias, informando sobre tal acto a la parte actora, toda vez que el presente proceso se encuentra digitalizado, haciendo improcedente su devolución, déjense las constancias respectivas.

3. Advertir que, respecto de las otras solicitudes obrantes al interior del expediente, estas deberán estarse a lo resuelto en esta providencia, ya que la decisión aquí adoptada las hace improcedentes.

NOTIFIQUESE Y CÚMPLASE,

EL JUEZ,



ALBERTO ENRIQUE ARIZA VILLA