

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE DERECHO

EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN DE COMBUSTIBLES EN EL ECUADOR

Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos
para obtener el título de Doctor en Jurisprudencia.

Dr. Andrew G. Neidl Eguiguren

Ab. Carlos Alberto Serrano Moya

2003

AGRADECIMIENTOS

A Dios, mi guía, mi aliento, mi todo.

A mi familia; mis padres, Santiago y Pía, por su comprensión y empuje diario; mis hermanos, Santiago, Gabriela, Sebastián y Katya, por su ejemplo de fuerza y constancia; a mis sobrinos Juan Bernardo, Martina y Maríapia, por su amor e inocencia; y, en especial a mi madre por su amor y soporte incondicional, su ejemplo de esfuerzo, de empeño y ambición, cualidades indispensables para lograr este sueño que siempre quise cumplir.

Al Doctor Andrew Neidl, mi Director y amigo, gracias por su paciencia y ejemplo, por su don de gente y enseñanza diaria.

A mis compañeros Ana Cristina y Pedro quienes juntos hemos cumplido grandes metas y que hasta el día de hoy seguimos siendo verdaderos amigos.

A todos mis compañeros de Neidl & Asociados, por su caridad y mucha comprensión, en especial a Daniela por su soporte y ayuda diaria claro reflejo de una gran bondad y sencillez.

Gracias a todos ustedes por todo y ser parte de este inmenso camino.

RESUMEN EJECUTIVO

Dentro de nuestra legislación, en la Constitución Política de la República del Ecuador en su Capítulo 2 "DE LOS DERECHOS CIVILES" artículo 23, numeral 18 trata sobre la libre contratación, con sujeción a la ley. Por tanto una persona tiene la facultad discrecional de elegir y decidir con quien quiere contratar.

El mundo de los contratos se ha regulado conforme el Libro IV de nuestro Código Civil, cuerpo legal que habla expresamente de los contratos y de las obligaciones. Tiempo atrás era el único cuerpo legal que determinaba normas para satisfacer la celebración y ejecución de los contratos. El mundo ha evolucionado y continúa en dicho proceso, por lo que nuevas normas e intereses se han ido creando, mismas que rigen dentro de un territorio específico, sin tomar en cuenta los grandes pasos que ha dado la Globalización, creando, en cierto sentido, disconformidad de normas internas con las que están apareciendo en el ejercicio de este proceso. Dentro de dicho proceso se creo el Código de Comercio - en estos tiempos también obsoleto - que de modo subjetivo, regula cierta clase de contratos modernos que la necesidad social fue creando.

Sin embargo el proceso de Apertura del Mercado Internacional, evoluciona rápidamente, tanto que la legislación mundial deja atrás ciertas normas y aspectos internos de lado para acoplarse a las que se están creando. Este es

el caso de nuestro país, y es el problema de muchos de los países subdesarrollados, porque al tratar de evolucionar técnica e industrialmente apartan, de dicha evolución, aspectos jurídicos que son de gran relevancia para el sustento y desarrollo del país.

El presente tema, es entonces un claro ejemplo de lo que nos está sucediendo, los contratos atípicos se han ido creando en base a que su causa y objetivo llegan a niveles de amplitud muy extensos, que la ley creada para efectos de regulación y celebración de contratos, no puede cubrir estas necesidades. En este proceso de evolución de las relaciones contractuales de tipo comercial, es cada vez más frecuente encontrar nuevas figuras, o simplemente descubrir y dimensionar las ya existentes.

Dentro de este campo extenso de los contratos atípicos (no tipificados en la Ley), está el Contrato de Distribución, mismo que se creó para cubrir muchas de las necesidades de los comerciantes, pues muchos de los contratos tipificados, como por ejemplo, y muy relacionado al de distribución está el contrato de compra y venta, que se encuentra regulado por el Código Civil como por el de Comercio como se expresó anteriormente. Necesidades que se vienen dando desde hace mucho tiempo atrás, creando figuras que cumplen un papel muy importante dentro del mercado comercial interno e internacional, al acercar la oferta y la demanda de productos que pueden ser comercializados, y de este modo, ser parte importante en la lucha por eliminar la desigualdad

jurídica contractual, impulsando la flexibilidad y la dinamia en las relaciones comerciales.

No se puede establecer determinadamente el origen de este tipo de contrato atípico, pues las necesidades sociales y comerciales cambian y han ido cambiando constantemente, por lo que figuras contractuales distintas y similares, tipificadas y no tipificadas aparecieron simultáneamente con iguales o diferentes objetivos, y la intersección de estos creo, entre muchos, el Contrato de Distribución.

INDICE

CAPITULO I

ANTECEDENTES

1.1	La Apertura del Mercado Internacional	1
1.1.1	El Ecuador y la Comunidad Internacional	1
1.1.2	El Ecuador, un Pais de Comerciantes	5
1.2	Formalizacion de los Contratos Comerciales	10
1.2.1	El Contrato, su Interpretacion, Tipos de Contratos y Elementos Esenciales	10
1.2.1.1	Interpretacion del Contrato	12
1.2.1.2	Los Tipos de Contrato	14
1.2.1.3	Elementos del Contrato Comercial	16
1.3	Los Contratos Comerciales Atípicos	18
1.3.1	Concepto y Definición de los Contratos Atípicos	19

CAPITULO II

EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

2.1	Concepto	24
2.2	Partes Intervinientes	28
2.3	Naturaleza Jurídica	29
2.4	Caracteres	30
2.5	Elementos del Contrato	34
2.5.1	Elementos Generales	34
2.5.2	Elementos Particulares	36
2.6	Figuras Afines	39
2.7	Regulación Legal	43
2.8	Obligaciones de las Partes	44
2.8.1	Obligaciones del Distribuido	45
2.8.2	Obligaciones del Distribuidor	46
2.8.3	Relación con Terceros Compradores	49
2.9	Terminación del Contrato	50

CAPITULO III

LA COMERCIALIZACION DE COMBUSTIBLES EN EL ECUADOR Y SU MARCO LEGAL

3.1 Breve Reseña	53
3.2 La Comercialeizacion de Combustibles	57
3.3 Sintesis de la Legislacion Ecuatoriana	65
3.4 Mecanismo Actual de Comercializacion y Distribución de Combustibles en el Ecuador y Legislacion Aplicable	73

CAPITULO IV

EL CONTRATO DE DISTRIBUCION DE COMBUSTIBLES EN EL ECUADOR

4.1 Desarrollo del Contrato de Distribución de Combustibles del Ecuador	79
4.2 Ventajas del Contrato de Distribución de Combustibles en el Ecuador	84
Permanencia en el Mercado	85
Mejor de Calidad del Producto y Servicio	86
Promoción y Publicidad del Producto y Servicio	87
Transferencia de Tecnología y Capacitación	87
Protección de los Derechos de la Marca de Productos o Servicios	88
Responsabilidad Repartida	88
Volumen de Venta	89
Focalización de Venta del Producto	89
Estructura Legal Reconocida	90
4.3 Importancia de la Redacción y Estructuración del Contrato de Distribución de Combustibles en el Ecuador	91

CAPITULO V

ANÁLISIS DE CONTRATOS DE DISTRIBUCION DE COMBUSTIBLES EN EL ECUADOR

5.1 Análisis de Cláusulas Contractuales en la Distribución de Combustibles en el Ecuad	94
5.1.1 Denominacion de los Contratos	95
5.1.2 La Distribución	96
5.1.3 La Exclusividad	100
5.1.4 Plazo de Duración	104
5.1.5 Margen de Venta	107
5.1.6 Promoción y Publicidad de los Productos	114

5.1.7	Proteccion de las Marcas de la Distribuidora	120
5.1.8	Volúmenes de Venta	127
5.1.9	Políticas de Mantenimiento y Atención al Público	
5.2	Cláusulas Comunes a los Contratos de Distribución de Combustibles en el Ecuador	134
	Inspecciones	134
	Cumplimiento de Políticas	135
	Disposiciones Medioambientales	136
	Responsabilidades Administrativas, Laborales y Tributarias	137
	Reparaciones	137
 CAPITULO VI		
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		139
 CAPITULO VII		
BIBLIOGRAFIA		144
 ANEXOS		148

INTRODUCCIÓN

El objetivo principal que estimula la investigación y análisis al Contrato de Distribución de Combustibles en el Ecuador es generar mayor atención e interés a la estructura y negociación de un producto (derivado del petróleo) que está siendo motivo de grandes desigualdades y desconciertos en el mundo entero. Lo que busca el Contrato de Distribución, independientemente del producto que se está comercializando, es mejorar las relaciones comerciales internas de un país, así como también entre diferentes países.

En el transcurso del desarrollo del presente tema surgió, entre el Estado y las comercializadoras de combustible un problema político y económico; factores que responden a las necesidades de nuestro país y que de forma directa inciden en la celebración de contratos de distribución de combustible entre las comercializadoras y sus distribuidores, por tanto se debe dejar claro que el núcleo donde se genera este problema es mal interpretado y entendido por los funcionarios de las entidades y de organismos estatales.

El Contrato de Distribución, no se encuentra tipificado en nuestra legislación, menos aún el Contrato de Distribución de Combustibles, siendo éste más específico que el anterior, por tanto es nuestro deber, como Juristas de Negocios, el tratar de armonizar nuestra ley interna con aquellas internacionales que afectan al mundo, y lógicamente a temas concretos como el del Contrato de Distribución de Combustibles en el Ecuador. En esta

posición, la apreciación sobre el presente trabajo es, en cierto sentido y el más complicado, el encontrar una forma lógica y equitativa para la estructuración del Contrato al que se hace referencia.

Es difícil estructurar ciertos preceptos, cuando ni siquiera se tiene una base que sirva de apoyo. Aunque nuestra legislación trate y englobe varios contratos antiguos y contemporáneos, las bases para contratos de una naturaleza tan profunda, que es, primero el Contrato de Distribución, y segundo, del Petróleo, producto importantísimo para el desarrollo de nuestro país, crea una circunferencia densa donde la intersección de dos o más contratos tipificados sirven como único apoyo para empezar algo que hasta el día de hoy es una mitología que paso a paso se estructura de distintas maneras.

Con lo anterior, con este trabajo se buscarán y analizarán los elementos característicos, primero del Contrato de Distribución y, segundo de la Distribución de Combustibles para crear armonía dentro de nuestro mercado, sin dejar a un lado, que la negociación de éstos contratos depende de la voluntad e intereses de las partes, mismos que pueden establecer márgenes y cláusulas que crean convenientes, pero bajo un precepto de negociación comercial, lógica, inteligente y ordenada que creé seguridad tanto jurídica como comercial dentro de nuestro territorio.

EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN DE COMBUSTIBLES

CAPITULO I

ANTECEDENTES

1.1. La Apertura del Mercado Internacional

1.1.1. El Ecuador y la Comunidad Internacional.

Desde hace más de una década, y a partir de los sistemas políticos socialistas y comunistas en Europa Oriental y su influencia sobre ciertos países en el mundo, se inició una nueva era en las relaciones comerciales promovido por los países desarrollados, con el objeto de ampliar y fomentar las relaciones comerciales a nivel regional eliminando ciertas barreras y mecanismos de protección. Este proceso general se dio a conocer como la "Apertura de Mercados" o "Mercados de Economía Libre" que con el tiempo produciría una revolución y reingeniería integral de la forma de hacer negocios en el mundo. Estas nuevas políticas comerciales propuestas por los países desarrollados acompañados directamente con el desarrollo de las telecomunicaciones ha permitido reducir el tamaño, en términos reales, del mundo, toda vez que ya no es necesario estar físicamente en

un determinado lugar para realizar transacciones comerciales, financieras o bancarias o de cualquier índole, ya que la relación entre los países está ligado únicamente con el factor tiempo. Como ejemplo de esta apertura de mercado y políticas de integración tenemos a la Comunidad Europea entre la mayoría de países europeos, el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos de América, Canadá y México, el Pacto Andino, hoy Comunidad Andina de Naciones, Mercosur, etc.

El Ecuador como país en desarrollo no pudo ni puede estar ajeno a estos cambios de mercado o de políticas comerciales, toda vez que parte de su desarrollo y subsistencia económica se encuentra ligada a estos procesos. Es así que nuestros gobiernos, en mayor o menor grado han ido estructurando las políticas comerciales a estos cambios. En el año de 1991, uno de los objetivos primordiales de la política del gobierno de turno, había fijado en lo teórico y buscado y logrado la leal cooperación del sector público y privado frente a los retos de la compleja y dinámica realidad económica internacional que se vivía en esos momentos. En ese entonces en el Ecuador, tanto en Quito como en Guayaquil, se realizaban Seminarios de Información sobre los beneficios, reglas de origen e implicaciones que se derivarían de la aplicación del reglamento sobre preferencias arancelarias especiales a favor de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.

Así el sector empresarial y exportador ecuatoriano fue ampliamente informado – al igual que algunos organismos públicos especializados – sobre las ventajas

comerciales y los mecanismos de funcionamiento del nuevo régimen de preferencias arancelarias de la Comunidad Europea, en beneficio de los mencionados países del área andina. Ya con anterioridad a ese año, la Comunidad para ayudar a las naciones citadas en su lucha contra el narcotráfico estableció un mecanismo de apoyo con beneficios aún mayores que las del sistema generalizado de preferencias a múltiples productos andinos.

Esta evolución y mecanismo generaba gran importancia al país pues se abría la posibilidad de cambiar patrones de cultivo, la ampliación de la frontera agrícola, industrial y comercial. Este proceso ayudaría a contar con una fórmula efectiva para la obtención de divisas, que cada día se volvían más difíciles de lograr por circunstancias externas, pues los factores y patrones descritos habían pertenecido al dominio público; y, que para ese entonces las habíamos soportado en la creciente y dramática agudización del deterioro económico nacional, que hasta ahora es una barrera delimitante en el desarrollo de áreas y aspectos económicos, políticos y sociales de nuestro país.

El análisis de esta nueva oportunidad se veía reflejada en círculos empresariales vinculados con las actividades industriales, textiles, pesqueras y agrícolas; pues significaban beneficios latentes que hace tiempo se necesitaban. Los beneficios competirían con ventaja con los de otros países en la lucha "sin cuartel", dentro de un orden económico internacional que hasta ese entonces, se consideraba que había dado la espalda a criterios elementales de justicia, equidad y solidaridad,

sacrificando al débil y al pobre en beneficio de mal gastada riqueza de las naciones poderosas.

Este precedente fue un proceso satisfactorio de las gestiones que se comenzaban a realizar en nuestro país para lograr que se incluya al Ecuador en ese promisorio programa de estímulo en favor de los productos de exportación de los países andinos que tendrían libre acceso, sin pago de aranceles y al margen de limitaciones cuantitativas y la opción de ser aceptados en círculos cada vez más amplios y selectivos, como los que actualmente existen. De esta manera se demostró la capacidad que la empresa privada para afrontar, en situaciones casi siempre desventajosas los problemas de supervivencia y afirmación, augurando una labor seria, imaginativa y audaz de la que depende en gran parte el desarrollo nacional al que todos, sin excepción, debemos contribuir.

A partir del año 1994, el gobierno de turno mantuvo como política económica y comercial del Ecuador una posición neoliberal y de apertura no solo a los mercados internacionales, sino que dio un paso más grande al tratar de crear un marco jurídico adecuado para atraer las empresas extranjeras a invertir en sectores productivos tradicionalmente manejados y controlados por el Estado. Se creó una normativa jurídica adecuada para la inversión extranjera, que tenía como objeto entre otros aspectos, dar seguridad jurídica a la inversión privada y extranjera, entre algunos ejemplos podemos mencionar la Ley de Modernización, la creación del Consejo Nacional de Modernización, etc.

1.1.2. El Ecuador, un País de Comerciantes.

El Ecuador para aquel entonces era un país deficiente en materia de desarrollo comercial e industrial, por consiguiente era difícil definir si el Ecuador se había vuelto un país de comerciantes, la incertidumbre venía en camino cuando se querían determinar los beneficios que obtendrían los pequeños comerciantes del proceso de liberación comercial que debían poner en marcha los países andinos, a partir de los procesos de apertura comercial.

La incertidumbre era justificable, pues a partir de ese año la realidad económica sería distinta: tendría un mercado de 100 millones de personas y eso permitiría a las empresas de los cinco países (Bolivia, Venezuela, Ecuador, Colombia y Perú) ser más productivas, eficientes y dinámicas. En pocas palabras, las empresas podrían liberarse de las trabas que les imponían sus pequeñas economías.

Era difícil discernir esta situación, casi imposible. En primer lugar porque si bien la subregión tenía en conjunto una población de más de 100 millones de personas, no todas ellas -probablemente ni siquiera el 50%- son consumidoras con una real capacidad de compra. Las restricciones de los mercados andinos, en términos individuales, estaban y están determinados por su tamaño real, pero fundamentalmente por la poca capacidad adquisitiva. Al estar limitados por la pobreza, el mercado andino ha ampliado nuevas oportunidades de inversión y

expansión, que abrirá una competencia libre y abierta entre las empresas existentes para captar los mercados que, de alguna manera, ya estaban atendidos, aunque de alguna manera poco eficiente por la escasa competencia. Desde el punto de vista del consumidor la integración comercial se traduciría en una mayor variedad de productos para el consumo, tal vez a precios un poco mayores y de mayor calidad.

En segundo lugar, eran las limitaciones propias de nuestro país como la infraestructura, capitales, etc., y de la ausencia de una sólida cultura empresarial que permita a nuestros empresarios hacer frente a la competencia extranjera. El problema de los ecuatorianos es que somos poco competitivos ya que por años hemos estado acostumbrados a beneficiarnos de negocios de lata rentabilidad sin la necesidad de competir en mercados abiertos y libres.

El reto que se planteó el Ecuador hace más de una década , y en particular a los empresarios, no sólo tiene que ver con la eficiencia productiva de las empresas; con su capacidad para enfrentarse solos, sin la protección del Estado, a sus nuevos competidores mundiales. Tiene que ver con su propia cultura empresarial, con su poca exigencia como empresarios, y con una cultura nacional tan extrañada de sí misma que todo lo de afuera cree que es mejor.

A partir de esos años y hasta ahora las políticas sobre la apertura de mercado siguen creándose; así, y entre los más importantes nació la Comunidad Andina

(CAN), el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), la Organización Mundial de Comercio (OMC), etc., con el fin de integrar cada uno de los países andinos y desarrollados en una masa solidificada donde los patrones económicos de cada país no interfieran en la negociación de productos, donde el tránsito de los comerciantes sea libre y lo más importante de todo, la arbitrariedad de elegir productos competitivos, cada uno de mejor calidad, y por supuesto los nacionales.

Este nuevo mundo de negocios internacionales sin límites, que continuamente sigue en crecimiento fue el panorama indispensable para la creación de nuevas figuras contractuales, las distintas intenciones de generar dinamia en la comercialización de productos entre unos y otros países e internamente, fueron el preámbulo para la estructura de sistemas de distribución distintas, entre éstas el contrato de Distribución que es la figura comercial contractual que analizaremos a través de este trabajo.

La necesidad de crear sistemas de distribución se dio por la teoría económica principalmente, la que formula que la actividad económica entre productores y consumidores no se relaciona en forma directa, sino que lo hacen a través de la distribución. La distribución tiene un papel esencial en esta relación de comercio, y en estos últimos tiempos ha asumido formas cada vez mas sofisticadas y laboradas de conformidad con los intereses y necesidades de las partes que intervienen en este proceso de comercio de productos, que no es más que el

reflejo del desarrollo de la economía que principalmente se dio por las siguientes causas:

1. Distanciamiento y desconocimiento existente entre productores y consumidores.
2. La discontinuidad en el intercambio, es decir el tiempo que transcurre entre el deseo de venta del productor y el de compra del consumidor.
3. La necesidad de fraccionar al consumidor final ciertos bienes vendidos al por mayor.
4. La utilidad de relacionar productores cada vez más especializados con compradores deseosos de escoger en un creciente universo de productos.
5. La universalización de mercados, la apertura e internalización de las economías que suprimen las barreras geográficas y colocan al alcance de consumidores productos de los mas recónditos lugares.

De esta manera nace la relación contractual con la figura de la distribución, la intermediación entre productores y consumidores cada vez se volvió más exigente y las figuras comerciales y contractuales antes utilizadas dejaron de ser funcionales y eficaces para la actividad de negociación entre comerciantes. A

través del desarrollo comercial y económico las figuras contractuales innovadoras debían mantenerse bajo el marco de la Ley interna de cada país que formaba parte interviniente en la negociación, por lo que debía remitirse a los cuerpos legales vigentes para estructurar una figura contractual novedosa, basándose en la costumbre mercantil.

Nuestros cuerpos normativos referentes a temas contractuales son especialmente el Código Civil, que habla de las obligaciones y contratos, y por otra parte, está el Código de Comercio, siendo el primero el más antiguo, pues regulaba simples relaciones civiles; el segundo se creó en 1906, con el objetivo de establecer normas para la celebración y ejecución de contratos comerciales, aquellos de los que se obtiene un rédito por su celebración o ejecución. Aunque dichas normas vigentes establezcan el preámbulo general para la celebración de contratos, la evolución y desarrollo comercial ha reconocido a estas nuevas figuras contractuales atípicas (no tipificadas en la ley), sin dejar de lado las bases contractuales indispensables para su celebración.

Basados en normativas y Códigos dictados para efectos de celebración y ejecución de contratos comerciales, es necesario investigar la evolución de los contratos mercantiles y las condiciones para su celebración que específicamente están establecidas en los cuerpos normativos antes citados, el Código Civil y el Código de Comercio.

1.2. Formalización de los Contratos Comerciales.

1.2.1. El Contrato, su interpretación, tipos de contrato y elementos esenciales.-

Muchas de las legislaciones consideran que, al ser el contrato la más importante de todas las fuentes de obligaciones, su definición, elementos, naturaleza, etc., son de enorme importancia práctica, pues ocurre, en muchos casos, que las definiciones legales al respecto, son estipulativas y no informativas. “Las definiciones permiten, en primer lugar, tipificar las figuras o institutos y proporcionar de este modo conocimiento seguro acerca de los elementos que, según los casos, deben reunir para ser calificados de tal o cual modo.”¹

Nuestro Código Civil establece en su artículo 1.481, que “el contrato o convención es un acto por el cual una parte se obliga para con otra a dar, hacer o no hacer, alguna cosa. Cada parte puede ser una o muchas personas”. Tomando en cuenta esta definición se crea una situación concreta en la que se determina que existe un acuerdo manifiesto de voluntades destinado a reglar los derechos de las partes.

¹ GHERSI, Carlos Alberto, Contratos Civiles y Mercantiles, Editorial Astrea-Argentina 1998, pag. 103

Este concepto legal ha sido criticado bajo el ángulo de que contrato y convención son conceptos completamente distintos, aunque para algunas legislaciones son términos sinónimos, pues se considera a la convención como el acto jurídico bilateral, en el que existe un acuerdo de voluntades destinado a producir efectos jurídicos, los mismos que pueden constituirse en crear, modificar o extinguir obligaciones. Cuando la convención tiene por objeto crear obligaciones, pasa a llamarse contrato: aquélla es el género, el contrato, la especie. “Todo contrato es convención, ya que supone el acuerdo de voluntades para producir efectos jurídicos; pero, a la inversa, no toda convención es contrato, ya que si el acuerdo de voluntades no tiene por objeto crear una obligación, sino modificarla o extinguirla, es una convención, pero no un contrato.”².

Es por esto que comúnmente se define el contrato como la convención generadora de derechos y obligaciones. Otras legislaciones definen al contrato de la siguiente manera: “Hay contrato cuando varias personas se ponen de acuerdo sobre una declaración de voluntad común, destinada a reglar sus derechos”.

Existen distintas percepciones del concepto o definición del contrato, pero debemos quedar claros que estos conceptos, nos llevan a un punto esencial y a reunir elementos similares, existe un acuerdo de voluntades, que genera obligaciones para una parte y derechos para la otra, cada parte pueden ser una o varias personas. Para definir al contrato mercantil o comercial debemos establecer

² ABELIUK MANASEVICH, René, Las Obligaciones, Editorial Temis S.A. – Chile 1993, pags 50 y 51.

dichos elementos esenciales, sin dejar de lado que, este contrato, se celebra entre comerciantes pues el objetivo de celebrar un contrato comercial es llegar a obtener un lucro o utilidad, a través de su ejecución.

1.2.1.1 Interpretación del Contrato.-

Claro el concepto, o en sí, los elementos conceptuales del contrato, es necesario y de mucha importancia, la interpretación del contrato. Existen, entre otras, dos sistemas o doctrinas fundamentales, las mismas que se derivan esencialmente de la voluntad de los actos jurídicos: la real y la declarada por las partes. La primera doctrina adopta un sistema subjetivo, mismo que es influenciado por el Código francés, que da prioridad a la voluntad real de las partes, misma que debe buscarse en el contrato. La segunda, es la influenciada por el Código alemán, es la que da primacía a la voluntad declarada, esto quiere decir concretamente que la voluntad es la que se establece en la letra misma del contrato.

De estas doctrinas señaladas nuestro Código Civil recoge la francesa, en su artículo 1603: "Conocida claramente la intención de los contratantes, debe estarse a ella más que a lo literal de las palabras".

En consecuencia, en caso de conflicto, debe preferirse la intención de las partes a la letra misma de las estipulaciones. Al respecto pueden presentarse dos situaciones:

1. La redacción del contrato es ambigua, poco clara o contradictoria; por lo que deberá investigarse la intención de las partes para averiguar lo que dice el contrato.
2. La letra del contrato es totalmente clara, que no puede darse la situación de una doble interpretación, ni ambigüedad, ni contradicción alguna.

En realidad, a pesar de la existencia de las precedentes doctrinas y a la que nuestro Código Civil Ecuatoriano se refiere, las intenciones de las partes pueden o ser extremadamente exorbitantes o exageradamente limitadas, por lo que la letra del contrato es esencial para estructurar una base de intenciones y los jueces competentes en la materia determinar, en base a intenciones y a lo que se quiso estipular en el contrato, encontrar soluciones a controversias contractuales.

Los mismo sucede en materia mercantil, la intención de las partes vale más que lo escrito en el mismo contrato. Principio realmente válido para la negociación entre los comerciantes, es a veces muy difícil determinar, en base a lo escrito en el contrato, la intención de las partes contratantes en materia comercial, y específicamente por la vaga estructuración y redacción de un contrato comercial.

Es necesario, para una buena interpretación, proceder, después de investigada la intención de las partes, a calificar el mismo, esto nos ayuda a determinar su naturaleza para saber que normas legales son aplicables en cada contrato.

1.2.1.2 Los tipos de Contratos.-

En cuanto a los tipos de contratos, el Libro IV de nuestro Código Civil, que para efectos de los contratos mercantiles o comerciales también los ha clasificado de la siguiente manera:

- Un contrato puede ser unilateral cuando una de las partes se obliga para con otra, que no contrae obligación. Es bilateral cuando las partes intervinientes se obligan recíprocamente. En materia comercial no es preciso hablar de unilateralidad, pues las partes contratan con el fin de obtener una utilidad, y si una sola parte se obliga, no hay gravamen ni utilidad para la otra. Por consiguiente si se puede hablar de un contrato comercial bilateral, las partes intervinientes se obligan mutuamente.

- El contrato es gratuito cuando sólo una de las partes recibe utilidad, y la otra sufre el gravamen. Será oneroso el contrato cuando se tiene por objeto la utilidad de las dos partes, gravándose cada uno a beneficio de otro. En materia mercantil, la finalidad es la de obtener un rédito a través de la

celebración del contrato, por lo que una de las partes no puede intervenir con carácter gratuito.

- El contrato oneroso es conmutativo cuando lo que una parte debe dar o hacer es equivalente a lo que la otra da o hace a su vez; y si el equivalente consiste en una contingencia incierta de ganancia o pérdida, se llama aleatorio. Lo mismo sucede en materia mercantil, los contratos mercantiles tienen, en la mayoría de los casos, la calidad de conmutativos, pero puede haber casos en que, usando la buena fe, una cosa sea vendida por mayor valor del real, en este caso quien adquiere la cosa se considera que el valor que pagó no es equivalente al bien que adquirió.
- Un contrato es principal cuando subsiste por sí mismo sin necesidad de otra convención. Es accesorio el contrato cuando tiene por objeto asegurar el cumplimiento de una obligación principal, de manera que no pueda subsistir sin ella. Lo mismo sucede en contratos mercantiles, estas situaciones si pueden preverse.
- Contrato real es aquel que se perfecciona con la entrega de la cosa a la que se refiere. Solemne es cuando se deben cumplir ciertas formalidades para la validez del contrato y consensual es el contrato que se perfecciona con el solo consentimiento de las partes. Lo mismo se aplicará en materia comercial.

Nuestro Código de Comercio determina que se rigen, a través de este cuerpo legal, las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean realizados por no comerciantes. Por lo tanto, un contrato será considerado como comercial por la sola intención de una de las partes contratantes de obtener lucro a través de la celebración de un contrato.

De tal manera que, aunque nuestro Código de Comercio no clasifique ni determine elementos esenciales, se tomarán como aquellos los que se explican y determinan en materia civil, mismos que se detallaron o se detallan en la redacción del presente tema.

1.2.1.3 Elementos del Contrato Comercial.-

Nuestro Código Civil, en su artículo 1488, establece los elementos esenciales para que una persona se obligue para con otra, los mismos que se detallan a continuación:

1. Que sea legalmente capaz. Según nuestro Código Civil, toda persona es legalmente capaz, excepto los dementes, los impúberes y los sordomudos que no pueden darse a entender por escrito, a éstos se los llama incapaces absolutos; son incapaces relativos los

menores adultos, los que se hallan en interdicción de administrar sus bienes; y, las personas jurídicas. En estos casos de incapacidad relativa, los actos de estas personas pueden tener valor en ciertas circunstancias y cumpliendo ciertas formalidades. La incapacidad especial es aquella que por ley se impone a ciertas personas. Para el caso de ejecución de actos de comercio, nuestro Código de Comercio establece en su artículo 8 que: “Las personas que por las leyes comunes no tienen capacidad para contratar, tampoco la tienen para ejecutar actos de comercio...” por lo que, las estipulaciones sobre la capacidad e incapacidad de las personas establecidas en el Código Civil, son legalmente aplicables en las relaciones contractuales mercantiles.

2. Que consienta en dicho acto, y que dicho consentimiento no adolezca de vicio. Los vicios del consentimiento son error, fuerza y dolo. El error vicia el consentimiento cuando recae sobre la especie del contrato que se ejecuta. La fuerza vicia cuando es capaz de producir una impresión fuerte en una persona de sano juicio, tomando en cuenta su edad, sexo y condición. El dolo no vicia el consentimiento sino cuando es obra de una de las partes, y cuando, además, aparece claramente que sin él no hubieren contratado.

3. Que recaiga sobre un objeto lícito. Hay objeto ilícito en todo lo que contraviene al Derecho Público Ecuatoriano.
4. Que tenga causa lícita. Causa es el motivo que induce al acto o contrato, misma que no es necesario expresarla.

Todos los antedichos elementos contractuales son verdaderamente aplicables en materia comercial, el simple hecho de ejecutar contratos con el fin de obtener, a través de la celebración de estos, un lucro o rédito, no deja de lado las condiciones y elementos que deben tomarse en cuenta para la celebración de un contrato netamente civil.

1.3. Los Contratos Comerciales Atípicos.-

Como se ha dicho al principio, la apertura del mercado internacional, el avance de las relaciones comerciales y otros factores distintos que generaron procesos evolutivos en las negociaciones internacionales, fueron indispensables para la creación de nuevas y desconocidas figuras contractuales. Las partes buscaban rapidez, utilidad, equidad, por lo que los contratos cotidianos y tipificados en las legislaciones de distintos países dejaron de ser estructuras contractuales funcionales para las nuevas negociaciones comerciales y mercantiles.

De esta manera los intereses comerciales y contractuales de las partes intervinientes crearon nuevas formas de contratación comercial, en especial sistemas de distribución comercial. Las legislaciones internas de cada país no estaban preparadas para este tipo de cambios radicales que la sociedad comercial internacional constantemente iba creando, por lo que se instituyeron nuevas formas contractuales que fueron denominadas atípicas, por el hecho de no encontrarse estipuladas en códigos relacionados en materia de contratos.

Esta evolución contractual no dejó de lado las condiciones y elementos que obligatoriamente se deben tomar en cuenta para la celebración de contratos, por lo que aún atípicos, debían mantenerse bajo un marco legal tipificado para la estructuración y condiciones que necesariamente se deben tomar en cuenta y son, como lo dijimos, los que se explicaron en el tema anterior del presente capítulo.

1.3.1. Concepto y Definición de los Contratos Comerciales Atípicos.

Partiendo de un principio legal sencillo: “Las partes tienen libertad para celebrar un contrato y determinar su contenido”. Nuestra Constitución Política, en su Capítulo II “De los Derechos Civiles”, artículo 23, numeral 18 establece: “La libertad de Contratación, con sujeción a la Ley”. Nuestra legislación reconoce el principio de libertad contractual que entraña la posibilidad de celebrar contratos, ya sea que

estén estructurados y regulados por el ordenamiento legal, o que sean contratos en los que las partes determinan libremente su contenido.

Definamos entonces lo que es un contrato típico y lo que es un contrato atípico. Los primeros, son aquellos que se encuentran determinados y especificados en la ley, y por tanto existe una disciplina normativa que regula su celebración. “La regulación del contrato típico supone, la reglamentación en cuanto a sus características y contenido obligacional, a los efectos que el contrato produce entre las partes y, en su caso, a la existencia de normas supletorias de la voluntad de los contratantes.”³

Los segundos, contrarios a los típicos, podrán ser definidos como aquellos que a pesar de que no se encuentran regulados por la ley, la costumbre mercantil y la necesidad de diversos requerimientos los ha ido estructurando de conformidad con la necesidad de las partes contratantes.

Dentro de esta última definición podemos encontrar otras dos subclasificaciones, *nominados e innominados*. Los nominados son los que la costumbre mercantil y social y criterios de la jurisprudencia los caracterizan y reconocen (comisión, agencia, distribución, etc.), los segundos son, entonces, aquellos que no se encuentran caracterizados, pero su estructuración puede ser reconocida.

³ GARGOLLO, Arce Javier, Contratos Mercantiles Atípicos, Editorial Porrúa, México 1999, pags. 115 y 116.

El fundamento económico y pragmático del nacimiento de los contratos atípicos, sustentado en la libertad contractual, coincide con la necesidad de adaptar los contratos a los fines empíricos y a las necesidades reales de las partes contratantes; en realidad las necesidades de los contratantes fueron netamente comerciales, como lo siguen siendo en la creación actual de nuevas figuras contractuales.

A pesar de la atipicidad de los contratos antes descritos, nuestra legislación tanto civil como comercial impone ciertas características a todos los contratos a celebrarse, sean o no tipificados, y es solamente por la razón de que deben guardar concordancia con las leyes y formar una estructura contractual completamente legal. Por ejemplo nuestro Código Civil en su artículo 1753 establece que todo acto o contrato que contiene la entrega o promesa de una cosa que valga más de dos mil sucres, deberán constar por escrito. En su artículo 5 el Código de Comercio establece que para los casos que no estén especialmente resueltos por este Código se aplicarán las disposiciones del Código Civil. Por lo tanto es obligación de las partes contratantes que, al celebrar cualquier contrato, sea cual sea la materia sobre la que verse el asunto, deberán realizarlo por escrito si es que el valor de la cosa que se entrega o promete entregar sobrepase los dos mil sucres; normativa obsoleta para fines comerciales actuales pues, dos mil sucres equivale a ocho centavos de dólar de los Estados Unidos de América, los que obliga a que estos contratos que contienen la entrega o promesa de una cosa mayor a dicho valor deberán celebrarse por escrito.

Así mismo, la interpretación de los contratos atípicos sigue, exactamente, al lineamiento de los contratos de los que habla nuestro Código Civil, esto es, cuando se revela de manera clara la intención de las partes, debe estarse a ella más que a lo literal de las palabras.

Estas disposiciones, entre otras, se encuentran tipificadas para la celebración de cualquier tipo de contratos (civiles o mercantiles), la modalidad o nominación de un contrato atípico, sea de suministro, agencia o distribución, etc., es lo que constituye una simple atipicidad, pues no se remite a un capítulo o título específico de un cuerpo legal o normativo, como es el caso de la compra y venta o comisión en nuestra legislación comercial, contratos a los cuales se les impone ciertas condiciones específicas para la celebración. A los contratos comerciales atípicos se les impondrá las características generales a los que cualquier tipo de contrato debe remitirse, formalidades como las antes descritas.

El contrato de distribución constituye por ende un contrato comercial atípico y por lo que en el siguiente tema hablaremos, a través de la legislación internacional y normas de regulación de este contrato, los elementos y condiciones que el Contrato de Distribución Comercial debe estipular.

CAPITULO II

EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

El origen del contrato de distribución y formas actuales de distribución, nacen juntamente con las actividades de comercio que hace mucho tiempo se crearon y simplemente por el hecho de que a través de un intercambio de productos entre comerciantes de forma continua, y la intervención de un intermediario entre productores y consumidores generaba un rédito o ganancia para las partes intervinientes.

Diversas causas económicas y sociales originaron el inicio de la actividad de intermediación comercial. Si recordamos la forma del trueque utilizada hace miles de años fueron los inicios de las negociaciones entre comerciantes, posteriormente la extensión del mercado se la realizó a través de la navegación como en Italia y en el Mediterráneo, que así se desarrolló la actividad comercial de productos. Esta extensión del intercambio trajo como consecuencia que los mercaderes ya no pudieran proseguir exitosamente sus propias actividades sin la ayuda de los servicios de un tercero: surge entonces la figura del intermediario.

Tras una gama de figuras contractuales, nace, a mediados de hace dos siglos, el concepto de distribuidor como un auxiliar o nexo entre el productor y el consumidor.

Hoy en día la distribución de productos alcanza una proporción extraordinaria en la negociación y venta de productos. La relación que une al intermediario con el productor se identifica por su duración, la continuidad de las actividades y servicios y su prolongación en el tiempo, como elementos generales del contrato de distribución, pero hoy en día por la dinámica del contrato se considera otros elementos especiales aplicables a este contrato, que tiene relación con temas de publicidad, mercadeo, posicionamiento de mercadeo, etc, los cuales se analizarán más adelante. El intermediario es generalmente una persona independiente, puesto que sus actividades son desarrolladas sin subordinación, aun cuando a menudo se trata de una negociación en la cual las dos partes obtienen ganancia, y se torna en cierta medida financieramente dependiente.

2.1. Concepto.-

“La producción de bienes y servicios en serie, y a gran escala, surgida a partir de la Revolución Industrial, trajo consigo la aparición de la gran empresa y determinó, consecuentemente, la desvinculación entre el productor o fabricante de los bienes y servicios, y el consumidor, relación que anteriormente se proyectaba en forma directa, en virtud de la producción artesanal.”⁴

⁴ GHERSI, Carlos Alberto, Contratos Civiles y Comerciales, Editorial Astrea, Tomo II, Argentina 1999, pag. 102.

Por consiguiente, el Contrato de Distribución tiene por objeto regular las relaciones entre los grandes productores o fabricantes y las personas que se encargan de comercializar sus productos en los distintos mercados. Poco a poco fue adquiriendo caracteres propios e independizándose de otras figuras afines, pero todavía se encuentra en un proceso no concluido de formación, que se evidencia en la falta de legislación específica en muchos países, incluyendo el nuestro.

En este contrato el productor de bienes utiliza a comerciantes independientes que compran sus productos para revenderlos en una plaza determinada y, como característica propia de este contrato, bajo las condiciones de reventa que el mismo productor impone.

Esta modificación en la forma de comercialización de los bienes y servicios incidió de tal modo en la realidad socioeconómica, que como respuesta a dicha transformación, y para adecuarse a la nueva realidad, surgió esta práctica contractual, evidenciándose el dinamismo y adaptación constante a las circunstancias, propias del derecho comercial, y reforzándose así la noción del contrato como instrumento jurídico que posibilita el acceso a bienes y servicios.

Los sistemas de distribución plantean la problemática de armonizar sus modalidades con la protección de la libertad de industria y comercio, la política de competencia y la protección al consumidor.

Con estos antecedentes señalemos algunas definiciones al Contrato de Distribución de varios autores:

Según Gherzi, es un contrato atípico, de naturaleza mercantil, en virtud del cual, en nombre propio se promueve la introducción en el mercado de una demarcación territorial, de un producto manufacturado por otro, mediante un sistema de reventas 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.

Gargollo, por su parte, define al contrato de Distribución a “aquel por el que el distribuidor se obliga a adquirir, comercializar y revender, a nombre y por cuenta propia, los productos del fabricante, productor o principal en los términos y condiciones de reventa que éste señale. El empresario tendrá la facultad de imponer al distribuidor determinadas obligaciones sobre la organización del negocio para la comercialización y reventa de los productos”.

Podemos definir, entonces, al contrato de distribución, como un contrato mercantil en virtud del cual una de las partes, denominada “distribuidor”, se obliga a adquirir de la otra, llamada “distribuido”, mercaderías generalmente de consumo masivo, para la introducción y colocación en el mercado, por cuenta y riesgo propio, estipulándose como contraprestación de la intermediación un beneficio o margen de reventa. Hay que tener en cuenta que la colocación de los productos en el

mercado por parte del distribuidor se lo realiza al detal; esto quiere decir que se realiza una venta al por menor. En cambio el fabricante o comercializador, en su caso, busca aperturar el mercado aumentando las ventas de sus productos, por lo que se trata de una compra o venta al por mayor, para que posteriormente se distribuyan sus productos de forma seccional y organizada.

Con lo expuesto, podemos determinar que el mecanismo de este instituto contractual, es generar un vínculo entre un productor o fabricante de bienes y servicios con un distribuidor, encargándose este último de la intermediación entre el primero y los consumidores, en la cadena de comercialización de los bienes y servicios, objetos de la distribución. En efecto el distribuido (productor o fabricante) suministra una cantidad de productos al distribuidor, quien a su vez, compromete toda su estructura comercial para venderlos en el mercado, ya sea directamente al mercado o a otro comerciante (venta al por mayor y menor).

Hoy en día el Contrato de Distribución busca proteger otros elementos importantísimos siendo estos los derechos propios del productor o fabricante. La evolución de los derechos de los fabricantes en cuanto a marcas, colores, logotipos, lemas comerciales, promociones, publicidad, etc. han tenido gran participación en este último siglo, pues constituyen una utilidad para el fabricante, pero de igual manera generan responsabilidad en cuanto a calidad del producto.

2.2. Partes Intervinientes

Las partes que integran este contrato, son las siguientes:

- *PRODUCTOR, FABRICANTE O DISTRIBUIDO.*- Es aquel que produce los bienes o servicios y que provee constantemente al distribuidor de éstos para que lo comercialice. El distribuido puede ser también, un importador.

- *DISTRIBUIDOR O INTERMEDIARIO.*- Es quien adquiere bienes y servicio para comercializarlos en el mercado, a nombre y riesgo propio. Los bienes y servicios son proveídos por la otra parte contratante.

Dentro de esta relación contractual debe remarcarse la autonomía e independencia del distribuidor con relación al productor o fabricante, característica que lo hace distintivo de otras figuras contractuales. Efecto de lo antedicho resulta la actuación del distribuidor frente al consumidor, en su propio nombre y cuenta, por lo que éste viene a ser responsable por la calidad de los productos vendidos, sin perjuicio de hallarse a su vez facultado para su posterior reclamación al productor o fabricante. Típicamente no es un representante del vendedor, aun cuando tal término sea frecuente en los acuerdos interempresariales.

2.3. Naturaleza Jurídica

Como ya se dijo el contrato de distribución es atípico. Dadas sus características propias es imposible ubicarle dentro de algún tipo legal. Esta figura ha agrupado o combinado distintos elementos de contratos tradicionales y a raíz de ello algunos autores, considerando individualmente esos elementos, lo identifican con contratos legales, como la compraventa mercantil, el suministro, la consignación de mercaderías, etc.

“Se ha dicho que es sustancialmente una compra venta mercantil, porque de ambas figuras surge la obligación de transmitir definitivamente el dominio”⁵. Es evidente que la finalidad tenida en cuenta al formalizar el acuerdo de voluntades no es precisamente esa, la causa fin de este contrato reside en la intermediación que este adquirente debe llevar a cabo para distribuir los productos entregados por el fabricante o importador. La relación generada a través del Contrato de Distribución entre los contratantes, es encontrar la estabilidad comercial del productor o fabricante en determinado territorio; esto es que a través de la distribución de productos se busca que la comercialización de productos debe prolongarse en el tiempo, justificando de esta manera, una de las intenciones y ventajas del contrato de distribución.

⁵ GHERSI, Carlos Alberto, Contratos Civiles y Comerciales, Editorial Astrea, Tomo II, Argentina 1999, pag. 107.

Esta asimilación limita el análisis de este contrato, pues si hablamos de una transmisión de dominio, desvirtúa el hecho fundamental para el cual se creó este contrato (introducir productos en un mercado), pues se confunde con una compraventa, figura en la cual el comprador de mercadería tiene derecho a hacer lo que quisiese con lo adquirido, sin necesidad de vender a cierto mercado. Si comparamos entonces, no podemos determinar que la compraventa es una relación continua, pues esta figura se perfecciona con la entrega de la cosa y el pago del precio.

Tales percepciones nos dan la idea de que se asemeja en varios aspectos y caracteres a distintos contratos y figuras ya existentes, pero en realidad tiene una finalidad propia, misma que se origina en las necesidades del tráfico moderno de mercaderías.

2.4. Caracteres.-

El contrato de distribución goza de los siguientes caracteres:

- a) **MERCANTIL.** Es un contrato que se celebra entre comerciantes y la adquisición de mercadería por parte del distribuidor se realiza con el propósito de introducir y comercializar en determinado territorio. En este

contrato se refleja claramente la intención de revender los productos que el distribuidor adquiere; por lo que existe el ánimo de lucro.

- b) **CONSENSUAL.** Al tratarse de un contrato en el cual una parte otorga el derecho de vender un producto, y la otra paga cierta remuneración, este contrato se perfecciona por el sólo consentimiento de las partes. Hay que tener en cuenta que se habla de una remuneración, por lo que de conformidad con nuestra legislación este contrato debe celebrarse por escrito, determinándose así el consentimiento de las partes.

- c) **BILATERAL.** Pues al momento de celebración del contrato, cada una de las partes se obliga, recíprocamente, a cumplir ciertas obligaciones.

- d) **ONEROSO.** Este carácter se justifica ya que el distribuidor obtiene una ventaja económica a través de la comercialización de los productos en determinado territorio; a través de dicha intermediación el productor, fabricante o en su caso proveedor de los productos recibe la compensación del distribuidor: limita su riesgo comercial y aumenta su penetración en el mercado.

- e) **CONMUTATIVO.** Al momento de la celebración del contrato las partes conocen sobre ventajas o sacrificios que cada una debe cumplir y hacer, pues se entiende que estos beneficios y desventajas son equivalentes para

las partes. Este carácter es independiente de la existencia del riesgo propio de todos los negocios.

- f) **NOMINADO.** Aunque su nombre no se lo encuentre tipificado, la costumbre mercantil lo ha ido estructurando de manera distintiva a las ya existentes, otorgándole características propias que lo denominan y clasifican como único.

- g) **ATÍPICO.** Como expuse anteriormente, no existe tipicidad legal de este contrato, pero la sociedad lo creo en base a sus necesidades, es por tanto un contrato existente dentro de la tipicidad social.

- h) **NO FORMAL.** Como consecuencia del carácter anterior; no hay norma específica que imponga el cumplimiento de solemnidades para la celebración de los contratos de distribución, pero a pesar de este carácter, existen normas tipificadas en nuestra legislación de carácter general que imponen condiciones para la celebración de contratos mercantiles.

- i) **DE ADHESIÓN.** Aunque no es particular de este contrato, en ciertos casos una de las partes determina las condiciones de este contrato, y la otra, puede o no, adherirse o acatar dichas disposiciones contractuales. Esta formalidad no sucederá cuando distribuido y distribuidor dispongan del mismo poder técnico y económico.

- j) **NORMATIVO.** Por medio de esta figura contractual, las partes regulan y determinan modalidades para futuras negociaciones, para que en caso de producirse sean aplicadas.

- k) **INTUITU PERSONAE.** En esta modalidad contractual se toma en cuenta las aptitudes de la parte contratante (distribuidor), por tanto traerá efectos en cuanto al error en la persona y la posibilidad de cesión del contrato. Se basa en la confianza de la partes.

- l) **DE TRACTO SUCESIVO.** El contrato de distribución se lo celebra con el fin de que las obligaciones se vayan repitiendo en el tiempo. El objetivo es introducirse y permanecer en un mercado con ciertos productos, por tanto el hecho de celebrar contratos por solo un año, se relaciona con el anterior carácter, esto es llegar a depositar confianza con la persona que se ha contratado y, obviamente, la propia conveniencia de las partes.

- m) **PRINCIPAL.** Su existencia es autónoma respecto a cualquier otra relación jurídica, subsiste por sí mismo.

- n) **DE COLABORACIÓN.** Dentro de este instituto contractual, las partes desarrollan una actividad en común, que es la venta de productos fabricados por una de las partes y comercializados por la otra.

- o) **TRASLATIVO DE DOMINIO.** Pues el distribuido entrega la mercadería, que la otra parte lo recibe, con el fin de quedársela para revenderla.

2.5. Elementos del Contrato.

2.5.1. Elementos Generales.

- **CAPACIDAD.-** Este elemento general es de vital importancia para la celebración del contrato de distribución, como se explicó en el anterior Capítulo en su parte pertinente, la capacidad es la aptitud legal que tiene una persona para poder adquirir derechos por sí mismo sin necesidad de la representación o el ministerio de otro. La incapacidad se la determinará de la misma forma que se establece para la celebración de contratos civiles y mercantiles.

- **CONSENTIMIENTO.-** Un ejemplo de consentimiento en este contrato, puede ser, la adhesión, en el supuesto de que el productor o distribuido determine condiciones específicas en el contrato, y la otra acepte adherirse a ellas. En caso contrario, el consentimiento es el llegar a un objetivo común de beneficio por parte de los contratantes, cada uno establece sus

condiciones, mismas que deben ser equivalentes, y que cada una de las partes las acepta y se ratifica en ellas al momento de la celebración del contrato.

- **OBJETO.-** Este elemento puede variar dependiendo del tipo de distribución de la que se trate. Hay casos, la mayoría, en los que se distribuye para la reventa de la mercadería en cierto territorio, pero en otros, se distribuye para el uso y exhibición, como pueden ser las películas cinematográficas. El objeto de este contrato es, también, la obligación que tiene el distribuidor de incentivar el producto y obtener la mayor colocación en el mercado, elemento que lo distingue de otras figuras contractuales.

- **CAUSA.-** Como se explicó en el capítulo primero, es el fin inmediato y concreto que impulsa a las partes a contratar. Tomando en cuenta este concepto, podemos inferir en que la causa del contrato de distribución es la función económica, que es la comercialización de productos o servicios, y en esta forma las partes podrán prever con gran exactitud la cantidad de unidades a cuya provisión y colocación se comprometen, su precio y condiciones de venta, las campañas publicitarias y, eventualmente, también servicios de reparación. En definitiva, todo lo que se refiere a la planificación comercial que atañe a la esencia de este contrato.

La causa que impulsará al distribuidor a celebrar el contrato será la obtención del margen o diferencia entre el precio de compra de los bienes o servicios y su precio de venta, lo que representará su ganancia.

2.5.2. Elementos Particulares.

- **INTERMEDIACIÓN.-** Este elemento determina la esencia del contrato, pues se entiende que el distribuidor actúa en nombre y riesgo propios, compra al productor y vende a terceros esas mercaderías, lo que lo diferencia del contrato de compraventa.

- **ACTUACIÓN A NOMBRE Y RIESGO PROPIOS DEL DISTRIBUIDOR.-** El distribuidor no constituye un representante del distribuido al comercializar los productos o servicios adquiridos. Quien asume responsabilidad sobre los productos vendidos es el distribuidor, excepto de los derechos del consumidor, pues la intermediación desvincula la relación de quien compra el producto y de quien lo vende; así lo establece nuestra Ley Orgánica de Defensa al Consumidor en su artículo 28, el cual me permito transcribir:

Art. 28.- Responsabilidad Solidaria y Derecho de Repetición.-
Serán solidariamente responsables por las indemnizaciones civiles derivados de los daños ocasionados por vicio o defecto de los bienes

o servicios prestados, los productores, fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, quien haya puesto su marca en la cosa o servicio y, en general, todos aquellos cuya participación haya influido en dicho daño.

Es por tanto derecho del consumidor reclamar tanto al distribuidor o al distribuido, cualquiera de los dos tiene la obligación de resarcir el daño causado.

- **PLANIFICACIÓN COMERCIAL.-** Dentro de los elementos particulares de este contrato, éste es el que le da sustancia, pues se vincula con su carácter de contrato de colaboración empresarial. Este elemento engloba todas aquellas cláusulas que establecen precios, régimen de mercados, programas de publicidad, condiciones del establecimiento, stock de mercaderías, etc.

- **MARGEN DE REVENTA.-** Este es, en definitiva, la remuneración del distribuidor, que consiste en la diferencia entre el precio de compra y el de venta de las mercaderías. Este elemento es generalmente fijado por el productor. Es elemento esencial para aquellos contratos que tienen por objeto realizar actos de comercio y por tanto, evidencia su carácter mercantil.

Estas condiciones de reventa pueden ser muy variadas y dependen de la naturaleza de los productos y del acuerdo entre el fabricante y distribuidor. No se incluyen en este concepto las facultades de dirección y supervisión que el empresario pueda llegar a tener respecto al distribuidor. En algunos casos nos encontramos con productos que tienen el precio controlado o precio máximo, como es el caso de la distribución de combustibles, y ciertas condiciones de venta al público impuestas por organismos de Gobierno las cuales no pueden ser modificadas o establecidas por el propio proveedor.

- **EXCLUSIVIDAD.**- Dada la atipicidad de esta figura contractual y el hecho de que algunos productos requieran de distribución exclusiva, este elemento debe estar pactado por las partes en el contrato. No hay exclusividad solamente en los productos o servicios que vayan a ser distribuidos, sino también se determina exclusividad con respecto del territorio en el que se comercializará dichos productos o servicios. La esencia de este “pacto” es la obligación de no realizar ciertas prestaciones, o de no concluir determinados contratos, sino únicamente con las personas a quienes se le reconoce la exclusiva.

2.6. Figuras Afines.

Los contratos atípicos se han ido creando en base de la necesidad comercial, económica y social, por tanto, muchas de las otras figuras contractuales atípicas que constituyen sistemas que se asimilan a la distribución comercial (franquicia, agencia, concesión y suministro) son semejantes, a tal punto que llevan a confundirlos. Sin embargo, estas figuras presentan marcadas diferencias en la vida práctica mercantil, por lo que analizaremos la vinculación existente entre estas nuevas formas de contratación.

- 1) ***Con el Contrato de Suministro.***- El suministro es aquel contrato mercantil que tiene por objeto la prestación periódica (o permanente) de cosas o servicios de manera autónoma, a cambio de una contraprestación ya sea en dinero, especies u otros servicios. Tanto el contrato de distribución como el de suministro generan obligaciones de dar, por lo tanto son contratos traslativos de dominio, son también de tracto sucesivo o de larga duración. La diferencia se marca, notablemente, en la causa de celebración del contrato, en el de suministro, el suministrado adquiere los bienes objeto del negocio para utilizarlos, generalmente, en un proceso de transformación, fabricación o manufactura (materia prima), o hasta a veces como consumidor final, sin necesidad de intermediar entre consumidores y productores. En el contrato de distribución, el adquiriente no transforma los bienes, sino que los adquiere como un producto terminado para introducir y

revender en un territorio determinado. Esta reventa se realiza de acuerdo a las condiciones que, generalmente, establece el productor en el contrato. “Se puede afirmar que el contrato de suministro es para la industria y el de distribución para el comercio.”⁶

- 2) **Con el Contrato Agencia.**- El contrato de agencia o agencia comercial es aquel por el cual dos o más personas acuerdan constituir, modificar o extinguir relaciones jurídicas patrimoniales, por cuya inteligencia, una de las partes confía a otra el encargo estable de promover o concluir negocios, quien lo debe asumir con autonomía e independencia a cambio de una retribución. Este concepto se extiende a la fabricación y distribución de productos, acentuando la promoción o conclusión de negocios ajenos, por tanto el agente cumple con la función de intermediación, mediación o auxilio en el proceso económico, sirve de puente o enlace entre productor o fabricante y consumidor o destinatario de bienes o servicios con la obtención de mercado y clientela. Aunque el objeto de los dos contratos (distribución y agencia) es el mismo, la diferencia se centra directamente en la forma de ejecutar el objeto. En el contrato de agencia el agente (intermediario) actúa por cuenta del empresario y puede hacerlo a nombre de éste cuando se le concede la representación. En el contrato de distribución, el distribuidor actúa a nombre propio y por su propia cuenta. Una diferencia sustancial dentro de estos contratos, es que dentro del

⁶ GARGOLLO ARCE, Javier, Contratos Mercantiles Atípicos, Editorial Porrúa, México 1999, pag. 315

contrato de agencia, el agente no adquiere la propiedad de las mercaderías en cuya colocación interviene; el distribuidor, por su parte si adquiere la propiedad de las mercaderías, por tratarse de un contrato traslativo de dominio. El agente al ser un mediador o promotor de negocios, la finalidad de este contrato radica en procurar al proponente un resultado derivado de su actuación. En cambio, en la distribución, la finalidad del distribuido consiste en que su producción llegue con mayor facilidad a distintos lugares, ampliando su mercado.

- 3) **Con el Contrato de Concesión.-** “La concesión constituye un contrato y un concepto nuevo proveniente del derecho administrativo, ligado a un privilegio de reventa exclusiva de productos a favor de un comerciante independiente, en virtud del cual el concesionario, para asegurar su lucro, debe reasignar parte de su autonomía jurídica, subordinando o integrando su actividad económica a los recaudos que con carácter uniforme para la red de distribución le requiere la concedente”⁷. Lo mismo ocurre con nuestra legislación, el término concesión mercantil esta inspirado en el concepto de concesión administrativa, aunque contemporáneamente cada uno de ellos tiene sus características propias y bien definidas, dejan de confundirse como una sola figura. El contrato de concesión supone la explotación de un servicio que es concedido por alguien que lo tiene a su cargo o desea prestarlo, para que el concesionario los comercialice en el

⁷ MARZORATI, Osvaldo, *Sistemas de Distribución Comercial*, Editorial Astrea 1995, Buenos Aires, pag. 110

mercado por cuenta y riesgo propio. Las diferencias más importantes entre el contrato de concesión y distribución, son las siguientes:

- I. En la concesión existe una subordinación técnica y económica por parte del concesionario al concedente, esto quiere decir, que en el propio contrato se establece, por medio de un reglamento, las directivas a las que debe ajustarse el concesionario; en la distribución, el distribuidor tiene una gran autonomía con respecto del distribuido.
- II. El concedente no tiene locales o puntos de venta propias para la comercialización de los productos o servicios, el distribuidor si puede tenerlas, queda a su entera disposición el adquirir nuevos puntos de venta.
- III. En muchos de los casos, y hasta la jurisprudencia consideran que, el contrato de concesión se refiere a bienes de alto costo y alto conocimiento tecnológico, cuando al contrato de distribución no se lo considera de esta manera.
- IV. Una diferencia indispensable es en lo que respecta al régimen de publicidad; en la distribución se publicita tanto el producto y su marca como la empresa distribuidora. En la concesión se publicita sólo la marca del producto y éste en si mismo.

Así mencionadas ciertas diferencias entre estos contratos, nos podemos dar cuenta claramente, que el de distribución tiene aspectos peculiares y muy importantes que lo caracterizan como una estructura individual, legal y funcional.

2.7. Regulación Legal.

Al ser el contrato de distribución comercial atípico pero reconocido hemos notado que esta figura carece de una regulación legal en nuestro país, por la sencilla razón de haber nacido y adquirido importancia con posterioridad a la redacción de nuestros códigos. Ante esta ausencia de algún tipo legal que lo reglamente, es normada generalmente mediante:

- Lo pactado por las partes para cada caso en concreto, en virtud del principio de autonomía de la voluntad.
- La costumbre mercantil.
- Normas análogas a que deba recurrirse.
- Disposiciones de carácter general relativas a los contratos, contenidas en el Código Civil o en el Código de Comercio.

- Los principios generales del derecho, teniendo en cuenta las circunstancias concretas de cada caso.

Los puntos antes mencionados sirven de base y estructura para que, en sede judicial, se logren resolver los conflictos que puedan derivarse del contrato de distribución.

2.8. Obligaciones de las Partes.

Aquella obligación que se genera y, sin ella sería imposible la subsistencia de este contrato es, la analizada ya en este capítulo en el numeral 2.3. que trata de los caracteres del contrato de distribución, corresponde a la cooperación o colaboración entre las partes. Esta obligación debe regir durante la vida del contrato, y engloba la diligencia y el empeño que todo empresario debe poner a disposición de la vida común a fin de lograr el objetivo que fue tenido en cuenta y, en consecuencia, la causa que los llevo a celebrar el contrato de distribución.

Procedemos, entonces, a analizar las obligaciones que nacen de la distribución. Como en muchos de los contratos, cada obligación a cargo de una de las partes se corresponde con el derecho de la otra a exigir su cumplimiento.

2.8.1. Obligaciones del Distribuido.

Entre otras podemos mencionar las siguientes:

- Entregar los bienes pactados dentro del contrato, en la forma, lugar y tiempo determinados. Al hablar de la entrega de los productos, debemos mencionar que serán de la calidad y características especificadas.
- En caso de haberse pactado exclusividad a favor del distribuidor, el distribuido debe dar cumplimiento a ese compromiso, según las modalidades convenidas.
- Deberá responder por daños y perjuicios, si en el supuesto de que, se suscribió el contrato a tiempo fijo y el distribuidor lo dio por terminado antes de cumplido dicho plazo, e igualmente deberá pagar, si en caso de que no se estableció plazo lo da por terminado intempestivamente sin la notificación respectiva. La misma obligación rige con respecto al distribuidor.
- En este contrato el distribuido tiene la obligación de entregar los bienes, a ser comercializados, libres de todo gravamen, por lo que asume, entonces, la garantía de evicción y vicios redhibitorios. En este caso, debe tomarse en cuenta que, dentro de esta amplia cadena de comercialización, quien

adquiere un producto en mal estado puede demandar a cualquiera de los proveedores que interviene en este circuito.

- El distribuido tiene la facultad de establecer el precio de venta a los consumidores, pero al ser este un elemento accidental, éste tiene la obligación de pactar en el contrato cual será el criterio utilizado para establecer un margen de venta y de este modo, el distribuidor podrá prever razonablemente – y en base a un método conocido– cuáles serán las variaciones experimentadas por los precios finales de venta, y así planificar su giro comercial.
- Puede que se establezca en el contrato ciertas obligaciones que el distribuido debe cumplir en cuanto a publicidad del producto, por lo que le corresponderá dar cumplimiento a ellas.

2.8.2. Obligaciones del Distribuidor.

Son varias y entre otras las que se detallan a continuación:

- La principal será la de pagar el precio por las mercaderías adquiridas al distribuido.

- Es obligación del distribuidor adecuar una organizada estructura empresarial (personal idóneo, planificación de ventas, estructura, etc.), para lograr la colocación de los bienes en el mercado y tendiendo a lograr el progresivo aumento de las ventas. Dicho lo anterior, el productor o fabricante puede determinar un límite mínimo de venta de sus productos, y en caso de que le distribuidor no llegare a cumplir con el límite fijado, el primero puede proceder con la terminación del contrato.

- Si se pactó, por parte del distribuidor, la obligación de exclusividad, éste deberá sujetarse a lo siguiente:
 - 1) No deberá adquirir de otros, los bienes fabricados por el distribuido.

 - 2) Al asignarle una zona exclusiva para la distribución y comercialización de los productos, el distribuido deberá cumplir con esta regla, no podrá promocionar el producto fuera de la zona asignada; y,

 - 3) No podrá vender productos semejantes y que se encuentren en competencia con aquellos fabricados por el distribuido.

En estos casos se pueden determinar ciertas medidas disciplinarias que se aplicarán a los distribuidores en caso de incumplimiento de las antedichas,

como son, en ciertos casos, la suspensión de entrega de mercadería o asignación del margen de reventa correspondiente a las operaciones efectuadas fuera de su zona.

- En los contratos de distribución, la publicidad es elemento esencial para una buena colocación de productos o servicios en el mercado. El distribuidor, si así lo hubieren convenido en el contrato, deberá sujetarse a las normas de publicidad establecidas para la comercialización del producto. En caso de que nada se hubiese pactado al respecto, se desprende como consecuencia, que el distribuidor debe poner a disposición toda su estructura, para realizar las publicidades y promociones necesarias para una óptima colocación de los productos.
- En los casos en los que se haya pactado exclusividad a favor del productor, la fiscalización y control, por parte del distribuido, a la empresa distribuidora se considera implícita. En casos en que no existiese pacto de exclusividad, y se hubiere determinado la fiscalización y control, el distribuidor deberá sujetarse a ella.
- Es obligación del distribuidor, mantener en stock, una cantidad de productos que le permita hacer frente a mayores e inusuales demandas por parte de los consumidores.

- El distribuidor se obliga también a realizar estudios de mercado, investigación de la cliente la y cualquier otra actividad a su alcance, tendientes a lograr un continuo progreso en las ventas.
- Quien debe responder por evicción, vicios redhibitorios y daños provocados por las mercaderías que introdujo en el mercado, respecto a terceros adquirentes de los productos distribuidos, es el distribuidor.

2.8.3. Relación con Terceros Compradores.

El contrato de distribución se creó bajo el esquema de no establecer ningún tipo de relación jurídica entre el distribuido y los consumidores finales, pues al actuar, el distribuidor a nombre y riesgo propio, se hace responsable de cualquier reclamo que realizan los consumidores con respecto al producto adquirido. Precisamente, el distribuido acude a este intermediario a fin de no asumir los riesgos derivados de la comercialización directa de sus productos (créditos, reclamos, etc.). Por medio de esta figura, recurre a un distribuidor, cuyo crédito y situación económica-financiera son tenidos especialmente en cuenta al contratar.

Con lo antedicho, no se descarta la posibilidad de que el damnificado pueda dirigir su acción por responsabilidad civil contra el distribuido, y obviamente, contra el distribuidor también, pues dicha responsabilidad de control en la calidad de los

productos, pesa sobre cada uno de los sujetos que intervienen en la cadena de producción y comercialización.

2.9. Terminación del Contrato.

En la relación de distribución la extinción se produce por las causas ordinarias comunes a todo contrato, pero entre ellas la resolución y la rescisión son las que generan mayores inconvenientes en la práctica, debido a las características específicas de esta forma de negociación.

Por otra parte cabe distinguir entre los contratos por plazo determinado y los contratos por plazo indeterminado.

a) Contratos de plazo determinado: Cuando la distribución se pacta por un período determinado no pueden resolverse ni denunciarse por los contratantes antes del vencimiento del plazo previsto, al menos que uno de ellos incumpla gravemente sus obligaciones. Dichas obligaciones y sanciones deben establecerse por escrito en el contrato.

b) Contratos de plazo indeterminado: Cuando por el contrario, no se ha pactado plazo o período de duración determinado, el contrato puede denunciarse libremente por cualquiera de las partes, que no se encuentran

indefinidamente vinculadas por él, ya que no es admisible que por el hecho de que dos personas tuvieran una relación comercial sin interrupciones durante un lapso, deban continuarla cuando ni del contrato ni de las circunstancias que rodean la vinculación resulte que se hayan obligado a mantener sus derechos y obligaciones recíprocos durante un determinado período. La denuncia debe realizarse ante los Tribunales competentes de la materia, como se trata de contratos mercantiles serán denunciados ante los Jueces Civiles sobre los que ejerzan jurisdicción. En todo caso puede establecerse en el mismo contrato que cualquier controversia derivada del contrato se la ventile en los tribunales de Arbitraje y Mediación con sujeción a las leyes pertinentes; renunciando así a la justicia ordinaria.

El preaviso permite encontrar otro medio de subsistencia. El plazo, a falta de regulación legal, dependerá de los usos y costumbres. La necesidad de ese requisito es reconocida expresamente por nuestros tribunales y sólo descartada cuando en la relación no se dan las notas caracterizantes de la distribución.

Al respecto, lo habitual es pactar la distribución *sine die*, pero con la facultad recíproca de rescindir unilateralmente el contrato con un preaviso de 30 a 60 días, lo que permite al distribuidor, si la relación con el fabricante se vuelve difícil, buscar otra línea de productos, cancelar el contrato y comenzar otro negocio.

Lo que pesa más en una rescisión de un convenio de distribución es la colocación del inventario del distribuidor, quien trata de negociarlo con su sucesor en el área o con el propio fabricante.

La resolución del contrato sin causa en el caso en que la rescisión unilateral no estuviera prevista, habilita al perjudicado a reclamar una indemnización, cuya cuantía deberá acreditar.

En definitiva es legítimo pactar la resolución incausada del contrato, la que deberá ejercerse tempestivamente para no causar daño a la contraparte.

CAPITULO III

LA COMERCIALIZACIÓN DE COMBUSTIBLES EN EL ECUADOR Y SU MARCO LEGAL.

3.1. Breve Reseña

Cuando se inició el “boom petrolero” en el Ecuador, a principio de los años 70, rápidamente se extendió la idea de que nuestro país era poseedor de una inmensa riqueza hidrocarburífera, lo que hizo que muchas empresas transnacionales confluyeran a operar en la amazonía con la esperanza de encontrar yacimientos similares a los descubiertos por Texaco y Gulf a partir de 1967. El gobierno ecuatoriano tuvo que hacer, entonces, grandes esfuerzos para regular la actividad petrolera, para evitar el ingreso de capital especulativo y para procurar que el país obtenga los máximos beneficios de la exploración y explotación de este recurso natural no renovable.

Estas circunstancias, fueron la consecuencia para la formación de tres grandes corrientes de opinión sobre la manera como debía concebirse y ejecutarse una política petrolera por parte del Estado, corrientes que hoy en día se encuentran en plena vigencia. La primera plantea que las reservas de crudo deben ser explotadas de inmediato y con los ingresos que generen emprender en el

desarrollo económico y social del país; la segunda, que esta riqueza no pertenece únicamente a la presente generación y, por lo mismo, debe ser producida con moderación para permitir que también sea aprovechada por los ecuatorianos del futuro; finalmente, la tercera corriente considera que los dos criterios anteriores pueden ser conciliados y que mediante una explotación técnica y racional del petróleo es posible obtener recursos suficientes para acelerar el desarrollo y el bienestar de la población, y, además, garantizar una vida y comportamiento normales de los yacimientos a efectos de que el Ecuador pueda seguir siendo productor y exportador de crudo en forma sostenible.

Cuando se analiza la historia petrolera de nuestro país, se puede observar como ésta ha estado influenciada periódicamente por cada una de estas tres corrientes de opinión. Ha habido lapsos en que manejando cifras de grandes reservas petroleras se han creado expectativas de considerable magnitud, se ha dado apertura total a la inversión en el sector y se ha elevado sustancialmente la producción de crudo en los campos ya descubiertos, aunque no se hayan hecho descubrimientos importantes de nuevos yacimientos. Luego de comprobarse que ciertas áreas consideradas prospectivas no han arrojado los resultados esperados, se ha retornado a las políticas conservadoras en que se ha dado prioridad a los controles rigurosos por parte del Estado y a la exigencia de que las empresas interesadas en invertir en la búsqueda y explotación de hidrocarburos lo hagan en áreas nuevas para lograr un real incremento de reservas y obtener una mayor producción sin sacrificar los grandes campos que opera PETROECUADOR, que

son los únicos que se mantuvieron, y aún se mantienen, por largo tiempo garantizando el flujo permanente de ingresos para el erario nacional.

Así mismo, dentro de estas dos corrientes, sistemáticamente ha tratado de crear su propio espacio la tercera, procurando el aporte de la inversión extranjera y privada en general, sin descuidar la inversión estatal en un área tan importante y sensible de la economía; motivando que los grandes proyectos se sustenten sobre bases técnicas y demuestren tener viabilidad económica; que los campos petroleros se exploten asegurando el retorno de la inversión y una rentabilidad razonable para quienes arriesgan su capital en tareas exploratorias, pero que garanticen también un beneficio para el país que es el dueño del recurso; y, principalmente, tratando que la política del sector sea una política de Estado, que tenga continuidad en el tiempo, que propenda a lograr los mejores ingresos para el Ecuador durante el mayor tiempo posible de la explotación de su riqueza hidrocarburífera, mediante acciones debidamente concebidas, adecuadamente planificadas y técnicamente sustentadas, dentro de un marco jurídico estable que genere confianza y atraiga a la inversión productiva.

Es así como también comienza la era de comercialización de productos derivados del petróleo en nuestro país, proceso que también ha sido marginado y determinado por las corrientes de opinión arriba expuestas.

Aún no es posible hacer un juicio objetivo e imparcial sobre los resultados obtenidos con la aplicación de cada una de las corrientes en mención, porque éstas continúan activas en el sector y son defendidas con mucha pasión por quienes las promueven. Habrá que esperar avanzar una mayor distancia a lo largo del tiempo para poder juzgar con amplia perspectiva lo que ha significado para el país cada una de las políticas implantadas y las circunstancias en que estas fueron concebidas y llevadas a la práctica.

Sin embargo, para contribuir a que el juicio futuro de la historia sea lo más justo posible, es imprescindible que las acciones del presente sean ejecutadas con toda transparencia, conocidas por todos los sectores del país y conservadas en la memoria institucional y nacional dentro del marco técnico, económico y jurídico pertinente.

Es por esto la importancia tanto de este tema, como del presente capítulo, pues las circunstancias y evolución de distintas corrientes y pensamientos en el proceso de producción y comercialización de productos derivados del petróleo – en nuestro caso el combustible – crearon en cierto punto de nuestra historia legislativa desequilibrios normativos que obligaron a las entidades reguladoras y controladoras competentes a enmarcar cuadros de situaciones legales desconocidas dentro de nuestra regulación legal.

3.2. La Comercialización de Combustible.

Comercializar es una palabra de gran extensión, pues presupone conceptos de producir, vender, comprar, distribuir, mercadear, y un sinnúmero de sinónimos relacionados con los conceptos antedichos.

La Comercialización de combustibles en nuestro país tuvo su historia, y es preciso analizarlo de manera objetiva para establecer un territorio determinado y entender la distribución de este producto, de la que hablan los capítulos siguientes, objetivo del presente trabajo.

El 23 de junio de 1972 se crea la Corporación Estatal Petrolera Ecuatoriana (CEPE) entidad encargada de desarrollar actividades asignadas por la Ley de Hidrocarburos; explorar, industrializar y comercializar otros productos necesarios de la actividad petrolera.

Al crearse CEPE, por primera vez el Gobierno Nacional contaba con un instrumento que le permitía llevar a la práctica la voluntad nacional de administrar y controlar por su propia cuenta el recurso petrolero, en beneficio del país. Así dicha entidad inició sus actividades en exploración, es decir, en la búsqueda de nuevos yacimientos; en comercialización, transporte de hidrocarburos y derivados, en medio de resistencias locales y extranjeras, que cada vez se acrecentaban y presionaban mucho más.

El mapa petrolero nacional comienza a modificarse con la revisión de áreas que estaban en poder de las compañías extranjeras, descritas en el punto 3.1. de este capítulo, y que pasan a formar parte del patrimonio CEPE, que empieza a negociar directamente los nuevos contratos de asociación para la exploración y explotación de hidrocarburos, así como también para la comercialización de sus derivados.

En noviembre de 1973, el Ecuador ingresó a formar parte de la Organización de Países Exportadores de Petróleo, OPEP, en calidad de miembro titular. Esto demarcaba la buena situación petrolera que poseía nuestro país, producto del cual se benefició la economía ecuatoriana por mucho tiempo.

Desde 1974, en forma parcial y, desde 1976 en forma total, CEPE asume la actividad de comercialización interna de derivados del petróleo, que hasta entonces era responsabilidad de las empresas Anglo y Gulf. Para desalojar la producción de crudo y derivados se construyeron los terminales marítimo y terrestre de Esmeraldas y el poliducto Esmeraldas-Quito. Posteriormente, se ampliaron los sistemas de almacenamiento en Guayaquil y Quito, y se instalaron los terminales gaseros y envasadoras de gas.

En junio de 1974, CEPE compra el 25% de los derechos y acciones de los activos del consorcio Texaco-Gulf, por lo que se conforma el consorcio CEPE-Texaco-

Gulf. Esto se refleja con lo que se determinó en el párrafo anterior. Las intenciones estatales era obtener el control mayoritario, y si era posible en ese entonces, el total de la actividad petrolera. En diciembre de 1976, CEPE adquiere el remanente de los derechos y acciones de la compañía Gulf, esto permitió que la participación de CEPE en el consorcio Texaco-Gulf sea mayoritaria con el 62.5% de acciones, conformándose así el nuevo consorcio CEPE-TEXACO.

En 1977, enero, CEPE controló el 100% de las operaciones de abastecimiento, transporte y comercialización de combustibles. Así, año tras año la actividad y desarrollo petrolero en nuestro país cada día era mas fuerte, nuevos yacimientos, más cantidad, nuevas refinerías, etc., se constituyeron para abastecer las necesidades internas y externas de nuestro país.

Petroecuador se creó el 26 de septiembre de 1989, en reemplazo de CEPE, mediante Ley especial, como una entidad con personería jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, económica, financiera y operativa con facultades para cubrir sus costos empresariales, entregar al fisco el 90% de sus ganancias e invertir el 10% restante en el robustecimiento institucional, especialmente en el área de exploración. Específicamente se creó para descentralizar las actividades hidrocarburíferas en nuestro país (exploración, explotación, comercialización, etc.), y con el objetivo de establecer nuevas políticas empresariales, controlar y evaluar la operación y ejecución de sus filiales.

La industria petrolera crece de tal manera que, de acuerdo al modelo internacional se creó como un “holding” conformado por una Matriz y seis Filiales: tres permanentes y tres temporales. Las permanentes son: *Petroproducción*, *Petroindustrial* y *Petrocomercial*; las temporales fueron: *Petropenínsula*, *Petroamazonas* y *Petrotransporte*. A todo este conjunto se lo denominó Sistema Petroecuador. A la empresa PETROECUADOR le corresponde la planificación y coordinación de sus actividades y la de sus filiales; administrar fiscalizar y controlar los contratos de prestación de servicios y explotación de hidrocarburos celebrados con compañías internacionales; y comercializar el crudo y sus derivado en el mercado interno y externo.

Petroproducción, tiene como misión explotar las cuencas sedimentarias, operar y explotar los campos hidrocarburíferos asignados a Petroecuador, incrementar las reservas y transportar el petróleo y gas hasta los centros principales de almacenamiento.

Petroindustrial, es la encargada de transformar hidrocarburos, mediante procesos de refinación, para producir derivados que satisfagan la demanda interna.

Mantiene los siguientes objetivos:

- Industrializar los hidrocarburos, con la mayor eficiencia empresarial, previniendo la contaminación ambiental.

- Procesar los crudos que se obtienen principalmente en los campos de la amazonía.
- Abastecer la demanda de los combustibles del país.

Gracias a la refinación se obtienen los derivados del petróleo. Ésta se realiza en grandes instalaciones provistas de tanques de almacenamiento, desde donde se suministra el crudo a las diferentes plantas de procesamiento. En las refinerías el crudo se calienta a temperaturas de 350 grados centígrados; de esta manera, una parte se convierte en vapor; y la otra permanece líquida. Finalmente luego de otros procesos adicionales se obtiene los productos finales, esto es, los derivados, como gasolina, diesel, bunker, gas de uso doméstico entre otros.

Los principales centros de refinación son:

1. La Refinería Estatal de Esmeraldas, es la más grande e inició sus actividades en 1978. Abastece el mercado nacional con derivados de petróleo, está en capacidad de producir gasolinas sin plomo, diesel y nafta de alto octanaje, turbo fuel, gas licuado de petróleo, asfaltos y azufre.
2. Refinería La Libertad, en la Península de Santa Elena, se obtiene gas licuado de petróleo, gasolina extra con plomo, kerosene, diesel, solvente,

fuel oil y spray oil. Abastece el mercado de la provincia del Guayas y su zona de influencia.

3. El complejo industrial Shushufindi, produce gas licuado de petróleo, gasolinas, nafta, kerosene, diesel y crudo reducido o residuo.
4. La Refinería de Lago Agrio, ubicada en Sucumbíos, satisface las necesidades de combustible tanto de Petroecuador como las de sus contratistas.
5. La Planta de Gas de Secoya, ubicada en el Napo, comprime gas que se produce asociado con el petróleo, para convertirle en gas de uso doméstico.

El transporte de derivados de petróleo es realizado a través de los poliductos, gasoductos, los buque-tanques y los autotanques. Esta política de transporte aplica el principio de abastecer a todas las zonas de consumo, en el menor tiempo y al más bajo costo.

Los combustibles producidos en las refinerías son trasladados a los diferentes centros de consumo en las ciudades a través de una red de tuberías denominadas poliductos, como se explicó anteriormente, que cubren casi la totalidad del país.

Este sistema garantiza el abastecimiento de la creciente demanda nacional, a menor costo, disminuyendo los riesgos que representa el transporte de autotanques.

La comercialización de petróleo y sus derivados es externa e interna. La comercialización externa es la actividad de exportar petróleo y derivados, así como importar derivados para abastecer el mercado interno. Su objetivo es crear recursos para el país y satisfacer los requerimientos del consumo interno. Son políticas de comercialización externa de crudo:

- Colocar las exportaciones de hidrocarburos en contratos a largo plazo.
- Buscar y asegurar mercados para la comercialización de crudos pesados.
- Diversificar geográficamente las exportaciones.
- Negociar con empresas de probada solvencia.
- Vincularse con empresas petroleras estatales de la región.
- Programar el abastecimiento de hidrocarburos e importar derivados en función de las necesidades del país.

Los productos derivados del procesamiento de crudo, que más se exportan son: fuel oil, nafta debutanizada y residuos de la Refinería Esmeraldas.

Petrocomercial es la encargada de la comercialización interna, por lo tanto es la responsable del transporte, almacenamiento y comercialización de derivados del petróleo en el territorio nacional. Fue fundada el 26 de septiembre de 1989. Su misión es abastecer de combustibles al país, dentro de un mercado de libre competencia y administrar la infraestructura de almacenamiento y transporte de combustibles del Estado. Esta filial comercializa tres tipos de derivados del petróleo: gasolinas, diesel y gas; son básicos y de consumo masivo, que por su fácil combustión son de gran demanda y se expenden a través de estaciones de servicio y de manera directa para el consumo eléctrico e industrial.

Las distintas reformas a la Ley de Hidrocarburos, que más adelante serán analizadas, orientadas a fomentar la inversión privada en el sector petrolero, pusieron en vigencia un nuevo marco legal que regula las actividades de almacenamiento, transporte, comercialización y venta de los derivados del petróleo producidos en el país o importados.

3.3. Síntesis de la Legislación Ecuatoriana.

Como ya se mencionó, el proceso de comercialización de productos derivados del petróleo fue evolucionando (y continúa haciéndolo) a grandes pasos, lo que ocasionó ciertos desconcertos en la creación de normas legales que regulen los distintos aciertos, para algunos sectores se consideraban desaciertos, que nacían en cada paso que se daba.

El artículo 68 de la Ley de Hidrocarburos, desde su expedición hasta el año 1994, establecía que las actividades de distribución, comercialización, almacenamiento y transporte del petróleo y sus derivados, debía realizar la Corporación Estatal Petrolera Ecuatoriana, hoy en día realizada por Petroecuador.

En el Registro Oficial No. 326 de 29 de noviembre de 1993 se publicó, el Decreto Ejecutivo que creó la Ley No. 44 misma que reformó la Ley de Hidrocarburos en particular su artículo 68, el que a continuación se transcribe:

- **Art. 15.-** *El almacenamiento, distribución y venta al público en el país, o una de estas actividades de los derivados de los hidrocarburos será realizada por Petroecuador o por personas naturales o por empresas nacionales o extranjeras de reconocida competencia en esta materia y legalmente establecidas en este país, para lo cual podrán adquirir*

tales derivados, ya sea en plantas refinadoras establecidas en el país o importarlos.

En todo caso, tales personas y empresas deberán sujetarse a los requisitos técnicos, normas de calidad, protección ambiental y control que fije el Ministerio del ramo, con el fin de garantizar un óptimo y permanente servicio al consumidor.

El almacenamiento, la distribución y la venta de los derivados en el país, constituyen un servicio público que por su naturaleza no podrá ser suspendido por las personas naturales o por las empresas nacionales o extranjeras que lo realicen.

Esta Ley se creó básicamente para el desarrollo de la actividad petrolera. Hasta ese entonces el Estado, a través de Petroecuador y sus respectivas filiales, se habían encargado de realizar las distintas actividades hidrocarburíferas, pero las políticas de apertura de mercados comerciales forzaron para la introducción de compañías extranjeras y creación de nacionales para realizar, entre otras actividades, las de comercialización de derivados del petróleo.

El art. 49 del Reglamento dictado para la aplicación de la citada reforma, establece que las empresas comercializadoras deben suscribir contratos con Petrocomercial para operar como tales.

Para la realización de las actividades citadas, antes ejecutadas por CEPE y posteriormente por PETROECUADOR a través de su filial Petrocomercial, debían ser calificadas. La calificación de las personas o empresas antes mencionadas se realizarían de conformidad con las normas que expidió el Ministerio del Ramo y dichas personas o empresas, en la ejecución de sus actividades deberán observar las normas técnicas, de calidad, de control y de protección ambiental que fije dicho Ministerio, en coordinación con las respectivas municipalidades.

El Decreto Ejecutivo No. 1433 publicado Registro Oficial 369 del 28 de enero de 1994 que regula el precio de los derivados del petróleo para consumo interno establece una fórmula para definir el precio de venta de los combustibles en los terminales. La fórmula señala que dichos precios no podrán ser inferiores al precio mínimo de aforo (precio base mínimo referencia de importación), más el respectivo arancel y valor correspondiente al Impuesto al valor Agregado. El Decreto establece, además, cómo se calculará el mencionado precio mínimo de aforo, incluyendo el tipo de cambio que se utilizará en este procedimiento así como el precio referencia que se tomará en cuenta en este cálculo.

En cuanto al precio para el consumidor el citado Decreto Ejecutivo señala de manera expresa e inequívoca:

- **Art. 3.-** *Los precios de venta al consumidor serán determinados por la oferta y la demanda. En los lugares de expendio los precios de venta al consumidor deberán ser exhibidos públicamente.*

Sin embargo, el mismo Decreto 1433 establece en su Disposición transitoria primera, que:

Hasta que se establezcan condiciones de competencia en el mercado interno y hasta un plazo no mayor a un año a partir de la presente fecha, el precio máximo al consumidor no podrá exceder en once por ciento (11%) excepto para el diesel que será del doce por ciento (12%), al precio del terminal o depósito.

Es decir, que la regla general fue y es que los precios al consumidor vengan fijados por la oferta y demanda, y solo por el período de un año a partir del Decreto 1433 o antes si se daban las “condiciones de mercado”, el precio al consumidor no podía exceder en once por ciento (11%) al precio del terminal.

En otras palabras el límite al precio del consumidor (11% sobre el precio del terminal) concluía, y así concluyó jurídicamente el 28 de enero de 1995.

Posteriormente se crea el Acuerdo Ministerial No. 205 dictado en julio de 1994, es decir, a pocos meses de expedido el citado Decreto 1433. Este Acuerdo Ministerial

tiene como objeto principal regular aspectos relacionados con el almacenamiento, transporte, distribución y venta al público de derivados del petróleo. No obstante lo anterior, el Acuerdo 205 aborda aunque de una manera muy general el asunto del precio al consumidor, pero al hacerlo no altera las normas del antes citado Decreto 1433.

En efecto, en su disposición transitoria segunda, el Acuerdo 205 dice que hasta el 28 de enero de 1995 las comercializadoras establecerán sus márgenes de comercialización de conformidad con lo que dispone el Decreto 1433 en su Disposición Transitoria Primera antes mencionada.

Y en la Tercera Disposición transitoria dicho Acuerdo 205 se dice que “de conformidad con el Decreto Ejecutivo 1433 referido, el precio de venta al público de los derivados no podrá exceder del 11%, excepto para el diesel que será del 12% del precio de terminales o depósitos”. Debe tomarse en cuenta que esta última Disposición Transitoria dice que el margen o “techo” del 11% rige de conformidad con el Decreto Ejecutivo 1433. Y dicho Decreto Ejecutivo al señalar el referido margen del 11% señala que ese margen estará en vigencia solo por un año, esto es, hasta el 28 de enero de 1995.

Posteriormente se creó el Acuerdo Ministerial No. 347, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 998 de 29 de julio de 1996; Reglamento para Ejecutar las Actividades de Almacenamiento, Transporte, Comercialización y

Venta al Público de los Derivados de Petróleo, Producidos en el País o Importados.

La necesidad de este nuevo Acuerdo Ministerial se justificaba en la importancia de actualizar las disposiciones de aplicación del Acuerdo Ministerial 205 en cuanto a temas de ejecución de las actividades de almacenamiento, transporte, comercialización y venta de los derivados del petróleo producidos en el país o importados; a fin de que garanticen procedimientos adecuados para la ejecución de tales actividades y un control efectivo y oportuno por parte del Estado en beneficio del público consumidor. Se consideraba necesario que el Estado debía garantizar la propiedad privada contenida en el patrimonio de los distribuidores de derivados del petróleo, así como, las nuevas inversiones de estos y de las comercializadoras en todo el contexto de la política modernizadora.

Este Acuerdo trajo consigo ciertas normas muy similares a las antes citadas, en cuanto a las Comercializadoras establecía que deben ser calificadas por la Dirección Nacional de Hidrocarburos, a través de una solicitud presentada para ese efecto.

Para ser calificadas como tales debían contar con una red de Centros de Distribución y la infraestructura propia y/o arrendada necesaria para realizar bajo su marca y responsabilidad, las actividades de importación, almacenamiento, transporte, comercialización y distribución al granel de derivados del petróleo.

Estos centros de distribución, dedicados a la distribución y venta al consumidor final de los derivados del petróleo, bajo la marca y estándares de la comercializadora, debían ser calificados y autorizados, igualmente por la Dirección Nacional de Hidrocarburos.

Establecía también que las comercializadoras debían suscribir contratos de abastecimiento con Petrocomercial, los cuales no podían tener carácter de exclusivo, pues desvirtuaba el principio de la libre competencia. Petrocomercial es la filial responsable de entregar los productos adquiridos por la comercializadora observando las normas de calidad y volumen establecido por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN).

En el Capítulo V del presente Acuerdo Ministerial (Art. 20 y siguientes) trata sobre la Distribución de Combustibles, en el que se establecen ciertas características que deben contener y cumplir las distribuidoras de Combustibles; por tanto instituía que podrían operar como distribuidoras las personas naturales o jurídicas registradas en la Dirección Nacional de Hidrocarburos, de propiedad o vinculadas contractualmente con las compañías comercializadoras calificadas; éste era un requisito indispensable para efectuar la actividad de distribución de combustibles al público consumidor. Esta disposición es esencial para ubicar el objetivo del presente trabajo, la vinculación contractual era condición obligatoria para la operación de las distribuidoras. Aunque hable de celebración de un contrato, nunca impuso el tipo de contrato que debía celebrarse, así que entre las partes

intervinientes en ese contrato podían determinar si se trataba de un contrato de suministro, uno de compra venta (que resulta obsoleto), o a la final de un contrato de Distribución, o cualquier figura contractual que las partes acuerden.

Las distribuidoras debían cumplir con las políticas, estándares de diseño, construcción, operación y de servicio que determine la comercializadora, y las normas vigentes, respecto fundamentalmente de presentación del centro de distribución de acuerdo con los estándares de la comercializadora, atención y servicio al cliente, precios de venta al público, diseño y construcción, calidad y cantidad del producto, equipo de despacho, horarios de atención, seguridad industrial y protección ambiental y todas las demás que sean necesarias para una atención adecuada, eficiente y oportuna.

Aunque los organismos institucionales no forman parte contractual en la distribución de combustibles sí regulaban ciertas condiciones que obligatoriamente se debían tomar en cuenta para el desempeño de la actividad de distribución de combustibles. El presente Reglamento puso mucho énfasis en cuanto a temas de marcas, estándares, políticas, etcétera que en síntesis constituye seguridad para el consumidor final de éste producto, en casos en que por algún motivo se llegare a suscitar cualquier problema con respecto al producto, o en su caso el servicio, de la distribuidora o de la comercializadora, quienes tendrán responsabilidad de indemnizar al consumidor que demuestre haber sido afectado, directa o indirectamente, en el consumo del producto o servicio adquirido.

Este Reglamento obligaba a las compañías comercializadoras a cumplir y hacer cumplir a sus distribuidores las normas de calidad, cantidad y seguridad industrial en las actividades de almacenamiento, transporte y comercialización del combustible, para lo cual, debían disponer de los respectivos manuales de operación.

En síntesis, este Acuerdo Ministerial fue un gran avance después de la apertura del mercado internacional para las empresas privadas nacionales y extranjeras, establecía normas de control, sanciones y regulaba la actividad hidrocarburífera que años atrás había sido manejada únicamente por el Estado. Este cuerpo normativo reflejaba las necesidades que en ese entonces se generaban y exigían las partes intervinientes en el proceso de comercialización del combustible, mismas políticas que años atrás se imponía y establecía el mismo Estado.

3.4. Mecanismo actual de Comercialización y Distribución de Combustibles en el Ecuador y Legislación Aplicable.

Hoy en día la actividad de Comercialización de combustibles es bastante similar a como se la venía manejando tiempo atrás, con pequeñas pero marcadas diferencias. El Acuerdo Ministerial 347, del que se habló en el tema anterior, fue derogado por el Decreto Ejecutivo No. 2024, el primero de noviembre del año

2001, publicado en el Registro Oficial No. 445 en el que se establece un nuevo Reglamento para Autorización de Actividades de Comercialización de Combustibles Líquidos derivados de los Hidrocarburos, actualmente vigente. A comparación del Acuerdo Ministerial 347, éste excluye de su ámbito de regulación al gas natural y al gas licuado de petróleo que a pesar de ser derivados de un mismo producto, las situaciones políticas, económicas y sociales del país, obligan a establecer distintas condiciones de control, precios, etc.

Acertadamente, este Decreto establecía que las actividades de importación y exportación, almacenamiento, transporte, distribución y venta comprenden la comercialización de combustibles líquidos derivados de los hidrocarburos. Son entonces, los combustibles líquidos derivados de los hidrocarburos la mezcla de hidrocarburos utilizados para generar energía por medios de combustión y que cumplen o exceden con las normas nacionales o internacionales API o DIN, que no son más que las normas de calidad y cantidad internacionales.

En Acuerdo Ministerial 347 que se creó para regularizar las actividades hidrocarburíferas, se determinaba que a través de los centros de distribución se realizaba el proceso final de comercialización y distribución del combustible. El Reglamento vigente ya no habla de Centros de Distribución, sino de Red de Distribución, que no son más que el conjunto de centros de distribución de propiedad de una comercializadora o que están vinculados contractualmente con

una de ellas, que distribuyen, bajo la marca y estándares de ésta, combustibles líquidos derivados de los hidrocarburos a los consumidores finales.

Igual que el método anterior, para obtener la respectiva autorización de comercializar combustible, las personas (naturales o jurídicas) deberán presentar una solicitud ante el Ministerio de Energía y Minas, quien a través de la Dirección Nacional de Hidrocarburos realizará el análisis y evaluación de dicha solicitud, para su posterior aprobación. Aunque en el Acuerdo Ministerial 347, no se habló de que la solicitud debía ser presentada ante el Ministerio de Energía y Minas, si trataba de que la Dirección Nacional de Hidrocarburos era quien se encargaba del análisis y aprobación de las solicitudes para la calificación de compañías comercializadoras de combustible.

Una gran e indispensable modificación se realizó en este Reglamento y fue que aceptada y calificada la solicitud de una comercializadora, ésta debía presentar en un plazo de treinta (30) días, copias certificadas del CONTRATO DE SUMINISTRO DE COMBUSTIBLES LÍQUIDOS DERIVADOS DE LOS HIDROCARBUROS, con Petrocomercial, ya no procedía un contrato de abastecimiento como se estableció en el Acuerdo Ministerial 347. Este es un claro ejemplo de cómo la costumbre mercantil, a través de la evolución de las necesidades comerciales, modifica e inserta nuevas formas o tipos de contratación comercial atípicas. En la citada norma legal el Estado impone, a través de su potestad, el establecer una cláusula obligatoria especial, además de las que las

partes acuerden, que es la suspensión o la terminación del contrato a pedido de la Dirección Nacional de Hidrocarburos; sin explicar el motivo de cumplimiento u omisión por parte de las comercializadoras para la aplicación de dicha sanción.

Un cambio indispensable fue sobre el control que se debía tomar en cuenta por parte de las comercializadoras de combustible, y fue que éstas bajo su responsabilidad, están obligadas a controlar que la calidad y cantidad de los combustibles líquidos derivados de los hidrocarburos que expendan a través de su red de distribución cumplan con las regulaciones vigentes, y que la atención al consumidor final sea adecuada, eficiente y ordenada (similar a la del A.M. 347). Para este efecto las comercializadoras deberán remitir informes mensuales de la actividad realizada. Esta última condición no era establecida en el anterior cuerpo regulador de esta actividad de comercializar los derivados del petróleo, norma que es esencial para un control periódico de calidad de un producto indispensable, que el no aprobar dichas normas de control, era terriblemente dañino para los consumidores finales del producto.

De igual forma, sobre la política de precios este reglamento establecía que los precios de los combustibles líquidos derivados de los hidrocarburos se regirán por las condiciones de mercado, basados en el principio de la oferta y la demanda, situación que nunca se dio, la política de precios siempre fue determinada por el Estado, desde agosto a diciembre de 1999 se estabilizó en el 19,93 por ciento; el 26 de mayo del 2000, el margen de utilidad para la gasolina extra y el diesel, se

modificó hasta un máximo de 15 por ciento, los demás combustibles no tienen restricción. Finalmente, el 28 de diciembre de 2000, el Gobierno lo sustituyó por el 18 por ciento, y hasta que en estos último meses lo bajo a un 13 por ciento, cuando el principio de mantener el precio en base a la oferta y la demanda debía primar sobre cualquier otro.

A través de este Reglamento, las comercializadoras pueden importar o exportar combustibles líquidos derivados de los hidrocarburos solicitando al Ministerio de Energía y Minas la autorización de importación o exportación del combustible, y contar con la infraestructura necesaria para el almacenar combustibles en la Dirección Nacional de Hidrocarburos.

Sobre la distribución de combustibles, el presente Reglamento establece que esta actividad la realizarán solamente las comercializadoras autorizadas a ejercer esta actividad a través de su red de distribución. A comparación del Acuerdo Ministerial 347, éste nuevo Reglamento incorpora un artículo de gran relevancia y de esencial importancia para el desarrollo de este tema, el cual se transcribe a continuación:

Art. 28.- Contratos de Distribución.- *La vinculación entre una comercializadora y distribuidora se realizará a través de un contrato de carácter privado, en el que se deberá estipular expresamente, además de las cláusulas que las partes acuerden, la obligación de la comercializadora de ejercer control a la distribuidora conforme a lo establecido en este*

reglamento, y la suspensión del suministro o la terminación del contrato a pedido de la Dirección Nacional de Hidrocarburos.

Esta norma es un claro ejemplo de la evolución contractual comercial que la industria petrolera tuvo en esta última década con la introducción de estas nuevas figuras contractuales atípicas.

Por otra parte, es ilógico que el Estado establezca o imponga, en un contrato netamente privado en el que ni siquiera forma parte integrante, una cláusula obligatoria de suspensión del suministro terminación del contrato sin establecer causa alguna.

Así entramos en una nueva era de relación comercial, al tener una figura de distribución de combustibles establecida y exigida por el órgano institucional regulador, abrió las puertas a un nuevo desarrollo y época comercial para el país.

CAPITULO IV

EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN DE COMBUSTIBLES EN EL ECUADOR.

4.1. Desarrollo del Contrato de Distribución de Combustibles en el Ecuador.

El presente trabajo se ha desarrollado de una forma estructural que ha servido de guía por este campo que, sin intención, se ha vuelto muy amplio y que paso a paso se ha ido introduciendo en determinados territorios que ayudan a interpretar y aproximar el objetivo del mismo.

Como se ha explicado, el Contrato de Distribución se creó a través de la necesidad de los comerciantes; intereses que llevaron a romper parámetros y cruzar límites, que hace mucho tiempo atrás, cuando se crearon los cuerpos legislativos relacionados con temas comerciales, no se tenía en mente el que ciertas figuras contractuales se llegaran a estructurar.

Formas antiguas de comercializar productos y servicios en nuestro país siempre se encontraron continuamente regulados y tipificados en nuestra legislación, por una sencilla razón; la determinación de la estructura y lineamientos que se debían seguir para regularizar actividades y relaciones contractuales entre comerciantes.

De esta forma los jueces competentes de la materia, podían determinar, en casos de controversia, la intención de las partes, porque aunque ésta valga más que lo escrito en el mismo contrato, se remitían a las normas legislativas creadas para el efecto, y les era más preciso dictar una resolución basados en normas tipificadas, en el supuesto de que los contratos celebrados hayan omitido normas esenciales y obligatorias, que hasta cierto punto, se las podía denominar como ilegales. En esos casos, la ley ejercía, sobre una de las partes la responsabilidad de indemnizar a la otra por la falta cometida en la celebración del contrato.

Así se manejaron las relaciones contractuales comerciales por varias décadas. La evolución de dichas relaciones contractuales atípicas, no nace en estas últimas dos décadas, desde tiempos romanos, los contratos cotidianos, en ciertas ocasiones solían ser obsoletos; y de esta manera las partes contratantes buscaban, dentro de una estructura contractual legal y tipificada, ajustar sus necesidades creando nuevas cláusulas, que debían mantenerse siempre dentro del marco de la ley.

La evolución comercial, a través de las políticas de apertura de mercado introdujo nuevas formas contractuales y reconocidas con el objetivo de crear, en base a necesidades contractuales comerciales, una institución en la que exista igualdad de intereses entre los contratantes.

Para efecto de desarrollo del presente tema hay que entender que la distribución es una forma independiente de comercializar bienes o servicios en cualquier territorio. Muchas legislaciones, entre esas la colombiana y ecuatoriana, desvirtúan la naturaleza misma del contrato de distribución por la sencilla razón de denominar a contratos de suministro, agencia o concesión como contratos de distribución; situación que debe ser establecida por separada, aunque muy similares en el objeto los antedichos contratos presentan marcadas diferencias en la vida práctica mercantil.

El capítulo III que trata sobre la comercialización de combustibles, dio a conocer la forma, y como su título lo indica, de comercializar el petróleo y sus derivados. Desde la aparición del combustible en nuestro país, CEPE primero y posteriormente PETROECUADOR, a través su filial Petrocomercial creada en 1989, se encargaban directamente de comercializar los productos para lo cual se debía suscribir contratos con los mismos propietarios de las estaciones de servicio; contratos sencillos denominados en unos casos de abastecimiento y, en otros casos, de prestación de servicios. En realidad se trataba de contratos de adhesión pues el Estado, como sucede hoy en día, establecía cláusulas obligatorias, muchas más que en la actualidad, a las que la otra parte debía acatar.

Como se trataba de una relación comercial, la celebración de dichos contratos debía establecer la ganancia o utilidad que el encargado de proporcionar al consumidor final el combustible debía recibir por realizar dicha gestión.

De conformidad con las políticas mundiales de apertura de mercados, la necesidad de continuar en desarrollo y la reforma al artículo 68 de la Ley de hidrocarburos, mediante la Ley No. 44, permitió el ingreso y creación de compañías comercializadoras de combustible con el objetivo de mejorar el servicio de distribución del combustible.

Esta nueva forma de comercialización ya se realizaba en otros países hace varios años, pero al tratarse de nuestro país, en su calidad de subdesarrollado, la demora en este proceso era evidente pero las políticas operativas de las compañías comercializadoras de combustible, principalmente de las multinacionales exigían la celebración de contratos de distribución de combustibles en base a una estructura comercial que se había desarrollado ya en otros países y ciertas cláusulas contractuales no podían ser excluidas.

Es aquí donde entramos en una era de reestructuración de la política petrolera en nuestro país, sin dejar de lado que al ser un recurso propio, el Estado debía participar en este nuevo proceso de comercialización y por supuesto percibir las ganancias que le correspondían y que le corresponden por derecho. No debemos confundir la calidad del Estado, a pesar de ser el productor – llamémoslo así, para

efectos de esta relación contractual que se empieza a generar – no interviene en el proceso de distribución de combustibles.

Para dicho efecto, Petrocomercial participa en el mercado de manera independiente en relación a las comercializadoras del combustible; si bien es cierto esta filial se encarga de abastecer con el producto a las comercializadoras de combustibles para que a través de su red de distribuidores abastezca al mercado consumidor, pero por otro lado, Petrocomercial también se convierte en un distribuidor de combustible, pues cuenta con centros de distribución o estaciones de servicio propios.

Entonces, la relación directa en el contrato de distribución de combustibles es entre las comercializadoras (compañías nacionales y multinacionales) y los propietarios de las estaciones de servicios, mismos que se encargan de proporcionar el combustible al consumidor final.

El desarrollo en la gestión de la comercialización del combustible fue evidente, los contratos de distribución que se suscribían reflejaban toda una historia de evolución comercial y contractual. Las políticas operativas y administrativas de las compañías comercializadoras eran exigencias obligatorias y constituían normas o cláusulas obligatorias para la otra parte contratante.

La celebración de estos contratos cambiaron de forma radical la imagen tradicional de la distribución de combustibles en el Ecuador, trajeron consigo una infinidad de situaciones completamente favorables para el Estado y, en efecto, para los consumidores de los productos y servicios que ofrecían las compañías comercializadoras del combustible.

4.2. Ventajas del Contrato de Distribución de Combustibles en el Ecuador.

Dentro de una negociación comercial tan importante, como es la distribución de combustibles en el Ecuador, y por ende la suscripción de un contrato de esta naturaleza no podemos dejar de lado aquellas situaciones favorables que se generan, y no solo para una de las partes sino, para las dos partes contratantes.

Las necesidades e intereses del mundo comercial no son más que una ayuda para el desarrollo de figuras y formas contractuales que han buscado el beneficio de quienes intervienen en las negociaciones comerciales. El contrato de distribución, y para efectos de este trabajo, de combustibles se creo para buscar una solución a la realidad de la sociedad comercial, con la única intención de crear ventajas comerciales en dicha negociación.

Estas características establecen entre muchas ventajas más las que a continuación se desarrollan, consideradas como las más importantes e indispensables:

Permanencia en el Mercado.

Sobre los inmuebles que constituían o constituirían estaciones de servicio para venta al público o consumidor final del combustible o cualquier otro producto y servicio, las compañías comercializadoras de estos productos debían realizar grandes inversiones en equipos, mantenimiento, presentación, estructura, capacitación, etc., misma que debía justificarse a través del tiempo. La introducción en el mercado de una marca de producto o servicio debe ser constante y estable; las políticas de las grandes compañías buscaban extenderse en el tiempo innovando y mejorando la calidad y presentación de un producto. La permanencia en el mercado de un producto y servicio genera, a mediano y largo plazo, grandes volúmenes de venta y por lo tanto más utilidad, por una parte; y, por otra seguridad al consumidor final del producto. La constante permanencia y la prolongación en el tiempo de una marca es el reflejo de solvencia y seguridad para el consumidor.

Mejor calidad del producto y servicio

A partir de la apertura de mercados y el ingreso o creación de compañías encargadas de la comercialización de combustibles, el producto y servicio empezó a ser respaldado por una marca que año a año había establecido su nombre en el mercado internacional. Este rompimiento del limitante mercado comercial forzó a que dichas compañías mejoren e impongan cada vez más la calidad del producto y servicio que comercializaban a través de su marca y responsabilidad.

El combustible es un producto que no es de propiedad de ninguna de las compañías comercializadoras, sino es del propio Estado y es por esta razón que el precio del producto es fijado en base a políticas estatales que son impuestas a las distintas comercializadoras; por lo que el servicio que presten dichas compañías comercializadoras de combustibles son básicos para demostrar la intención de la compañía de ofrecer dichos servicios cada vez más de mejor calidad y, obviamente, la calidad de los productos distintos al combustible, como lubricantes, aceites, etc., propios de la compañía comercializadora o fabricante. En cuanto al combustible, y como se determina en el Reglamento vigente para la Autorización de Actividades de Comercialización de Combustibles Líquidos derivados de los Hidrocarburos, las compañías comercializadoras son las responsables de verificar la calidad y cantidad del combustible que comercializan, de conformidad con las políticas de calidad y cantidad determinadas por el propio Estado.

Promoción y Publicidad del Producto y Servicio.

En los contratos de distribución de combustibles es común que se establezca, en una de sus cláusulas, la obligación que tiene, por una parte, la compañía comercializadora de establecer regímenes destinados a promocionar y publicitar los productos que se expenden bajo su propia marca; y, por otra está la obligación del distribuidor de usar sus instalaciones y proporcionar el espacio necesario para que la marca del producto y servicio sea publicitado y promocionado a través de la estación de servicio de la cual es propietario o, a su vez, se encarga de la administración.

Transferencia de Tecnología y Capacitación.

Las compañías comercializadoras de combustibles trajeron consigo grandes avances tecnológicos para el desarrollo de esta actividad por lo que, para este efecto, debían y deben capacitar al personal que preste los servicios en las nuevas y modernas estaciones de servicio para el buen manejo y control del producto y servicio. Es por esta razón que dichas compañías comercializadoras tienen la obligación de prestar asesoría técnica y comercial, de forma periódica, al personal trabajador, de conformidad con sus políticas de capacitación.

Protección de los Derechos de la Marca de los Productos o Servicios.

Es necesario que se establezcan, en un contrato de distribución de combustibles, cláusulas que determinen la obligación de los distribuidores de proteger la marca de los productos y servicios que ellos comercializan y que se han obligado a comercializar de forma exclusiva, manteniéndolos intactos, en caso de productos, sin agregar cualquier sustancia o hacer cualquier combinación o mezcla en el producto adquirido. Por otro lado, el distribuidor, está obligado a exhibir las marcas, lemas comerciales, diseños, etc., que utilice la compañía comercializadora para identificar su marca de productos y servicio en la estación, con el fin de cumplir con las políticas de promoción y publicidad.

Responsabilidad Repartida.

En los contratos de distribución de combustibles siempre deberán establecerse las responsabilidades de las partes contratantes para que, en caso de que se llegare a suscitar cualquier percance para con el consumidor final del producto o servicio, una de ellas responda por el daño causado y la negligencia cometida u obligación omitida. Igualmente en temas administrativos propios de la estación de servicio, se deberán establecer las responsabilidades de la administración en el manejo y funcionamiento de ésta.

Esta ventaja se vincula directamente con uno de los elementos particulares del Contrato de Distribución que es la Actuación a Nombre y Riesgo Propio por parte del Distribuidor .

Volumen de Venta.

Esta particularidad esta determinada en los contratos de distribución de combustibles ya que, el distribuidor se obliga a vender cierta cantidad de producto y servicios de forma mensual, trimestral, semestral, etc, con el fin de justificar su ganancia y la de la compañía comercializadora. Ésta última es la que fija dicho volumen de venta con el objeto de demostrar la inversión realizada en la estación de servicio y que en determinado momento, ésta sea cubierta en su totalidad y posteriormente obtener la utilidad que le corresponde por el giro ordinario de su negocio.

Para este efecto, y como se explicó, es obligación del distribuidor colaborar incondicionalmente en la promoción y publicidad de los productos y servicios.

Focalización de Venta del Producto.

Otra de las ventajas del contrato de distribución es la focalización de comercialización del combustible y otros productos y servicios de propiedad de la compañía comercializadora en distintos sectores de un determinado territorio. Esta

ventaja está íntimamente relacionada con una de las características del contrato de distribución que es la introducción del producto en el mercado. La focalización permite delimitar la distribución del producto a los sectores más importantes de un país, como principalmente a las grandes y más significativas ciudades. Posteriormente y bajo estadísticas de necesidad y consumo, a través de la distribución, se determina que otras ciudades o regiones son básicas para la distribución del producto.

Estructura Legal Reconocida

El contrato de distribución tiene una gran ventaja, relacionada íntimamente con el derecho, pues a pesar de carecer de una base legal y de no encontrarse tipificado en nuestra legislación, es reconocido por muchas otras legislaciones, precepto sobre el cual se ha dictado doctrina, con el objeto de que, al crearse controversia sobre las negociaciones comerciales a través de esta figura contractual, las partes puedan remitirse a lo determinado por jueces competentes y llegar a establecer soluciones claras y explícitas sobre dicha controversia. Al ser un contrato comercial reconocido y tipificado en otras legislaciones, crea seguridad frente a los contratantes, pues el derecho privado ha evolucionado de tal manera que existen leyes reguladoras internacionalmente reconocidas, acuerdos y convenciones de las que nuestro país forma parte.

4.3. Importancia de la Redacción y Estructuración del Contrato de Distribución de Combustibles en el Ecuador.

La redacción es, en sentido amplio, usar las palabras y frases correctas con el fin de determinar claramente la intención de los contratantes. Es también colocar de manera lógica las palabras y frase correctas, de tal manera que la interpretación contractual refleje de una manera clara y precisa la idea, objetivo o intención comercial de las partes contratantes.

Como se dijo, aunque la interpretación del contrato se determine por la intención de las partes más que a lo escrito en el mismo, lo escrito es indispensable y sirve de elemento base para que los jueces, árbitros, mediadores, abogados, etc. tengan un punto de partida para interpretar la relación comercial. En caso de disputa o interpretación de un contrato comercial, por el gran numero de elementos que se considera en la celebración de un contrato comercial moderno, es necesario recurrir a lo escrito en el contrato para determinar la intención, más allá de lo que las partes pudieron modificar por la ejecución en sí del contrato suscrito.

Es así como funciona el contrato de distribución. El aplicar el principio del derecho privado comercial que consiste en hacer todo lo que la ley no prohíbe, puede resultar perjudicial o beneficioso para las partes, por lo que los abogados

comerciales de hoy deben cambiar o modificar su espectro de conocimientos que van más allá de saber, conocer e interpretar las leyes y normas; sino que deben introducirse en la materia comercial de sus clientes para llegar a conocer y entender el negocio comercial que están planteando para de esta manera descifrar en palabras y por escrito lo que las partes contratantes intentan hacer o no hacer, de tal forma que los intereses comerciales y obligaciones de las partes, desde las más grandes hasta las más pequeñas, queden plasmados en un documento escrito.

Es así que el contrato de distribución de combustibles en el Ecuador, debió y debe buscar una redacción exacta, a tal punto que las intenciones de las partes sean debidamente establecidas y al momento de la suscripción del mismo, ninguno de los contratantes refute sobre lo estipulado por el simple hecho de la mala interpretación de una o varias de las cláusulas, por la forma en que se encuentre redactada.

Por esto es importante la participación de abogados con conocimiento comercial profundo en la estructura y formación de un contrato. Aunque esto puede, a veces, crear desconcierto o desconfianza en alguna de las partes, es simplemente una formalidad que debe tomarse en cuenta al crear un contrato, no obstante podemos decir que la presencia de personas y empresas comerciales serias agradecen y requieren la presencia de profesionales del derecho que les asistan en estos procesos a fin de que las cláusulas redactadas formen debidamente las

situaciones o hechos posteriores a su cumplimiento u omisión; la estructura de un contrato debe estar realizada de tal forma que todas las obligaciones y derechos de las partes se coloquen ordenadamente para crear una relación comercial de fácil entendimiento y ejecución.

Varias situaciones pueden llevar a la consecución de un derecho o de una obligación, o simplemente, una situación expresa puede concluir en distintos derechos u obligaciones; de esta manera cada cláusula bien establecida y redactada, crea una nueva cláusula y así sucesivamente, hasta la estructuración de un contrato fácil de interpretar y descifrar.

Es así que en el siguiente Capítulo veremos distintos tipos de contratos comerciales de distribución de combustibles en vigencia a la presente fecha en el Ecuador, redactados por distintas empresas nacionales y extranjeras donde podremos analizar los temas antes relatados, así como posibles vacíos que las partes no pudieron prever al momento de la suscripción que han creado dificultades en la interpretación de los contratos. Veremos como cada empresa utiliza un estilo contractual propio, pero que de alguna manera todos recogen elementos contractuales y comerciales similares, aunque grandes diferencias comerciales podremos ver en los contratos de empresas extranjeras por el hecho de tener mayor experiencia en estos negocios.

CAPITULO V

ANÁLISIS DE CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN DE COMBUSTIBLES.

5.1. Análisis de cláusulas contractuales en la Distribución de Combustibles.

En esta recta final del presente trabajo es preciso el análisis de la cláusulas contractuales que califican al contrato de distribución de combustibles para que, de esta manera, se llegue a entender el objetivo claro y ordenado que los abogados comerciales y de negocios plasman en dichos contratos.

Los contratos a análisis han sido otorgados por los distintos departamentos legales de compañías comercializadoras de combustibles, dos de ellas multinacionales (Shell Ecuador y Exxonmobil Ecuador Cia. Ltda.) y la otra nacional (Tripetrol Gas S.A.).

Los contratos proporcionados se agregarán como Anexos del presente trabajo, del cual se extraerán cláusulas comunes para el respectivo análisis, indispensables para caracterizar al contrato como una figura de distribución de combustibles.

- Contrato de Distribución de la Compañía SHELL ECUADOR S.A. (Anexo1).

- Contrato de Distribución de la Compañía TRIPETROL GAS S.A. (Anexo 2).

- Contrato de Distribución de la Compañía EXXONMOBIL ECUADOR CIA. LTDA. (Anexo 3).

5.1.1. Denominación de los Contratos.

a) La Compañía SHELL ECUADOR S.A. lo denomina como “Contrato de Distribución y Suministro”.

b) La Compañía TRIPETROL GAS S.A. lo denomina como “Contrato de Afiliación y Distribución”.

c) La Compañía EXXONMOBIL ECUADOR CIA. LTDA. lo denomina como “Contrato de Abastecimiento y Distribución”.

Análisis.-

Las diferentes denominaciones o nombres a estos contratos mercantiles, en ningún caso, dejan de lado la palabra y figura contractual de la Distribución. Las compañías multinacionales aunque utilicen descripciones distintas, suministro y abastecimiento, tienen el mismo significado, el abastecimiento es un sinónimo de

suministro; se utiliza este concepto porque en realidad existe una figura de suministro o abastecimiento pues los productos son proporcionados de forma periódica a petición del distribuidor o de conformidad con las políticas de venta de las compañías y exigencias descritas en los contratos. En cuanto a la denominación del contrato de la Compañía TRIPETROL S.A., que lo denomina como Afiliación y Distribución, la palabra afiliación es para establecer la relación contractual que entre ellos se genera; de esta manera incluye al nuevo distribuidor como un afiliado a su red o centro de distribución sin hablar de un suministro o abastecimiento, sin que le cause perjuicio por la omisión de este término pues la figura de Distribución si presupone la entrega de mercadería de forma periódica. Es notable, por tanto, que las políticas de las compañías multinacionales tienen preceptos similares que son utilizados en este mundo de negociaciones comerciales; son una demostración de la evolución contractual mercantil.

5.1.2 La Distribución.

a) El Contrato de distribución de la Compañía SHELL ECUADOR S.A., establece:

CUARTA: DISTRIBUCION Y SUMINISTRO DE PRODUCTOS.- SHELL se compromete a distribuir y suministrar al señor, los productos marca SHELL, para su comercialización, por parte del Distribuidor, en la E/S

(estación de servicio) construida e instalada en el bien inmueble descrito en la cláusula anterior, según las estipulaciones indicadas en las cláusulas siguientes.

b) La compañía Tripetrol S.A., por su parte, establece lo siguiente:

TERCERA: AFILIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

LA COMERCIALIZADORA contrata como uno de sus afiliados a su red de Distribuidores y por tanto como su DISTRIBUIDOR al Sr....., para que distribuya Productos derivados de Petróleo por medio del Centro de Distribución de su propiedad y que LA COMERCIALIZADORA le proveerá, aceptando EL DISTRIBUIDOR la relación de DISTRIBUCIÓN y AFILIACIÓN A LA RED DE DISTRIBUIDORES DE TRIPETROL GAS S.A., que continúa entre las partes.

c) La compañía EXXONMOBIL ECUADOR CIA. LTDA., establece:

2. DISTRIBUCION Y OPERACION:

2.1. DISTRIBUCION: *Con los antecedentes expuestos EXXONMOBIL califica al DISTRIBUIDOR para que forme parte de su red de distribución de combustibles y lubricantes en Ecuador. En esta calidad, el DISTRIBUIDOR asume la obligación de distribuir y vender al público en general los*

PRODUCTOS de conformidad con las disposiciones y condiciones estipuladas en este contrato y las que EXXONMOBIL, como comercializadora, pueda establecer en el futuro.

La calificación del DISTRIBUIDOR no es exclusiva, por ello, EXXONMOBIL cuenta y podrá contar con otros distribuidores, sin embargo de lo cual, el DISTRIBUIDOR no podrá, de forma directa o por interpuesta persona, distribuir, adquirir, almacenar, promocionar, representar, exhibir o vender derivados de petróleo de ninguna otra comercializadora distinta a EXXONMOBIL en el territorio ecuatoriano, durante la vigencia del presente contrato.

El DISTRIBUIDOR acepta la calificación para formar parte de la red de comercialización de EXXONMOBIL y se compromete a realizar las actividades que por ello le correspondan, en los términos y condiciones que se estipulan en este contrato y las disposiciones legales y reglamentarias que, en materia de distribución y comercialización de combustibles y lubricantes derivados de petróleo y protección del medio ambiente, le sean aplicables, así como las demás normas pertinentes..... (Ver Anexo 3).

Análisis.-

Las cláusulas antes descritas tienen características en común, el contrato de distribución de la compañía SHELL no establece condiciones específicas en cuanto al desarrollo de la actividad de comercialización y distribución de sus productos y servicios, pues ha considerado necesario desmembrar dichas obligaciones en otras cláusulas distintas a ésta.

De igual forma, el contrato de distribución de Tripetrol, no establece en su cláusula de distribución condiciones de operación y obligaciones del distribuidor, considerando necesario establecerles en distintas cláusulas.

Es notable que en el contrato de distribución de combustibles de la compañía EXXONMOBIL se establecen cláusulas principales y otras accesorias a ésta (**ver Anexo 3**). La principal ha sido denominada como Distribución y Operación, las demás subcláusulas o accesorias incluyen condiciones y obligaciones de cómo el distribuidor debe operar y a que obligaciones debe acatarse en su calidad de afiliado a la red de distribución de la compañía EXXONMOBIL; en especial, y los más importantes son sobre temas de exclusividad, marcas, lemas comerciales utilizados para la venta y comercialización de los productos, utilizando para el efecto todas las herramientas necesarias que la compañía comercializadora crea conveniente para la buena publicidad de la marca.

Aunque las tres compañías redacten de diferente modo ésta cláusula, las tres tienen, como objeto primordial especificar el objetivo del contrato: distribuir productos bajo la marca de la comercializadora. El hecho de que en dos de los contratos de distribución no se estipulen condiciones de la distribución dentro de ésta cláusula, no da derecho para interpretar de forma equívoca la omisión de estas condiciones, pues al no tener una estructura contractual para la distribución en nuestra legislación, éstas pueden establecerse en cláusulas distintas.

5.1.3 La Exclusividad.

a) El contrato de la compañía SHELL dice:

OCTAVA: OBLIGACIONES DEL DISTRIBUIDOR.- EL DISTRIBUIDOR se obliga a lo siguiente:

8.1. Destinar exclusivamente la E/S a la comercialización de combustibles, lubricantes, repuestos, accesorios y otros productos para la atención de vehículo motorizados que le sean proporcionados por SHELL, e inclusive a la venta de artículos diversos, a través del establecimiento de minimercados y otros negocios relacionados con la E/S.

8.2. Comprar exclusivamente los productos SHELL a los precios de facturación indicados por SHELL y, a la vez, aceptar la política de SHELL en lo relativo a los precios de venta al consumidor final.... (Ver Anexo 1)

b) Por su parte, el contrato de la compañía TRIPETROL, dice:

CUARTA: OBLIGACIONES DEL AFILIADO Y DITRIBUIDOR.-

4.1. Distribuir y vender en forma exclusiva los productos derivados de petróleo bajo la identificación, marca, colores y distintivos de los productos derivados del petróleo que LA COMERCIALIZADORA le proveerá..... (Ver Anexo 2).

c) El contrato de EXXONMOBIL establece:

2.4. EXCLUSIVIDAD: *El DISTRIBUIDOR para la ejecución de este contrato, conviene incondicional e irrevocablemente en comprar de forma exclusiva, PRODUCTOS suministrados por EXXONMOBIL o por distribuidores autorizados por EXXONMOBIL, para venderlos y distribuirlos en la ESTACION DE SERVICIO.*

Análisis.-

La compañía SHELL establece en su contrato de distribución y suministro, como obligaciones del distribuidor (cláusula de obligaciones), el destinar la Estación de

Servicios para la comercialización de combustibles y productos que son suministrados por esta compañía. Por otra parte establece también la obligación del distribuidor de comprar exclusivamente los productos marca SHELL. Aunque no exista una cláusula destinada únicamente a establecer la exclusividad de compra y venta de productos SHELL, si impone con carácter obligatorio elementos de exclusividad.

Tipetrol, similar al método anterior de la compañía Shell, establece, dentro de la cláusula de obligaciones del Distribuidor o Afiliado, la de distribuir y vender de forma exclusiva los productos que sean suministrados por el distribuidor bajo su marca y responsabilidad. A comparación del anterior contrato de distribución no menciona la obligación del distribuidor de destinar la estación de servicios exclusivamente para el efecto de comercialización de los productos, ni en esta cláusula ni en ninguna otra, por lo que ésta única cláusula destinada a la exclusividad no da lugar a dicha interpretación. Por otro lado, la cláusula dice: "*Distribuir y vender.....*", y no establece la exclusividad de compra únicamente de los productos bajo la marca responsable, pero hay que interpretar de forma que si la venta y distribución es exclusiva, constituye por tanto, que no tendrá en sus instalaciones otros productos de distinta marca a los de la compañía de la cual es distribuidor.

En el caso de la compañía Exxonmobil, como ya se determinó, dentro de la cláusula analizada en cuanto al tema de la distribución, ésta si especifica en los

términos que operará el distribuidor y la obligación de distribuir y comercializar exclusivamente productos de la marca de la comercializadora. En ésta cláusula 2.4. recalca el tema estableciendo que el Distribuidor se obliga incondicionalmente e irrevocablemente a comprar de forma exclusiva productos, suministrados para comercializarlos, EXXONMOBIL para que sean comercializados en el mercado.

Por otro lado, aunque no específicamente como la compañía Shell, en el numeral 2.3.2 (ver anexo 3) establece que la estación de servicio debe exhibir marcas, nombres y lemas comerciales, logotipos registrados o de propiedad de Exxonmobil, exclusivamente, para la venta y distribución de los productos que dicha compañía provea al distribuidor. Con esta cláusula se entiende que la estación de servicios está obligada a tener a disposición sus instalaciones única y exclusivamente para la venta y distribución de productos y servicios Exxonmobil.

En todo caso, las estipulaciones y condiciones establecidas en esta cláusula de exclusividad, en los tres contratos, se especifica la obligación del distribuidor de vender y comercializar productos bajo la marca de la comercializadora y de la obligación de comprar sólo productos a la comercializadora para que sean comercializados. El caso que nos preocupa es el de la compañía nacional en que no establece la obligación de compra exclusivamente a la comercializadora, este omisión constituye error de redacción pues en un contrato de esta naturaleza, debe establecerse hasta el más mínimo detalle para no dar espacio a interpretaciones dudosas y no sustentadas.

5.1.4 Plazo de Duración

a) Shell establece en la cláusula Quinta de su contrato lo siguiente:

QUINTA: PLAZO DE LA DISTRIBUCION Y SUMINISTRO.- *La distribución y suministro de los productos SHELL se pacta por el plazo de quince años contados a partir de .. de..... de 1996 por lo que vencerá el .. de del año 2011 siempre y cuando la totalidad del volumen pronosticado de compras a SHELL sea alcanzado durante este período, de lo contrario se ampliará el plazo del contrato de acuerdo a lo señalado en la cláusula 8.5.*

Al vencimiento del plazo el contrato se entenderá prorrogado automáticamente por períodos iguales y sucesivos de 5 años cada uno, salvo que cualquiera de las partes manifieste a la otra su intención de ponerle término, lo que deberá notificarse por escrito con no menos de 6 meses de anticipación a la fecha de expiración del período inicial o de cualquiera de sus prórrogas.

b) Tripetrol, en su caso, establece:

SEPTIMA: DURACION DE ESTE CONTRATO.-

Este contrato tendrá una duración de CINCO (5) AÑOS a partir del inicio de Operaciones de la Estación, pudiendo entenderse renovado por similar periodo o

condiciones que las aquí convenidas, a falta de notificación escrita de uno de los contratantes con por lo menos SESENTA (60) DIAS de anticipación a la fecha de terminación, y así sucesivamente.

En cualquier tiempo y por cualquier causa que termine este contrato, EL DISTRIBUIDOR deberá suscribir con LA COMERCIALIZADORA un Acta de terminación de este contrato de Distribución.

Únicamente con la suscripción de acta de terminación de la DISTRIBUCION, EL DISTRIBUIDOR quedará exento de cualquier tipo de reclamación por parte de LA COMERCIALIZADORA.

c) Exxonmobil dice, con respecto al plazo, lo siguiente:

7. VIGENCIA Y TERMINACION:

7.1. VIGENCIA:*El presente contrato de suministro empezará a tener vigencia desde la fecha en que se efectúe el acta de entrega recepción de la Estación de Servicio Mobil 55 y tendrá una vigencia de hasta el 14 de noviembre del 2012.*

Análisis.-

La compañía Shell establece que el plazo de duración del contrato, y por tanto de la distribución de productos marca Shell, será el de 15 años, mismo que puede ser

prorrogado por dos circunstancias: si el volumen de compras pronosticado a la compañía no sea cubierto, en este caso se prorrogará por el tiempo necesario para cubrir y, será prorrogado el contrato por cinco años más, automáticamente a la fecha de vencimiento, si no se hubiera notificado la intención de darlo por terminado con seis meses de anticipación por cualquiera de las partes. El primer caso es una peculiaridad única en la celebración de contratos de distribución de esta naturaleza, y es la razón por la cual este contrato fue escogido, como se verá más adelante los demás contratos ni siquiera mencionan sobre volúmenes de compra a la comercializadora, cláusula de suma importancia para la estabilidad y seguridad de quien comercializa el producto. El abogado redactor del presente contrato analizó de manera profunda el alcance de una cláusula u obligación de esta naturaleza, su visión comercial y legal debe ser considerada y tomada en cuenta para el desarrollo de contratos que busquen la permanencia en el tiempo.

Tripetrol, en cambio establece, en su cláusula séptima, que el contrato tendrá una duración de cinco (5) años, el mismo que será renovado por un tiempo igual sin previo aviso de la contraparte con por lo menos sesenta días de anticipación.

La compañía Exxonmobil, por su parte establece fecha fija de terminación del contrato, sin establecer condiciones de prórroga; increíble que una compañía multinacional no considere términos para renovar contratos de esta naturaleza. En

todo caso, su plazo de duración es similar al de la compañía Shell por 15 años; plazo establecido en los antecedentes del contrato.

En general, estas cláusulas demuestran el claro ejemplo de la intención de las compañías multinacionales comercializadoras de combustibles de asegurar su permanencia en el mercado con el fin de introducir por mucho tiempo su producto materia de comercialización, de conformidad con sus políticas empresariales. Si tomamos en consideración una de las ventajas del contrato de distribución que es la permanencia en el mercado, vemos que al realizar grandes inversiones en las instalaciones de servicios debían justificarlas con su estabilidad en el mercado. En cambio, la compañía Tripetrol (nacional) establece un periodo corto, en relación a las anteriores compañías, que no demuestra la intención comercial de mantener su marca, producto y servicio por mucho tiempo en el mercado, tal vez por la mediocridad de la cultura ecuatoriana y la falta de visión comercial a largo plazo que en este tiempo debemos precautelar.

5.1.5 Margen de Venta.

a) Shell, sobre el presente tema, establece:

8.2. Comprar exclusivamente los productos SHELL a los precios de facturación indicados por SHELL y, a la vez, aceptar la política de SHELL en lo relativo a los

precios de venta al consumidor final. A este respecto, SHELL garantiza márgenes de utilidad en la entrega de combustibles a favor de EL DISTRIBUIDOR, siempre y cuando no exista competencia desleal o agresiva en precios en la zona de influencia de la E/S o que causas de fuerza mayor impidan cumplir con lo indicado.

Tomando como base el sistema actual de logística y suministro, SHELL determina a favor del DISTRIBUIDOR, un porcentaje de utilidad del precio de venta al público y de costo de adquisición en el Terminal de Petrocomercial de un ..% del precio de adquisición del producto de SHELL.

SHELL se compromete a cumplir con la distribución del margen descrita siempre y cuando se mantengan las reglas de comercialización vigentes en el país así como la logística y fuentes de suministro actuales. Así mismo se excluye de este sistema cualquier nuevo producto que pudiere SHELL lanzar al mercado en el futuro.

b) La compañía Tripetrol establece:

DECIMA: MARGEN DE UTILIDAD.-

LA COMERCIALIZADORA fijará los precios de venta de los Productos Derivados de Petróleo a EL DISTRIBUIDOR y de esta al consumidor final de acuerdo a las disposiciones legales en la materia, así como a los principios de

oferta y demanda (mientras este principio estuviere permitido por las leyes pertinentes).

EL DISTRIBUIDOR participará del ochenta y tres punto treinta y cuatro por ciento (83.34%) del margen de comercialización bruto, esto es, entre el precio de terminal de Petrocomercial y el de venta al público determinado por LA COMERCIALIZADORA.

Con la utilidad señalada EL AFILIADO Y DISTRIBUIDOR se declara pagado a satisfacción por todo concepto, esto es, incluidos todos los costos y gastos operativos y de mantenimiento, transporte, utilidad por la venta, distribución y afiliación materia de este contrato, por lo cual LA COMERCIALIZADORA no reconocerá porcentaje o valor adicional alguno por ningún concepto al DISTRIBUIDOR.

c) En el contrato de abastecimiento y distribución, la compañía, al respecto establece:

5.1. PRECIO DE VENTA AL PUBLICO: *Los precios de los combustibles y lubricantes que se comercialicen en la ESTACION DE SERVICIO, serán los que establezca EXXONMOBIL en su lista oficial de precios vigente, que*

podrá ser modificada en cualquier momento, a sola discreción de EXXONMOBIL, manteniendo siempre los porcentajes de márgenes de comercializadora y distribuidor determinados más adelante. El valor del flete comercial para el transporte de los combustibles será pagado por el DISTRIBUIDOR y se lo cargará de forma independiente en la factura correspondiente; dicho valor será el que rija para cada entrega.

Cuando exista libertad en la fijación de precios de combustibles derivados de petróleo, su mínimo precio de venta al público en la ESTACION DE SERVICIO será determinado por EXXONMOBIL de la siguiente forma:

a) Margen EXXONMOBIL: *EXXONMOBIL agregará un margen o porcentaje de cinco por ciento (5%), sobre el precio total del combustible facturado a EXXONMOBIL por PETROCOMERCIAL, siendo este nuevo valor el precio de venta al DISTRIBUIDOR del combustible; y,*

b) Margen DISTRIBUIDOR: *El margen del DISTRIBUIDOR será del ocho por ciento (8%), sobre precio total del combustible facturado a EXXONMOBIL por PETROCOMERCIAL. El precio de venta al público se calculará sumando los márgenes de EXXONMOBIL y del DISTRIBUIDOR al precio de total facturado por PETROCOMERCIAL a EXXONMOBIL. Para el cálculo de los márgenes antes indicados se excluirá el valor del Impuesto al Valor Agregado.*

En caso de que EXXONMOBIL importe combustible o lo adquiera a abastecedoras diferentes a PETROCOMERCIAL, el precio de venta al público del mismo en el territorio ecuatoriano, de igual forma lo fijará EXXONMOBIL y se mantendrán los porcentajes de participación entre EXXONMOBIL y el DISTRIBUIDOR, antes indicados. En ambos casos anteriormente indicados los márgenes se calcularán sobre el precio total del combustible nacionalizado o facturado a EXXONMOBIL, según corresponda.

Análisis.-

La cláusula antes establecida es una de las más importantes y la que más ha creado polémica, en estos tiempos, con respecto a la comercialización del combustible en nuestro país.

Es necesario aclarar que el término de "Margen de Utilidad" es mal utilizado, pues el término utilidad presupone una ganancia líquida por parte de la empresa comercializadora y la persona o empresa distribuidora. El margen al que hacen referencia las compañías comercializadoras en sus contratos constituye una ganancia bruta de la cual las empresas comercializadoras y distribuidoras deben cubrir sus costos operacionales, gastos de administración, inversiones, etc. Así se demuestra la percepción a simple vista del consumidor,

pues considera a éste negocio como generador económico de grandes volúmenes, pero ocurre todo lo contrario, este tipo de negocios, que a más de requerir atención y mucha dedicación es indiscutiblemente influenciado directamente por las políticas del Estado. Este negocio es de alto costo operacional por el cumplimiento de las nuevas normas establecidas para la operación de estaciones de servicio.

Al analizar las cláusulas de margen de venta o utilidad en esos contratos nos damos cuenta que, a pesar de establecer una forma de relación contractual distinta, todas coinciden en relacionar dicho margen con un porcentaje entre el precio de compra de los productos a Petrocomercial y el precio de venta al público determinado por las comercializadoras. El tema interesante que se desprende de esta cláusula es como las compañías comercializadoras multinacionales establecen precios fijos o márgenes determinados cuando el producto es adquirido directamente a Petrocomercial, pero dejan abierta la posibilidad de establecer nuevos márgenes cuando el producto sea importados o que puedan introducir en el mercado, lo que no ocurre con la compañía comercializadora nacional. Este tema tiene su justificativo y es que las compañías multinacionales tienen refinerías propias, en distintos países, para producir derivados de petróleo, por lo que se encuentran en la posibilidad de importar productos a menor precio y de mejor calidad. Por estas consideraciones el margen debe mantenerse abierto, los costos operacionales pueden ser más costosos de acuerdo a los productos que requieran importar.

En uno de los contratos de las compañías comercializadoras se establece que el margen de venta será determinado al momento y bajo las condiciones de distribución de la suscripción del contrato asegurando una ganancia siempre y cuando no existan distorsiones en el mercado o factores externos que impidan lograr el margen determinado; dicho margen será establecido en relación a los niveles determinados en el momento de la suscripción del contrato. Es preciso acotar que esta forma de redacción constituye un tipo inusual de comprometer a la otra parte, sin embargo aparece un elemento relacionado con la inseguridad jurídica respecto del Estado y por ende de Petrocomercial para el cumplimiento de dicho contrato, pues son ellos quienes determinan los niveles o márgenes a ser utilizados. De esta manera los contratos de distribución de combustibles de estas dos compañías prevén cualquier contingencia que pueda suscitarse a futuro con respecto del suministro de combustibles, y la afectación a los márgenes operativos o de ganancia.

Por último, uno de los temas interesantes de las cláusulas de margen de venta o utilidad de las tres compañías es que ninguna establece la forma de reparto o establecer un margen si este llegare a incrementarse. Conocemos por el análisis de la legislación aplicable, visto en otros capítulos de este trabajo, que el margen de ganancia se inició en once por ciento sobre el precio de venta en terminal de Petrocomercial, y a lo largo de los años ha sido incrementado por varias circunstancias y hasta hace poco se encontraba en el dieciocho por ciento respecto a unos productos (diesel y extra) y de libre mercado en otros

(super, etc.). En el contrato de Tripetrol podemos ver que siempre existe una relación porcentual sobre el margen de ganancia y se entiende que esto se aplica cuando el margen sube y de igual manera cuando el margen baja. Pero con respecto al contrato de Shell, por ejemplo, vemos que no se establece condiciones cuando existe incremento, sin embargo, existen opciones aplicables cuando éste baja. Hemos conocido que esta situación ha causado problemas a casi todas las empresas multinacionales puesto que estas preveían un libre mercado y no tan politizado y restringido como ha sido desde el inicio de las operaciones de las empresas privadas. Esto no constituye una mala fe de las empresas comercializadoras al momento de suscribir el contrato, sino que dicho hechos no podían preverse con anticipación en el momento de la suscripción del contrato. Hoy en día se conoce que muchas empresas comercializadoras y distribuidoras han tenido que modificar sus contratos en el tema de márgenes con el fin de establecer las reglas claras de la relación comercial que permita una relación llevadera a lo largo de los años.

5.1.6 Promoción y Publicidad de los Productos

a) El contrato de la compañía Shell establece en varias de sus cláusulas lo siguiente:

SEXTA: OBLIGACIONES DE SHELL.- SHELL asume las siguientes obligaciones:

6.4. *Proporcionar apoyo al DISTRIBUIDOR para la promoción de la venta de los productos SHELL.*

6.4. *Proporcionar apoyo al DISTRIBUIDOR para la promoción de la venta de los productos SHELL.*

OCTAVA: OBLIGACIONES DEL DISTRIBUIDOR.- EL DISTRIBUIDOR se obliga a lo siguiente:

8.1. *Destinar exclusivamente la E/S a la comercialización de combustibles, lubricantes, repuestos, accesorios y otros productos para la atención de vehículos motorizados que le sean proporcionados por SHELL, e inclusive a la venta de artículos diversos, a través del establecimiento de minimercados y otros negocios relacionados con la E/S.*

8.8. *Mantener la E/S y todo el equipo e instalaciones en buen estado de presentación, conservación y aseo. Serán de cargo exclusivo del DISTRIBUIDOR los gastos extraordinarios que deban efectuarse para reparar el equipo por el negligente, descuidado o abusivo uso del mismo por parte del DISTRIBUIDOR o su personal.*

8.9. *Asegurar la óptima calidad de los servicios complementarios que EL DISTRIBUIDOR preste al público, incluyendo los servicios de expendio de artículos de consumo para el público, obligándose a subsanar cualquier observación sobre calidad, presentación o seguridad que SHELL le formule.*

8.10. *Dirigir las operaciones de la E/S cuidando que su personal de trabajadores ejecute sus labores en forma eficiente y esmerada, compatible con el prestigio comercial de SHELL y de sus productos. A tal efecto EL DISTRIBUIDOR, se obliga a que el personal use permanentemente el uniforme de trabajo diseñado o aprobado por SHELL.*

8.16. *Permitir a SHELL el uso de las paredes, techos, ventanas y demás partes de la E/S para que coloque los anuncios que estime conveniente de los productos que expendan al público;*

b) El contrato de Tripetrol dice:

5.1. *Respaldar la gestión de EL DISTRIBUIDOR con publicidad adecuada a las políticas y estadísticas de LA COMERCIALIZADORA. EL DISTRIBUIDOR de acuerdo a las necesidades del mercado, podrá solicitar por escrito a LA COMERCIALIZADORA su autorización expresa y escrita para la realización de un programa específico de publicidad cuyos costos una vez*

aprobados por LA COMERCIALIZADORA, incurrirán en el 50% cada una de las partes.

- 5.2. *Proporcionar al DISTRIBUIDOR el asesoramiento técnico permanente que sea necesario para el correcto desempeño de la DISTRIBUCION materia de contratación en todos los aspectos relativos al transporte, mercadeo y distribución de los productos derivados de petróleo materia de este contrato.*

c) El contrato de Exxonmobil, por su parte, establece lo siguiente:

2.6. PROMOCION Y PUBLICIDAD DE ESTACION DE SERVICIO: EI

DISTRIBUIDOR se compromete a participar en las campañas publicitarias que EXXONMOBIL desarrolle solicite su participación, para promocionar los PRODUCTOS y servicios que se prestan a través de su red de distribución de combustibles a nivel nacional, y a reconocer los gastos que correspondan a las mismas, de conformidad con las condiciones y parámetros que se determinen en cada caso.

Los gastos de publicidad en que incurra EXXONMOBIL y que hagan referencia, en forma concreta a la ESTACION DE SERVICIO, serán cubiertos en partes iguales entre EXXONMOBIL y el DISTRIBUIDOR, para

lo cual, previamente se acordará mutuamente entre las partes de forma escrita las condiciones de la publicidad a ser realizada.

Análisis.-

Las cláusulas que determinen o impongan normas de promoción y publicidad de productos que se comercializan bajo la marca de la compañía son de suma importancia. Las políticas internas de las compañías siempre tratan de precautelar y proteger el buen nombre de la marca de los productos y servicios que se expenden a través de sus redes de distribución. El hecho de mantener políticas sobre promoción y publicidad genera niveles de venta sumamente altos. La publicidad constituye una forma indispensable de llamar la atención al público consumidor, que conozca sobre el producto del que se trata y se expende en sus centros de distribución y, por su parte la promoción es un sistema en el que se consigue que el consumidor, atraído por el producto, se acerque a los centros de distribución para probar y comprobar lo que la publicidad establece con respecto del producto.

Es fácil ver como las compañías establecen en sus cláusulas la obligación que tienen los distribuidores de proporcionar cualquier espacio dentro de la estación de servicios para que los productos y servicios, comercializados bajo su marca y responsabilidad, sean publicitados y promocionados a los más altos niveles para generar venta y conocimiento del producto.

A simple vista y lectura, se puede dar cuenta que las compañías multinacionales hacen más énfasis en estos temas relacionados, pues sus políticas internas de promoción y publicidad son consideradas, dentro del mercadeo, como una de las más importantes, y en un contrato de esta naturaleza, cuyo fin es el de comercializar y distribuir productos bajo una marca específica, deben tratar de proteger hasta el último detalle para que dicha marca, por cualquier situación externa, no sea desplazada del mercado y las ventas pronosticadas y determinadas lleguen a cubrirse en el tiempo estimado. En cambio la falta de importancia a éste tema se nota claramente en el contrato de distribución de la compañía nacional, y simplemente, es por el hecho de que consideran que la marca del producto, a base de una publicidad y promoción perfectamente realizada, genera volúmenes de venta sumamente altos y por lo tanto más utilidad.

Nuestra cultura empresarial en cuanto a temas de publicidad y promoción es vaga, y hay que tomar ejemplo de aquellas que si hacen énfasis en estos temas. La buena redacción y estipulación de estas características llevan a interpretar el grado de responsabilidad que tiene cada una de las partes en cuanto a la publicidad y promoción del producto. Las compañías multinacionales si hacen responsable al distribuidor en cuanto a las políticas de publicidad y promoción de productos y servicios, y hasta de la estación de servicios; en cambio, la compañía nacional solamente estipula, como obligación de ésta, el promocionar y publicitar el producto de conformidad con sus políticas de mercadeo, excluyendo de

responsabilidades al distribuidor en la falta de colaboración por promoción y publicidad.

5.1.7 Protección de las marcas de la Comercializadora.

a) El contrato de Shell al respecto dice lo siguiente:

OCTAVA: OBLIGACIONES DEL DISTRIBUIDOR.- EL DISTRIBUIDOR se obliga a lo siguiente:

8.1. Destinar exclusivamente la E/S a la comercialización de combustibles, lubricantes, repuestos, accesorio y otros productos para la atención de vehículo motorizados que le sean proporcionados por SHELL, e inclusive a la venta de artículos diversos, a través del establecimiento de minimercados y otros negocios relacionados con la E/S.

8.16. Permitir a SHELL el uso de las paredes, techos, ventanas y demás partes de la E/S para que coloque los anuncios que estime conveniente de los productos que expendan al público;

b) El contrato de Tripetrol dice:

DECIMA SEGUNDA: LICENCIA PARA EL USO DE MARCA.-

Durante la vigencia de este contrato, el DISTRIBUIDOR exhibirá los emblemas con la marca de los derivados del petróleo de LA COMERCIALIZADORA, para lo cual LA COMERCIALIZADORA otorga licencia al DISTRIBUIDOR a fin de que exhiba dicha marca en el Centro de Distribución de su propiedad.

c) Exxonmobil, al respecto, establece lo siguiente:

3. PROTECCION DE LA MARCA REGISTRADA Y CONTROL DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS:

3.1. MARCAS REGISTRADAS: *En virtud del presente contrato, se confiere al DISTRIBUIDOR el derecho de exhibir las marcas, avisos, logos, lemas comerciales, diseños y signos registrados de EXXONMOBIL para identificar la ESTACION DE SERVICIO. Por su parte, el DISTRIBUIDOR reconoce que la titularidad sobre dichos derechos corresponde a MOBIL o sus empresas relacionadas y, ni por el presente contrato, ni por la acción u omisión alguna por parte de MOBIL o de sus empresas relacionadas o subsidiarias, se concederá al DISTRIBUIDOR propiedad, interés o derecho alguno*

sobre los mismos, ni sobre la reputación y buen nombre que de éstos se deriva, debiendo dejar de exhibirlos, a partir del momento en que termine la vigencia del presente contrato o deje de operar la ESTACION DE SERVICIO, lo que suceda primero.

Análisis.-

Dentro de este contrato de distribución de combustibles, como dijimos anteriormente, normas con respecto a la marca del producto pueden ser establecidas, lo que genera dinamia en la relación contractual. Específicamente dichas cláusulas se establecen con el fin de generar una imagen corporativa que asegure un buen producto y servicio, que por consiguiente se realiza a través de la comercialización de los mismos, a través de centros o redes de distribución; de esta manera se protege la marca. La obligación del distribuidor de mantener una estación de servicio de conformidad con las políticas corporativas y comerciales de las compañías es de vital importancia para asegurar al consumidor que el producto o servicio que adquiere es sencillamente el mejor. La imagen propia de un producto o de un servicio y, este caso, de una estación de servicio la hace distintiva de todas las demás comercializadoras. Los colores, logos, nombres y lemas comerciales, etc., crean en el consumidor, de conformidad con sus necesidades, una imagen que se relaciona con productos o servicios publicitados bajo los mismo colores, marcas, nombres comerciales, etc., lo que constituye, para las compañías comercializadoras, una ventaja frente a cualquier otra. El simple gusto de un color o lema comercial hace más atractivo al consumidor

acercase a la estación de servicio a consumir los productos y servicios. Es por esta razón que las marcas, nombres, lemas, logos comerciales, constituyen elementos generadores de consumo, lo que trae consigo volúmenes de venta y por ende utilidad. Estas cláusulas se establecen para proteger la marca del producto y servicio obligándole al distribuidor de mantener todo estereotipo relacionado con la marca impecable, pues una mala imagen de la marca al momento de consumir cualquier producto o servicio puede ser perjudicable para la compañía comercializadora; debe responder por las indemnizaciones en los daños causados.

Esta vez, hemos tenido que recurrir a normas o cláusulas antes ya analizadas, y es por la razón de que al momento de redactar un contrato, en una misma cláusula se pueden estipular varias situaciones con respecto del producto que se comercializa bajo la marca de responsabilidad de la comercializadora. Tal es el caso de Shell, en la misma cláusula de exclusividad se determina que debe prestar sus instalaciones en beneficio de la marca y los productos o servicios comercializados deben ser exclusivamente de la marca Shell bajo las condiciones impuestas por la comercializadora, esto es, bajo su marca, sus colores, lemas y nombres comerciales, etc, con el fin de crear una imagen de seguridad frente al consumidor. La compañía Exxonmobil, por su parte, si delimita estas obligaciones, establece una cláusula dirigida específicamente a este tema, estipulando ciertas obligaciones a las que el distribuidor tiene que obedecer, como es el caso de que por ningún caso se concederá la propiedad de las marcas y demás símbolos que

distingan a ésta. La compañía Tripetrol redacta una simple cláusula de licencia de marcas, autorizando simplemente al distribuidor al uso de ésta, sin establecer condiciones ni obligaciones sobre un tema redundante. El problema es que los derechos de protección de los derechos de los productores o fabricantes en el Ecuador han tomado fuerza hace poco - que de ninguna manera es justificable para establecer una cláusula en ese sentido – pero la asesoría comercial para la estructura de un contrato de esta naturaleza tiene que estar siempre a la vanguardia de los cambios y nacimientos de los derechos de una de las partes que intervienen en la celebración de los contratos.

5.1.8 Volúmenes de Venta.

a) La compañía Shell establece:

QUINTA: PLAZO DE LA DISTRIBUCION Y SUMINISTRO.- *La distribución y suministro de los productos SHELL se pacta por el plazo de quince años contados a partir de .. de..... de 1996 por lo que vencerá el .. de del año 2011 siempre y cuando la totalidad del volumen pronosticado de compras a SHELL sea alcanzado durante este período, de lo contrario se ampliará el plazo del contrato de acuerdo a lo señalado en la cláusula 8.5.*

8.5. Mantener un promedio mensual de compras a SHELL superior a galones mensuales de combustibles y a ... galones mensuales de lubricantes, salvo que EL DISTRIBUIDOR justifique que por motivos de fuerza mayor o caso fortuito no ha logrado alcanzar el volumen de ventas promedio en la E/S. En todo caso EL DISTRIBUIDOR deberá, durante los quince años de vigencia de este contrato, alcanzar un volumen total de compras a SHELLgalones; pero de no cumplir con dicho volumen deberá prorrogarse el contrato por el periodo necesario para cumplir con la totalidad del compromiso de los galones establecidos.

b) El contrato de Tripetrol no dice nada al respecto.

c) La compañía Exxonmobil dice:

4. NIVELES DE OPERACION DE LA ESTACION DE SERVICIO:

4.1. NIVELES DE OPERACION: *El DISTRIBUIDOR se compromete a desarrollar prácticas comerciales mediante la aplicación de un enfoque gerencial de calidad total en el manejo de la operación de la ESTACION DE SERVICIO y a dedicar sus mejores esfuerzos para maximizar la venta de PRODUCTOS, a fin de mantener los más altos niveles de administración, imagen y atención y servicio al*

cliente, para lo cual, el DISTRIBUIDOR deberá cumplir, bajo su responsabilidad, las siguientes obligaciones:

- 4.1.1.** *Mantener adecuados niveles de mano de obra calificada, teniendo en cuenta tanto el volumen de ventas, como la naturaleza de las actividades que se realizan en la ESTACION DE SERVICIO, en horas de operación.*

Análisis.-

Aunque poco común, esta cláusula es esencial en materia de distribución, y así lo demuestra el contrato de Shell pues la vigencia y terminación del contrato está íntimamente relacionado con el volumen tanto de compra como el de venta. El establecer una cláusula de este sentido obliga al distribuidor de hacer sus mejores esfuerzos para obtener los más altos volúmenes de venta y no encontrarse en riesgo de una resolución del contrato. Es también importante para asegurar la cooperación de las partes contratantes para promoción y publicidad de los productos y servicios que se comercializan bajo determinada marca. Aunque la compañía Exxonmobil, en su contrato, no estipule condiciones sobre terminación o vigencia del contrato en base a un volumen de venta y de compra determinado, si hace énfasis en conseguir y mantener los más altos volúmenes de venta de sus productos y servicios. En sí estas dos compañías exigen y establecen volúmenes de venta con el fin de asegurar el mercado consumidor y la utilidad o ganancia que esto le ocasione, sin dejar de lado los factores de publicidad y promoción que

generan un mayor ingreso de la marca del producto o servicio en un determinado territorio. Es lamentable que la compañía nacional ni siquiera mencione en una cláusula sobre el volumen de venta o de compra que debe cumplir el distribuidor, lo cual es una insistencia a la poca cultura empresarial, comercial y contractual de los ecuatorianos.

5.1.9 Políticas de Mantenimiento y Atención al Público

a) El contrato Shell, en sus cláusulas establece lo siguiente:

OCTAVA: OBLIGACIONES DEL DISTRIBUIDOR.- *EL DISTRIBUIDOR se obliga a lo siguiente:*

8.4. *Operar en forma continua e ininterrumpida la E/S prestando atención al público durante todos los días de la semana y durante las veinticuatro horas, salvo caso fortuito o fuerza mayor.*

8.6. *Comprar exclusivamente a SHELL sus productos para mantener las existencias de productos en los volúmenes adecuados para satisfacer los requerimientos de la demanda de productos en la E/S.*

8.8. *Mantener la E/S y todo el equipo e instalaciones en buen estado de presentación, conservación y aseo. Serán de cargo exclusivo del DISTRIBUIDOR los gastos extraordinarios que deban efectuarse para reparar el equipo por el negligente, descuidado o abusivo uso del mismo por parte del DISTRIBUIDOR o su personal.*

8.9. *Asegurar la óptima calidad de los servicios complementarios que EL DISTRIBUIDOR preste al público, incluyendo los servicios de expendio de artículos de consumo para el público, obligándose a subsanar cualquier observación sobre calidad, presentación o seguridad que SHELL le formule.*

8.10. *Dirigir las operaciones de la E/S cuidando que su personal de trabajadores ejecute sus labores en forma eficiente y esmerada, compatible con el prestigio comercial de SHELL y de sus productos. A tal efecto EL DISTRIBUIDOR, se obliga a que el personal use permanentemente el uniforme de trabajo diseñado o aprobado por SHELL.*

8.11. *Mantener la calidad y cuidar que la cantidad de los productos que expendan sea impecable y a satisfacción de SHELL.*

EL DISTRIBUIDOR será responsable de cualquier sanción que pudiere imponérsele administrativa o judicialmente, o, de cualquier reclamo de clientes derivado de la alteración de la calidad o cantidad de los productos SHELL o por

los servicios que preste la Estación, así como por contravenir las disposiciones vigentes sobre la preservación del medio ambiente.

8.12. Adoptar todas las precauciones técnicas necesarias para evitar los riesgos propios del negocio y, en especial, conservar extinguidores de incendio y otros instrumentos de prevención de riesgos inherentes, que estarán siempre en perfecto estado de funcionamiento.

8.13. Cumplir todas las disposiciones legales y reglamentarias, incluyendo las normas contenidas en el Manual de Operación y demás instructivos conferidos por SHELL aplicables a la operación de la E/S.

b) El contrato de Tripetrol dice:

4.7 Realizar el mantenimiento preventivo y correctivo que se requiera en su Centro de Distribución conforme a las necesidades, precautelando la seguridad, imagen y buen servicio al consumidor final.

4.8 Acatar todas las normas técnicas y procedimientos que dicte LA COMERCIALIZADORA, por medio del Manual de Procedimiento vigente.

c) Exxonmobil por su parte establece:

- 4.1. NIVELES DE OPERACION:** *El DISTRIBUIDOR se compromete a desarrollar prácticas comerciales mediante la aplicación de un enfoque gerencial de calidad total en el manejo de la operación de la ESTACION DE SERVICIO y a dedicar sus mejores esfuerzos para maximizar la venta de PRODUCTOS, a fin de mantener los más altos niveles de administración, imagen y atención y servicio al cliente, para lo cual, el DISTRIBUIDOR deberá cumplir, bajo su responsabilidad, las siguientes obligaciones:*
- 4.1.2.** *Mantener adecuados niveles de mano de obra calificada, teniendo en cuenta tanto el volumen de ventas, como la naturaleza de las actividades que se realizan en la ESTACION DE SERVICIO, en horas de operación.*
- 4.1.3.** *Mantener en funcionamiento la ESTACION DE SERVICIO durante las veinticuatro horas del día de forma ininterrumpida, salvo los días de cierre por causas justificadas, que se determinen por el DISTRIBUIDOR y sean comunicados con una anticipación de al menos ocho días a EXXONMOBIL. Entre el DISTRIBUIDOR y EXXONMOBIL se podrán acordar horarios de atención al público diferentes al referido previamente, en caso de que la situación de la zona de influencia de la ESTACION DE SERVICIO lo permita.*

- 4.1.4.** *Mantener un inventario suficiente de combustibles y lubricantes para atender adecuadamente las necesidades de los clientes de la ESTACION DE SERVICIO.*
- 4.1.5.** *Mantener debidamente uniformados al personal que labore en la ESTACION DE SERVICIO de acuerdo a los estándares MOBIL.*
- 4.1.6.** *Utilizar y mantener los equipos y la ESTACION DE SERVICIO de acuerdo a los más altos estándares de operación, seguridad e imagen evitando todo procedimiento que exponga a la ESTACION DE SERVICIO, su personal, terceros o bienes de éstos y al medio ambiente, a riesgos de accidentes durante la operación y descargue de combustible en la misma.*
- 4.1.7.** *Cumplir los estándares de operación, imagen, servicio al cliente y de mantenimiento señalados por la persona o personas designadas por EXXONMOBIL para este efecto, a través de los documentos y manuales que EXXONMOBIL entregue a los distribuidores con las indicaciones correspondientes.*

Análisis.-

Las cláusulas sobre políticas de mantenimiento de la estación de servicio en óptimas condiciones para el buen funcionamiento y la comodidad del clientes son fuente indispensable para asegurar las ventas de los productos o servicios. Lo mismo sucede con las políticas relacionadas con la atención al cliente, las comercializadoras deben considerar a éste como la persona más importante dentro del proceso de comercialización, y es por esta razón, que sus políticas van dirigidas a la comodidad y buena atención al cliente. El combustible es un producto de indispensable consumo, la mayoría de personas necesitamos incondicionalmente del combustible, es por esto que la imagen de una compañía comercializadora se rige por la importancia que le da al cliente al consumir un producto o servicio bajo su marca y responsabilidad. Esta razón es la que lleva a las compañías multinacionales a establecer un horario de atención ininterrumpido y mantener los productos y servicios que ofrecen impecables y de buen funcionamiento. La primera imagen que se lleva el cliente cuando acude a una estación de servicios es la que le quedará en la mente por siempre, por ende junto con esta imagen esta la de la marca, colores, etc., sea buena o mala la imagen, es perjudicable o beneficiosa para la compañía comercializadora. De esta manera, se imponen responsabilidades al distribuidor de combustibles, ya que no sólo debe estar preocupado por el producto que distribuye, sino también por la imagen global que debe dar la estación, manteniendo como prioridad la atención al cliente y la limpieza ante todo. Es impresionante la comparación de estas dos compañías multinacionales con la nacional, en ninguna cláusula, ésta última, establece

normas de operación de la estación de servicio, lo caracteriza como un punto secundario, no hace énfasis en la operación correcta y mantenimiento que debe seguir la estación para ofrecer el mejor servicio al cliente. La seguridad que deben establecer frente al cliente con respecto de los surtidores de combustible y de todos los riesgos que pueden producirse en una estación, se establece manteniendo los equipos, surtidores y la estación en sí, en las mejores condiciones de operación. La negligencia de cualquiera de las dos partes puede conllevar a situaciones catastróficas, en las que se determinará la responsabilidad de una de las partes y proceder a la indemnización de daños y perjuicios del afectado o afectados. Es por esto que las multinacionales, en sus contratos establecen responsabilidades dirigidas hacia el distribuidor en las partes pertinentes, y se responsabilizan directamente en sus operaciones también pertinentes, con el fin de demostrar claramente, en el caso de que suceda algún daño, la obligación de una de las partes de resarcir el daño causado.

Estas cláusulas tiene mucha relación a lo que se refiere en mantener el producto que será comercializado en la cantidad y calidad exacta. Aunque no se establezca en las cláusulas referentes a la atención al público es obligación de las comercializadoras realizar controles de calidad y cantidad a los distribuidores. En el anexo 3, contrato de distribución de Exxonmobil, en el numeral 3.2. que trata de la Protección de los Productos establece que es obligación de la distribuidora de mantener los productos suministrados en el estado que la comercializadora los entrego sin alterar su naturaleza, cantidad o calidad.

Es fundamental establecer cláusulas referentes a calidad, cantidad, operación, mantenimiento y atención al cliente, detrás de ésta gran responsabilidad está la marca y el buen nombre de las comercializadoras, único fundamento para generar mayor volumen de venta y utilidades en corto, mediano y largo plazo.

5.2. Cláusulas Comunes a los Contratos de Distribución de Combustibles.-

A más de la ya citadas cláusulas en el tema anterior, existen otras que son comunes a los contratos de distribución de combustibles, que en realidad pueden pactarse en el mismo contratos o se encuentran como obligaciones en leyes determinadas sobre la comercialización de los contratos. Entre otras, están:

Inspecciones.-

Aunque no es necesario establecer en el mismo contrato ya que el Reglamento vigente que regula las actividades de comercialización de combustible, establece la obligación que tienen las compañías comercializadoras de realizar inspecciones periódicas para verificar el control de calidad y cantidad de su red de distribuidoras, con el fin de emitir informes de las inspecciones realizadas a la Dirección Nacional de Hidrocarburos.

Con respecto a ésta cláusula las dos compañías comercializadoras de combustible multinacionales si hacen referencia y énfasis a la responsabilidad que tienen éstas para realizar las inspecciones, y por otra parte la obligación de los distribuidores de permitir que las inspecciones de verificación, por parte de la comercializadora, se realicen en sus instalaciones. La compañía nacional establece la obligación de la distribuidora de actuar las disposiciones legales pertinentes en materia de comercialización de hidrocarburos, por lo que se entendería que deben realizarse dichas inspecciones y ésta no podrá interrumpir la verificación.

Para una interpretación de estos contratos, como se dijo, es mejor tratar de estipular hasta el más mínimo detalle, y más aún cuando se trate de responsabilidades y obligaciones establecidas en la Ley para que las partes contratantes no objeten o interrumpan las actividades obligatorias que necesitan realizar las comercializadoras.

Cumplimiento de Políticas.

En la redacción de los tres contratos analizados nos damos cuenta que cada uno, por su parte, habla constantemente de que las distribuidoras deben acatar a las políticas internas de la compañía en cuanto a comercialización, distribución, operación, mantenimiento, etcétera, que aunque no se transcriban en el contrato,

se entienden conocidas por la parte contratante y que ésta acepta las condiciones de dichas políticas.

Es necesario que las compañías comercializadoras cuenten con normas o políticas de operación, pues el distribuidor se encarga de aspectos netamente administrativos en cuanto a la estación de servicios; no se preocupa por temas comerciales y de mercadeo que son indispensables para el desarrollo de los centros de distribución encargados de la comercialización de combustibles.

Disposiciones Medioambientales.

De igual forma que otras cláusulas analizadas, las correspondientes a protección del medio ambiente se encuentran establecidas como obligaciones y responsabilidad de las comercializadoras y de las distribuidoras, por lo que la omisión en la estipulación de éstas cláusulas no invalida la responsabilidad ni obligación de acatar las disposiciones legales y de indemnización. Para este efecto las comercializadoras tendrán la responsabilidad de inspeccionar, cuando creyeren conveniente, la estación de servicios. Los distribuidores tendrán la obligación de enviar reportes sobre los daños en la propiedad y que puedan causar daños al medio ambiente.

Responsabilidades Administrativas, Laborales y Tributarias.

Es necesario especificar en los contratos, y como la mayoría lo establecen, que las responsabilidades administrativas, esto es, pago por mantenimiento de la estación de servicio, funcionamiento, etc.; laborales que es contratación de personal previamente calificado, pago de sus remuneraciones, indemnizaciones (si fuere el caso); y, tributarios, es decir, impuestos y contribuciones que graven las actividades mercantiles a las cuales se destina el bien inmueble, correrán por cuenta del distribuidor, por el simple hecho de que en su calidad de propietario o arrendatario del bien inmueble, y encargado de la administración, es el responsable de responder por el buen funcionamiento administrativo de la estación de servicios.

Reparaciones.-

Aunque distintamente estructurados en los contratos analizados, es necesario establecer, que las reparaciones que aseguren la buena conservación de la estación de servicios y de los equipos correrá por cuenta del distribuidor (responsabilidad administrativa).

En todo caso es facultativo de las comercializadoras establecer, en que tipo de daños ellos se hacen responsables, y cual debe ser el monto a cubrir. Es

necesario establecer cláusulas referentes a estos temas, tratando de prever cualquier daño y responsabilidad a futuro.

Aunque pudiéramos alargarnos mucho más en este tema, el objetivo fue analizar las cláusulas de mayor importancia y que su redacción en el contrato de combustibles es indispensable para una mejor interpretación presente y a futuro del contrato.

En todo caso, aquellas cláusulas que vemos estipuladas en los contratos adjuntos, y que no han sido motivo de análisis, es por cuanto las situaciones especiales y condiciones distintivas en cada uno de los contratos. Las situaciones en cuanto a territorio, propiedad, inversiones, préstamos o comodatos, etc, son motivo de redacción al momento de que se suscite una de ellas.

Todas las demás cláusulas son conveniencia y en base al consentimiento de las partes, que son quienes estructuran su contrato en base a los intereses que se generan de conformidad con sus requerimientos comerciales.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El largo camino del presente trabajo llegó a su fin y con el, nuevas y distintas conclusiones en materia de distribución, y en especial, de combustibles en nuestro país.

Es impresionante el análisis realizado en cuanto a temas de aperturas de mercado los nuevos límites comerciales y las consecuencias creadas en cuanto a estos temas, pensando que jamás ésta evolución generadora de nuevas y distintas formas de relación comercial y sociales, llegue a concluir.

Es nuestro deber, como abogados comerciales que somos, mantenernos al límite de éste rompimiento continuo de barreras contractuales y comerciales generadas a través de esta gran masa evolutiva y globalizada que se ha venido creando por muchos años.

Los contratos de distribución son una forma contractual que engloba cantidad de circunstancias inéditas comerciales creadas en base a necesidades e intereses contractuales que giran entorno a éste mundo globalizado en constante crecimiento. Los aspecto fundamentales de contratos de esta naturaleza (atípicos)

es que deben contener estipulados aquellos detalles que los hacen distintivos de los creados con anterioridad y que se encuentran tipificados en la Ley, con el fin de caracterizarlos como funcionales y dinámicos en este mundo de negocios comerciales. La atipicidad por lo tanto, no es un problema es, en cambio, una puerta abierta para los abogados comerciales y de negocios pues dan la facultad de usar la creatividad legal para la construcción de nuevas figuras necesarias para establecer y estructurar contratos comerciales aplicando necesidades e intereses evolutivos y en continuo cambio. Los contratos de distribución son figuras amplias con una gama de espacios para colocar y reflejar correctamente las necesidades de las partes contratantes, relacionadas íntimamente con el comercio.

Un tema de actualidad es la situación que está viviendo el país con respecto a un producto de alto grado de indispensabilidad y de alto volumen de consumo, y aunque las compañías privadas deben acatar las políticas obsoletas del Estado, pueden por su parte ejercer presiones para que la injusta y demarcada política estatal deje de ser influencia para la negociación privada. Como se analizó, las partes contratantes tratan de establecer en sus contratos hasta el más mínimo detalle de aquellas situaciones que puedan provocarse en el futuro, pronosticando para este efecto, responsabilidades y obligaciones a las que deben remitirse. Pero en estos casos en que, la influencia es externa y no depende del desarrollo de la actividad de la distribución del combustible, crea huecos tremendos generado por la relación que establece el Estado, a través de Petrocomercial, con las

comercializadoras; sin que los últimos intervinientes en dicho proceso de comercialización (distribuidores), intervengan directamente en esta relación.

Es innegable la ignorancia ecuatoriana, explicamos que el margen, antes del 18%, ahora del 13%, no constituye un margen neto de ganancia. Cuando comercializamos productos que no son propios estamos sujetos o subordinados a determinadas condiciones desconocidas que no podemos prever en cuanto a precios y márgenes de venta o ganancia, por lo que se debe buscar nuevas soluciones a éstos problemas, que no son más que implementar innovadores servicios para que el volumen de venta y consumo genere más utilidad y mantener un negocio estable y constante dentro de un mercado. Esto sucede con las comercializadoras de combustible, las políticas estatales influyen directamente contra éstas, debiendo generar un mayor volumen de consumo para poder establecerse en el mercado y contar con servicios que cubran las necesidades del público consumidor. Y, es por esta razón que ponen tanto énfasis en tema de marcas, estándares, colores, lemas, logos comerciales, etc, pues el reconocimiento popular de éstas genera solvencia y seguridad frente al consumidor, sin dejar de lado que juntamente con estos aspectos está el de dar la mejor imagen (mantenimiento, operación, atención) al cliente. El desarrollo de las actividades relacionadas con la comercialización de combustibles dio un gran paso con la introducción y creación de compañías comercializadoras de este producto, mejoró notablemente la calidad, los controles e inspecciones generaban confianza al consumidor, y la atención dio un giro y empezó a ser personalizada; no se

puede dar la vuelta a la página y olvidar por completo los beneficios que se crearon a través de dicha situación tratando de perjudicar el negocio de las comercializadoras de combustible, y por consiguiente al consumidor final.

Es momento de que los abogados comerciales y de negocios implanten sus ideas y las reflejen en estructuras normativas novedosas, la gestión de estos profesionales es buscar una negociación que pronostique elementos y situaciones inciertas, que en el tiempo puede como no pueden llegar a suscitarse. La estructura y redacción de contratos de distribución de combustibles debe ser realizada por profesionales corporativos con una imagen comercial y de negocios formada de conformidad con la realidad económica, comercial, social y política del mundo entero; los factores internos han quedado, frente al mundo, obsoletos para realizar actos y contraer obligaciones con respecto de otras personas o partes de distintos países al nuestro.

Esta gestión nos corresponde a nosotros, profesionales formados con directrices básicas para entablar relaciones y negociaciones comerciales y plasmar, dentro de un contrato de distribución de combustibles o de cualquier índole, situaciones basadas en factores influenciables, y que aseguren la estabilidad y constancia de los productos en el mercado, tratando de buscar complacer a las partes contratantes en sus necesidades e intereses, buscando beneficios a corto, mediano y largo plazo. Redactar y estructurar las cláusulas de forma continua, ordenada y coherente es el arma esencial de los contratos de distribución y otros

atípicos, de éstos depende la interpretación de los tribunales y jueces competentes en casos de controversia.

No nos queda más, como abogados comerciales que somos, evolucionar al margen y límites de las nuevas generaciones comerciales, y entender al mundo comercial sin barreras y determinantes internos. Los contratos de distribución de combustibles son un mito en el proceso de comercialización de este producto, no se trata de crear otras figuras contractuales similares, sino de saber interpretar al cliente comercial y reflejar sus necesidades en documentos que lo someterá contractual y comercialmente por un período largo de tiempo.

CAPITULO VII

BIBLIOGRAFÍA

NORMATIVIDAD.-

- Constitución Política de la Republica del Ecuador.
- Código Civil Ecuatoriano Vigente.
- Código de Comercio Ecuatoriano Vigente.
- Código de Comercio Colombiano.
- Ley de Hidrocarburos.
- Ley N° 44 Reformatoria a la Ley de Hidrocarburos.
- Reglamento de Aplicación a la Reformatoria a la Ley de Hidrocarburos.
- Reglamento de Regulación de Precios de Derivados de Petróleo para Consumo Interno. (Decreto Ejecutivo 1433).

- Reglamento de Regulación de Actividades de Almacenamiento, Transporte, Comercialización y Venta al Público de Derivados de Petróleo. (Acuerdo Ministerial 205 - **Derogado**).
- Reglamento para Ejecutar las Actividades de Almacenamiento, Transporte, Comercialización y Venta al Público de los Derivados del Petróleo, producidos en el País o Importados. (Acuerdo Ministerial 347- **Derogado**).
- Reglamento para la Autorización de Actividades de Comercialización de Combustibles Líquidos Derivados de los Hidrocarburos. (Decreto Ejecutivo 2024 – **Vigente**)

DOCTRINA.-

- ABELIUCK, Rene, Las Obligaciones, Editorial Temis S.A., Santiago de Chile, Tomo I.
- ARCE, Javier, Contratos Mercantiles Atípicos, Editorial Porrúa, México 1999.
- CEVALLOS, Víctor, Manual de Derecho Mercantil, Editorial Jurídica del Ecuador, Quito Ecuador 1999.

- GHERSI, Carlos Alberto, Contratos Civiles y Comerciales, Editorial Astrea, Buenos Aires, Tomos I y II.

- MARZORATI, Osvaldo, Sistemas de Distribución Comercial, Editorial Astrea, Buenos Aires, Segunda Edición.

- SALDARRIAGA, Gustavo; VELILLA, Marco Antonio; GARCÍA, Ernesto Rengifo; ZAPATA, Adriana; BERNAL, Ignacio; VARGAS, William; PARRA, Jorge; ARBOLEDA, Santiago; BARRIENTOS, Ana Lucía; ANDERSON, Michael; PERILLA, Publio; Derecho de la Distribución Comercial, El Navegante Editores, Santa Fé de Bogotá Colombia, 1995.

- CUERVO, Luis Enrique, Introducción al Derecho y la Política de Petróleos, Editorial Javegraf, Bogotá Colombia, 2001.

FUENTES SECUNDARIAS DE INVESTIGACIÓN.-

- GUERRA, Samuel, HIDALGO, Susana, Una Década de Opinión en el Ecuador, Quito-Ecuador, 1992.

- PETROECUADOR, El Petróleo en el Ecuador, Octubre 2002.

ENTREVISTAS

- **Dr. Marcelo Garrido**
Gerente Departamento **Legal**
EXXONMOBIL ECUADOR CIA. LTDA.

- **Ab. Xavier Molina**
Asistente Departamento **Legal**
EXXONMOBIL ECUADOR CIA. LTDA.

- **Fernando Montenegro**
Gerente Departamento **Legal**
REPSOL YPF

- **Varios Funcionarios**
Departamento **de Relaciones Institucionales y Comercial**
PETROCOMERCIAL

ANEXOS.-

ANEXO 1.-

CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN SHELL ECUADOR S.A.

ANEXO 2.-

CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN TRIPETROL S.A.

ANEXO 3.-

CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN EXXONMOBIL ECUADOR CIA. LTDA.

ANEXO 1.-

CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN DE COMBUSTIBLES

COMPAÑÍA: SHELL ECUADOR S.A.

CONTRATO DE DISTRIBUCION Y SUMINISTRO

Conste por el presente instrumento el Contrato de Distribución y Suministro que se celebra al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: INTERVINIENTES.-

1.1. Por una parte, el señor....., parte a la que en adelante se la podrá designar como "EL DISTRIBUIDOR"; y,

1.2. Por otra, la compañía SHELL ECUADOR S.A., debidamente representada por su Gerente General,, conforme lo acredita con la copia de su nombramiento aceptado e inscrito que se acompaña, parte a la que en adelante se la podrá designar como "SHELL" o "LA COMERCIALIZADORA".

SEGUNDA: DEFINICIONES.-

1.- SHELL: Significa para los efectos de este contrato, SHELL ECUADOR S.A. e incluye cualquier compañía subsidiaria o asociada o designada por SHELL ECUADOR S.A. para actuar en su nombre y representación.

2.- ESTACION DE SERVICIO (E/S): Establecimiento destinado al desarrollo de alguna, algunas o todas las siguientes actividades: Venta de combustibles marca SHELL, a través de surtidores existentes o aquellos que se instalen en el futuro, venta de lubricantes marca SHELL, venta de productos y servicios para el automóvil y/o del automovilista (lavado del automotor, engrase, cambio de lubricantes, venta de repuestos para el automotor, autoservicio de artículos para el automovilista, sin ser esta una lista excluyente); y compuesto por los bienes inmuebles y muebles destinados al desarrollo de las actividades enunciadas.

3.- EL DISTRIBUIDOR: Significa la persona jurídica firmante del presente contrato, a quien SHELL suministra sus productos para que sean vendidos al público en la E/S.

4.- PARTE o PARTES: PARTE significa SHELL y/o EL DISTRIBUIDOR, en forma indistinta, y PARTES significa ambas en forma conjunta.

5.- PRODUCTOS SHELL.- Entiéndase como tales a los combustibles derivados del petróleo, lubricantes, grasas para uso automotriz y demás artículos marca SHELL o proporcionados por SHELL al DISTRIBUIDOR para su comercialización al público.

TERCERA: ANTECEDENTES.-

3.a. El señor es propietario del predio ubicado en y cuya superficie es de metros cuadrado, cuyos linderos y dimensiones son:

3.b. El señor adquirió la propiedad descrito, por

3.c. Sobre los inmuebles descritos se encuentra por construir e instalar o construído e instalado una E/S dedicada o por dedicarse al expendio de combustibles, lubricantes y otros derivados del petróleo, bienes de uso automotor y a la prestación de servicios a vehículos motorizados, cuyo funcionamiento se encuentra debidamente autorizado.

CUARTA: DISTRIBUCION Y SUMINISTRO DE PRODUCTOS.- SHELL se compromete a distribuir y suministrar al señor, los productos marca SHELL, para su comercialización, por parte del Distribuidor, en la E/S construida e instalada en el bien inmueble descrito en la cláusula anterior, según las estipulaciones indicadas en las cláusulas siguientes.

QUINTA: PLAZO DE LA DISTRIBUCION Y SUMINISTRO.- La distribución y suministro de los productos SHELL se pacta por el plazo de quince años contados

a partir de .. de..... de 1996 por lo que vencerá el .. de del año 2011 siempre y cuando la totalidad del volumen pronosticado de compras a SHELL sea alcanzado durante este período, de lo contrario se ampliará el plazo del contrato de acuerdo a lo señalado en la cláusula 8.5.

Al vencimiento del plazo el contrato se entenderá prorrogado automáticamente por períodos iguales y sucesivos de 5 años cada uno, salvo que cualquiera de las partes manifieste a la otra su intención de ponerle término, lo que deberá notificarse por escrito con no menos de 6 meses de anticipación a la fecha de expiración del período inicial o de cualquiera de sus prórrogas.

SEXTA: OBLIGACIONES DE SHELL.- SHELL asume las siguientes obligaciones:

6.1. Distribuir y suministrar al DISTRIBUIDOR los productos marca SHELL, en las cantidades que le sean requeridas.

Se aclara que no constituirá incumplimiento de parte de SHELL la falta de suministro de uno o más productos, cuando tal omisión se diese a que por restricciones legales, administrativas o cualquier otra causa externa no estuviere en capacidad de obtener el suministro de productos en cantidades suficientes para cubrir la demanda de la E/S o cuando existieren causas que distorsionen el sistema normal de suministro que no permitieren a SHELL realizar el

abastecimiento en condiciones económicas similares a las actuales o que por causas de fuerza mayor o caso fortuito se viera imposibilitada de continuar con sus operaciones en el Ecuador.

6.2. Proporcionar al DISTRIBUIDOR asesoría técnica y comercial para la adecuada distribución de los productos SHELL, de acuerdo con los programas que SHELL establezca sobre la materia.

6.3. Proporcionar apoyo al personal del DISTRIBUIDOR, de acuerdo con los programas de capacitación que SHELL desarrolle.

6.4. Proporcionar apoyo al DISTRIBUIDOR para la promoción de la venta de los productos SHELL.

6.5. Cumplir con las obligaciones legales y administrativas referentes a las especificaciones técnicas y de calidad de los productos SHELL.

6.6. Responder de los productos SHELL hasta su entrega física al DISTRIBUIDOR. Se entenderá que la misma se ha producido a partir del momento que atraviesa la boca de descarga del camión cisterna o desde que los productos envasados son físicamente recibidos por el personal del DISTRIBUIDOR en la E/S.

6.4. Proporcionar apoyo al DISTRIBUIDOR para la promoción de la venta de los productos SHELL.

SEPTIMA: REPARACIONES.- Las reparaciones y/o mantenimiento que aseguren la buen conservación de la E/S y equipos será de cargo de EL DISTRIBUIDOR, quien tendrá a su cargo los costos de los materiales, repuestos, accesorios y demás implementos que se requieran para su reparación y mantenimiento. Será de cuenta de SHELL el valor de la mano de obra de los trabajos de reparación. Todo lo relativo a la limpieza y pulcritud de la estación será responsabilidad de EL DISTRIBUIDOR.

La obligación contraída por SHELL en los párrafos anteriores relativa al pago de la mano de obra será exigible siempre y cuando los daños ocasionados a los equipos no hayan devenido de la negligencia o mala fe de EL DISTRIBUIDOR o de sus trabajadores.

Sin perjuicio de lo anterior, EL DISTRIBUIDOR deberá permitir en todo momento la entrada a la E/S del personal autorizado de SHELL cuando ésta considere necesario realizar inspecciones y efectuar trabajos para la buena conservación de la E/S y el correcto funcionamiento de los equipos y que por negligencia y/o demora de EL DISTRIBUIDOR no se hubiere efectuado.

OCTAVA: OBLIGACIONES DEL DISTRIBUIDOR.- EL DISTRIBUIDOR se obliga a lo siguiente:

8.1. Destinar exclusivamente la E/S a la comercialización de combustibles, lubricantes, repuestos, accesorio y otros productos para la atención de vehículo motorizados que le sean proporcionados por SHELL, e inclusive a la venta de artículos diversos, a través del establecimiento de minimercados y otros negocios relacionados con la E/S.

8.2. Comprar exclusivamente los productos SHELL a los precios de facturación indicados por SHELL y, a la vez, aceptar la política de SHELL en lo relativo a los precios de venta al consumidor final. A este respecto, SHELL garantiza márgenes de utilidad en la entrega de combustibles a favor de EL DISTRIBUIDOR, siempre y cuando no exista competencia desleal o agresiva en precios en la zona de influencia de la E/S o que causas de fuerza mayor impidan cumplir con lo indicado.

Tomando como base el sistema actual de logística y suministro, SHELL determina a favor del DISTRIBUIDOR, un porcentaje de utilidad del precio de venta al público y de costo de adquisición en el Terminal de Petrocomercial de un ..% del precio de adquisición del producto de SHELL.

SHELL se compromete a cumplir con la distribución del margen descrita siempre y cuando se mantengan las reglas de comercialización vigentes en el país así como la logística y fuentes de suministro actuales. Así mismo se excluye de este sistema cualquier nuevo producto que pudiere SHELL lanzar al mercado en el futuro.

8.3. Mantener la configuración de la E/S, conforme a los planos y especificaciones convenidas, no pudiendo efectuar cambios, sustituciones y en general realizar cualquier acto que implique alterarla, salvo que cuente con la autorización previa y escrita de SHELL.

8.4. Operar en forma continua e ininterrumpida la E/S prestando atención al público durante todos los días de la semana y durante las veinticuatro horas, salvo caso fortuito o fuerza mayor.

8.5. Mantener un promedio mensual de compras a SHELL superior a galones mensuales de combustibles y a ... galones mensuales de lubricantes, salvo que EL DISTRIBUIDOR justifique que por motivos de fuerza mayor o caso fortuito no ha logrado alcanzar el volumen de ventas promedio en la E/S. En todo caso EL DISTRIBUIDOR deberá, durante los quince años de vigencia de este contrato, alcanzar un volumen total de compras a SHELLgalones; pero de no cumplir con dicho volumen deberá prorrogarse el contrato por el periodo necesario para cumplir con la totalidad del compromiso de los galones establecidos.

8.6. Comprar exclusivamente a SHELL sus productos para mantener las existencias de productos en los volúmenes adecuados para satisfacer los requerimientos de la demanda de productos en la E/S.

8.7. Pagar a SHELL el precio de los productos en la fecha indicada, pago que podrá efectuarse de alguna de las formas siguientes, a convenir entre SHELL y EL DISTRIBUIDOR:

a) Mediante cheque directo de EL DISTRIBUIDOR a favor de SHELL contra entrega del producto.

b) Mediante débito automático a través de una entidad bancaria convenida previamente por SHELL

c) A través de una tarjeta de crédito (tarjeta de compra) aceptada y diseñada especialmente para la comercialización de productos SHELL.

El incumplimiento de pago o cualquier inconveniente que se le presentare a SHELL en hacer efectivo el cobro del precio obliga al DISTRIBUIDOR a abonar intereses de mora que correrán desde la fecha de la entrega de los productos.

Sin perjuicio de lo anterior, SHELL podrá establecer formas de pago con EL DISTRIBUIDOR como el pago por la entrega del producto a consignación.

Para el caso en que EL DISTRIBUIDOR incumpliere en tiempo y en forma con esta obligación, SHELL, a su juicio, podrá suspender el suministro de los productos.

8.8. Mantener la E/S y todo el equipo e instalaciones en buen estado de presentación, conservación y aseo. Serán de cargo exclusivo del DISTRIBUIDOR los gastos extraordinarios que deban efectuarse para reparar el equipo por el negligente, descuidado o abusivo uso del mismo por parte del DISTRIBUIDOR o su personal.

8.9. Asegurar la óptima calidad de los servicios complementarios que EL DISTRIBUIDOR preste al público, incluyendo los servicios de expendio de artículos de consumo para el público, obligándose a subsanar cualquier observación sobre calidad, presentación o seguridad que SHELL le formule.

8.10. Dirigir las operaciones de la E/S cuidando que su personal de trabajadores ejecute sus labores en forma eficiente y esmerada, compatible con el prestigio comercial de SHELL y de sus productos. A tal efecto EL DISTRIBUIDOR, se obliga a que el personal use permanentemente el uniforme de trabajo diseñado o aprobado por SHELL.

8.11. Mantener la calidad y cuidar que la cantidad de los productos que expendan sea impecable y a satisfacción de SHELL.

EL DISTRIBUIDOR será responsable de cualquier sanción que pudiere imponérsele administrativa o judicialmente, o, de cualquier reclamo de clientes derivado de la alteración de la calidad o cantidad de los productos SHELL o por los servicios que preste la Estación, así como por contravenir las disposiciones vigentes sobre la preservación del medio ambiente.

8.12. Adoptar todas las precauciones técnicas necesarias para evitar los riesgos propios del negocio y, en especial, conservar extinguidores ~~de incendio~~ y otros instrumentos de prevención de riesgos inherentes, que estarán siempre en perfecto estado de funcionamiento.

8.13. Cumplir todas las disposiciones legales y reglamentarias, incluyendo las normas contenidas en el Manual de Operación y demás instructivos conferidos por SHELL aplicables a la operación de la E/S.

8.14. Permitir a SHELL verificar y ejecutar dentro de la E/S, las mejoras que considere conveniente.

8.15. Reportar a SHELL, por escrito y de manera inmediata, los daños, desperfectos o fuga de combustibles que se produzcan en los equipos o sus instalaciones para que proceda a su reparación. Se aclara que SHELL no será responsable de los daños y perjuicios que se ocasionen durante el tiempo en que se haya detectado el desperfecto hasta su notificación. En este caso, los referidos daños serán de cargo del DISTRIBUIDOR.

8.16. Permitir a SHELL el uso de las paredes, techos, ventanas y demás partes de la E/S para que coloque los anuncios que estime conveniente de los productos que expendan al público;

8.17. Efectuar los pagos ordinarios y extraordinarios por los servicios de energía eléctrica, agua potable y teléfonos; asimismo serán por cuenta de EL DISTRIBUIDOR los pagos de los impuestos, contribuciones, derechos y tasas de cualquier clase que graven las actividades mercantiles a las cuales se destina el bien inmueble.

NOVENA: TRANSFERENCIAS, CESIONES O AFECTACIONES.- EL DISTRIBUIDOR no podrá enajenar o ceder en cualquier forma o a cualquier título, en todo o en parte, el presente contrato o los derechos que de él se deriven o dar participación en él a terceras personas, sin autorización previa y escrita de SHELL.

SHELL, por su parte, queda expresamente autorizada por EL DISTRIBUIDOR para ceder los derechos y transferir las obligaciones contenidas en este contrato.

EL DISTRIBUIDOR no podrá ceder el uso, arrendar el inmueble que constituye la E/S o dar en operación el minimercado que se instalare dentro de la E/S a otra persona sin la autorización previa y escrita de SHELL. En caso de que SHELL lo autorice,.

DECIMA: DAÑOS, PERDIDAS Y SEGURO.- EL DISTRIBUIDOR será responsable por la pérdida, deterioro o cualquier daño que sufran los bienes objeto de este contrato y que se produzcan por causas imputables al mismo, a su personal, a las personas usuarias de la E/S o de terceros en general.

Para prever la responsabilidad indicada, EL DISTRIBUIDOR deberá contratar y mantener asegurada la E/S por los riesgos de incendio o explosión, lesiones corporales o muerte, robo y responsabilidad civil.

DECIMA PRIMERA: RIESGOS DE LA EXPLOTACION COMERCIAL.- Las partes dejan expresa constancia que SHELL no tiene ni asume responsabilidad alguna por las relaciones u obligaciones comerciales o de otra índole que EL DISTRIBUIDOR realice en la explotación de la E/S, ni por los daños o perjuicios de cualquier naturaleza que la explotación de la E/S, o los productos con los

cuales opera, pueda ocasionar a terceros, riesgos que, desde luego, asume EL DISTRIBUIDOR.

Asimismo, las partes declaran expresamente que tampoco SHELL tiene ni asume responsabilidad alguna derivada de las relaciones u obligaciones de carácter laboral, tributario o de cualquier otra especie o naturaleza, que exista entre EL DISTRIBUIDOR y sus trabajadores, dependientes, técnicos o profesionales independientes, contratistas, etc.

Del mismo modo, todos los impuestos, prestaciones, derechos, patentes, sean fiscales o municipales, que afecten al establecimiento y a sus operaciones serán de cargo exclusivo de EL DISTRIBUIDOR.

DECIMA SEGUNDA: INSPECCIONES.- Durante la vigencia de este contrato SHELL queda facultada para inspeccionar la E/S a fin de determinar el cumplimiento de las obligaciones a cargo del DISTRIBUIDOR. A tal efecto, podrá tomar muestras de los productos, las que se extraerán en 3 juegos y serán debidamente cerradas en forma inviolable y firmadas, quedando una en poder de cada una de las partes y la tercera se utilizará para análisis en el laboratorio de SHELL. Si EL DISTRIBUIDOR no estuviera conforme con los resultados del análisis tendrá derecho a solicitar un nuevo ensayo, a su costo, que se realizará

en presencia de ambas partes y en un laboratorio acordado por ambas partes y los resultados obtenidos serán tenidos por definitivos.

Así mismo SHELL podrá formular observaciones, recomendaciones y sugerencias referentes al uso de las instalaciones y demás bienes. Será obligación de EL DISTRIBUIDOR aceptar e implementar de inmediato las normas y recomendaciones de seguridad indicadas por SHELL y la prestación de los servicios según las estipulaciones que se establecen en este contrato.

DECIMA TERCERA: RESOLUCION DEL CONTRATO.- SHELL está facultada para resolver el presente contrato unilateralmente, sin necesidad de declaración judicial y por escrito, por las siguientes causas:

13.1. Por declaración de insolvencia o quiebra de EL DISTRIBUIDOR.

13.2. Si por causas imputables al DISTRIBUIDOR, fuera privado del todo o parte de las licencias, permisos y autorizaciones que posea para la operación de la E/S.

13.3. Si EL DISTRIBUIDOR no cumple con mantener los estándares de calidad o cantidad de los productos SHELL, siempre y cuando se haya comprobado la responsabilidad del DISTRIBUIDOR.

13.4. Si EL DISTRIBUIDOR comprare parcial o totalmente productos comercializados por otra marca que no fuere SHELL.

13.5. Si EL DISTRIBUIDOR incumple cualquiera de las obligaciones esenciales del presente contrato.

Una vez terminado el presente contrato, por cualquier causa que le diera origen, SHELL retirará los equipos de su propiedad proporcionados a EL DISTRIBUIDOR y éste discontinuará de inmediato el uso de los signos identificatorios SHELL en la E/S y se abstendrá de utilizar marcas o colores similares a los de SHELL.

EL DISTRIBUIDOR podrá quedarse con los tanques instalados en la E/S con sus respectivas tuberías únicamente, si SHELL decidiera dar por terminado el contrato de distribución antes del vencimiento del plazo establecido en este contrato y cuyas causas de resolución no sean las establecidas en esta cláusula.

ANEXO 2.-
CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN DE COMBUSTIBLES
COMPAÑÍA TRIPETROL GAS S.A.

CONTRATO DE AFILIACION y DISTRIBUCIÓN

A la celebración de este contrato de AFILIACIÓN Y DISTRIBUCION comparecen:

PRIMERA: COMPARECIENTES.-

- 1.1 TRIPETROL GAS S.A. representada para este acto por su Gerente General y Representante Legal, de conformidad con el nombramiento inscrito que se agrega, empresa a la cual, y para fines de contratación se le denominará LA COMERCIALIZADORA .

- 1.2 por sus propios y personales derechos en su calidad de propietario de un terreno ubicado en la Panamericana Sur y calle Marco Aurelio Zubía, Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi y quien para fines de contratación se le denominará EL AFILIADO y/o simplemente EL DISTRIBUIDOR.

- 1.3, por sus propios y personales derechos y con el fin de constituirse en GARANTE SOLIDARIO e Indivisible de todas las obligaciones que EL DISTRIBUIDOR adquiere a favor de LA COMERCIALIZADORA mediante este contrato, renunciando expresamente cualquier beneficio de orden o de excusión que pudiera favorecerle.

SEGUNDA: ANTECEDENTES Y OBJETO.-

2.1 LA COMERCIALIZADORA es una compañía constituida bajo las leyes de la República del Ecuador, con domicilio principal en la ciudad de Quito y debidamente calificada por el Ministerio de Energía y Minas como Comercializadora de COMBUSTIBLES, LUBRICANTES y PRODUCTOS ANÁLOGOS.

2.2 LA COMERCIALIZADORA ha calificado favorablemente al AFILIADO Y DISTRIBUIDOR con el fin de que en el indicado terreno se construya una moderna estación de servicio y se constituya en un afiliado a la Red de Distribuidores de TRIPETROL GAS S.A. y venda y distribuya los Productos Derivados de Petróleo bajo la identificación y marca de LA COMERCIALIZADORA en el nuevo centro de Distribución de propiedad de el DISTRIBUIDOR.

2.3 LA COMERCIALIZADORA así también suscribió en EL DISTRIBUIDOR un contrato inicial de AFILIACION y DISTRIBUCION en fecha 15 de Octubre de 1.998, contrato que las partes por así convenir a sus mutuos Intereses deciden dejarlo sin efecto alguno a partir de la fecha de suscripción de este nuevo Contrato de Afiliación y Distribución y por el cual se modifican algunas disposiciones contractuales en beneficio del DISTRIBUIDOR.

TERCERA: AFILIACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

LA COMERCIALIZADORA contrata como uno de sus afiliados a su red de Distribuidores y por tanto como su DISTRIBUIDOR al....., para que distribuya Productos derivados de Petróleo por medio del Centro de Distribución de su propiedad y que LA COMERCIALIZADORA le proveerá, aceptando EL DISTRIBUIDOR la relación de DISTRIBUCIÓN y AFILIACIÓN A LA RED DE DISTRIBUIDORES DE TRIPETROL GAS S.A., que continúa entre las partes.

CUARTA: OBLIGACIONES DEL AFILIADO Y DITRIBUIDOR.-

- 4.2. Distribuir y vender en forma exclusiva los productos derivados de petróleo bajo la identificación, marca, colores y distintivos de los productos derivados del petróleo que LA COMERCIALIZADORA le proveerá.
- 4.3. Permitir a LA COMERCIALIZADORA cuantas inspecciones esta deba realizar en el CENTRO DE DISTRIBUCION de propiedad de EL DISTRIBUIDOR, o cualquier tipo de registro en aras a determinar un cabal cumplimiento por parte del DISTRIBUIDOR a lo convenido en este contrato y a las disposiciones legales sobre Hidrocarburos.
- 4.4. Acatar en forma estricta todas las normas de procedimiento, comercialización, seguridad y protección establecidas en la Ley de

Hidrocarburos, Decretos Ejecutivos, Acuerdos Ministeriales y en general a toda disposición vigente para la materia, así como a las disposiciones establecidas por la Dirección Nacional de Hidrocarburos, y por LA COMERCIALIZADORA.

- 4.5. Pagar máximo en el término de ocho días (8) los valores que adeudare a LA COMERCIALIZADORA por provisión de combustibles, debiendo reconocer en caso de retraso en el pago, el máximo Interés moratorio vigente a la fecha en la que se perfeccione el pago.
- 4.6. Responder por la calidad y cantidad de los Derivados de Petróleo que distribuya al consumidor final, así como por los daños y perjuicios que originare a LA COMERCIALIZADORA por su incumplimiento a las disposiciones de este contrato y a resarcirle de las sanciones que le impusiere la Dirección de Hidrocarburos por omisiones ó faltas de EL DISTRIBUIDOR.
- 4.7. Exhibir en su Centro de Distribución la lista de precios de los Derivados de Petróleo que distribuya observando en forma estricta la política relativa al precio de venta al consumidor final que haya establecido LA COMERCIALIZADORA.

- 4.8. Realizar el mantenimiento preventivo y correctivo que se requiera en su Centro de Distribución conforme a las necesidades, precautelando la seguridad, imagen y buen servicio al consumidor final.
- 4.9. Acatar todas las normas técnicas y procedimientos que dicte LA COMERCIALIZADORA, por medio del Manual de Procedimiento vigente.
- 4.10. Prestar todo el apoyo para la consecución de los permisos y aprobación de planos en el Municipio de Latacunga y tramitar las autorizaciones correspondientes para la construcción y posterior operación de la Estación de Servicio en la Dirección Nacional de Hidrocarburos y Petrocomercial.

QUINTA: OBLIGACIONES DE LA COMERCIALIZADORA

- 5.3. Elaborar los planos requeridos para la construcción de la moderna Estación de Servicios, tanto la determinación de la infraestructura como de su equipamiento, deberá establecerse de común acuerdo entre las partes contratantes.
- 5.4. Respalda la gestión de EL DISTRIBUIDOR con publicidad adecuada a las políticas y estadísticas de LA COMERCIALIZADORA. EL DISTRIBUIDOR de acuerdo a las necesidades del mercado, podrá solicitar por escrito a LA COMERCIALIZADORA su autorización expresa y escrita para la

realización de un programa específico de publicidad cuyos costos una vez aprobados por LA COMERCIALIZADORA, incurrirán en el 50% cada una de las partes.

- 5.5. Proporcionar al DISTRIBUIDOR el asesoramiento técnico permanente que sea necesario para el correcto desempeño de la DISTRIBUCION materia de contratación en todos los aspectos relativos al transporte, mercadeo y distribución de los productos derivados de petróleo materia de este contrato.
- 5.6. Proveer y despachar en forma oportuna los productos derivados de petróleo bajo su marca y que le hayan sido solicitados por EL DISTRIBUIDOR durante la vigencia de este contrato, a no ser por causas de FUERZA MAYOR, CASO FORTUITO O POR RAZONES DE INCUMPLIMIENTO DE ESTE CONTRATO. por parte de EL DISTRIBUIDOR.
- 5.7. Realizar los controles de calidad y cantidad rutinarias y especiales.
- 5.8. Entregar los combustibles en el terminal de AMBA TO de Petrocomercial y en caso de que Petrocomercial no disponga de producto en este terminal LA COMERCIALIZADORA realizará todos sus mejores esfuerzos para

abastecerle desde otro Depósito-Terminal, en cuyo caso los costos y gastos que ocasione este cambio serán de cuenta del DISTRIBUIDOR.

- 5.9. Colaborar en los trámites de las autorizaciones respectivas y la aprobación de planos por parte del municipio de Latacunga.
- 5.10. Tramitar en la Dirección Nacional de Hidrocarburos y Petrocomercial los respectivos permisos de construcción y operación de ESTACIONES DE SERVICIO.
- 5.11. Pagar la prima del Seguro requerido por la Dirección Nacional de Hidrocarburos en cuanto se refiere a incendio; explosión. terremoto y Responsabilidad Civil.

SEXTA: NATURALEZA DE ESTE CONTRATO.-

Este contrato es de estricta naturaleza COMERCIAL y específicamente de AFILIACION y DISTRIBUCION, conforme la terminología utilizada en la Ley de Hidrocarburos, Acuerdos y Reglamentos vigentes, por lo cual no podrá alegarse la existencia de vínculo adicional comercial entre las partes, como de intermediación, agencia, o Mandato, ni mucho menos de carácter laboral entre LA COMERCIALIZADORA y EL DISTRIBUIDOR, ni tampoco entre LA COMERCIALIZADORA y los dependientes, estables u ocasionales de EL

DISTRIBUIDOR, sin perjuicio de que EL DISTRIBUIDOR rinda cuentas a LA COMERCIALIZADORA. Este contrato no confiere al DISTRIBUIDOR Mandato alguno para que obre a nombre o representación de LA COMERCIALIZADORA, que no sea el exclusivo objeto determinado en la cláusula tercera de este instrumento.

EL DISTRIBUIDOR es el único responsable por el pago de toda obligación patronal o de otro orden que tenga para con su personal, así como de impuestos, tasas, contribuciones Municipales o Fiscales y disposiciones de Hidrocarburos que en virtud del giro de su negocio se encuentre obligada a cumplir, eximiendo a LA COMERCIALIZADORA de toda responsabilidad por su incumplimiento.

SEPTIMA: DURACION DE ESTE CONTRATO.-

Este contrato tendrá una duración de CINCO (5) AÑOS a partir del inicio de Operaciones de la Estación, pudiendo entenderse renovado por similar periodo o condiciones que las aquí convenidas, a falta de notificación escrita de uno de los contratantes con por lo menos SESENTA (60) DIAS de anticipación a la fecha de terminación, y así sucesivamente.

En cualquier tiempo y por cualquier causa que termine este contrato, EL DISTRIBUIDOR deberá suscribir con LA COMERCIALIZADORA un Acta de terminación de este contrato de Distribución.

Únicamente con la suscripción de acta de terminación de la DISTRIBUCION, EL DISTRIBUIDOR quedará exento de cualquier tipo de reclamación por parte de LA COMERCIALIZADORA.

OCTAVA: CAUSALES DE TERMINACION DE ESTE CONTRATO.-

- 8.1. Por cumplimiento del plazo acordado previa notificación de una de las partes con la antelación conceptuada en la cláusula precedente.
- 8.2. En forma anticipada por mutuo acuerdo de las partes y expresada en forma expresa y escrita.
- 8.3. Por incumplimiento de una de las partes al presente contrato. debiendo decretarse la resolución del mismo en el procedimiento arbitral determinado en este Instrumento.
- 8.4. Por fuerza mayor o caso fortuito debida y legalmente probados.
- 8.5. Por muerte o incapacidad legal o física de EL DISTRIBUIDOR.
- 8.6. Por liquidación legal de LA COMERCIALIZADORA.

NOVENA: CLAUSULA PENAL.-

Si una de las partes incumpliere cualquiera de las obligaciones que adquiere por medio de este contrato pagará a favor de la otra parte, de contado, una multa equivalente a CUARENTA MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA (USD\$40.000,00), sin perjuicio de los daños y perjuicios a los que hubiere dado lugar por su incumplimiento. La pena por incumplimiento y/o indemnización de daños y perjuicios causados por el DISTRIBUIDOR, podrán ser aplicados por LA COMERCIALIZADORA aún dos años después de la terminación de este contrato.

DECIMA: MARGEN DE UTIUDAD.-

LA COMERCIALIZADORA fijará los precios de venta de los Productos Derivados de Petróleo a EL DISTRIBUIDOR y de esta al consumidor final de acuerdo a las disposiciones legales en la materia, así como a los principios de oferta y demanda (mientras este principio estuviere permitido por las leyes pertinentes).

EL DISTRIBUIDOR participará del ochenta y tres punto treinta y cuatro por ciento (83.34%) del margen de comercialización bruto, esto es, entre el precio de terminal de Petrocomercial y el de venta al público determinado por LA COMERCIALIZADORA.

Con la utilidad señalada EL AFILIADO Y DISTRIBUIDOR se declara pagado a satisfacción por todo concepto, esto es, incluidos todos los costos y gastos operativos y de mantenimiento, transporte, utilidad por la venta, distribución y afiliación materia de este contrato, por lo cual LA COMERCIALIZADORA no reconocerá porcentaje o valor adicional alguno por ningún concepto al DISTRIBUIDOR.

DECIMA PRIMERA: FUERZA MAYOR O CASO FORTUITO.-

EL DISTRIBUIDOR, por tratarse de un Servicio público no podrá suspender LA DISTRIBUCION de Productos derivados de petróleo en su centro de Distribución denominado RUMIPAMBA.

Sin embargo queda conceptuada para cualquiera de las partes los hechos o eventos imputables a FUERZA MAYOR O CASO FORTUITO justificado a satisfacción de la otra parte y de las autoridades respectivas de Hidrocarburos, entendiéndose por tales las imprevistas o inevitables que no son posible resistir, como terremoto, conmoción nacional, disposiciones gubernamentales y cualquier caso o circunstancia fuera de control, incluyendo, restricciones que afecten a la normal actividad comercial o al transporte y que impidan la entrega o la recepción de los productos derivados de petróleo materia de este contrato; la parte que se viere imposibilitada de cumplir este contrato por FUERZA MAYOR o CASO FORTUITO notificará a la otra parte sobre tales hechos máximo dentro de veinticuatro horas (24) de producidos los mismos.

Si los hechos imputables a la Fuerza Mayor o Caso Fortuito persistieren durante el plazo de treinta días o más, por mutuo acuerdo de las partes, se podrá dar por terminado el presente contrato con efecto inmediato.

DECIMA SEGUNDA: LICENCIA PARA EL USO DE MARCA.-

Durante la vigencia de este contrato, el DISTRIBUIDOR exhibirá los emblemas con la marca de los derivados del petróleo de LA COMERCIALIZADORA, para lo cual LA COMERCIALIZADORA otorga licencia al DISTRIBUIDOR a fin de que exhiba dicha marca en el Centro de Distribución de su propiedad.

DECIMA TERCERA: PROHIBICION DE CESION.-

Queda expresamente prohibido al DISTRIBUIDOR el ceder total o parcialmente los derechos y obligaciones del presente Contrato a no ser con autorización expresa, previa y escrita de LA COMERCIALIZADORA, y si lo hiciere sin dicha autorización en la forma indicada, a más de que queda LA COMERCIALIZADORA facultada para desconocer dicha cesión y dar por terminado automáticamente el presente contrato, EL DISTRIBUIDOR quedará solidaria e indivisiblemente obligado con LA COMERCIALIZADORA por las obligaciones que el tercero beneficiado de la cesión, haya adquirido por cualquier concepto a favor de LA COMERCIALIZADORA. En caso de fallecimiento del DISTRIBUIDOR, sus

herederos quedan obligados solidaria e indivisiblemente al pago de toda obligación que EL DISTRIBUIDOR hubiere adquirido a favor de LA COMERCIALIZADORA.

DECIMA CUARTA: DOMICILIO Y NOTIFICACIONES.-

Para fines de la correspondencia que las partes se cursarán, deberán hacerlo a sus siguientes direcciones: A LA COMERCIALIZADORA en la calle Hungría N31-84 entre Moreno Bellido y Vancouver de la ciudad y cantón de Quito, al DISTRIBUIDOR en la Avenida Eloy Alfaro sin número, junto a Pollos GUS, teléfono 811508 en la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi.

DECIMA QUINTA: TOLERANCIA DEL INCUMPLIMIENTO.-

Cualquier tolerancia por parte de LA COMERCIALIZADORA de actos u omisiones que constituyan incumplimiento de las obligaciones que adquiere el DISTRIBUIDOR mediante este contrato y a favor de LA COMERCIALIZADORA, no constituirán novación ni renuncia de derecho alguno, ni impedirá a LA COMERCIALIZADORA ejercitar en cualquier momento las facultades y atribuciones que le confiere la ley y el presente contrato para el caso de incumplimiento de una o más de las estipulaciones aquí contenidas.

DECIMA SEXTA: ACATAMIENTO DE DISPOSICIONES, ANEXOS Y ADENDUMS.-

- 16.1. Las contratantes se comprometen a acatar las disposiciones legales, reglamentarias, emanadas de autoridad competente y las estipuladas en este instrumento. Para el cabal y legal entendimiento de la terminología utilizada en este instrumento, se remitirá a las definiciones conceptuadas en los acuerdos ministeriales emitidos por el Ministerio de Energía y Minas, así como se entenderán incorporadas a este contrato todas las disposiciones legales relativas a la materia.
- 16.2. Las partes para la operatividad de la DISTRIBUCIÓN, podrán suscribir anexos y/o adendums sobre aspectos que no se conceptúen en este contrato, y que serán considerados parte integrante del mismo. Para el evento de que los contratantes de mutuo acuerdo decidieren modificar, cambiar o extinguir una o varias estipulaciones contenidas en este contrato, deberán suscribir un nuevo contrato de Distribución. En caso de existir contraposición entre las estipulaciones aquí convenidas y las de documentos adendums, prevalecerán las estipulaciones en este contrato.

DÉCIMA SÉPTIMA: COMPROMISO EN CASO DE COMPRAVEBTA DE EQUIPOS, MAQUINARIA O BIENES.-

Los contratantes acuerdan expresamente que en el probable evento que la COMERCIALIZADORA para el cumplimiento de las obligaciones que el DISTRIBUIDOR asume por este contrato, deba entregarle equipos, maquinaria o bienes en venta al DISTRIBUIDOR y/o financiación para la adquisición de los mismo, ante la falta de pago oportuno de los valores que debiere cancelar el DISTRIBUIDOR, la COMERCIALIZADORA podrá interrumpir con efecto inmediato o cuando lo estimare conveniente, el despacho y provisión de combustibles al DISTRIBUIDOR, ya en forma definitiva o temporal a decisión de la COMERCIALIZADORA, sin perjuicio de las acciones a las que, la COMERCIALIZADORA, tuviere derecho por las estipulaciones de este contrato y de otros documentos que se hubieren suscrito entre las partes.

DECIMA OCTAVA: DOCUMENTOS HABILITANTES.-

Son parte integrante del presente contrato, los siguientes documentos habilitantes:

17.1. Copias de cédula de identidad y RUC de los comparecientes.

17.2. Copia certificada de la Escritura de Propiedad del Terreno del Distribuidor.

17.3. Nombramiento certificado del representante legal de la
COMERCIALIZADORA.

DÉCIMA NOVENA: LITIS, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-

Para el caso de reclamación o controversias, los contratantes renuncian domicilio y acuerdan someter sus diferencias al Arbitraje de Derecho ante el Tribunal Arbitral designado por la Dirección del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Quito, cuyo Laudo Arbitral tendrá efecto de sentencia ejecutoriada y cosa juzgada y será ejecutada por la vía de apremio conforme al artículo 32 de la Ley de Arbitraje y Mediación vigente.

ANEXO 3.-
CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN
COMPAÑÍA EXXONMOBIL ECUADOR CIA. LTDA.

CONTRATO DE LA COMPAÑÍA EXXONMOBIL ECUADOR CIA. LTDA

Comparecen a la suscripción del presente contrato de abastecimiento y distribución de combustibles y lubricantes derivados de petróleo y operación de Estación de Servicio denominada El Jardín, en el lugar y fecha antes indicados, las siguientes personas:

A. Por una parte, EXXONMOBIL ECUADOR CIA. LTDA., constituida al amparo de las leyes de la República del Ecuador, con domicilio principal en Quito, representada por el funcionario que suscribe el presente documento, a la que en adelante y para los efectos de este contrato, se la podrá denominar simplemente "EXXONMOBIL"; y,

B. Por otra parte, en calidad de DISTRIBUIDOR:

B.1 Apellidos y Nombres
B.2 Documento Identificación	_____
No.	_____
B.3 Denominación Sociedad
B.4 Cargo Representante	Gerente General
B.5 RUC No.	_____
B.6 Dirección	Av. Cristóbal Troya y Tobar Subía
B.7 Ciudad	Ibarra

B.8 Teléfono

B.9 Fax

B.1 Correo electrónico

0

B.1 ESTACION DE

El Jardín

1 SERVICIO

B.1 Ubicación

Av. Cristóbal Troya y Tobar Subía

2

Quienes de forma libre y voluntaria, por los derechos que representan, convienen en celebrar el presente acuerdo de voluntades, de conformidad con las disposiciones y cláusulas que constan a continuación:

1. ANTECEDENTES:

- 1.1.** EXXONMOBIL ECUADOR CIA. LTDA. cuenta con las calificaciones y autorizaciones necesarias para realizar actividades de comercialización de combustibles y lubricantes derivados de petróleo en el territorio nacional, en el segmento del mercado automotriz, industrial y público y, actualmente, mantiene una red de distribución conformada por estaciones de servicio propias y de terceros que operan bajo la marca "Mobil".

- 1.2. Para los efectos del presente contrato a los combustibles y lubricantes derivados de petróleo que EXXONMOBIL ECUADOR CIA. LTDA. comercializa, algunos de los cuales son de la marca "Mobil", se los podrá denominar simplemente "PRODUCTOS".
- 1.3. Para el cumplimiento de sus actividades como comercializadora, EXXONMOBIL requiere contar con distribuidores que formen parte de su red de comercialización a nivel nacional, que operen estaciones de servicio, en las cuales vendan los PRODUCTOS al consumidor final.
- 1.4. Los señores, a quienes en adelante y para efectos del presente contrato se denominarán EX-DISTRIBUIDORES; y la Compañía Mobil Oil Ecuador S.A., hoy denominada ExxonMobil Ecuador Cia. Ltda. suscribieron en la ciudad de Quito un contrato de distribución y suministro con fecha 10 de marzo de 1997 por un plazo de quince años.
- 1.5. Con fecha 13 de marzo de 2003 mediante escritura pública celebrada ante el Notario Quinto del cantón Ibarra, debidamente inscrita en el Registro Mercantil del cantón Ibarra el 15 de mayo del 2003 se constituyó la Compañía de Nombre Colectivo denominada....., a la cual en adelante y para efectos del presente contrato se la podrá denominar DISTRIBUIDOR.

1.6. El señor en la calidad que comparece declara expresamente conocer del contenido de dicho contrato de distribución y suministro, y es su voluntad cumplir con los términos del mismo, documento que declara expresamente conocer, subrogando en la totalidad de sus derechos y obligaciones dentro de los términos convenidos en el referido contrato de distribución y suministro a los EX-DISTRIBUIDORES, por lo que comparecen a la celebración del presente documento.

2. DISTRIBUCION Y OPERACION:

2.1. DISTRIBUCION: Con los antecedentes expuestos EXXONMOBIL califica al DISTRIBUIDOR para que forme parte de su red de distribución de combustibles y lubricantes en Ecuador. En esta calidad, el DISTRIBUIDOR asume la obligación de distribuir y vender al público en general los PRODUCTOS de conformidad con las disposiciones y condiciones estipuladas en este contrato y las que EXXONMOBIL, como comercializadora, pueda establecer en el futuro.

La calificación del DISTRIBUIDOR no es exclusiva, por ello, EXXONMOBIL cuenta y podrá contar con otros distribuidores, sin embargo de lo cual, el DISTRIBUIDOR no podrá, de forma directa o por interpuesta persona, distribuir, adquirir, almacenar, promocionar, representar, exhibir o vender

derivados de petróleo de ninguna otra comercializadora distinta a EXXONMOBIL en el territorio ecuatoriano, durante la vigencia del presente contrato.

El DISTRIBUIDOR acepta la calificación para formar parte de la red de comercialización de EXXONMOBIL y se compromete a realizar las actividades que por ello le correspondan, en los términos y condiciones que se estipulan en este contrato y las disposiciones legales y reglamentarias que, en materia de distribución y comercialización de combustibles y lubricantes derivados de petróleo y protección del medio ambiente, le sean aplicables, así como las demás normas pertinentes.

- 2.2. OPERACION DE LA ESTACION DE SERVICIO:** Para la ejecución de este contrato, las partes convienen que el DISTRIBUIDOR opere la ESTACION DE SERVICIO individualizada en el literal "B.11" precedente, local comercial que para los efectos del presente contrato, será denominado simplemente "ESTACION DE SERVICIO". El detalle de equipos y edificaciones que el DISTRIBUIDOR recibe en el referido centro de distribución de derivados de petróleo consta en el **Anexo A - Detalle de equipos y edificaciones en ESTACION DE SERVICIO** de este instrumento.

2.3. DESTINO DE LA ESTACION DE SERVICIO: El DISTRIBUIDOR utilizará la ESTACION DE SERVICIO, cumpliendo las siguientes obligaciones relacionadas con su uso:

2.3.1. Operar y administrar la ESTACION DE SERVICIO durante la vigencia del presente contrato, de conformidad con las políticas, directrices y disposiciones que EXXONMOBIL determine destinándola, exclusivamente, a las actividades que correspondan a su naturaleza, sin que se pueda realizar en ella actividades diferentes o permitir el uso de la misma a terceros, sin la autorización de EXXONMOBIL.

2.3.2. Exhibir en la ESTACION DE SERVICIO las marcas, nombres comerciales, lemas comerciales, logotipos registrados o de propiedad de EXXONMOBIL, exclusivamente, para la venta y distribución de los PRODUCTOS que EXXONMOBIL provea al DISTRIBUIDOR directamente o por medio de proveedores autorizados, de conformidad con las indicaciones y autorizaciones que EXXONMOBIL le confiera para el efecto.

2.5. EXCLUSIVIDAD: El DISTRIBUIDOR para la ejecución de este contrato, conviene incondicional e irrevocablemente en comprar de forma exclusiva, PRODUCTOS suministrados por EXXONMOBIL o por distribuidores

autorizados por EXXONMOBIL, para venderlos y distribuirlos en la ESTACION DE SERVICIO.

2.6. DECLARACIONES DEL DISTRIBUIDOR: El DISTRIBUIDOR reconoce que:

2.5.1. EXXONMOBIL ha realizado ingentes inversiones para desarrollar una amplia red de estaciones de servicio para vehículos automotores, las mismas que operan en el país bajo la marca y el prestigio Mobil.

2.5.2. La red de distribuidores minoristas y estaciones de servicio para vehículos automotores a lo largo del país, desarrollada por EXXONMOBIL, se distingue por su uniformidad en diseño, marca registrada, decoración, promociones y gráficas.

2.5.3. EXXONMOBIL ha construido una valiosa reputación y buen nombre a lo largo del país y ha cultivado la confianza del público en la distribución de los productos identificados con las marcas registradas Mobil.

2.5.4. EXXONMOBIL ha hecho extensa publicidad de sus PRODUCTOS en el territorio nacional y fuera de él.

2.5.5. El continuo éxito de EXXONMOBIL y de sus distribuidores, depende de que cada uno de ellos mantenga los más altos estándares de servicio, operación, calidad del producto, y de un compromiso personal con altos niveles de desempeño y atención al cliente, de acuerdo a las directrices que EXXONMOBIL determine.

2.5.6. En virtud de lo indicado en los numerales precedentes, el DISTRIBUIDOR se compromete a poner especial énfasis y coadyuvar para que la marca Mobil y la red de Estaciones de Servicio MOBIL mantengan su prestigio, buen nombre y calidad.

2.5.7. El DISTRIBUIDOR podrá tener otras obligaciones de pago y contraprestaciones originadas en vínculos contractuales con EXXONMOBIL, diferentes a este contrato, las cuales en todo caso serán independientes a las que se generan por este instrumento y deberán cumplirse en los términos y condiciones de cada contrato.

2.7. PROMOCION Y PUBLICIDAD DE ESTACION DE SERVICIO: EI

DISTRIBUIDOR se compromete a participar en las campañas de publicitarias que EXXONMOBIL desarrolle solicite su participación, para promocionar los PRODUCTOS y servicios que se prestan a través de su red de distribución de combustibles a nivel nacional, y a reconocer los

gastos que correspondan a las mismas, de conformidad con las condiciones y parámetros que se determinen en cada caso.

Los gastos de publicidad en que incurra EXXONMOBIL y que hagan referencia, en forma concreta a la ESTACION DE SERVICIO, serán cubiertos en partes iguales entre EXXONMOBIL y el DISTRIBUIDOR, para lo cual, previamente se acordará mutuamente entre las partes de forma escrita las condiciones de la publicidad a ser realizada.

5. PROTECCION DE LA MARCA REGISTRADA Y CONTROL DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS:

3.2. MARCAS REGISTRADAS: En virtud del presente contrato, se confiere al DISTRIBUIDOR el derecho de exhibir las marcas, avisos, logos, lemas comerciales, diseños y signos registrados de EXXONMOBIL para identificar la ESTACION DE SERVICIO. Por su parte, el DISTRIBUIDOR reconoce que la titularidad sobre dichos derechos corresponde a MOBIL o sus empresas relacionadas y, ni por el presente contrato, ni por la acción u omisión alguna por parte de MOBIL o de sus empresas relacionadas o subsidiarias, se

concederá al DISTRIBUIDOR propiedad, interés o derecho alguno sobre los mismos, ni sobre la reputación y buen nombre que de éstos se deriva, debiendo dejar de exhibirlos, a partir del momento en que termine la vigencia del presente contrato o deje de operar la ESTACION DE SERVICIO, lo que suceda primero.

- 3.3. PROTECCION DE LOS PRODUCTOS:** El DISTRIBUIDOR se compromete a no utilizar ningún otro derivado del petróleo o sustancia, en general, en reemplazo, combinación o mezcla de los PRODUCTOS que le sean proveídos por EXXONMOBIL, para ser vendidos en cumplimiento de este contrato y, especialmente cuando ellos tengan alguna marca registrada de EXXONMOBIL o sus empresas relacionadas, tampoco podrá promocionarlos conjuntamente con PRODUCTOS de la marca Mobil o proveídos por EXXONMOBIL. A su sola discreción, EXXONMOBIL podrá, en cualquier momento, inspeccionar y obtener muestras desde los tanques de almacenamiento, tambores, surtidores, bombas, autotanques, vehículos de entrega de propiedad de EXXONMOBIL o del DISTRIBUIDOR o de terceros contratados para su transporte por el DISTRIBUIDOR, a fin de detectar la contaminación de los PRODUCTOS amparados por el presente contrato. De igual forma, EXXONMOBIL podrá en cualquier momento realizar mediciones en los tanques y, tomar y relacionar las numeraciones de los surtidores

de la ESTACION DE SERVICIO. El DISTRIBUIDOR por este contrato, autoriza al personal o funcionarios que EXXONMOBIL determine, el ingreso a la ESTACION DE SERVICIO y a sus instalaciones de manera que EXXONMOBIL pueda realizar cualquier muestreo a análisis requerido, en el momento en que lo requiera, sin que deba por lo tanto, mediar autorización expresa o previa en cada ocasión. Adicionalmente, EXXONMOBIL tendrá derecho de verificar y revisar, directamente o por terceras personas, en cualquier momento, los sistemas, programas y equipos utilizados por el DISTRIBUIDOR para controlar el manejo y operación de los surtidores de la ESTACION DE SERVICIO. EXXONMOBIL se reserva el derecho de realizar los controles previstos en este literal a través de terceros.

En el evento el cual el DISTRIBUIDOR directamente o por intermedio de terceros relacionados o no con él, permita que se reemplacen, sustituyan, combinen o mezclen sustancias con los PRODUCTOS o realice, de la misma manera, actividades que desprestigien la marca Mobil, EXXONMOBIL podrá dar por terminado de forma inmediata y unilateral el presente contrato, y sin necesidad de notificación previa al DISTRIBUIDOR. En el caso de que EXXONMOBIL dé por terminado el contrato por cualquiera de los motivos antes señalados, el DISTRIBUIDOR deberá reconocer en calidad de multa en favor de EXXONMOBIL, la suma de

doscientos mil Dólares de los Estados Unidos de Norteamérica (\$ 200.000). En estos casos de terminación del contrato EXXONMOBIL no deberá reconocer al DISTRIBUIDOR valor alguno por indemnización, lucro cesante o cualquier otra pérdida que pueda sufrir el DISTRIBUIDOR, a la que en caso de existir expresamente renuncia.

3.3. TERMINACION DEL DERECHO A UTILIZAR LAS MARCAS

REGISTRADAS: El DISTRIBUIDOR se obliga a dejar de exhibir en la ESTACION DE SERVICIO, todo esquema de color, marcas registradas, nombres de marcas, nombres comerciales, logos, lemas publicitarios o comerciales, avisos, diseños, publicidad de EXXONMOBIL y cualquier otra referencia a la marca Mobil, la misma fecha de terminación del presente contrato o aquella en la que el DISTRIBUIDOR deje de operar la ESTACION DE SERVICIO, lo que suceda primero.

3.4. CAMBIO DE MARCAS REGISTRADAS Y DE COLOR: Como

consecuencia de la titularidad, EXXONMOBIL se reserva el derecho de realizar, sin previo aviso, cambios en cualquiera de sus marcas registradas, marcas de servicio, marcas de productos o fábrica, nombres de las marcas, nombres comerciales, logos o cualquier diseño, lemas comerciales o publicitarios, color o esquema de colores utilizados para empaques, venta o distribución de cualquiera

de los PRODUCTOS o servicios Mobil amparados por el presente contrato, debiendo, sin que el DISTRIBUIDOR pueda formular reclamo alguno sobre ellos.

6. NIVELES DE OPERACION DE LA ESTACION DE SERVICIO:

4.2. NIVELES DE OPERACION: El DISTRIBUIDOR se compromete a desarrollar prácticas comerciales mediante la aplicación de un enfoque gerencial de calidad total en el manejo de la operación de la ESTACION DE SERVICIO y a dedicar sus mejores esfuerzos para maximizar la venta de PRODUCTOS, a fin de mantener los más altos niveles de administración, imagen y atención y servicio al cliente, para lo cual, el DISTRIBUIDOR deberá cumplir, bajo su responsabilidad, las siguientes obligaciones:

4.1.8. Mantener adecuados niveles de mano de obra calificada, teniendo en cuenta tanto el volumen de ventas, como la naturaleza de las actividades que se realizan en la ESTACION DE SERVICIO, en horas de operación.

4.1.9. Mantener en funcionamiento la ESTACION DE SERVICIO durante las veinticuatro horas del día de forma ininterrumpida, salvo los días

de cierre por causas justificadas, que se determinen por el DISTRIBUIDOR y sean comunicados con una anticipación de al menos ocho días a EXXONMOBIL. Entre el DISTRIBUIDOR y EXXONMOBIL se podrán acordar horarios de atención al público diferentes al referido previamente, en caso de que la situación de la zona de influencia de la ESTACION DE SERVICIO lo permita.

- 4.1.10.** Mantener un inventario suficiente de combustibles y lubricantes para atender adecuadamente las necesidades de los clientes de la ESTACION DE SERVICIO.
- 4.1.11.** No destinar la ESTACION DE SERVICIO para otras actividades diferentes a las previstas en este contrato, sin autorización previa y escrita de EXXONMOBIL.
- 4.1.12.** Implantar y desarrollar, de inmediato, las alternativas comerciales y de mercadeo creadas por EXXONMOBIL y las que recomiende en el futuro.
- 4.1.13.** Mantener debidamente uniformados al personal que labore en la ESTACION DE SERVICIO de acuerdo a los estándares MOBIL.

- 4.1.14.** Mantener registros contables actualizados y verídicos de acuerdo a los principios y normas legales y reglamentarias aplicables y principios generalmente aceptados.
- 4.1.15.** Utilizar y mantener los equipos y la ESTACION DE SERVICIO de acuerdo a los más altos estándares de operación, seguridad e imagen evitando todo procedimiento que exponga a la ESTACION DE SERVICIO, su personal, terceros o bienes de éstos y al medio ambiente, a riesgos de accidentes durante la operación y descargue de combustible en la misma.
- 4.1.16.** Cumplir los estándares de operación, imagen, servicio al cliente y de mantenimiento señalados por la persona o personas designadas por EXXONMOBIL para este efecto, a través de los documentos y manuales que EXXONMOBIL entregue a los distribuidores con las indicaciones correspondientes.
- 4.1.17.** La tienda de conveniencia y negocios afines que existen y puedan llegar a ser instalados en la ESTACION DE SERVICIO podrán ser manejados por el DISTRIBUIDOR o por terceros designados directamente por éste y previamente autorizados por EXXONMOBIL.

4.2. CUMPLIMIENTO DE LAS LEYES: El DISTRIBUIDOR adoptará las medidas necesarias para asegurar el cumplimiento integral de las leyes, reglamentos, regulaciones y más disposiciones que provengan de autoridades competentes con jurisdicción nacional, provincial o municipal, incluyéndose entre éstas, pero no limitándose a las normas relativas al funcionamiento y operación de la ESTACION DE SERVICIO, protección ambiental de agua, tierra y aire, almacenamiento, manejo, transporte, venta y distribución de derivados del petróleo y desechos y que apliquen a los PRODUCTOS que EXXONMOBIL provea, en cumplimiento de este contrato.

EXXONMOBIL por su parte y en lo que le corresponde, se compromete a cumplir con todas las leyes, reglamentos y regulaciones que norman su actividad de comercialización de combustible.

4.3. OBLIGACIONES DE EXXONMOBIL: Por su parte, EXXONMOBIL asume las siguientes obligaciones:

4.3.1. Proveer al DISTRIBUIDOR los PRODUCTOS cumpliendo normas de cantidad y calidad, de conformidad con lo establecido en el presente contrato y regulaciones legales y reglamentarias aplicables a la

comercialización de combustibles y lubricantes derivados del petróleo, directamente o por medio de distribuidores autorizados.

4.3.2. Proporcionar al DISTRIBUIDOR asesoría y asistencia técnica según se requiera y que se considere apropiada por EXXONMOBIL.

4.3.3. Celebrar reuniones periódicas con el DISTRIBUIDOR para discutir las recomendaciones de mercadeo y, en general, políticas y programas de EXXONMOBIL que deberá atender el DISTRIBUIDOR para la operación de la ESTACION DE SERVICIO.

4.3.4. Desarrollar periódicamente, a discreción de EXXONMOBIL, programas de entrenamiento para el DISTRIBUIDOR y sus empleados, que tengan vinculación con la operación y funcionamiento de la ESTACION DE SERVICIO.

4.4. PROGRAMAS DE VERIFICACION DE CALIDAD Y CUMPLIMIENTO:

Con el fin de prestar la asistencia necesaria al DISTRIBUIDOR para mantener los más altos niveles de calidad y atención al cliente en la ESTACION DE SERVICIO, EXXONMOBIL podrá desarrollar y llevar a cabo, ocasionalmente, los siguientes programas:

4.4.1. Encuestas con los clientes del DISTRIBUIDOR para evaluar el nivel de satisfacción en la prestación de servicios y venta de PRODUCTOS.

4.4.2. Campañas de monitoreo para evaluar desempeño y funcionamiento.

4.4.3. Inspecciones directas o a través de terceras personas independientes, con el fin de verificar el cumplimiento de las obligaciones que el DISTRIBUIDOR asume por el presente contrato.

El DISTRIBUIDOR deberá mantener la calificación de aprobación mínima necesaria que EXXONMOBIL determine para operar la ESTACION DE SERVICIO. EXXONMOBIL podrá, en cualquier momento, modificar el criterio para determinar esta calificación así como la calificación mínima. La certificación de la calificación o de incumplimiento sobre el mantenimiento de las condiciones de la operación determinada por EXXONMOBIL conforme a esta cláusula será definitiva y obligatoria para todos los efectos de este contrato.

4.5. OBLIGACIONES DE MANTENIMIENTO: Adicionalmente a los niveles mínimos de operación que exige EXXONMOBIL, el DISTRIBUIDOR deberá mantener todos los tanques subterráneos de almacenamiento, tuberías y equipos relacionados utilizados para el almacenamiento, manejo o

distribución de combustibles, operativos y en las mejores y necesarias condiciones de seguridad, de conformidad con las disposiciones legales, reglamentarias aplicables, manuales del fabricante y los estándares exigidos por EXXONMOBIL.

EXXONMOBIL sustituirá los equipos averiados, que en virtud del deterioro normal por el uso se vuelvan inservibles para el desarrollo adecuado de las actividades de la ESTACION DE SERVICIO. Para estos efectos, el DISTRIBUIDOR notificará por escrito a EXXONMOBIL, a fin de que proceda a realizar las reparaciones o sustituciones necesarias. Si el daño o deterioro obedecen a negligencia, descuido, o a un mal manejo por parte del DISTRIBUIDOR o de sus empleados, el costo de reposición correrá a cargo del DISTRIBUIDOR.

5. CONDICIONES GENERALES DE VENTAS:

5.1. CANTIDADES: Durante la vigencia del presente contrato, salvo fuerza mayor o caso fortuito debidamente comprobados, el DISTRIBUIDOR deberá comprar a EXXONMOBIL en forma exclusiva, las siguientes cantidades mínimas mensuales de PRODUCTOS:

<u>Producto</u>	<u>Volumen Mínimo Mensual</u>	<u>Unidad de Medida</u>
-----------------	-------------------------------	-------------------------

Combustibles	100.000	galones
Lubricantes	100	galones

No obstante las cantidades mínimas mensuales antes indicadas, el DISTRIBUIDOR se obliga a adquirir la totalidad de los PRODUCTOS que requiera para venderlos al público en la ESTACION DE SERVICIO, única y exclusivamente a EXXONMOBIL o sus distribuidores autorizados.

- 5.2. **PRECIO DE VENTA AL PUBLICO:** Los precios de los combustibles y lubricantes que se comercialicen en la ESTACION DE SERVICIO, serán los que establezca EXXONMOBIL en su lista oficial de precios vigente, que podrá ser modificada en cualquier momento, a sola discreción de EXXONMOBIL, manteniendo siempre los porcentajes de márgenes de comercializadora y distribuidor determinados más adelante. El valor del flete comercial para el transporte de los combustibles será pagado por el DISTRIBUIDOR y se lo cargará de forma independiente en la factura correspondiente; dicho valor será el que rija para cada entrega.

Cuando exista libertad en la fijación de precios de combustibles derivados de petróleo, su mínimo precio de venta al público en la ESTACION DE SERVICIO será determinado por EXXONMOBIL de la siguiente forma:

a) **Margen EXXONMOBIL:** EXXONMOBIL agregará un margen o porcentaje de cinco por ciento (5%), sobre el precio total del combustible facturado a EXXONMOBIL por PETROCOMERCIAL, siendo este nuevo valor el precio de venta al DISTRIBUIDOR del combustible; y,

b) **Margen DISTRIBUIDOR:** El margen del DISTRIBUIDOR será del ocho por ciento (8%), sobre precio total del combustible facturado a EXXONMOBIL por PETROCOMERCIAL. El precio de venta al público se calculará sumando los márgenes de EXXONMOBIL y del DISTRIBUIDOR al precio de total facturado por PETROCOMERCIAL a EXXONMOBIL. Para el cálculo de los márgenes antes indicados se excluirá el valor del Impuesto al Valor Agregado.

En caso de que EXXONMOBIL importe combustible o lo adquiera a abastecedoras diferentes a PETROCOMERCIAL, el precio de venta al público del mismo en el territorio ecuatoriano, de igual forma lo fijará EXXONMOBIL y se mantendrán los porcentajes de participación entre EXXONMOBIL y el DISTRIBUIDOR, antes indicados. En ambos casos anteriormente indicados los márgenes se calcularán sobre el precio total del combustible nacionalizado o facturado a EXXONMOBIL, según corresponda.

5.3. MODIFICACIONES EN EL PRECIO DE VENTA AL PUBLICO: En caso de que EXXONMOBIL modifique el mínimo precio de venta al público por disposición de autoridad competente o norma legal o reglamentaria que lo determine o por razones comerciales de comercialización, las variaciones serán compartidas y asumidas, conforme corresponda, entre EXXONMOBIL y el DISTRIBUIDOR de la siguiente forma:

a) Reducción de Mínimo Precio de Venta al Público: Cuando el precio de venta al público del combustible resulte ser más bajo que el mínimo precio de venta al público, calculado en aplicación de las disposiciones del acápite 5.2 precedente, la diferencia que se genere (diferencia que se llamará X), será reducida del margen de EXXONMOBIL y el DISTRIBUIDOR, respectivamente, en las siguientes proporciones:

Margen reducido de EXXONMOBIL	=	0.4X
Margen reducido del DISTRIBUIDOR	=	0.6X

b) Incremento del Mínimo Precio de Venta al Público: Cuando el precio de venta al público del combustible resulte ser mayor bajo que el mínimo precio de venta al público, calculado en aplicación de las disposiciones del acápite 5.2 precedente, la diferencia que se genere (diferencia que se llamará Y), incrementará el margen de EXXONMOBIL y del DISTRIBUIDOR, respectivamente, en las siguientes proporciones:

Margen aumentado de EXXONMOBIL	=	0.4Y
Margen aumentado del DISTRIBUIDOR	=	0.6Y

El DISTRIBUIDOR cancelará a EXXONMOBIL el valor de los combustibles y lubricantes suministrados por EXXONMOBIL, dentro de los plazos establecidos en las respectivas facturas de venta u otros que sean establecidos por EXXONMOBIL de conformidad con sus políticas de mercadeo y crédito.

Para todos los efectos del presente contrato, se deja expresa constancia de que el precio de PETROCOMERCIAL sobre el cual se calcularán los porcentajes antes indicados incluirá manejo, entrega y cualquier otro cargo que PETROCOMERCIAL cobre a EXXONMOBIL y, en caso de importación de combustible o compra a otra abastecedora local o extranjera, el precio sobre el cual se calcularán dichos porcentajes, incluirán los aranceles correspondientes y los demás valores relacionados con el almacenamiento, entrega, manejo u otros cargos que se establezcan.

- 5.4. **ENTREGAS:** EXXONMOBIL podrá entregar los PRODUCTOS que proveerá al DISTRIBUIDOR en cumplimiento del presente contrato en los terminales de despacho de PETROCOMERCIAL o de terceros, que

EXXONMOBIL determine, cuando el DISTRIBUIDOR solicite realizar por su cuenta el transporte de los mismos hasta la ESTACION DE SERVICIO. Caso contrario, EXXONMOBIL los podrá entregar en la ESTACION DE SERVICIO. Todos los costos de transporte y los que se generen por la descarga de los PRODUCTOS en la ESTACION DE SERVICIO, desde los puntos de despacho serán cubiertos íntegramente por el DISTRIBUIDOR. Se considerarán entregados los PRODUCTOS al DISTRIBUIDOR, desde el momento que sus representantes, funcionarios o empleados reciban la correspondiente guía de despacho o factura de los mismos. En caso de que EXXONMOBIL entregue los PRODUCTOS en la ESTACION DE SERVICIO, el riesgo sobre los mismos corresponderá al DISTRIBUIDOR desde el momento en que hayan sido descargados en dicho centro de distribución. En caso de que los PRODUCTOS sean retirados por el DISTRIBUIDOR desde el terminal indicado por EXXONMOBIL, el riesgo de los mismos será del DISTRIBUIDOR desde que los haya recibido en ese lugar.

- 5.5. SUSPENSION DE ENTREGAS:** En cualquier caso en que el DISTRIBUIDOR deje de pagar total o parcialmente cualquier suma adeudada o que llegue a adeudar a EXXONMOBIL, adicionalmente a los demás derechos que tenga, EXXONMOBIL podrá suspender de inmediato las entregas de los PRODUCTOS y hacer efectiva cualquier garantía que el DISTRIBUIDOR haya entregado. Subsidiariamente, en estos casos

EXXONMOBIL podrá continuar con el despacho de PRODUCTOS siempre que el DISTRIBUIDOR pague sus compras de contado mediante cheque certificado.

- 5.6. ESTIMACION DE PERJUICIOS:** Salvo fuerza mayor o caso fortuito, debidamente comprobados, el DISTRIBUIDOR deberá pagar a EXXONMOBIL las sumas dejadas de percibir por concepto de márgenes, cuando los volúmenes adquiridos por el DISTRIBUIDOR sean inferiores a los mínimos mensuales determinados en el presente contrato, sin perjuicio del cumplimiento de la obligación principal y de las demás sanciones e indemnizaciones a que tenga derecho EXXONMOBIL, con ocasión del incumplimiento del contrato.

Para efecto del cobro de los perjuicios EXXONMOBIL y el DISTRIBUIDOR acuerdan estimar anticipadamente el monto de la indemnización que éste deberá pagar a EXXONMOBIL, por falta de compra de los volúmenes mínimos, en el valor equivalente al cinco por ciento (5%) del precio oficial de venta al público fijado por EXXONMOBIL para el respectivo PRODUCTO, incluso en el caso que el precio sea fijado por EXXONMOBIL de conformidad con disposiciones de autoridades administrativas correspondientes.

5.7. GARANTIA: El DISTRIBUIDOR dentro del plazo de quince (15) días contados a partir de la fecha de suscripción del presente contrato entregará a EXXONMOBIL una garantía real a satisfacción de EXXONMOBIL con la finalidad de garantizar las compras de PRODUCTOS que realice a EXXONMOBIL, la misma que deberá mantener vigente durante la vigencia del presente contrato. En caso de que dicha garantía no sea entregada en el plazo antes indicado, EXXONMOBIL podrá suspender la entrega de PRODUCTOS hasta que el DISTRIBUIDOR cumpla esta obligación. EXXONMOBIL se reserva el derecho de determinar el tipo de garantía real que el DISTRIBUIDOR deba presentar.

6. COMODATO DE EQUIPOS:

6.1. En el inmueble antes indicado, se edificaron las oficinas y demás instalaciones necesarias para el funcionamiento de la ESTACION DE SERVICIO que constan detalladas en el **Anexo A - Detalle de equipos en ESTACION DE SERVICIO** que forma parte integrante del presente contrato. Se deja constancia de que EXXONMOBIL entrega las edificaciones de la ESTACION DE SERVICIO debidamente repintadas y con todas sus instalaciones en funcionamiento.

COMODATO DE EQUIPOS: Adicionalmente a la distribución y suministro a la ESTACION DE SERVICIO, EXXONMOBIL entrega en comodato precario al DISTRIBUIDOR, quien los recibe en esta calidad, los equipos y más bienes muebles que se requieren para el normal funcionamiento de la ESTACION DE SERVICIO y que se individualizan y especifican en el **Anexo A - Detalle de equipos en ESTACION DE SERVICIO** de este contrato, que forma parte integrante del mismo. Se deja constancia de que EXXONMOBIL entrega los equipos en perfecto estado de mantenimiento, presentación y funcionamiento.

- 6.3. UTILIZACION DE EQUIPOS:** Durante la vigencia del presente contrato y las prórrogas del mismo, en caso de haberlas, el DISTRIBUIDOR asume la obligación de utilizar los equipos entregados en comodato mediante este contrato, única y exclusivamente con el fin de almacenamiento, venta y expendio al público, solamente de los PRODUCTOS que le sean suministrados y entregados por EXXONMOBIL directamente o a través de terceros debidamente autorizados por EXXONMOBIL.

MANTENIMIENTO DE EQUIPOS: Mientras el presente contrato tenga vigencia, el DISTRIBUIDOR se obliga a realizar todas las obras, trabajos, gastos e inversiones necesarios para el adecuado mantenimiento de los equipos entregados en comodato y devolverlos a EXXONMOBIL en el

mismo estado que los recibió, salvo el deterioro normal causado por el tiempo y el uso normal de los mismos de acuerdo a su naturaleza. El DISTRIBUIDOR se obliga a desarrollar un programa de mantenimiento de acuerdo con las exigencias, manuales y recomendaciones de EXXONMOBIL, a acatar las sugerencias de EXXONMOBIL para su mejor cuidado y conservación y a permitir que los representantes de EXXONMOBIL puedan inspeccionar dichos bienes y probar su funcionamiento en cualquier momento, con la frecuencia que EXXONMOBIL estime conveniente. El DISTRIBUIDOR cubrirá la totalidad de los gastos de mantenimiento. Para este efecto EXXONMOBIL entregará al DISTRIBUIDOR un Manual de Mantenimiento, que pasará a formar parte del presente contrato y correrá con el valor correspondiente al cuarenta por ciento (40%) del costo de la mano de obra de los trabajos de mantenimiento ahí estipulados, previamente aprobados por ExxonMobil, siendo de cuenta del DISTRIBUIDOR el restante sesenta por ciento (60%).

- 6.5. **SEGURO SOBRE BIENES:** El DISTRIBUIDOR se compromete a obtener y a entregar a EXXONMOBIL dentro del plazo de treinta (30) días, contados a partir de la fecha de suscripción del presente contrato, una póliza de seguro emitida por una compañía de seguros debidamente aprobada por EXXONMOBIL, que cubra siniestros que puedan afectar, destruir y/o disminuir el valor de los equipos entregados en comodato, por

una suma indicada en el **Anexo A - Detalle de equipos en ESTACION DE SERVICIO** de este contrato, y a mantenerla vigente mientras dure este contrato. En la póliza de seguro EXXONMOBIL constará como beneficiaria de la misma y el costo de la prima deberá ser asumido por el DISTRIBUIDOR.

6.6. **OBLIGACIONES DEL DISTRIBUIDOR:** El DISTRIBUIDOR, en calidad de comodatario de los equipos, se compromete a:

6.6.1. No dar a los equipos objeto del comodato un destino diferente al estipulado en el presente contrato.

6.6.2. Administrar directamente y, por ningún motivo por interpuesta persona, la ESTACION DE SERVICIO.

6.6.3. Mantener en la ESTACION DE SERVICIO exhibición y para la venta, en lugares visibles al público, los PRODUCTOS que EXXONMOBIL directamente o a través de sus proveedores autorizados le suministre en cumplimiento del presente contrato.

6.6.4. Restituir los equipos entregados en comodato y los que EXXONMOBIL le proporcione durante la vigencia del presente contrato, al vencimiento del término del mismo.

6.6.5. En caso de que la ESTACION DE SERVICIO cuente o llegue a tener una tienda de conveniencia ("Mobil Mart", "On The Run" u otra similar), entre sus edificaciones, el DISTRIBUIDOR podrá autorizar la administración de la misma a terceras personas, solamente previa aprobación escrita por EXXONMOBIL y de acuerdo a los parámetros que EXXONMOBIL determine.

6.7. CESION DE LOS BIENES: El DISTRIBUIDOR no podrá ceder, arrendar, subarrendar, ni entregar a terceros a ningún título, ni en todo ni en parte, los equipos entregados en comodato por EXXONMOBIL.

6.8. RESTITUCION DE LOS BIENES Y MULTA EN CASO DE MORA: A la terminación del presente contrato, por cualquier causa que esto suceda, el DISTRIBUIDOR se obliga a restituir a EXXONMOBIL los equipos entregados en comodato. La simple afirmación de EXXONMOBIL sobre el incumplimiento en la restitución de los referidos bienes, prestará mérito suficiente para el inicio de las acciones correspondientes para exigir la entrega de los mismos. El DISTRIBUIDOR renuncia a cualquier derecho de retención estipulado en el Código Civil sobre los equipos entregados en comodato. En el caso de pérdida o destrucción de él o de uno o varios equipos entregados en comodato, el DISTRIBUIDOR deberá restituirlos o pagar el precio de los mismos, que se fijará de acuerdo con el valor de

reposición de cada uno de los bienes en la fecha de pago, determinado por EXXONMOBIL.

En cualquier caso en que EXXONMOBIL solicite la devolución de los equipos entregados en comodato, por incumplimiento de las obligaciones del DISTRIBUIDOR o por alguna de las causas que se contemplan en este contrato para el efecto, éste procederá a devolverlos en su totalidad a EXXONMOBIL, en el plazo máximo de treinta (30) días siguientes a la fecha de la presentación de la solicitud correspondiente. En caso de retardo en el cumplimiento de esta obligación o cumplimiento parcial de la misma, el DISTRIBUIDOR reconocerá en favor de EXXONMOBIL una multa de cien Dólares de los Estados Unidos de América (\$ 100), por cada día de retraso, sucesivamente y sin interrupción, hasta la restitución de la totalidad de los bienes entregados en comodato, sin perjuicio de la indemnización que corresponda por el incumplimiento.

Todos los gastos que se generen para realizar la devolución de los equipos entregados en comodato, tales como los que correspondan por desenterrar, desarmar, cargar, descargar, transportar, etcétera, en caso de generarse, deberán ser cubiertos por el DISTRIBUIDOR.

7. VIGENCIA Y TERMINACION:

7.1. VIGENCIA: El presente contrato de suministro empezará a tener vigencia desde la fecha en que se efectúe el acta de entrega recepción de la Estación de Servicio Mobil 55 y tendrá una vigencia de hasta el 14 de noviembre del 2012.

7.2. TERMINACION ANTICIPADA DEL CONTRATO: EXXONMOBIL podrá dar por terminado el presente contrato, en todo o en parte en cualquier momento, mediante aviso escrito de terminación dirigido al DISTRIBUIDOR con una antelación, no menor de sesenta (60) días plazo, por una o cualesquiera de las siguientes causas:

7.2.1. Si el DISTRIBUIDOR es declarado en disolución, liquidación, suspensión de pagos, concurso preventivo, quiebra o concurso de acreedores.

7.2.2. Si el DISTRIBUIDOR incumple total o parcialmente cualesquiera de las obligaciones que le corresponden de conformidad con el presente contrato.

7.2.3. Si el DISTRIBUIDOR cede o transfiere, en favor de terceros, a cualquier título parte o la totalidad de los derechos y/u obligaciones

que le corresponden de acuerdo al presente contrato, sin la previa y escrita autorización de EXXONMOBIL.

7.2.4. Si el DISTRIBUIDOR incumple total o parcialmente las obligaciones previstas en cualquier acuerdo de voluntades suscrito con EXXONMOBIL, distinto al presente contrato.

La terminación del contrato por una o varias de las causas antes indicadas, no dará lugar al reconocimiento o pago de suma alguna por concepto de indemnización o perjuicio en favor del DISTRIBUIDOR, ni por daño emergente o lucro cesante o de cualquier otra naturaleza, a los que en caso de tener derecho el DISTRIBUIDOR renuncia expresamente.

7.3. LIMITE DE RESPONSABILIDAD: Salvo en los casos expresamente estipulados en este contrato, en ningún caso EXXONMOBIL o el DISTRIBUIDOR serán responsables, una frente a la otra, por utilidades proyectadas o por daños especiales, indirectos o lucro cesante.

7.4. FUERZA MAYOR: Ninguna de las contratantes será responsable por incumplimiento de obligaciones pactadas en este contrato, por razón o causa que constituya fuerza mayor o caso fortuito, debidamente comprobados, que incluirá entre otras pero sin limitarse a lo siguiente:

huelgas, paros laborales o cívicos, asonadas, ataques guerrilleros, guerra, sismos, terremotos, y falta o inadecuado suministro de combustible por parte de PETROCOMERCIAL y otros semejantes. El incumplimiento previsto en esta cláusula solamente podrá durar mientras dure la circunstancia que genere el caso fortuito o fuerza mayor.

8. CLAUSULA PENAL:

- 8.1. En el evento y en la fecha que el inmueble donde funciona la ESTACION DE SERVICIO deje de estar identificado con los logos, marcas, avisos y nombre comercial de EXXONMOBIL o en caso de que el DISTRIBUIDOR adquiera combustible a otra u otras persona natural o jurídica u otra comercializadora diferente a EXXONMOBIL, el DISTRIBUIDOR deberá pagar a EXXONMOBIL; a título de pena, una suma de dinero equivalente a seiscientos mil Dólares de los Estados Unidos de América (\$ 600.000), sin perjuicio de reconocer los daños y perjuicios causados por el incumplimiento y, de la obligación de cumplir el contrato íntegramente.

9. CESION:

- 9.1. CESION Y SUBCONTRATACION DEL DISTRIBUIDOR: Ninguno de los derechos, obligaciones o interés que se generan, en este contrato, para el

DISTRIBUIDOR por este contrato podrán ser vendidos, cedidos, donados, transferidos o dispuestos por la misma, ni total ni parcialmente, ni de forma directa o indirecta, a ningún título; sin el previo consentimiento por escrito de EXXONMOBIL. En el caso de contravenir esta disposición contractual, el DISTRIBUIDOR será solidariamente responsable con la persona que reciba estos derechos, obligaciones o interés.

9.2. **CESION POR PARTE DE EXXONMOBIL:** EXXONMOBIL podrá ceder total o parcialmente, los derechos convenidos en este documento en cualquier momento. Dicha cesión no afectará en forma alguna los derechos y obligaciones del DISTRIBUIDOR adquiridos en virtud del presente contrato.

10. DISPOSICIONES MEDIOAMBIENTALES:

10.1. **DERECHOS DE INSPECCION DEL DISTRIBUIDOR:** EXXONMOBIL, a su propio costo, tendrá el derecho de ingresar a la ESTACION DE SERVICIO por un periodo de hasta ciento veinte días previo o posterior de la iniciación de este contrato o de la terminación del mismo, respectivamente, o en cualquier otro momento con el permiso (permiso que no podrá ser negado injustificadamente) del DISTRIBUIDOR para inspeccionarla y podrá realizar pruebas para determinar la condición ambiental de la propiedad. El

DISTRIBUIDOR deberá dar a EXXONMOBIL diez días de notificación previa a la realización de cualquier prueba para que EXXONMOBIL tenga la oportunidad de estar presente y compartir las muestras de prueba. Cualquier investigación o protocolos de prueba en sitio tomados por el DISTRIBUIDOR deberán ser aprobados por EXXONMOBIL o sus representantes asignados(s) y la investigación deberá estar conducida de una manera que no dañe materialmente o permanentemente la propiedad. El DISTRIBUIDOR deberá remitir a EXXONMOBIL una copia de cualquier reporte que establezca los resultados de cualquier prueba(s) realizada(s) por el DISTRIBUIDOR o sus representantes. El DISTRIBUIDOR no entregará o enviará copia(s) de ningún reporte a cualquier agencia gubernamental a menos que específicamente sea requerido por la ley aplicable o acordado de otra manera; y si es requerido, el DISTRIBUIDOR deberá notificar al EXXONMOBIL previamente a la entrega o envío de cualquier información a dicha agencia. El DISTRIBUIDOR y EXXONMOBIL acuerdan que la Línea Base Ambiental final de los reportes de prueba deberán ser usadas como determinaciones conclusivas de las condiciones ambientales de la ESTACION DE SERVICIO a la época de dicha prueba.

- 10.2. RESPONSABILIDADES AMBIENTALES:** A la fecha de terminación de este contrato, el DISTRIBUIDOR deberá cargar con la responsabilidad absoluta y exclusiva por todas las consecuencias y daños ambientales, identificados como resultado de las actividades realizadas por el

DISTRIBUIDOR o sus representantes durante la vigencia del contrato y según se determina antes y después del periodo de distribución y del gravamen ambiental de la ESTACION DE SERVICIO, y deberá indemnizar a EXXONMOBIL y sus aseguradores, representantes, directores y empleados en contra de cualquier reclamo iniciado en contra de cualquiera de ellos respecto de tales responsabilidades ambientales.

- 10.3. INDEMNIZACION:** En adición a, y no en sustitución de cualquier otra indemnización determinada para en este convenio, el DISTRIBUIDOR acepta indemnizar, defender y mantener libre de perjuicio al EXXONMOBIL y sus afiliadas (referidas colectivamente en esta sección como "EXXONMOBIL") de y contra, y a reembolsar a EXXONMOBIL por, todas las pérdidas, daños, obligaciones, pagos, responsabilidades, costos y gastos, incluyendo sin limitación a honorarios razonables de abogados, distribuciones y gastos dirigidos contra, resultantes de, impuestos por o incurridos por EXXONMOBIL y derivados de o en relación a cualquier contaminación a la superficie o subsuelo que podría existir en la ESTACION DE SERVICIO o como resultado de la migración de contaminantes, identificados por la prueba de término previo y posterior del término de este contrato de distribución, como resultante de las actividades realizadas en sitio por el DISTRIBUIDOR entre la iniciación y terminación del plazo de éste contrato de distribución y suministro, sin importar de cuando fueron hechos estos reclamos.

11. DISPOSICIONES VARIAS:

11.1. **CUMPLIMIENTO DE POLITICAS:** EXXONMOBIL para el desarrollo de sus negocios desarrolla políticas de estricto cumplimiento para sus empleados, distribuidores, contratistas y subcontratistas, que se relacionan con normas de protección del medio ambiente, salud y seguridad industrial, las mismas que constan detalladas en el **Anexo B – Políticas Corporativas**, que forma parte integrante de este contrato. Por su parte, el DISTRIBUIDOR asume la obligación de ponerlas en práctica en las actividades que realice en la ESTACION DE SERVICIO, durante la vigencia del presente contrato. El DISTRIBUIDOR se compromete a cumplir con las políticas, normas y procedimientos sobre seguridad industrial, salud y protección ambiental (SHE) de EXXONMOBIL.

El DISTRIBUIDOR declara haber declara comprender las Políticas Corporativas de EXXONMOBIL que constan en el **Anexo B – Políticas Corporativas**, sobre las que asume el compromiso de cumplir. Estas políticas podrán ser actualizadas, completadas, redefinidas y/o modificadas en cualquier momento y en cualquier forma por EXXONMOBIL, quién notificará al respecto al DISTRIBUIDOR. Las últimas versiones emitidas por EXXONMOBIL de éstas políticas pasarán automáticamente a incorporarse como parte integrante de este contrato.

Cuando el DISTRIBUIDOR se percate que un riesgo no está contemplado como tal dentro de las políticas internas de EXXONMOBIL ni en la legislación nacional, el DISTRIBUIDOR deberá desarrollar sus propias normas y prácticas ambientales para dar una adecuada protección a la salud pública y al medio ambiente.

De igual forma, el DISTRIBUIDOR deberá evaluar sus actividades y productos, identificar el riesgo potencial para la salud y el ambiente, y establecer los procedimientos y controles necesarios para evitar riesgos razonables. Queda expresamente establecido que los daños y perjuicios que ocasionen las actividades del DISTRIBUIDOR, serán asumidos exclusivamente por el DISTRIBUIDOR.

11.2. AUDITORIA: Los auditores internos o externos de EXXONMOBIL tendrán derecho a verificar y examinar durante la vigencia de este contrato y hasta por dos (2) años contados a partir de la terminación del mismo, la operación de la ESTACION DE SERVICIO y los gastos realizados por el DISTRIBUIDOR en relación con la promoción y venta de los PRODUCTOS. Para tal fin, el DISTRIBUIDOR se obliga a poner a disposición de los auditores de EXXONMOBIL todos los documentos, asientos y registros, incluyendo entre ellos pero sin limitarse a: libros de contabilidad,

correspondencia, comprobantes, archivos y toda clase de memorandos, relacionados con los servicios y actividad comercial objeto del presente contrato.

11.3. CONFLICTO DE INTERES: Aunque el DISTRIBUIDOR interviene en este contrato como distribuidor independiente y, consiguientemente, está en libertad de prestar sus servicios profesionales a otras personas naturales o jurídicas diferentes a EXXONMOBIL, se compromete a poner todo el cuidado y diligencia requeridos para evitar cualquier acto o situación que pueda generar conflicto con los intereses con EXXONMOBIL. En caso de duda, sobre la generación o no de conflicto de intereses, en relación a una actividad o contratación específica, el DISTRIBUIDOR consultará a EXXONMOBIL si, en su criterio, la prestación de un servicio o celebración de un contrato o realización de una actividad determinados ocasiona o no conflicto con sus intereses. La opinión que al respecto emita EXXONMOBIL será definitiva y obligatoria para el DISTRIBUIDOR, debiendo abstenerse de proceder cuando se genere dicho conflicto de intereses.

De igual manera, el DISTRIBUIDOR pondrá el mayor cuidado y hará todas las diligencias razonables para prevenir cualesquiera acciones y condiciones que pudieran dar como resultado un conflicto con los mejores intereses de EXXONMOBIL. Esta obligación será aplicable también a las actividades de los empleados y agentes del DISTRIBUIDOR en sus

relaciones con los empleados de EXXONMOBIL (o sus familiares) y con los representantes de EXXONMOBIL, vendedores, subcontratistas y terceros por razón de los servicios contratados.

Los esfuerzos del DISTRIBUIDOR incluirán, además sin que esta enumeración sea restrictiva o limitativa, el establecimiento de precauciones para impedir que sus empleados, o agentes hagan, reciban o proporcionen, u ofrezcan regalos, atenciones, pagos, préstamos u otros conceptos semejantes. Al momento de la celebración del contrato o en cualquier tiempo durante el período del contrato, el DISTRIBUIDOR estará obligada a notificar a EXXONMOBIL de la identidad de cualquier representante o empleado de EXXONMOBIL (o sus familiares) respecto de los cuales el DISTRIBUIDOR llegue a saber que poseen, en cualquier forma, interés considerable en las actividades de EXXONMOBIL.

11.4. ETICA EN LOS NEGOCIOS: EXXONMOBIL tiene una política sobre ética en los negocios que busca ante todo:

11.4.1. Mantener controles internos adecuados.

11.4.2. Contar con registros e informes apropiados de todas las transacciones.

11.4.3. Cumplimiento de todas las leyes pertinentes.

EXXONMOBIL, de ser el caso, podrá confiar en que los sistemas de control interno del DISTRIBUIDOR son adecuados para mostrar plenamente y, en forma fidedigna, tanto los hechos como la exactitud de los datos financieros o de cualquier otro orden que se presenten a EXXONMOBIL.

En ningún caso el DISTRIBUIDOR está autorizado para llevar a cabo en nombre de EXXONMOBIL cualquier tipo de actos que puedan originar registro o informaciones inexactas o inadecuadas respecto de activos, responsabilidades o cualquier otra transacción, o que puedan violar cualquier disposición legal aplicable. Por tanto, en la ejecución de este contrato el DISTRIBUIDOR comunicará los hechos que puedan llegar a su conocimiento que indique cualquier desvío en la línea de conducta indicada en esta disposición contractual.

11.5. IMPUESTOS: El DISTRIBUIDOR será responsable del pago o de velar por el pago, según sea el caso, del impuesto al valor agregado (IVA) y demás tributos establecidos por las leyes ecuatorianas que causen por su actividad o los egresos que realice en favor de sus empleados o de terceros.

Son de cuenta del DISTRIBUIDOR, durante la vigencia del presente contrato, el pago de todos los impuestos que graven o tengan como hecho generador la actividad comercial de la ESTACION DE SERVICIO, creados

o por crearse dentro del plazo de vigencia de este contrato, así como las cuentas por servicios públicos de agua potable, energía eléctrica y telefonía y, en general, de los demás servicios público o privados que reciba la ESTACION DE SERVICIO. Asimismo, será de cuenta exclusiva del DISTRIBUIDOR el pago de cualquier derecho municipal que deba cancelarse por la actividad comercial desarrollada por el DISTRIBUIDOR o como consecuencia de la utilización de la ESTACION DE SERVICIO.

Cada una de las partes será responsable de realizar las retenciones que correspondan de conformidad con la legislación vigente.

11.6. CONTRATISTA INDEPENDIENTE: El DISTRIBUIDOR es contratado por EXXONMOBIL como distribuidor independiente, por ello, no existe relación de sociedad o asociación entre EXXONMOBIL y el DISTRIBUIDOR. Por otra parte, ninguno de los representantes, socios, asociados, apoderados, ni empleados de EXXONMOBIL, podrán considerarse como empleadores del DISTRIBUIDOR o de los empleados que ésta última llegue a tener para el cumplimiento del presente contrato.

En esta calidad de distribuidor independiente, el DISTRIBUIDOR asume todas las obligaciones legales y contractuales que le corresponden en el cumplimiento de los servicios contratados mediante este instrumento. En

especial y como consecuencia de la independencia existente entre las partes contratantes, convienen y aclaran lo siguiente:

11.6.1. El DISTRIBUIDOR, sus representantes, funcionarios o empleados no estarán laboralmente subordinados a EXXONMOBIL, ni serán intermediarios suyos y, tendrán plena autonomía técnica, administrativa y directiva; asumirá por tanto sus propios riesgos en la ejecución de este contrato y de las disposiciones que se generen durante el desarrollo de éste, utilizando sus propios medios y contratando el personal que requiera para su ejecución. En la celebración, ejecución y terminación de tales contratos de trabajo al DISTRIBUIDOR dará estricto cumplimiento a sus obligaciones laborales como verdadero y único patrono de sus trabajadores.

11.6.2. Por ningún concepto EXXONMOBIL, será solidariamente responsable con las obligaciones laborales del DISTRIBUIDOR y, en el evento de que se presente cualquier reclamación o acción de parte del personal del DISTRIBUIDOR que involucre a EXXONMOBIL, el DISTRIBUIDOR responderá y la indemnizará plenamente.

11.6.3. Si basado en la solidaridad patronal prevista por la Ley, que las partes dejan expresa constancia que no existe, cualquiera de los

empleados del DISTRIBUIDOR demandare a EXXONMOBIL el cumplimiento de obligaciones patronales que el DISTRIBUIDOR no le haya satisfecho o lo hayan hecho parcialmente, el DISTRIBUIDOR deberán asumir la defensa de EXXONMOBIL, sin costo alguno para ésta, ni siquiera por concepto de gastos judiciales o extrajudiciales en que se deba incurrir durante esta defensa. En todo caso, el DISTRIBUIDOR reembolsará a EXXONMOBIL cualquier suma de dinero que ésta haya tenido que pagar en virtud de sentencia o resolución ejecutoriada dictada por dicha demanda. Cualquier reembolso que, según lo estipulado, deba hacer el DISTRIBUIDOR a EXXONMOBIL se efectuará dentro de los tres días siguientes a la fecha en que EXXONMOBIL le haya requerido el pago mediante carta y si no lo hiciere dentro de dicho plazo, reconocerá un interés de mora vigente a la fecha de la referida solicitud, de conformidad con las disposiciones del Banco Central del Ecuador.

11.7. JURISDICCION, TRAMITE Y DOMICILIO: Las partes convienen irrevocablemente que en caso de surgir diferencias entre ellas, por razón o con ocasión del presente contrato, realizarán los mejores esfuerzos para buscar y encontrar una solución mutuamente aceptable. Sin embargo, para el caso en el cual la divergencia no pueda ser resuelta por mutuo acuerdo entre ellas, las partes renuncian fuero y domicilio y determinan que las controversias se someterán, a la resolución en derecho de los jueces

árbitros de la Cámara de Comercio de Quito de conformidad con las disposiciones de la Ley de Arbitraje y Mediación. La resolución de los árbitros deberá ser en derecho. El tribunal arbitral estará conformado por tres árbitros que serán elegidos de conformidad con las disposiciones de la Ley de Arbitraje y Mediación.

11.8. INFORMACION CONFIDENCIAL: El DISTRIBUIDOR no revelará, ni divulgará ninguna información de carácter confidencial adquirida mientras este contrato esté vigente ni con posterioridad a su terminación, que tenga relación con la presente negociación, sin el consentimiento previo y escrito de EXXONMOBIL. El DISTRIBUIDOR utilizará sus mejores esfuerzos para asegurarse de que ninguno de sus empleados o agentes o cualquiera otra persona contratada por el DISTRIBUIDOR, divulgue información conocida en el desarrollo del presente contrato o de las consecuencias del mismo. En caso de comprobarse negligencia por parte de el DISTRIBUIDOR en la divulgación de información confidencial, EXXONMOBIL podrá terminar unilateralmente el presente contrato sin perjuicio de las acciones legales que pueda iniciar contra el DISTRIBUIDOR.

11.9. TOLERANCIA DE INCUMPLIMIENTOS: Cualquier tolerancia de una de las partes al incumplimiento en que incurriere la otra, de alguna o algunas de las obligaciones estipuladas a su cargo en el presente contrato,

no podrá ser considerada como novación, renuncia o condonación, ni podrá ser alegada para la repetición del hecho tolerado.

De igual manera, todos los derechos y facultades originales de las partes contratantes, según lo estipulado en este contrato, permanecerán vigentes no obstante cualquier descuido, indulgencia o demora en exigir el cumplimiento de acuerdo a las estipulaciones contenidas por este contrato, salvo el caso de que, por escrito, conste su renuncia expresa a tales derechos y facultades.

11.10 NEGOCIOS AFINES: De mutuo acuerdo las partes podrán acordar la instalación de negocios relacionados con el objeto de la ESTACION DE SERVICIO. En el respectivo contrato que para el efecto se suscriba se determinarán los derechos, obligaciones y participación en el negocio de las partes contratantes.

11.11 DIVISIBILIDAD: Si una o varias estipulaciones del presente contrato se llega a considerar o declarar inválida, nula o sin efecto, por cualquier motivo, este hecho no afectará la validez de las restantes estipulaciones de este instrumento, prescindiendo de las estipulaciones invalidadas. Con tal fin, las partes declaran expresamente que las estipulaciones de este contrato son divisibles.

11.12 DESIGNACIÓN DE ADMINISTRADOR DEL CONTRATO: EXXONMOBIL

designa para la administración de los servicios objeto de este contrato, al funcionario cuya información consta a continuación, a quien el CONTRATISTA deberá enviar toda la correspondencia relacionada con el mismo:

11.12.1. Nombres y Gonzalo López

Apellidos

11.12.2. Cargo: Gerente de Territorio

11.12.3. Dirección Oficina: Granda Centeno Oe 4-60 y Av. Brasil

11.12.4. Ciudad: Quito

11.12.5. Correo Gonzalo.e.lopez@exxonmobil.com

electrónico:

EXXONMOBIL se reserva el derecho de designar durante la vigencia de este contrato a otro u otros funcionarios como ADMINISTRADOR DEL CONTRATO, mediante comunicación enviada al DISTRIBUIDOR con una anticipación de cinco días. A partir de la nueva designación el DISTRIBUIDOR deberá remitir toda la información relacionada con este contrato al nuevo funcionario.

Queda expresamente establecido que si por cualquier razón no fuera posible identificar o mantener contacto con el ADMINISTRADOR DEL

CONTRATO designado por EXXONMOBIL, el DISTRIBUIDOR deberá comunicarse directamente con la gerencia de ventas de combustibles de EXXONMOBIL, toda vez que la no identificación y/o existencia del ADMINISTRADOR DEL CONTRATO en nada limitará los derechos de EXXONMOBIL ni las obligaciones del DISTRIBUIDOR contenidas en este contrato.

De igual forma el DISTRIBUIDOR podrá designar por escrito uno o varios funcionarios para que el ADMINISTRADOR DEL CONTRATO de EXXONMOBIL mantenga contacto, en relación con la ejecución del presente contrato.

12. MODIFICACIONES Y NOTIFICACIONES:

Cualquier modificación o adición de este contrato deberá ser hecha por escrito y constar suscrita por las partes.

13. ACEPTACION Y RATIFICACION:

Los contratantes aceptan y se ratifican en el contenido íntegro del presente contrato, por contener condiciones de mutuo beneficio, en constancia de lo cual, lo suscriben en original y copia de igual contenido en el lugar y fecha indicados, comprometiéndose a reconocer firma y rúbrica ante Notario o Juez, en cuanto una de las partes lo solicite u otorgarlo por escritura pública.

