**AGRUPACION DE LOS CONTRATOS MODERNOS**

1. **Contratos de integración empresarial**

A) Contratos de colaboración empresarial

a.1 agrupaciones de colaboración

a.2. uniones transitorias de empresas

a. 3. joint ventures

1. Co- branding (alianzas para reducción de costos)
2. Putting out system e.1. contrato de ensamble

2.2. control de calidad

1. just in time (ensamble justo a tiempo)
2. control autónomo de calidad
3. Hipercentros de consumo
4. Franchising
5. Merchandising
6. **Contratos de diversificación empresarial**
   1. concesión
   2. distribución
7. **Contratos de asistencia**
   1. suministro
   2. cooperación y dominación tecnológica
   3. prestación de personal temporario o eventual
   4. know wow
   5. Management
8. **Contratos de financiamiento**

**4. 1. de la empresa** 4.1.1. leasing

4.1.2 factoring

4.1.3. underwrinting

4.1.4 fideicomiso

4.1.5 factura de crédito

4.1.6 europréstamos

**4.2. de los consumidores** 4.2.1 cajero automático

4.2.2 tarjeta de crédito

4.2.3 cheque de consumo

**4.3. por los consumidores** 4.3.1 ahorro previo

4.3.2 prestación médica pre-paga

4.3.3 seguro de retiro

1. **de esparcimiento y recreación**

a) contratos con fines recreativos -espacio para acampar

- viajes de recreación

- alquiler de películas

b) contratos de turismo

c) de tiempo compartido

d) de espectáculo público

e) contrato deportivo

1. **De medios de comunicación y difusión**
   1. producción de obra discográfica, cinematográfica y televisiva
   2. de exhibición de obras de arte
   3. de publicidad

**A) LOS CONTRATOS DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL**

La complejidad de la vida económica actual conduce a que, en muchas oportunidades, las empresas se vean obligadas a combinar esfuerzos mediante distintas formas de estructuras organizativas, para poder desarrollar ciertas actividades que por sí misma no podrían llevar a cabo, dando lugar al fenómeno general de la **colaboración empresarial**.

En realidad, en un **sentido amplísimo (lattísimo sensu)**, de alguna manera, la mayoría de los contratos podrían ser considerados una forma de colaboración entre empresas –el préstamo, la compraventa, la locación, el depósito, etc…-. Efectivamente, las economías contemporáneas son, entre otras cosas, complejísimas redes contractuales.

En un **sentido amplio (lato sensu)**, también constituyen formas de colaboración algunas formas de integración como las compras de fondos de comercio, las sociedades entre sociedades y las fusiones u otras formas de concentración empresarial, básicamente de carácter societario.

Pero cuando nos referimos a contratos de colaboración empresarial en un **sentido específico (stricto sensu)**, estamos aludiendo a ciertas formas muy concretas de integración entre empresas independientes que mantienen su identidad y autonomía –aunque para su integración puedan utilizar distintos instrumentos jurídicos por lo cual no constituye una categoría unívoca- y que comienzan a ser delimitadas, precisadas e identificadas tanto por la práctica comercial como por la legislación o la jurisprudencia.

**Son, en general, figuras que las partes buscan diseñar para no recurrir a la solución siempre onerosa y complicada de constituir sociedades, ya que el objetivo de colaboración se puede obtener hoy con “contratos no societarios” adaptados a las necesidades de cada caso cuando no hay *affectio societatis* ni patrimonio común.**

No obstante, debido al origen extranjero de las principales figuras contractuales de colaboración empresarial es que surgen algunas desinteligencias tanto terminológicas como conceptuales, tanto para definirlas como para establecer qué figuras merecen o no incluirse en esta categoría.

Las imprecisiones terminológicas comienzan con el uso tradicional indiscriminado de la expresión *joint venture* para designar a cualquier tipo de figura contractual de colaboración y se acentúa cuando, incluso, se desconoce su correcta utilización en lengua inglesa. Si bien, siendo muy permisible, puede justificarse la utilización de la expresión *joint venture* para designar figuras locales similares a las anglosajonas, la cuestión se complica al conocer la vaguedad de la propia expresión en idioma inglés.

Nosotros pensamos que la expresión **contratos de colaboración económica** es una de nuestro propio idioma que con cierta fidelidad –la posible- trasmite la idea comprensiva del fenómeno que queremos contener.

**1. Los distintos tipos de contratos de colaboración empresarial**

En principio, la doctrina y la legislación comparada –v.gr, el nuevo Código Civil y Comercial argentino- distingue entre dos grandes grupos de figuras: las “**agrupaciones de colaboración**” y las “**uniones temporarias de empresas**”.

Aunque, como veremos, las categorías presentan sus particularidades también exhiben ciertas características comunes, a saber:

-Ambas figuras buscan lograr una cooperación entre empresas con propósitos determinados, relativamente restringidos, manteniendo la individualidad de cada una de ellas.

| - En principio son contratos informales, aunque existe también la tentación de establecerles formalidades. Así el propio CCC argentino luego de señalar tal característica, en su artículo 1444, termina exigiéndoles a alguna de ellas no sólo escrituración pública sino también registralidad.

- Ambas figuras suponen contribuciones los participantes a un fondo común operativo..

- Existe similitud en el contenido de los contratos en una u otra figura proclamándose el principio de **libertad de contenidos**. “Además de poder optar por los tipos que se regulan, las partes tienen libertad para configurar estos contratos con otros contenidos” (art. 1446 CCC argentino)

- La dirección, administración y representación en ambas figuras es relativamente informal, teniendo las partes gran libertad para regir sus relaciones.

- En ambos casos no se constituyen sociedades ni entes que sean sujetos de derecho, aunque siempre está latente la tentación de tratarlas como figuras societarias sobre todo porque se desconfía de ellas pues pueden facilitar el ocultamiento de formas societarias.

Así, en la República Argentina, la ley que las incorpora, por primera vez - la Nº 22.903- es una ley de reforma a la Nº 19.550 de Sociedades Comerciales y por lo tanto estas figuras de colaboración habían quedado incluidas en una legislación de sociedades con todos los riesgos que ello supone para su identidad jurídica.

El nuevo CCC argentino las incorpora dentro del capítulo 16 Contratos asociativos diciendo que a estos contratos “no se les aplican las normas de la sociedad, no son, ni por medio de ellos se constituyen, personas jurídicas, sociedades ni sujetos de derecho. “ (art. 1442)

Todo esto para decir que las características similares de ambas figuras autorizan un tratamiento común, tanto en cuanto a sus características como a sus consecuencias jurídicas pero, a la vez, un estudio diferenciado.

1. **Agrupaciones de colaboración**

Las **agrupaciones de colaboración** son aquellas **formas contractuales** mediante la cual **sujetos independientes** establecen **plurilateralmente** “una organización común con la finalidad facilitar o desarrollar determinadas fases de la actividad de sus miembros o de perfeccionar o incrementar el resultado de tales actividades (art. 1453 CCC argentino)

| “La agrupación, en cuanto tal, no puede perseguir fines de lucro. Las ventajas económicas que genere su actividad deben recaer directamente en el patrimonio de las partes agrupadas o consorciadas

La agrupación no puede ejercer funciones de dirección sobre la actividad de sus miembros” (art. 1454 CCC argentino)

De esta definición puede extraerse sus principales características, a saber:

**Base contractual**. Se trata de una relación jurídica contractual compleja, pues su regulación, además de conformarse por toda la normativa y principios fundamentales de la contratación, se integra por la normativa concreta que rige a cada negocio en particular según sea el objeto por alcanzar.

El nuevo CCC argentino, a nuestro juicio, desnaturaliza la institución al exigirle formalidades, obligatoriedad de contenido y registralidad. (artículo 1455)

**Los sujetos** que concurren pueden ser personas físicas o jurídicas, nacionales o extranjeras o sociedades con tipicidad de hecho.Esos sujetos mantienen su individualidad o identidad desde el punto de vista jurídico.

Se trata de un **contrato plurilateral**. Es decir, los aportes de los contratantes se destinan a un **fondo común operativo** y no se intercambian entre ellos.

Realización de un **objetivo común**, (v.gr. realización de una obra o comercialización de un producto). Eso no significa instantaneidad ya que este negocio puede prolongarse en el tiempo.

En las agrupaciones de colaboración, los aportes, pueden ser de las más diferentes especies: capital, transferencia de tecnología, recursos humanos; generalmente consisten en destinar las actividades productivas preexistentes de los participantes al objeto de la agrupación, los bienes y servicios de los participantes se destinan a una finalidad común.

Aunque no puede hablarse propiamente de un órgano –al modo de las sociedades- para la toma de las decisiones comunes, en la práctica, se generan mecanismos o modalidades de gobierno informales que incluyen comités de decisión, canales técnicos de colaboración, asambleas de empresas, etc… Algunas legislaciones concretas, como la argentina, cediendo a la tentación de tratarlas como sociedades, regula detalladamente aspectos relativos al “órgano” lo que -para nosotros- constituye una desnaturalización de la figura.

Precisamente la característica anterior nos lleva a un sistema de responsabilidades entre sí o ante terceros bastante imprecisa.

Respecto a la participación en las utilidades, la agrupación no da lugar a utilidades líquidas y realizadas pero sí permite lograr beneficios económicos que se distribuyen entre las partes según resulte de la estructura de la organización. Lo mismo en cuanto al soporte de las pérdidas.

* No constituyen sociedades ni son sujetos de derecho.

Por estas razones las agrupaciones de colaboración se prestan a desarrollar todo tipo de actividades empresariales. A título meramente ejemplificativo, y a fin de indicar sus principales aplicaciones prácticas y algunos problemas que éstas pueden crear, cabe mencionar los siguientes casos de utilización de agrupaciones de colaboración:

* Expansión, modernización y racionalización de instalaciones productivas mediante una mejor integración de los procesos productivos de las empresas involucradas, eliminándose plantas o instalaciones duplicadas o adecuándose las características técnicas de los insumos a los de los productos que los incorporan. Puede asimismo adquirirse tecnología de terceros a fin de ser incorporada a las distintas empresas que conforman la agrupación.
* Aportación y adquisición de maquinarias y otros bienes de equipo para su utilización conjunta o particular. Esta forma de cooperación puede instrumentarse de distintas maneras: puede utilizarse el poder de negociación conjunto para adquirir bienes de equipo a ser utilizados separadamente por los participantes; pueden obtenerse maquinarias, que permanezcan en poder de cada una de las empresas y que formen parte de un proceso productivo complejo de las que éstas participen; puede instalarse una planta de propiedad común de las empresas agrupadas, cuyos productos sean luego utilizados por tales firmas, etc.
* Promoción de ventas de los productos obtenidos, fabricados o comercializados en los mercados nacional y extranjero. Un único sistema de comercialización, instrumentado por empresas que se dirigen a mercados similares, permite evitar la duplicación de costos y prestar servicios a la clientela que serían imposibles para los participantes de actuar separadamente.
* Estudios de nuevas técnicas y de mejora de métodos de producción para su ulterior aplicación. Este es un típico caso de colaboración empresaria, pues el emprendimiento de programas de investigación separados por cada una de las firmas que operan en determinado sector puede llevar a que lleguen individualmente a resultados similares, multiplicándose los costos, cuando igual tecnología podría ser disponible mediante un programa conjunto cuyos resultados fueran compartidos entre los participantes.
* Instalación de laboratorios u oficinas comunes a varias empresas.
* Puesta en marcha o a punto de instalaciones o equipos.
* Trabajos de ingeniería. Cuando la agrupación lleva a cabo estos trabajos ha de serlo en beneficio directo de sus integrantes; de serlo a favor de terceros, obteniendo de estos una contraprestación a dividirse entre quienes llevan a cabo los trabajos de ingeniería nos encontramos ante la situación característica de las uniones transitorias de empresas.
* Servicios de transporte en beneficio de los participantes.
* Gestiones financieras, tales como la tramitación en común de créditos, la acumulación de recursos a fin de llevar a cabo operaciones que exigen un volumen mínimo, la realización de estudios sobre posibilidades de inversión o solvencia de los potenciales deudores, etc.
* Campañas publicitarias. Este tipo de colaboración, mediante otros instrumentos jurídicos, es bien conocido, particularmente cuando se trata de promocionar bienes relativamente fungibles, como el azúcar, los vinos, etc.
* Promoción de fines cooperativos, mediante la instalación de plantas u otros activos para el uso común, campañas de comercialización y difusión, entre organizaciones cooperativas.

**b) Uniones transitorias de empresas**

Son las uniones temporales, sobre base contractual, de dos o más personas para llevar a cabo la realización de una obra, servicio o suministros **concretos** sin formar por ello una sociedad o un sujeto de derecho distinto a las partes que las conforman. En España se las conoce con el nombre de “agrupaciones temporales de empresas”. (art. 1463 CCC argentino)

Se trata fundamentalmente de una estructura de coordinación. Estas no persiguen el establecimiento de una organización común ya que cada participante tiene su cometido y sus propios recursos para lograrlo y recibir por ello una contraprestación específica. Tanto es así que, salvo solidaridades pactadas, cada parte es responsable de sus propias obligaciones que no serán extensibles a las demás partes aun cuando se incurra en aquellas a través de los mecanismos o representantes previstos en el contrato de unión.

En realidad, el nivel de organización común es significativamente limitado pudiendo consistir, simplemente, en la coordinación de las actividades particulares de las empresas con el objeto de optimizar las labores comunes.

De allí que algunos autores (CABANELLAS – KELLY) señalen la presencia de tres elementos:

- Un **elemento subjetivo**: las personas que conforman la unión. Así, en principio pueden formar parte de ellas las sociedades comerciales o civiles, las sociedades de Estado, las cooperativas, las sociedades irregulares, las sociedades de hecho, las sociedades constituidas en el extranjero o los empresarios individuales domiciliados en el país o en el exterior.

Estos sujetos no necesariamente deben ser parte del contrato principal de obra, servicio o suministro que determinan la unión. Si bien lo normal es que todas las partes que han contratado con un comitente, a su vez, organicen una unión transitoria nada impide que integren la unión partes que no están obligadas en el contrato principal pero que participarán de su ejecución. Del mismo modo la unión puede integrarse sólo con alguna de las partes obligadas en el contrato de obra, dejando por fuera otras.

- Un **elemento objetivo**: la obra, servicio o suministro. La exigencia de que se trate de obra, servicios o suministros concretos supone que estos deben estar individualizados al tiempo de suscripción del contrato de unión, por eso se excluye la posibilidad de organizar una unión transitoria con el objeto de realizar un número ilimitado de obras, servicios o suministros.

La obra puede ser pública o privada, material o intelectual

Qué debe entenderse por una operación concreta no es algo fácil de definir en la práctica

- Un **elemento formal**: la ausencia de una sociedad o sujeto de derecho distinto a las partes que la conforman.

**c) Joint ventures**

Pocos temas han causado tanta confusión en nuestra literatura y práctica jurídica como la de las *joint ventures*. Contradicciones entre los distintos autores, opiniones contradictorias entre los propios razonamientos, imprecisiones y errores terminológicos y conceptuales son habituales en el caos producido por la necesidad de entender esta figura proveniente del Derecho estadounidense. Esta realidad contrasta con lo que ocurre en el marco del Derecho norteamericano donde la figura se utiliza con frecuencia y naturalidad en la práctica, en los fallos y en la doctrina.

.

El origen de este caos radica en la dificultad de la mayoría de nuestros juristas en la comprensión del concepto de la *joint ventures* norteamericana, dificultad que se multiplica cuando quiere insertarse esa institución en nuestras realidades adaptándolas a nuestras figuras o adaptando nuestras figuras a las americanas.

Por estas razones es que nos parece que el único tratamiento serio posible de las *joint ventures* es describiéndolas objetivamente tal como se configuran en su derecho de origen, lo que nos permitirá entenderlas tal como son y tal como funcionan naturalmente y, a su vez, compararlas con nuestras formas de contratación de colaboración con las que muchas veces se confunden.

Lo primero que llama la atención a un jurista de nuestra tradición jurídica es la ambigüedad con que se utiliza el término *joint venture* en el país de origen; ambigüedad que algunos de nosotros podrían calificar de confusión pero que la familiaridad del uso estadounidense y su desarrollo no racionalizado desautorizan tal calificación.

En realidad, **no existe en los Estados Unidos un concepto unitario de *joint venture*,** por eso los autores de nuestra tradición que han pretendido formularlo han incurrido en simplificaciones, deformaciones o desnaturalizaciones queriendo desarrollar supuestos principios comunes para figuras que en realidad son muy distintas entre sí.

La ambigüedad básica a la que nos referimos surge de la existencia de al menos tres sentidos fundamentales de la expresión *joint venture* en el derecho norteamericano y en las relaciones económicas internacionales en general.

* **Joint venture en sentido amplio**

La expresión *joint venture* en sentido amplio, con el que se emplea en la práctica estadounidense es más que todo designando un instrumento del análisis económico y empresarial empleado por los juristas para hacer referencia a figuras muy distintas entre sí. Hay que entender que el Derecho norteamericano no opera con los criterios de abstracción propios de nuestra tradición sino, por el contrario responde a la práctica, en este caso a la práctica económica y empresarial

Así, las *joint ventures* han sido definidas como “el compromiso con una duración no muy corta, de fondos, instalaciones y servicios, por dos a o más intereses legalmente separados, a una empresa, para su mutuo beneficio” (TOMLINSON).

Esta definición –por otra parte, reciente- es tan amplia que podría aplicarse incluso a tipos societarios, pero es apropiada en relación a las llamadas “*joint internacional business venture*”.

De cualquier manera no es una denominación útil a los efectos dogmáticos ya que esta utilización -más que todo en el lenguaje de los negocios- cede ante la utilización estricta a figuras específicas.

En un **primer sentido específico** –por cierto, el **original y estricto**-, la expresión *joint venture* fue utilizada en referencia a las **relaciones societarias informales y restringidas a un único negocio u operación**; el término se ha utilizado así para distinguir las *joint ventures* de las *partnerships* más usuales, describiéndoselas como *partnerships* “especiales” o “informales” haciendo relación a la no estructuración de una relación estable entre las partes.

.

Precisamente la limitación del objeto a un único negocio es lo que distingue el *joint venture* -en esta acepción- de las *partnerships* propiamente dichas y de otras figuras societarias en general (similares a nuestras sociedades colectivas o de personas).

Así todo la distinción entre las *joint ventures* –en este sentido estricto– y las *partnerships* no es siempre fácil o precisa*,* centrándose las principales diferencias al negocio u operación única y a la informalidad del acuerdo.

Esta cercanía con las formas societarias permite a algunos autores, no sin cierta razón, afirmar que se trata también de tipos societarios –informales-.

Los participantes entonces pueden conservar para sí sus activos productivos para poder seguir realizando paralelamente su actividad empresarial normal.

Cuando la expresión se utiliza en un sentido estricto y original del término- como sucede en la jurisprudencia, se señalan (WILLISTON) los siguientes elementos esenciales.

a) Una base contractual, expresa o implícita, entre las partes;

1. Una contribución o aporte de las partes, a la empresa o negocio común en diferentes formas;
2. Un interés y derecho comunes respecto al objeto de la actividad compartida;
3. Un derecho al control y administración común de la empresa;
4. Una expectativa de ganancias o la presencia de *adventure* (elemento de riesgo);
5. Un derecho a participar en las utilidades y a soportar las pérdidas; y
6. La limitación del objeto a un único negocio o a una empresa *ad hoc*.

En un **segundo sentido específico**, es cundo la expresión utilizada es la de *joint venture corporation*, que no es otra cosa que una *joint venture* organizadaa través de una *corporation* (sociedad anónima).

Mientas que las *joint ventures* descritas en el apartado anterior están dirigidas a una operación o negocio determinado éstas pueden durar indefinidamente y utilizarse en el tiempo a distintos negocios.

Es decir que mientras la *joint venture corporation* se rige por las normas propias de las sociedades por acciones, las *joint venture* en sentido estricto se acercan a las *partnerships* (similares a nuestras sociedades colectivas o de personas).

**Las *joint ventures* contractuales**

Aunque las *joint ventures* en sentido estricto son también contractuales, queremos aquí hacer referencia a ciertas figuras aparecidas tanto en el ámbito europeo como latinoamericano que se caracterizan por la utilización de las más distintas formas contractuales configurativas de relaciones innominadas y que complican aún más el análisis del *joint venture*.

Así el término es también aplicado a negocios en que las distintas partes persiguen un propósito común –v.gr. cumplir determinada prestación frente a terceros- a través de la ejecución de contratos que no instrumentan directamente ni ponen de manifiesto una relación asociativa entre las partes. Se tratará generalmente de contratos de cambio, que forman parte de una operación más compleja que involucra a las partes, en la que puede existir una ausencia total de contratos asociativos. Pueden utilizarse con este fin contratos de licencia y de transferencia de tecnología, locaciones de cosas, obras o servicios, contratos mineros, compraventas, o combinaciones de éstas y otras operaciones.

Debe evitarse, sin embargo el error, frecuente en la práctica y la doctrina, de considerar que una relación calificable de *joint venture* escapa a la configuración de relaciones societarias porque las partes han optado por emplear contratos que formalmente, tienen carácter no asociativo. Se encuentran así en la práctica, documentos que declaran expresamente la no configuración de una sociedad entre las partes.

Si las relaciones contractuales no configuran un vínculo asociativo frente a las normas aplicables, tales relaciones se regirán en general por el Derecho de los Contratos, en cuanto resulte relevante al tipo convencional elegido por las partes. El hecho de que se configure una relación calificable *como joint venture*, de acuerdo a los criterios precedentemente expuestos no modifica en sí, por lo común, las normas y principios aplicables a la vinculación contractual de que se trate.

**Las joint venture y nuestras figuras jurídicas**

Teniendo más o menos en claro en que consiste el *joint venture* en la práctica estadounidense e internacional, surge la pregunta de cuáles podrían ser las figuras equivalentes o más aproximadas de nuestro sistema jurídico.

Como vimos, si hablamos de *joint venture* en sentido amplio, no tratándose de una figura jurídica específica, sino de un recurso para resolver otro tipo de problemas no encontramos similitud alguna con nuestras formas jurídicas. Si hablamos de los *joint venture* en sentido específico, siendo en el derecho estadounidense formas societarias o próximas y siendo ese derecho societario totalmente distinto al nuestro en cuanto a conceptos y principios, la comparación carece de todo sentido y el esfuerzo por encontrar puntos comunes es una tarea estéril.

Si bien podría decirse que cumplen fines similares, comparándolos las agrupaciones de colaboración con los *joint venture* debemos señalar que no existe identidad ya que esta última constituye una sociedad externa o con actividad externa.

En relación a las uniones transitorias de empresa la comparación puede resultar más interesante pero se presentan básicamente las mismas objeciones.

**B) CONTRATO DE “CO- BRANDING”**

**(ALIANZA PARA REDUCCIÓN DE COSTOS)**

La apertura de mercados globales ha otorgado una notable supremacía a las grandes empresas que sostienen una tecnología de punta, y que les otorga ventajas en las funciones básicas de la economía: producción, circulación, distribución y comercialización de los bienes y servicios. Las pequeñas y medianas empresas se encuentran con impedimentos estructurales de participación.

Ante esta competencia imperfecta, es necesario buscar nuevas formas de colaboración para que aquel tipo de empresas puedan incorporarse al mercado, generando recursos y creando empleo, y para ello deben encontrarse, por parte de los hombres del Derecho, experiencias contractuales que permitan alianzas estratégicas.

La inversión en determinadas fases del proceso económico implica, para una sola empresa, un esfuerzo imposible, a tal punto que no se hacen, ni pueden obtenerse créditos a mediano o largo plazo. No obstante, hay prácticas de grandes empresas que pueden imitarse y que significarían importantes ventajas en los costos para estos agrupamientos empresariales pequeños o medianos.

Las empresas, en un esfuerzo asociado, con un objetivo concreto, producen en su microeconomía un ajuste estructural de gastos e inversiones –lo que se denomina ahorro financiero o administrado- y, en el sistema macroeconómico, una conjunción de esfuerzos.

En relación al **co-branding** debemos decir que se trata de un grupo de empresas que, por su complementariedad, puedan colaborar entre sí y que establecen el posible campo de actuación común en alguna de las fases del proceso económico: producción, circulación, distribución y comercialización de bienes o servicios diseñando una estructura que les permita conjugar esfuerzos con la finalidad concreta de ahorro de costos y, por ende, del mejoramiento competitivo.

La idea contractual se asienta sobre el reconocimiento mutuo, la coordinación empírica, un nivel de compromiso para el objetivo fijado y la doble finalidad de obtener un ahorro de costos –gastos e inversiones- y mejorar el efecto competitivo.

Esta convergencia empresarial formulada sobre la autonomía contractual se hace sobre la base del respeto a la individualidad empresarial, de la igualdad y la participación democrática lo que permite la nivelación del campo de juego a nivel interno y regional. El sistema contractual ofrece la posibilidad de generar las reglas necesarias para la alianza y el consenso involucra conceder ciertas decisiones y el manejo a un comité horizontal, facilitando la alianza.

La administración o gerenciamiento de la alianza involucra el estudio de campos comunes, el sistema de conjunción de esfuerzos y la realización de las estrategias de ahorro de costos. Esto evita la dispersión de la autoridad y en manera alguna interfiere en la labor individual de cada empresa permitiéndole seguir actuando.

Establecido el diseño de su implementación mediante diversas cláusulas de acomodamiento horizontal, cada empresa podrá establecer sus tiempos, aportes, funciones, etc… La actuación conjunta implica una red de seguridad institucional para las empresas aliadas, posibilitando rectificaciones y resolución de problemas por el sistema de apoyos mutuos. Por último permite el supervisado conjunto de la estrategia, la medición constante en sus ámbitos empresariales de los resultados micro y macroeconómicos, e incluso la generación de códigos de conducta y testeo, entre otras cosas.

En resumen, la alianza estratégica hace compartir finalidades y nivelar asimetrías en el mercado de las pequeñas y medianas empresas, otorgándole un poder considerable y ordenando su participación con mayor competitividad.

Protege los derechos de estas empresas, permite una política conjunto de esfuerzos y puede ser la base para un replanteo en función de regiones marginales o en constante peligro de marginación, a la vez que revela que una lógica jurídica en común puede solidificar a proveedores y fabricantes, etc…

Queremos remarcar cuatro ventajas resultantes de esta alianza estratégica:

La primera, que así se establece una seguridad común para el grupo empresarial, esto es, que la concreción mediante un contrato de colaboración permite diseñar constructivamente una política común a corto, mediano o largo plazo.

Una segunda ventaja es la conformación de una estructura financiera, es decir, la conjunción de recursos o su posibilidad de obtención por la presencia en bloque, v.gr., mejorar la calidad de sus garantías individuales en la obtención de financiación bancaria.

La tercera es la consolidación de una estructura de poder que le facilita operar en el mercado con una capacidad de maniobra que individualmente no tendrían, por ejemplo, la obtención de mejores precios en campañas publicitarias o concurrencia a foros o exposiciones.

La última consiste en lo que hoy es de trascendencia vital para el crecimiento y desarrollo de las empresas: la conformación de una estructura de conocimiento que les permite desarrollar la investigación, adquisición compartida de tecnología, acumulación de información de los mercados, etc…

.

Este contrato de colaboración empresaria debemos diferenciarlo de otro muy parecido que es el *patchwork*, que en realidad es una alianza estratégica mucho más frágil y transitoria, que consiste simplemente en un medio de intercambio preferido, para obtener algo en concreto que luego es utilizado individualmente por cada empresa, v.gr., la compra conjunta de una tecnología que luego se utiliza por empresas no competitivas entre sí.

**C) CONTRATO DE “PUTTING OUT SYSTEM”**

Este contrato asienta su base sobre la idea de disminuir el costo del producto o servicio, mediante la contratación manufacturera a domicilio. Algunos lo han enmarcado dentro del género de contrato de colaboración empresarial, y otros señalan que lisa y llanamente se trata de una desmembración del *colectivo de trabajo* con la finalidad de violar las conquistas sociales y aumentar la tasa de ganancia.

La característica central de este negocio radica en la relación que se genera entre el empresario y los productores independientes que, según las modalidades, proporciona las materias primas, los modelos, diseños o fórmulas, y mantiene un control sobre el producto y no sobre los medios, sistemas o técnicas de producción.

El empresario genera el producto que colocará en el mercado y su habilidad está en la coordinación –legitimación social como factor de producción- de aquéllos y el ejercicio de un férreo control sobre el producto. En ciertos casos, él mismo ensambla los componentes - *contrato de ensamble-* y hasta controla -contrato *de control de calidad-.*

Las ventajas para el empresario resultan del hecho de no necesitar grandes inversiones (capital constante), ni poseer establecimientos de considerables dimensiones –con gran inmovilización de capital en inmuebles-; puede establecer pequeñas cuotas de entregas del producto al mercado y reproducirlos rápidamente.

Por otra parte, se ha dicho que para los pequeños productores significa control de su propio trabajo y ritmo de fatiga, y una mayor atención de la vida familiar y social.

Sin embargo, no podemos dejar se señalar la pérdida del llamado salario indirecto y demás beneficios sociales conseguidos (prestaciones médicas, obras sociales, seguros de cobertura de infortunios laborales, etcétera).

En todo este proceso es de suma importancia el llamado derecho de “marca de fábrica” del producto, el cual lo identifica en el mercado y tiene relación directa con la fijación del precio.

La mecánica de esta forma contractual no es única y se pueden generar tres tipos de relación de relación jurídica, perfectamente diferenciadas.

La primera, *el trabajo en el domicilio* que escapa a la regulación del derecho civil o comercial pero es alcanzado por el ordenamiento laboral.

En una segunda formulación, el contrato se genera entre el *empresario coordinador* y el *factor de producción,* en donde este último puede recibir materia prima, proceso de producción, fórmulas, etc., y debe *manufacturar* y entregar el producto terminado. Esta metodología se acerca a la tipología clásica de la locación de obra, por lo cual, en principio, se regirá por la característica que aparece como conclusión de este contrato, o sea, un resultado determinado: el producto o partes, perfectamente terminados. Esta misma producción se puede generar cuando el *factor de producción* coloca la materia prima y sólo recibe la metodología, el diseño, etc….

La tercera formulación del contrato de *putting out system* tecnológico es tal vez la más novedosa y tiene que ver con la que ha dado en llamarse la “tercerización” en los factores productivos.

El *factor de producción* opera desde su domicilio con sus propias herramientas, con absoluto autocontrol, y el empresario se responsabiliza de la información que proporciona, programación, base de datos, o simples tareas de oficina.

Esta operación la encuadramos dentro de la tipología de la *locación de servicios*, pues el producto final no atañe al cumplimiento de la obligación contractual, ya que lo que se busca en esta metodología es *integrar estructuralmente* una prestación de servicio, que antes se efectuaba en la administración central y que comienza -por muchas razones que no viene al caso analizar- a realizarse fuera del *ámbito físico* de la empresa.

**D) CONTRATO DE “JUST IN TIME”**

La idea básica es el ensamble en la producción de bienes y servicios entre distintas empresas en el momento justo o, según su traducción literal, “justo a tiempo”. De esta manera se logra que ninguna de las empresas resulte perjudicada con existencias innecesarias e inservibles, además de la reducción considerable de espacios físicos, ya que no se requiere almacenaje.

Desde el punto de vista del capital inmovilizado, resulta también atractivo, pues el costo de inmuebles es alto, en la mayoría de países desarrollados, como inversión en compra o sistema de arrendamiento.

La otra arista importante es la atinente al *nivel* demandado y a los *cambios* en la demanda, ya que el sistema permite un rápido cambio de diseño o adaptaciones tecnológicas.

Como veremos, la característica esencial de esta tipología particular de contratos de colaboración está dada por el modo en que juega el factor *tiempo*.

Este sistema de contratación, en primer lugar, exige que todas las empresas que integran los distintos eslabones de la producción realicen previamente los ajustes para la idea central del sistema “justo a tiempo”; de lo contrario, se puede tornar en una mitología de consecuencias impredecibles.

La metodología se puede combinar perfectamente entre contratos interempresarios de la típica negociación individual y por adhesión, o suelen aparecer ambas.

Trataremos redelinear las cláusulas y obligaciones más sobresalientes, para dar una idea del sistema *just in time*, lo más acabadamente posible.

*Cláusulas más usuales*. Las podemos reducir a tres.

La primera se relaciona con los deberes mutuos de información, la necesaria información periódica de requerimientos y de fases de producción.

La segunda apunta a la necesidad del sistema *kanban* como herramienta; podríamos describirla como una tarjeta o cartilla de viaje de ida y vuelta.

La tercera atiende a la ubicación geográfica de las plantas subcontratistas productoras de bienes o establecimientos prestadores de servicios.

*Obligaciones emergentes*. En cuanto a la *información*, se trata de diversos tipos y en distintos sentidos; se la describe en general como *información multidireccional*.

El deber que corresponde a la empresa dominante o contratante del sistema es la referida a la programación de la producción periódica (semanal, mensual, etc…) que se comunica a todo el circuito subcontratista o unidades y lleva implícita una consigna particular para detener el sistema si hubiere cambios de cualquier tipo (v.gr., sustitución de piezas por avance tecnológico o modelo).

La otra obligación es la de información, generalmente diaria, de los subcontratistas o unidades de producción, de tal forma que la empresa central conoce diariamente cómo está funcionando todo el sistema.

Muchas veces la empresa central entrega a las unidades de producción o empresas subcontratistas, sistemas, metodologías, fórmulas, etc., para la producción de sus partes o sistemas de ensambles.

La utilización obligatoria del sistema *kanban* o tarjeta o cartilla, que cada una de las empresas proveedoras o subcontratistas tiene independientemente de los demás, es generalmente diaria y se conoce al inicio de las tareas. En sí, comprende el requerimiento concerniente al trabajo de ese día, autónomamente respecto a los demás.

Todo el sistema es ensamblado por la cartilla de la empresa central, mediante la llamada *kanban* de secuencias de información, pedidos y producción, que a veces es almacenado en *diskettes* o archivos para una revisión constante de cantidad, inventarios, variedad, etcétera.

Es obvio que, sin la utilización del *kanban* diario, la diferencia de cantidades producidas rompería la armonía de la producción mensual de la empresa principal.

El tema más importante es el cumplimiento por parte de las empresas o unidades de producción, en una localización geográfica determinada, pues el gran secreto de este sistema es la corta distancia que lo hace operable, ya que de lo contrario el traslado de materiales-insumos, o piezas o productos terminados, o la función del ensamble, requeriría de fases más prolongadas y repercutiría en los beneficios.

La totalidad de las obligaciones, o al menos las expuestas como derivadas de las cláusulas específicamente analizadas, tienen incidencia temporal, es decir que su cumplimiento está relacionado con un término productivo; de allí entonces que, en esta tipología de contrato, se parte para estas obligaciones el plazo esencial.

Esto significa que aquellas previsiones no se pueden cumplir con posterioridad al término acordado, pues lo contrario implicaría un estado de incumplimiento absoluto, con todas las consecuencias jurídicas que derivan de ello. Esto es de fundamental importancia por dos aspectos: la problemática de la situación de término esencial implícito, que deberá presumirse a favor de la empresa central, pues la entrada en el sistema permite suponer la buena fe, que es esencial para el conjunto de obligaciones asumidas.

La segunda cuestión es la reparación del lucro cesante, pues sin duda no puede pensarse que las empresas en la contratación interempresaria no lo han tenido objetivamente en cuenta.

**E) CONTRATO DE CONTROL AUTÓNOMO DE CALIDAD**

Una de las cuestiones que más preocupa al empresario moderno es lo relativo al control de calidad. De allí que estos contratos de auditorìas sobre calidad asegurada ocupan la atención de los juristas por las distintas formas o modalidades que toman día a día.

En general, las grandes empresas de las décadas de los 60´ y 70´ del siglo pasado tenían sistemas o inspectores o, más modernamente, autocontroles por robotización; sin embargo, esta sistemática no satisfizo el rigor de la competitividad, ya que en general el propio proceso de fabricación era el que diseñaba el control, con lo cual adolecía de los mismos defectos; de allí que se tienda al control externo y autónomo, que además puede producir una información de carácter correctivo (como respuesta del mercado consumidor).

***Contratación de auditorías de calidad***. La función de estas empresas de control de calidad es doble: por un lado, detectan las fallas de calidad, y por otro, determinan conforme al mercado (por estadísticas y muestreo) cuáles son los ajustes o cambios que deben producirse.

En cuanto a lo que debemos entender por calidad, diremos que se trata del *nivel de aceptación (aceptable quality level)* que determina que un bien específico o servicio pueda resultar *satisfactorio* en el mercado del consumidor. Esto, a su vez, implica la capacidad de reacción del esquema productor para superar el control externo o permitir rápidamente una innovación en el flujo de producción que resuelva el problema.

En la utilización de métodos alternativos está la clave del buen éxito de esta actividad empresaria del servicio de control. Comúnmente se suele realizar el control por dos sistemas: mediante el muestreo de cada sector de producción (cada subcontratista en particular), o por medio del control global, es decir, cuando el producto o servicio está terminado y listo para llegar al consumidor; a veces esto se perfecciona, dejando el consumidor acceda y haciendo un *seguimiento de campo*, durante la utilización del producto por el consumidor. Las empresas en general solicitan previamente la autorización al usuario.

Revisemos por un instante el fin del contrato: detectar *fallas de calidad* en el diseño, fabricación, acabado, funcionalidad del bien o servicio, con herramientas (sistemas de control) que *dispone, decide y opera* la empresa auditora.

Resulta evidente que debe operar, para establecer el cumplimiento de las obligaciones del contrato, una *detección de los defectos*, lo cual implica un resultado comparativo entre un modelo de aceptación por el consumidor y el producto efectivo; esto requiere una actividad reflexiva y evaluativo (excede el simple informe). Asimismo, está la necesidad del *aviso* para que la empresa subcontratista remedie el defecto o anormalidad, y, si alguna duda cabía antes, aquí el accionar debe ser consecuencia de un obrar activo, resultante de un proceso de captación del rechazo por parte del consumidor.

**F) HIPERCENTROS DE CONSUMO**

Hace relativamente poco tiempo ha surgidola idea de ***multirrelación*** o **multicontrato**, pero al ser utilizada con amplitud genera el problema de su conceptuación unívoca, pues más bien pareciera ser una expresión genérica con la que se quiere comprender varias situaciones contractuales caracterizadas por un “conjunto complejo de relaciones”.

Dentro de esos tipos multicontractuales sobresale el contrato de *shopping center* o de creación de *hipercentros de consumo*, o de centros comerciales, donde varias empresas conforman una organización encargada de la comercialización (con todas sus implicancias: reducción de la ecuación costo-beneficio, eficiencia, etc.), generando una “nueva esfera de poder jurídico concreto”, distinta de cada empresa participante, con aptitudde disposición y administración del complejo.

Múltiples son los problemas que se deben resolver: la relación de cada empresa con la nueva, que adquiere las formas más diversas, desde el arriendo de locales hasta la compraventa o dación en leasing, pasando por el usufructo, etcétera. Esto puede hacerle revestir doble carácter: uno, como integrante del nuevo ente (aporte de capital, a veces disfrazado como arriendos adelantados, etc.) y, otro, por ejemplo, como arrendataria.

Excede a estos apuntes el análisis pormenorizado del sinnúmero de situaciones que pueden presentarse, pero como síntesis podemos señalar que la integración de la nueva empresa se constituye con aportes de distintas formas jurídicas, de allí la idea del

*multicontrato*, quebrando así la visión tradicional del aporte de dinero como accionista (aún cuando luego se encubra mediante esta especie jurídica, al establecer los valores proporcionales).

Decimos que este nuevo ente (que podría revestir cualquier forma jurídica) es una **“nueva esfera de afectación”, “con poder jurídico concreto”**, con la consiguiente gama de derechos y obligaciones, no todas de análisis claro y definitorio.

***Relaciones de la empresa central con las empresas del complejo.*** Tampoco aquí puede circunscribirse el análisis a señalar una tipicidad determinada en materia de contratos, pues del análisis de la realidad surgen al menos cuatro metodologías usuales: el arrendamiento, el usufructo y el dominio a título de propietario o la dación en leasing.

Efectivamente, en algunas situaciones, para las empresas pequeñas o comerciantes unipersonales –incluso sin participación de capital en la nueva empresa- se establece una relación de arrendamiento de inmuebles, con todas las implicaciones jurídicas que ello determina.

La pregunta que surge rápidamente es: ¿esta relación inquilinaria limita todos los efectos para los terceros a esa situación? La responsabilidad -en sus diversas formas- se expande para la empresa por situaciones de responsabilidad que puedan presentarse, por ejemplo de despidos en el ámbito laboral o intoxicaciones en la rama alimenticia.

Una segunda situación que suele presentarse es la que reviste el carácter jurídico de *usufructo,* típico caso de las empresas multinacionales que invierten sumas importantes y la figura del arrendamiento con las características legales que presenta no les interesa y, sobre todo, no les permite amortizar la inversión, además que el carácter el carácter de arrendador no las autoriza a ser parte importante del nuevo ente.

Las mismas preguntas que hemos formulado respecto del arrendamiento caben aquí.

Aparecen algunas situaciones de adquisición a título de dominio de locales –generalmente los más importantes o grandes- que generan una relación de relativa independencia, ligados al ente por cuestiones de *apariencia de administración,* aun cuando sostenemos que existe esa relación.

Por último, también es asidua la figura jurídica del leasing.

Como vemos la situación desde la óptica jurídica es compleja, sin que aún hayamos adicionado ciertas variantes, como son la posibilidad de *cesión* del derecho de arrendamiento, de usufructo e incluso sucesivas ventas de locales o franchising. Sin duda, se trata de nuevas fórmulas económico- jurídicas, distintas de los moldes tradicionales.

**Las cuestiones de responsabilidad hacia terceros**

El objetivo final de esta nueva empresa es la optimización de la comercialización de los bienes y servicios, y ello, civilmente hablando, genera obligaciones frente a los consumidores (aparte del problema laboral y tributario), por ejemplo, la responsabilidad por daños al consumidor.

Sostenemos que además de la responsabilidad que emana para la empresa comercializadora del bien o servicio en particular –pues la liga una relación jurídico contractual directa-, aparece también la responsabilidad de la nueva empresa, pero en este supuesto con *límite* en el capital de afectación y no extensiva individualmente al patrimonio de las demás empresas intervinientes.

La ligazón de la empresa particular con el consumidor nace del contrato concreto que celebre y con todas las obligaciones y responsabilidades tradicionales que ello implica y no quedará restringido en lo patrimonial a su participación en el complejo, sino que abarcará la totalidad del patrimonio. La idea de responsabilidad patrimonial tradicional es la respuesta adecuada a esta situación.

En relación a la responsabilidad de la nueva empresa pensamos que sila creación de estos hipercentros de comercialización implica también la *creación de una nueva esfera jurídica,* que es otra empresa, con su propio capital de afectación, ésta debe afrontar las responsabilidades, no solo propias de la organización y administración, sino también las que emanen frente a terceros de cada empresa que dentro del complejo comercializa productos o servicios. Desde lo económico, esta empresa nace con un objetivo claro, que es la optimización en la comercialización de *beneficios económicos,* directos (arriendos, usufructos, etc.) e indirectos (reduciendo costos de servicios); además jurídicamente, ante los consumidores, la nueva empresa genera confiabilidad y respalda (mediante publicidad inductiva) la acción de las empresas que individualmente comercializan sus productos (hay un servicio económico).

La vía jurídica del consumidor considera que, en realidad, esta empresa es el verdadero *sujeto comercializador* de los bienes y servicios, que lo implementa con bocas de expendio al público de diferentes marcas. Aparece así una corresponsabilidad solidaria de la nueva empresa, y de la empresa en particular, que comercializa el producto.

Esta estructura de realidad económica implica establecer un *patrimonio de afectación* con un objetivo claro: la comercialización de diversidad de productos y servicios en un hipercentro. ¿Por qué entonces negar esta realidad? De allí que aceptamos limitar la *responsabilidad patrimonial* al patrimonio de afectación especial, distinto del de cada empresa en particular.

**Ausencia de responsabilidad de las empresas participantes de la gran empresa, cuando no poseen con el consumidor relación jurídica directa**

Existe un problema por superar y es qué papel juegan las empresas participantes en cuanto a sus propios patrimonios, cuando se genera una situación conflictiva de responsabilidad patrimonial con otras empresas del grupo. Sostenemos que al admitir la idea de patrimonio de afectación, distinto del de cada empresa participante, existe aquí una primera y sólida razón para deslindar la participación de aquélla. Desde el punto de vista de la relación jurídica concreta, la empresa no participa en ella sino como integrante del nuevo ente, no es si individualidad.

**Expensas comunes: conceptos y contratos conexos**

Uno de los problemas a los que más ha dado lugar la modalidad de *shopping center* es el relativo al pago de las expensas comunes y ello debido a la inclusión de algunos rubros como seguridad, publicidad, etc., lo que ha generado controversias tanto para los propietarios, tomadores de leasing o a locatarios. El problema es que la administración de estos centros comerciales está a cargo de la misma empresa que la instala o de aquellos que poseen una mayoría dominante y a los servicios básicos previsibles se van anexando otros que, con el correr del tiempo, la mayoría dominante va incorporando.

En este sentido la experiencia muestra cómo, por votación en asambleas citadas para esas incorporaciones, la minoría dominada nada puede hacer para impedirlas, como en el caso de servicios de seguridad extra a los ya existentes, que en general benefician particularmente a los primeros; publicidad en diarios, revistas y medios televisivos que preponderan la situación de los dominantes y, últimamente, contribuciones extraordinarias para premios o sorteos en determinadas épocas del año e incluso refacciones en sectores comunes, etc. La cuestión la dividiremos en dos áreas de análisis: respecto de los propietarios y de los locatarios o tomadores de leasing.

En cuanto a los primeros es muy difícil evadir la cuestión de soportar estas contribuciones anexas, sean consideradas como normales, habituales o extraordinarias, pues hacen a su derecho de copropiedad. Sin embargo, pensamos en dos excepciones: el planteamiento de falsedad de expensas comunes por ejercicio abusivo del poder dominante, es decir cuando bajo esa apariencia se encubren gastos en beneficio exclusivo de aquel grupo. El procedimiento es plantear la impugnación por vía extrajudicial cuando se cita a asamblea o cuando se coloca directamente en las expensas del mes, y luego recurrir judicialmente probando la abusividad.

El segundo enfoque es plantear directamente la ineficacia de la cláusula en el Reglamento de Copropiedad y Administración a partir de que el mismo, en este aspecto, excede o violenta en sí mismo el poder de imposición al copropietario débil, con fundamento en que constituye en una adhesión y por ende se pueden utilizar por analogía todas las soluciones de aquella estructura contractual.

En cuanto a los locatarios o tomadores de leasing, entendemos que los mismos tienen un doble frente: en su contrato con los locadores y respecto al *shopping center*. En cuanto al primero seguramente se trata de un contrato celebrado bajo la estructura de adhesión por lo cual sería revisable cuando contenga cláusulas abusivas, según correspondan las circunstancias y pruebe, por un lado, el no beneficio directo y el beneficio exclusivo de los dominantes o también que el gasto constituye una inversión a favor del locador, desmedida en razón del término y función teleológica de la locación.

En cuanto a la relación con el *shopping center*, posee todas las acciones propias del arrendador-condómino (por vía de subrogación) y las propias en función del abuso del grupo dominante tal cual lo describimos anteriormente.

En relación con este tema está la validez y eficacia de los contratos conexos que la administración en apariencia de derechos suscribe, obviamente obligando a todos los integrantes, verbigracia, un contrato de publicidad conjunta. En realidad el locatario, e incluso el copropietario, no es parte en el mismo, sin embargo pueden ser afectados por alguna de sus cláusulas.

**Supermercados de comestibles, alquileres de góndolas:**

Los supermercados desde hace algún tiempo han cambiado la modalidad de comercialización de productos ajenos, es decir aquellos que no son de su propia manufacturación. Se trata de alquilar espacios de exhibición y venta, denominados vulgarmente góndolas, a empresas directamente o a distribuidores; el supermercado, de esta forma, se desentiende de un sinnúmero de obligaciones que pasan a quedar en cabeza del arrendador o del distribuidor.

Estas obligaciones son en general las siguientes: queda a cargo del arrendador la colocación y reposición de mercadería en la góndola y en este sentido existen cláusulas por las cuales es condición mantener aquéllas constantemente con productos, y la posibilidad de rescindir si ello no ocurre. Esta cláusula, sostenemos, es legítima pues tiene que ver con lo que se denomina efecto de comercialización en cascada, es decir, ante la falta de productos los consumidores van dejando de concurrir al lugar.

El personal que repone y controla las góndolas es de cada arrendador, que debe ser identificado ante el supermercado, y cualquier variación deber ser notificada y existen cláusulas en este sentido de acceso al lugar en horarios prefijados para evitar problemas de concurrencia en horarios de más permanencia de consumidores. En este sentido los riesgos de dichos empleados son considerados como anexados a la empresa arrendataria de sus lugares de trabajo. En dichos contratos generalmente se incorporan cláusulas de exoneración de responsabilidad por accidentes laborales en los supermercados de estos empleados de los arrendatarios.

Además se pueden considerar como contratos anexos los relacionados con promociones dentro del supermercado, en lugares circunvalentes o en playas de estacionamiento, de productos de empresas que poseen góndolas alquiladas, y que en general siguen los lineamientos ya descritos. La segunda modalidad de que ya dimos cuenta, es que el locatario arriende varias góndolas y con posterioridad éste las subalquile o coloque a su cargo diversos productos de distintas empresas, en cuyo caso existen dos contratos conexos de comercialización: por un lado uno de alquiler entre el supermercado y el arrendatario y por otro entre la empresas y el arrendador de distribución comercial.

En cuanto a las obligaciones de las góndolas son similares a las aludidas, y se añaden algunas particulares: en los contratos de arrendamiento el supermercado en general retiene el derecho de vetar determinados productos o marcas o solicitar previamente la lista de empresas que van a participar, por problemas de competencia o simplemente lo que se denomina, en el argot comercial supermercadista, la línea de selección de comercialización y, desde el punto de vista jurídico, el derecho de reserva marca- producto.

Una segunda obligación adicional es que como no se trata con la empresa directamente, generalmente se establecen condiciones de *packaging* a los efectos de asegurar uniformidad o lo que se denomina línea de atractivos. En general estas obligaciones se encuentran trasladadas en los contratos de distribución de las empresas.

En cuanto a la responsabilidad por los productos, consideramos que el supermercado lo es por el contrato de comercialización de compraventa; la marca o empresa por vía del uso económico del producto sin perjuicio de que en los contratos de locación o distribución puedan existir cláusulas exonerativas que serán válidas y eficaces en la medida de que no violenten el ejercicio regular de los derechos de alguna de las partes.