



El caso Chevrolet: una aproximación al vértigo de la realidad (2ª parte)

GUSTAVO ARAGÓN RAMÍREZ DE PINEDA · QVADRIGAS ABOGADOS

1.- LA GRAN NOTICIA: CHEVROLET DEJA EUROPA.

En diciembre de 2013 General Motors anunció su decisión de dejar de comercializar automóviles de la marca Chevrolet en el mercado europeo a dos años vista; concretamente, a partir del 31 de diciembre de 2015.

Tal anuncio fue recogido por la agencia de noticias Europa Press el 5/12/13 con el título *General Motors dejará de vender Chevrolet en Europa desde 2016*. Al propio tiempo, se indicaba que "Fuentes de Chevrolet España consultadas por Europa Press [...] señalaron que la red [de distribuidores] se irá reduciendo de forma progresiva".

2.- LA WEB DE CHEVROLET: EL MIEDO EN EL CUERPO.

Para divulgar su decisión no debió parecerles suficiente con la noticia. Además, colgaron en la pantalla principal de su página web un destacado apartado titulado *Información importante para los clientes*. Ningún cliente que entre en la página web de Chevrolet puede resistirse a pinchar y conocer la importante información que le espera. Si entramos en tal información, la primera frase que se lee es la siguiente: "Como habrá podido conocer, Chevrolet ha decidido cesar la venta de vehículos nuevos en Europa".

Es evidente que, con un mensaje así, cualquier posible comprador de un Chevrolet se echa atrás. Y es evidente que, por mucho que en un segundo plano se informe en la página web de que el cese en la venta ocurrirá a partir de 2016, el mensaje que queda en la mente del posible comprador es el primero: que Chevrolet ha decidido cesar la venta de vehículos nuevos en Europa.



Además de lo anterior, sin ambages, se incita a abandonar el interés en la compra de nuevas unidades de la marca con preguntas dirigidas y contestadas por sus propios servicios de marketing. Entre otras, las siguientes:

¿Cómo recibirá asistencia mi vehículo una vez que el negocio de Chevrolet en Europa Oriental y Occidental finalice completamente?

¿Qué ocurre cuando cierre mi concesionario?

He comprado un Chevrolet que aún no me ha sido entregado. No me interesa ya este vehículo. ¿Cómo puedo cancelar mi contrato?

Con este anuncio, ¿el valor de mi coche se verá automáticamente depreciado? ¿Cómo me van a compensar por esta depreciación?

Etc.

“ No había ninguna necesidad de “informar” a los clientes salvo que estuviese tramado para que pasase de manera inmediata.”

Es manifiesto que el verdadero objetivo de estas preguntas era que calase en el posible comprador el mensaje de la finalización de la comercialización de vehículos nuevos de Chevrolet, y que para conseguirlo había que repetir el citado mensaje en la página web tantas veces como fuese necesario, incluso planteando insulsas preguntas como la siguiente:

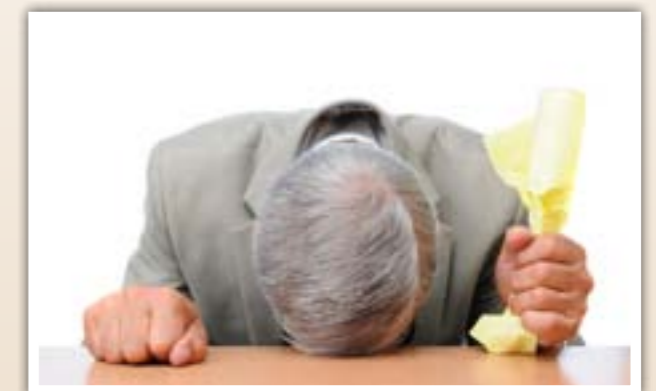
Con el anuncio de la finalización de la comercialización de vehículos nuevos de Chevrolet en Europa, ¿os planteáis cancelar el patrocinio con el Manchester United y el Liverpool FC?

La pregunta que debemos hacernos es: ¿era necesario plantearle todo esto a los posibles compradores de vehículos Chevrolet ¡¡¡a dos años vista de los efectos de la decisión de la marca!!!? De manera intencionada y procaz se nos dirá desde Chevrolet que había que informar de todo ello en aras de la claridad ante los consumidores, pero evidentemente no es así.

Cuando a un posible comprador se le plantea la pregunta de qué va a pasar cuando cierre el concesionario, se le está apuntando intencionadamente que el concesionario va a cerrar. Cuando se le plantea si su vehículo va a verse “depreciado” porque Chevrolet se marche de España, realmente se le está sugiriendo que su vehículo se va a depreciar (máxime cuando la pregunta se acompaña de una respuesta que manifiesta que en otros casos similares la depreciación no ha sido “sustancial”). Cuando se le plantea la pregunta de cómo recibirá asistencia su vehículo una vez que el negocio de Chevrolet finalice, realmente se le está insinuando que podría tener problemas de atención técnica, etc.

No había ninguna necesidad de “informar” a los clientes de lo que iba a pasar dentro de dos años (la supresión de la red de distribuidores), salvo que estuviese –como estaba– tramado para que pasase de manera inmediata. Y ello porque el plazo de dos años de preaviso está previsto para los distribuidores y no para los consumidores quienes, a decir por la propia Chevrolet, no se verán afectados por la huida de Chevrolet de España.

El comprador de un vehículo –normalmente un mero consumidor– es muy sensible a cualquier información sobre la marca de automóviles que esté en disposición de adquirir. Y ello, entre otras posibles razones, porque comprar un coche es un gran gasto; en muchos casos, el segundo gasto de la vida después de la compra de un piso, y es lógico que el consumidor no quiera asumir riesgo alguno a consecuencia de su elección.



Por último, el miedo en el cuerpo tiene su rumbo: Chevrolet indica en su página web que se ha decidido dejar de comercializar la marca en Europa en beneficio de la marca Opel (denominada Vauxhall en el Reino Unido), también del grupo General Motors al que pertenece Chevrolet, a quien se potencia con la eliminación de Chevrolet.

En definitiva, Chevrolet preparó una campaña informativa que produce el efecto contrario al que aparenta. En ella, deliberadamente se les mete el miedo en el cuerpo a los posibles compradores de vehículos Chevrolet para que se abstengan de comprarlos y así conseguir de manera indirecta pero inmediata, que la red de distribución vaya cayendo por sí misma. Con relación a la web de Chevrolet, por mucho que el importador la adorne con supuestas ofertas de vehículos y promesas de garantía de atención al público, el mensaje que queda en la mente del comprador es que Chevrolet ha decidido cesar en la venta de vehículos nuevos en España y, por ende, desaconseja que se adquieran vehículos de esta marca. Esta campaña, junto con otras medidas adoptadas por Chevrolet, ha impedido la venta de vehículos y ha hecho ineficaz el plazo de preaviso.

3.- VALORACIÓN JURÍDICA DE LA ACTUACIÓN DE CHEVROLET.

▶ 3.1.- LA OBLIGACIÓN DE PREAVISAR LA RESOLUCIÓN.

Para resolver un contrato de distribución del sector de la automoción con vigencia indefinida, la concedente (fabricante o importador) debe otorgar un preaviso al concesionario en aplicación del art. 7 del Código Civil, que consagra como principio general el que los derechos deberán ejercitarse conforme a las exigencias de la buena fe (en sentido similar el art. 1258 del Código Civil y el art. 57 del Código de Comercio).

Y ello es así porque el distribuidor de una marca de automóviles que va a perder su condición debe disponer de tiempo suficiente para valorar la situación y negociar con otros fabricantes o importadores de otras marcas su entrada como nuevo distribuidor. El preaviso permite a la otra parte "resituarse en el mercado o tráfico" SENTENCIA AUDIENCIA PROVINCIAL DE ZARAGOZA (SECCIÓN 5ª) NÚM. 129/2006 DE 6 MARZO (JUR 2006\104346).

El verdadero cumplimiento del plazo de preaviso, es decir, que las circunstancias sigan siendo como eran antes del preaviso (que el concesionario pueda seguir funcionando con normalidad como venía haciéndolo, mientras sus directivos negocian con terceros o encuentran el momento adecuado para entrar en una nueva red de distribución), es una obligación esencial, porque de ello depende que el concesionario pueda o no pueda sobrevivir como empresa y, por ende, la estabilidad de las familias que dependen de ella.

En el Contrato de Concesión de Ventas de Chevrolet el preaviso es de dos años y está pactado en su cláusula 21.3. Sin embargo, **la actuación de Chevrolet ha impedido la venta de vehículos a sus distribuidores y ha hecho ineficaz el plazo de preaviso.**

▶ 3.2.- CONSECUENCIAS JURÍDICAS DE LA ACTUACIÓN DE CHEVROLET.

La actuación de Chevrolet es un **incumplimiento doloso del contrato y habilita el ejercicio de la acción de indemnización** (art. 1.101 del Código Civil, entre otros). Como dice la jurisprudencia: "[...] el incumplimiento del preaviso constituye efectivo incumplimiento contractual, por lo cual la indemnización de daños y perjuicios procede." SENTENCIA TRIBUNAL SUPREMO (SALA DE LO CIVIL, SECCIÓN 1ª) NÚM. 60-2004 DE 10 FEBRERO. RJ 2004\748.

La indemnización por incumplimiento de un contrato de distribución por inexistencia de preaviso incluye el daño emergente y el lucro cesante:

"Los perjuicios derivados del incumplimiento de este preaviso no quedan reducidos únicamente al daño emergente, como serían las inversiones realizadas por motivo de la distribución y no amortizadas al tiempo de la resolución del contrato, sino que pueden extenderse también al lucro cesante, al amparo de lo previsto en el art. 1106 CC, tal y como es interpretado por la



jurisprudencia." SENTENCIA TRIBUNAL SUPREMO (SALA DE LO CIVIL, SECCIÓN 1ª) CASO SERA GMBH. NÚM. 569-2013 DE 8 OCTUBRE. RJ 2013\8002.

Que los que aún son distribuidores de Chevrolet se vean obligados a resolver el contrato durante la fase de preaviso por imposibilidad de ejecución del mismo no les impide obtener su indemnización, en la que se incluye el lucro cesante por la falta de preaviso:

"Conforme al modelo de resolución que utiliza la dogmática actual, el ejercicio de la facultad resolutoria no impide al acreedor obtener indemnización del interés positivo, en el que se incluye el lucro cesante. [...] La resolución es hoy un remedio jurídico que permite al acreedor insatisfecho sustituir la vía natural de satisfacción de su interés, a través del cumplimiento puntual del deudor (prestación), por la vía de la indemnización, considerado el deber de mitigar el daño." (INCUMPLIMIENTO DEL CONTRATO Y LUCRO CESANTE, ANTONIO MORALES MORENO, CATEDRÁTICO DE DERECHO CIVIL, CIVITAS THOMSON REUTERS, 2010, PÁGS. 186 Y 187).

Que Chevrolet quiera renunciar a su clientela para mejorar los resultados económicos del grupo General Motors (desviar su clientela a Opel mediante el cierre anticipado de su red de distribuidores de Chevrolet y mediante campañas que favorezcan la desaparición de vehículos Chevrolet usados y la adquisición de Opel nuevos), no invalida la indemnización por clientela porque tal renuncia o desvío del concedente supone un abuso de derecho. Art. 7.2 Código Civil: "2. La ley no ampara el abuso del derecho o el ejercicio antisocial del mismo. Todo acto u omisión que por la intención de su autor, por su objeto o por las circunstancias en que se realice sobrepase manifiestamente los límites normales del ejercicio de un derecho, con daño para tercero, dará lugar a la correspondiente indemnización y a la adopción de las medidas judiciales o administrativas que impidan la persistencia en el abuso."

Salvo mejor opinión fundada en Derecho..., no obstante, aunque parezca imposible, es lo que parece. ■

S&F Consultants
para el sector Automoción

Un servicio diferenciador

info@97sf.es