



Los acuerdos de confidencialidad: el disfraz de un carnaval...

ALFREDO BRIGANTY
QVADRIGAS ABOGADOS

Corría el año 2012 cuando, por primera vez, desayuné con algo tan rocambolesco como la exigencia a un concesionario de la rúbrica de un acuerdo de confidencialidad, para intervenir en las conversaciones que se iban a iniciar en relación con el contenido de los nuevos contratos de distribución que una marca señera tenía previsto imponer a su red.

La víctima de tan extravagante idea era el gerente de una concesión que había sido convocado a las jornadas de proselitismo que ya empezaban a organizarse en Europa, y a las que acudía en nombre y por cuenta de la asocia-

ción española de concesionarios, en su condición de coordinador del consejo de gestión, un paripé de apariencias organizado por la marca para hacer de su capa un sayo. A estos cónclaves internacionales acudía en solitario,

porque así lo había dispuesto el fabricante que, además, invitaba solo a sus abogados por si existía alguna duda.

Al parecer –así me lo manifestó– la rúbrica de la confidencialidad tenía por finalidad evitar que informara a sus representados de lo que allí se iba a tratar, importándoles un comino su condición y el alcance de su cometido. Sabido es que las asociaciones de concesionarios tienen por finalidad *la representación, gestión, defensa y promoción de los intereses legítimos de sus miembros, conforme a lo dispuesto en el artículo 7 de la Constitución Española, que afecten al Sector colectivamente o bien a las empresas asociadas*, y que sus representantes están sometidos a las instrucciones e intereses acordados por la asamblea general de la asociación.

Con el orgullo propio de quien se siente importante al ser reclamado por la superioridad, el destinatario del “acuerdo” lo tuvo que firmar por sorpresa, en inglés, idioma que no dominaba, sin haberlo analizado nadie previamente, asumiendo el peso de la arbitrariedad sobre sus espaldas.

Allí que se celebraron varias reuniones entre obedientes lacayos de distintas nacionalidades, con idas y venidas al extranjero, hasta concluir su periplo como embajador

Según el director en España de desarrollo de red de la marca, los contratos habían sido ya “negociados” en Alemania, con la intervención y colaboración del susodicho representante de los distribuidores españoles y que no era posible modificación ni matización de ningún tipo

español para dar validez a lo que quedaría para siempre como un trágala.

Jamás olvidaré cómo, a mediados del mes de agosto de aquel año, en plena vacación estival, recibí la llamada del presidente de la referida asociación de concesionarios, que no había participado en los encuentros, para comunicarme que se acababan de recibir los contratos para su firma en dos semanas, antes del viernes 31.

A la vez que le mostré mi sorpresa, no exenta de indignación por las fechas y la premura exigida, le comenté que precisaba algunos días para analizarlos y dar mi opinión antes de su firma, a lo que me contestó apesadumbrado que, según el director en España de desarrollo de red de la marca, los contratos habían sido ya “negociados” en Alemania, con la intervención y colaboración del susodicho representante de los distribuidores españoles y que no era posible modificación ni matización de ningún tipo.

De la misma manera que a los niños los trae la cigüeña de París, los contratos venían de Alemania ya immaculados... No escondo que estuve varios días trastornado, porque toda aquella parafernalia me sonaba a otros tiempos que, lamentablemente, han terminado por convertirse en modernidad...

Y para colmo, con la advertencia impúdica de que, quienes no los firmaran tal y como estaban y en el cortísimo plazo concedido, quedarían excluidos de la red. Ni que decir tiene que los contratos se firmaron, sin mácula, para la historia de una posterior histeria que, curiosamente, se lleva viviendo desde el pasado mes de abril de 2021, después de que años más tarde hayan sido preavisados de resolución tras la incorporación de esta marca a un nuevo grupo automovilístico de dimensión estelar.

Al poco tiempo, también hay de decirlo, el leal presidente que puso el grito en el cielo ante tamaño despropósito, se quedó sin negocio y sin contrato, previa denuncia de incumplimiento en sus obligaciones... Podrán imaginar que la verdadera razón de su expulsión de la red



Los folios que regulan la confidencialidad advierten de sanciones y consecuencias fatales si te atrevieras a abrir la boca

fue por díscolo, por cumplir con sus obligaciones como presidente de la asociación con la misma lealtad con que durante tantos años defendió la marca en el mercado, aunque se haya dicho todo lo contrario para la galería. *¡La verdad es la verdad, dígala Agamenón o su porquero!* En este caso yo, parafraseando a Antonio Machado en su Juan de Mairena.

Y que conste que si me atrevo a contar este episodio con tanto desparpajo es por la vergüenza que genera la desfachatez de la propuesta. Con episodios como éste, y otros tantos que a diario se producen en el Sector, hubiera escrito don Benito Pérez Galdós, mi paisano, otros episodios nacionales tan sorprendentes como el que nos ocupa.

Una década después se repite la historia, por lo que vengo a aliviar el ánimo de los “negociadores” y a abogar por ellos, pues no cabe duda de que han sido y siguen siendo víctimas de la parafernalia de un teatrillo. Cuánto más si los afectados han estado sometidos durante me-

ses a la presión de ver peligrar su negocio. *¡Hay que estar en la piel del cordero para saber lo que corta el cuchillo...!*

Por difícil que sea aceptarlo, a mi edad se encajan los golpes de distinta manera, hasta los más duros. Por eso no critico a quienes se han visto sorprendidos por la exigencia de este tipo de “acuerdos” aunque, al socaire de lo mejor para todos, busquen el silencio, para la arbitrariedad.

Para comprender el atropello es preciso destacar que los folios que regulan la confidencialidad advierten de sanciones y consecuencias fatales si te atrevieras a abrir la boca, tales como: (i) No ser nombrado como miembro de la futura red de concesionarios; (ii) la posibilidad de compensar los daños causados a ... (la/s marca/s) por el uso de la información y/o (iii) la posibilidad de ser objeto de acciones judiciales...

Habrà quien diga que se trata de cautelas propias de este tipo de acuerdos, es verdad, pero abusivas, teniendo en cuenta que el firmante es representante de una asociación de concesionarios, a la que debe informar en todo caso, aunque solo fuera por ser la que patrocina sus idas y venidas a las reuniones necesarias para el alumbramiento de los contratos. Probablemente los fabricantes han olvidado que los estatutos de las asociaciones suelen

En el sector de la automoción lo normal –con excepciones muy honrosas- es que los fabricantes redacten e impongan los términos más comprometidos de sus contratos, a modo de lentejas (o los tomas o los dejás...)

exigir que sea su asamblea general la que valide los textos contractuales negociados colectivamente.

La mejor prueba del temor reverencial que pesa sobre los “negociadores” es la primera de las sanciones estipuladas. Pensar siquiera remotamente en la pérdida del negocio, colapsa. ¡Claro que sí! y te convierte en rehén de tus propios temores, por no decir del fabricante.

Darí a para una tesis doctoral el análisis jurídico del documento de confidencialidad, interpretándolo en su contexto..., y para un doctorado en medicina la bilis que han debido tragar los representantes de los concesionarios.

Por si fuera poco, también se lee en los referidos “acuerdos” que la confidencialidad *dejará de aplicarse a los 10 años desde la fecha de su firma...* ¡Menuda burla!

Y a todas estas, nuestro Tribunal Supremo diciendo que se presupone la validez y eficacia de los contratos en el sector de la automoción, incluyendo las cláusulas de renuncia a derechos indemnizatorios y compensatorios, porque los firmantes son empresarios de sobrada experiencia como para saber lo que están firmando en cada momento...

Lo digo con cierto estupor, porque mucho me temo que, otra vez más, los afectados volverán a callar, disfrazando con la omerta la realidad de lo acontecido. Si fuera como presagio, al menos me quedo con la tranquilidad de haber escrito y publicado estas letras, pues sería una fatalidad que se llegara a silenciar cómo en el sector de la automoción lo normal –con excepciones muy honrosas- es que los fabricantes redacten e impongan los términos más comprometidos de sus contratos, a modo de lentejas (o los tomas o los dejás...).

Es en este contexto en el que hay que interpretar los contratos sectoriales, caracterizados por la pérdida paulatina de derechos, siempre en detrimento de la parte más débil de la relación mercantil, la de la distribución.

No puede ser de otra manera, porque no entra en cabeza ajena que las resultas de lo que se trata en esas reuniones esté dando lugar a aspectos tan cuestionables como:



1° La reorganización de las redes de distribución, al albur de los procesos de concentración y de los cambios tecnológicos que están afectando a las distintas marcas a tenor de sus estrategias.

2° La continua reducción de la rentabilidad de los distribuidores, que han perdido en parte el negocio del vehículo de ocasión y el de la distribución de recambios, para beneficio de sociedades participadas por el fabricante.

3° La conversión de contratos indefinidos en temporales, con la finalidad de implementar los ajustes pertinentes sin barreras ni cortapisas para el fabricante.

4° La transformación de contratos de concesión en contratos de agencia, incluso la coexistencia de ambos dos en un mismo CIF, a sabiendas de las consecuencias económicas y de los efectos que tendrá en el mercado por pérdida de independencia en la cadena de distribución.

5° La calificación como genuinos de contratos de agencia, en los que el fabricante no asume los gastos inherentes a la actividad.

6° El incremento de las ventas directas en favor de los fabricantes, sin limitación de mercados, clientes y modelos.

7° La afectación y desafectación de productos comprometidos contractualmente, en cualquier momento y a criterio del proveedor.

8° La reserva en favor del fabricante de un derecho tan importante como la posible modificación de las zonas de responsabilidad primaria, antaño en exclusiva.

9° La usurpación de la clientela, a través de la exigencia de procesos de gestión que afectan a las bases de datos, alimentadas por los distribuidores...

10° La renuncia a derechos adquiridos e incluso a derechos futuros, como las indemnizaciones por inversiones realizadas y no amortizadas, los despidos de personal, la recompra de stocks y una compensación por la clientela generada, entre otras...

11° El permiso para la obtención e intromisión en todo tipo de información relativa a la activi-

dad de los distribuidores, que concurren en el mercado con sociedades filiales de los fabricantes.

12° El incremento de las ventas on line, con todos los problemas que implica en la fijación de precios, en las demostraciones y en la entrega de los vehículos.

13° Las ventas de flotas mediante el sistema de agencia...

14° Las restricciones impuestas en favor de las financieras de marca que, entre otras actividades dignas de encomio, también sirven para ampliar, reducir, controlar e interferir en los designios de su pariente, el fabricante.

15° La extinción de los contratos de taller cuando se cumple con los estándares que justifican el establecimiento de una red basada en criterios selectivos.

16° El establecimiento de las condiciones comerciales, de los objetivos de ventas, de las colaboraciones en campañas etc.

Este simple listado, a modo de ejemplos para destacar la trascendencia de cuanto trato de exponer, obliga a pensar en los acuerdos de confidencialidad como un subterfugio para aparentar que todo se está negociando, cuando la realidad es que se han previsto para escenificar un consenso inexistente. De ahí la alusión que hago en el título de este escrito al disfraz de un carnaval...

A la vez que quiero terminar reconociendo que este galimatías no afecta por igual a todas las redes, ni a todos los fabricantes, por supuesto, confío en que nadie se sienta aludido desde el anonimato. Si así fuera, pido disculpas porque nadie merece el desdoro de la trampa y, mucho menos, cuando todos, y digo todos, somos soldaditos de plomo en el vasto universo de la industria de la automoción.

Termino, como de costumbre, recordando a mi madre, para satisfacción de algunos - bien lo saben ellos-, porque cuando escribo y reflexiono en voz alta me vienen a la cabeza muchas de sus enseñanzas: *A rio revuelto, ganancia de pescadores...*

Con mi respeto a los discrepantes, así lo veo yo, siempre con el mismo entusiasmo... ■