

Barnices Celtonic

Comercio exterior

Barnices Celtónic, S.A. es una compañía que fue constituida en 1978 por cuatro socios, cuyo objeto social es la producción de barnices para madera de uso industrial.

En 1991 se queda todo el capital social uno de los cuatro socios fundadores, que pasa a dirigir y gestionar la entidad.

En 2003 se incorpora como adjunto a la dirección general, después de cursar un MBA, Jorge, el hijo mayor.

Hasta ese momento las exportaciones eran prácticamente inexistentes, y tampoco parecían necesitarlas, puesto que las ventas en el Estado español les proporcionaban unos márgenes de beneficio satisfactorios.

Es con la llegada de Jorge cuando se plantean dos objetivos:

1. Comprar la división de barnices especiales para muebles de una compañía multinacional de origen holandés instalada desde hace años en España y que nunca pudo competir con Celtónic por cuestiones de calidad del producto.
2. Empezar a vender en el exterior, al haber aumentado su capacidad de producción y en previsión de una posible crisis inmobiliaria que generase un descenso en las ventas de mobiliario en España.

Respecto al primer objetivo, la operación consistió en la compraventa de la rama de actividad, el *stock* y las materias primas, las órdenes de compra, el equipo y el laboratorio, acordando en el contrato el mantenimiento de los trabajadores e incluyendo una cláusula de no competencia por un plazo de 3 años. Además, se firmó un contrato de licencia de marca por 3 años, ya que la multinacional tenía registrada su marca consolidada y conocida en el sector.

Ejercicio preparado por el Profesor Carlos Sancho, bajo la supervisión del Profesor Javier Santomá. Julio de 2011.

Copyright © 2011 IESE. Para pedir copias de este documento diríjase a IESE Publishing a través de www.iesep.com, escriba a iesep@iesep.com, envíe un fax al +34 932 534 343 o llame al +34 932 534 200.

No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros medios.



Respecto al segundo objetivo, contactaron en paralelo con un buen fabricante de muebles sito en Portugal y, a su vez, con un importante distribuidor también portugués de pinturas y barnices. La duda era si buscar el cliente directo, es decir, una pluralidad de fábricas y talleres de madera, y venderle directamente, o si sería mejor concentrarse con el distribuidor y centrar los esfuerzos a través de él.

Estudiando los diferentes márgenes comerciales y riesgos, Jorge se planteó qué tipo de contrato debía regir en cada uno de los dos supuestos y dentro de esos contratos, cuáles eran los puntos fundamentales que debería remarcar.

Finalmente, Jorge optó por la elección de un distribuidor en exclusiva.

Transcurridos unos meses y animados por la buena marcha de las incipientes exportaciones, contactaron con un distribuidor marroquí con el que desarrollaron una importante línea de negocio. A su vez, este le presentó a un distribuidor argelino, con el que también hubo un claro entendimiento. En los siguientes años, se abrieron distintos mercados en ámbitos geográficos parecidos, hasta que en 2008 se planteó la posibilidad de acceder a un mercado más grande y más sofisticado: Italia.

Jorge consultó cuál sería la operativa más oportuna dadas las características del mercado italiano y alguien aconsejó suscribir un contrato de agencia (se adjunta como Apéndice 1) con Dominico Trompeta.

La relación no fue satisfactoria, y Jorge se preguntaba si, en caso de rescisión, el asesoramiento jurídico recibido había sido satisfactorio.

A pesar del fiasco italiano, como el resto de las ventas evolucionaba favorablemente en el exterior, Jorge se planteó un proyecto más ambicioso: la India. Desde el punto de vista de competidores, mercado potencial y posible desarrollo, no tenía ninguna duda; pero desde el punto de vista jurídico, ¿cuál debía ser la contratación y estructura jurídica más conveniente?

Anexo 1

Contrato de agencia comercial

En Barcelona, a 14 de julio de 2010

De una parte, **BARNICES CELTÓNIC, S.A.** (en adelante, BC), compañía de nacionalidad española, domiciliada en C/ Córcega, núm. 298 (08008 Barcelona), inscrita en el Registro Mercantil de Barcelona, Tomo 1, Folio 2, Hoja B-345, Inscripción 1ª y provista del NIF A12345678, como **EMPRESA**.

Se halla representada en este acto por **DON JORGE GARCÍA GONZÁLEZ**, de nacionalidad española, mayor de edad, soltero, **EMPRESARIO**, con domicilio a estos efectos en C/ Córcega, núm. 298 (08008 Barcelona) y provisto de DNI número 12345678-A.

Y de otra **JFV, S.A.** (en adelante, JFV), entidad de nacionalidad italiana, domiciliada en Via Mascarpone, 52. Milán (Italia), inscrita en el Registro Mercantil de Palermo, Tomo 9, Folio 8, Hoja 7, Inscripción 1ª y provista de documento de identificación número 258963147, como **AGENTE**.

Se halla representada en este acto por **DON ALPHONSO ROSSI**, mayor de edad, con domicilio a estos efectos en Via Mascarpone, 52. Milán (Italia) y provisto de documento de identificación número 789456123.

A los efectos del presente contrato, la expresión las “PARTES” designará conjuntamente a BC y JFV, pudiendo ser utilizada, asimismo, en su acepción singular.

MANIFIESTAN

Que reconociéndose mutuamente la capacidad legal necesaria para otorgar el presente contrato de agencia, tienen convenida la actividad como **AGENTE** para que con carácter mercantil, es decir, excluyendo expresamente la relación laboral, tanto en lo formal como en lo sustantivo, realice, de forma continuada o estable, la promoción de actos u operaciones de comercio por cuenta de la **EMPRESA**, en la forma que a continuación se establece y lo llevan a efecto por medio del presente contrato y, en particular, por las siguientes

CLÁUSULAS

I. OBJETO Y ÁMBITO DEL CONTRATO

PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente contrato de agencia es la realización por parte del **AGENTE**, de manera continuada o estable, de una actividad de promoción y mediación comercial para la venta de todos los productos que actualmente importa, exporta, distribuye o vende la **EMPRESA**, sin que el AGENTE asuma riesgo y ventura en las operaciones. Dichos productos son susceptibles de variación, limitación, cambio, suspensión temporal o definitiva, a tenor de las necesidades, situación, evolución o fluctuaciones del mercado, a criterio de la dirección comercial de la