

## ARTÍCULO GS:

# LA INDEMNIZACIÓN POR CLIENTELA EN CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN: CLAVES PARA SU RECLAMACIÓN Y DOCTRINA DE LOS CONTRATOS CONCATENADOS

1

## INTRODUCCIÓN.

La reclamación de la indemnización por clientela tras la finalización de un contrato es una de las cuestiones que más litigiosidad genera en el ámbito de las relaciones mercantiles, hasta el punto de que la jurisprudencia ha tenido que ir matizando y actualizando las reglas para su aplicación y cálculo.

Actualmente, si bien la procedencia de dicha indemnización parece pacífica en el ámbito de los contratos de agencia, ésta sigue siendo controvertida en los contratos de distribución y concesión, por ser contratos atípicos no sujetos en su integridad a la Ley del Contrato de Agencia (en adelante "LCA"), como ya introdujimos en nuestro artículo "[La indemnización por clientela en el contrato de distribución](#)".

En el presente artículo vamos un paso más allá y abordamos las claves para determinar la procedencia de dicha indemnización en los contratos de distribución y concesión, así como sus particularidades sobre la posibilidad de renuncia a la misma y cálculo.

## DEFINICIÓN Y FUNDAMENTO JURÍDICO DE LA INDEMNIZACIÓN POR CLIENTELA.

### *Distinción entre el contrato de agencia y los contratos de distribución.*

La indemnización por clientela es una compensación económica que se reconoce a un distribuidor o agente cuando, tras la extinción de su contrato, el empresario principal continúa beneficiándose de la clientela aportada o incrementada por aquel. Su finalidad es evitar el enriquecimiento injusto del principal, que se beneficiaría de la labor del distribuidor sin la debida contraprestación tras la extinción del contrato.

En el ordenamiento jurídico español, la indemnización por clientela tiene su regulación específica en el **Artículo 28 de LCA**. Sin embargo, como apuntábamos, los contratos de distribución mercantil son contratos atípicos, carentes de una regulación legal específica, por lo que, ante esta ausencia, rige el **principio de autonomía de la voluntad** de las partes contratantes, consagrado en el Artículo 1255 del Código Civil.

### **BARCELONA**

Balmes, 209. planta 2  
08006 - Barcelona  
+34 93 218 40 00

### **MADRID**

A. Bosch 5. bajo D.  
28014 - Madrid  
+34 91 037 84 81

[www.gimenez-salinas.es](http://www.gimenez-salinas.es)  
[info@gimenez-salinas.es](mailto:info@gimenez-salinas.es)



**GBL**  
Alliance  
Opening the World  
for your business

Pese a lo anterior, la jurisprudencia del Tribunal Supremo ha venido aplicando por analogía el citado **Artículo 28 de la LCA** a los contratos de distribución o concesión, siempre que concurren una serie de requisitos que justifiquen dicha aplicación. Los principios que sustentan esta aplicación analógica son principalmente dos:

1. **Prohibición del enriquecimiento injusto:** Se busca evitar que el empresario se beneficie de la clientela y el fondo de comercio generados por el distribuidor o concesionario sin una contraprestación adecuada tras la extinción de la relación.
2. **Principio de buena fe contractual:** La relación de colaboración duradera y la inversión realizada por el distribuidor o concesionario generan una expectativa de compensación en caso de ruptura unilateral por parte del empresario, especialmente si este último se beneficia de los frutos de dicha colaboración.

2

Ahora bien, la jurisprudencia también ha sido constante en señalar que, para que proceda esta aplicación analógica, **la relación entre las partes debe presentar una similitud sustancial con la de agencia**, especialmente en lo que respecta a la **aportación de clientela y la posibilidad de que el empresario principal siga beneficiándose de ella**. Así, para su determinación, se deben cumplir los siguientes factores:

- **Aportación de nuevos clientes:** el distribuidor o concesionario debe demostrar que ha aportado nuevos clientes al empresario o ha incrementado sensiblemente las operaciones con la clientela existente en el territorio objeto del contrato.
- **Ventajas futuras para el empresario:** Es necesario acreditar que la clientela aportada por el distribuidor o concesionario puede potencialmente seguir produciendo ventajas sustanciales al empresario tras la extinción del contrato.
- **Equidad de la compensación:** La indemnización reclamada debe ser equitativa, teniendo en cuenta todas las circunstancias del caso, especialmente las comisiones u otras remuneraciones perdidas por el distribuidor o concesionario y la existencia de pactos de no competencia.

También es crucial destacar que, tal y como ha venido sosteniendo la jurisprudencia (entre otras, la Sentencia de unificación de doctrina de 15 de enero de 2008), **la indemnización no es automática**, sino que el demandante que pretenda aquella compensación habrá de **probar la efectiva aportación de clientela y su potencial aprovechamiento por el empresario o concedente**.

Igualmente, tiene que tenerse en consideración que **los acuerdos de exclusión o renuncia de cualquier indemnización son válidos en los contratos de distribución y concesión**. Es decir, a diferencia de lo que ocurre en el contrato de agencia, cuya normativa es imperativa para los agentes, para el resto de contratos de distribución no puede extenderse esta imperatividad. Es por este motivo que el Tribunal Supremo ha reconocido validez al pacto de exclusión de la

#### BARCELONA

Balmes, 209, planta 2  
08006 - Barcelona  
+34 93 218 40 00

#### MADRID

A. Bosch 5, bajo D.  
28014 - Madrid  
+34 91 037 84 81

[www.gimenez-salinas.es](http://www.gimenez-salinas.es)  
[info@gimenez-salinas.es](mailto:info@gimenez-salinas.es)

indemnización por clientela al resto de contratos de distribución y concesión (por ejemplo: SSTS 18 de marzo de 2004; 26 de abril de 2004; 4 de diciembre de 2007; 21 de enero de 2009; 10 de marzo de 2010).

Finalmente, **el distribuidor o concedente no tendrá derecho a una indemnización por clientela cuando la extinción del contrato traiga causa de un incumplimiento esencial del mismo.**

En conclusión, el Tribunal Supremo reconoce el derecho a una indemnización por clientela al distribuidor o concesionario pero esta indemnización dependerá de lo expresamente pactado por las partes y exigirá, en primer lugar, la prueba de la aportación de nuevos clientes o del incremento sensible de las operaciones de la clientela que pueda seguir aprovechando el empresario; y, en segundo lugar, que la extinción del contrato no se deba a un incumplimiento contractual del distribuidor o concesionario.

Así las cosas, lo que debe quedar claro es que **la mera extinción del contrato de distribución no implica, en ningún caso, la automática aplicación del artículo 28 LCA**, aunque sí abre un camino a favor del distribuidor o concesionario para reclamar la indemnización por clientela si concurren todos los presupuestos y salvo pacto válido en contrario.

## **SOBRE EL CÁLCULO DE LA INDEMNIZACIÓN POR CLIENTELA EN LOS CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN Y CONCESIÓN.**

Dado que los contratos de distribución y concesión no son directamente equiparables al contrato de agencia, **las reglas para la cuantificación de dicha indemnización contenidas en el art. 28 LCA tampoco les resultan automáticamente aplicables**, especialmente porque, en el contrato de distribución o concesión, el distribuidor o concesionario actúa por cuenta propia y su beneficio proviene del margen comercial (diferencia entre el precio de compra y el de reventa) y no de las comisiones.

El Tribunal Supremo ha clarificado que, cuando procede indemnización por clientela en contratos de distribución, esta debe calcularse tomando como referencia el **beneficio neto** del distribuidor. Concretamente, la STS 356/2016, de 30 de mayo señala que el criterio orientador del artículo 28 LCA debe aplicarse sobre los beneficios netos obtenidos por el distribuidor, es decir, **el porcentaje de beneficio que resulta una vez descontados los gastos y los impuestos.**

Por tanto, cuando hablamos de beneficio neto nos referimos, al beneficio que le queda al concesionario una vez descontados los gastos necesarios para la obtención de los ingresos. Y dentro de los gastos que son admitidos se encuentran:

- Gastos de personal
- Gastos de transporte
- Gastos financieros

### **BARCELONA**

Balmes, 209. planta 2  
08006 - Barcelona  
+34 93 218 40 00

### **MADRID**

A. Bosch 5. bajo D.  
28014 - Madrid  
+34 91 037 84 81

[www.gimenez-salinas.es](http://www.gimenez-salinas.es)  
[info@gimenez-salinas.es](mailto:info@gimenez-salinas.es)

- Gastos generales necesarios para la obtención del producto de las ventas
- Amortizaciones, tributos, rentas e intereses

En definitiva, el cálculo no se realiza sobre el margen comercial, que es la diferencia entre el precio de adquisición de las mercancías al proveedor y el precio de venta al público, sino sobre el beneficio neto.

Este mismo criterio ha sido reiterado por las STS 137/2017, de 1 de marzo, 317/2017, de 19 de mayo, y 944/2023, de 13 de junio, lo que permite afirmar que se trata del criterio jurisprudencial plenamente asentado en la actualidad.

Por tanto, como recalcan las sentencias citadas, se debe calcular el **promedio anual de los beneficios netos obtenidos por el concesionario durante los últimos cinco años de vigencia del contrato o, si la duración del contrato ha sido inferior a cinco años, durante todo el período de duración del mismo**. Todo ello, en aplicación del importe máximo de la indemnización que se desprende del criterio orientador del artículo 28.3 LCA.

En caso de litigio, la cantidad concreta a la que tenga derecho el distribuidor será la que determine el juzgador en función de la prueba practicada, siempre que entienda cumplidos los requisitos exigidos y en la medida en que dichos requisitos concurren. Se trata, en definitiva, de una cuestión de valoración de la prueba, atendiendo a los hechos concretos del caso y a cómo estos hayan quedado acreditados en el proceso.

### **MENCIÓN ESPECIAL A LA DOCTRINA SOBRE LOS CONTRATOS CONCATENADOS Y SUS CONSECUENCIAS.**

Pese a lo expuesto anteriormente, resulta relevante hacer referencia expresa a la doctrina de los contratos concatenados, plenamente avalada por nuestra jurisprudencia, la cual puede tener un gran impacto en el cálculo de la indemnización por clientela.

No es poco habitual que los empresarios o concedentes, de una parte, y distribuidores y concesionarios, de otra, encadenen en el tiempo diversos contratos de distribución o concesión de duración determinada, aunque con unas condiciones prácticamente análogas.

En casos como estos, la jurisprudencia ha desarrollado una sólida doctrina en torno a los "contratos concatenados" o "encadenados en el tiempo", estableciendo que, **bajo la apariencia de sucesivos contratos temporales, puede subyacer una única relación contractual de carácter indefinido**.

Sin ir más lejos, la Sentencia de la Audiencia Provincial de Alicante nº 75/2019, de 14 de febrero es particularmente ilustrativa al respecto. Citando jurisprudencia del Tribunal Supremo, esta sentencia razona que la dinámica contractual de sucesivos contratos sin solución de continuidad

#### **BARCELONA**

Balmes, 209. planta 2  
08006 - Barcelona  
+34 93 218 40 00

#### **MADRID**

A. Bosch 5. bajo D.  
28014 - Madrid  
+34 91 037 84 81

[www.gimenez-salinas.es](http://www.gimenez-salinas.es)  
[info@gimenez-salinas.es](mailto:info@gimenez-salinas.es)

"evidencia que en ese supuesto ambas partes contemplan en realidad una colaboración indefinida".

Concluye afirmando que "bajo la apariencia de sucesivos contratos temporales, lo que existía en realidad era una relación de agencia por tiempo indefinido".

Concretamente, la Sentencia de la Audiencia Provincial de Alicante nº 75/2019, de 14 de febrero dispone:

5

*"En el supuesto de autos la cláusula tercera del contrato de agencia exclusiva que constituye el documento número 52 de la demanda indicaba que el contrato se extinguiría el 31 de marzo de 2015, tres años después de su firma, añadiendo inmediatamente después que, llegado ese término, el presente contrato no se prorrogará, si bien las partes podrían negociar de buena fe la suscripción de un nuevo contrato, pero no ha sido negado que estamos ante un contrato de adhesión cuyas cláusulas eran de aplicación general al conjunto de los agentes de la demandada con la que la empresa apelante mantenía una relación desde 1999; que nunca se había interrumpido, de manera que de un contrato se pasaba a otro sin solución de continuidad, hasta el momento en que, en septiembre de 2014, Vodafone dio por resuelto el vigente por entender que el agente había realizado actuaciones fraudulentas. Por ello lleva razón la parte recurrente cuando dice que, **con independencia de la literalidad de la cláusula comentada, el contrato de agencia se había concertado por tiempo indefinido, lo que tiene su trascendencia en relación a la fijación de las posibles indemnizaciones a que pueda tener derecho**".*

Aunque en dicho caso se trataba de un contrato de agencia, el razonamiento sobre la concatenación de contratos para determinar la naturaleza indefinida de la relación es igualmente aplicable a un contrato de distribución o concesión de larga duración.

La consecuencia más directa de lo anterior es que, pese a que el empresario o concedente pretenda rebajar artificialmente la indemnización por clientela que le correspondería al distribuidor, encadenando sucesivos contratos de duración determinada, si se entiende que la duración del contrato fue indefinida, **la indemnización deberá calcularse en todo caso tomando en consideración los últimos cinco años**.

Y el anterior no es el único efecto de entender que la duración fue indefinida, sino que, toda vez que la jurisprudencia ha establecido de forma reiterada que la facultad de resolver unilateralmente un contrato de duración indefinida debe ejercitarse conforme a las exigencias de la buena fe (artículo 1258 del Código Civil), lo anterior implica la necesidad de ofrecer un **preaviso razonable** al distribuidor o concesionario.

La Sentencia de la Audiencia Provincial de Valencia nº 111/2023, de 8 de marzo, citando al Tribunal Supremo, señala que "un ejercicio de la facultad resolutoria de una forma sorpresiva o inopinada, sin un margen de reacción en forma de un prudente preaviso, puede ser valorado como un ejercicio abusivo de derecho, o constitutiva de conducta desleal incurso en la mala fe

#### BARCELONA

Balmes, 209. planta 2  
08006 - Barcelona  
+34 93 218 40 00

#### MADRID

A. Bosch 5. bajo D.  
28014 - Madrid  
+34 91 037 84 81

[www.gimenez-salinas.es](http://www.gimenez-salinas.es)  
[info@gimenez-salinas.es](mailto:info@gimenez-salinas.es)



**GBL**  
Alliance  
Opening the World  
for your business

[...], que si bien no obsta a la extinción del vínculo, sí debe dar lugar a una indemnización cuando ocasione daños y perjuicios". (STS de 16 diciembre 2005 , 15 de marzo de 2011 o 16 de marzo de 2016).

En definitiva, la consideración del contrato como indefinido abre una vía de reclamación alternativa para el distribuidor o concedente, que sería la **reclamación de Indemnización por daños y perjuicios** si el preaviso dado por el empresario no se considerara razonable.

6

Esta indemnización es en todo caso distinta y acumulable a la "indemnización por clientela", pues la causa del resarcimiento no sería la finalización de la relación, sino la forma antijurídica en que esta se produce.

## **CONCLUSIONES.**

En definitiva, la indemnización por clientela en los contratos de distribución y concesión constituye hoy una materia compleja, de notable casuística y marcada por una evolución jurisprudencial constante.

Como se ha expuesto, su procedencia no es automática, sino que exige un análisis detallado del contenido contractual, de la efectiva aportación de clientela, del posible aprovechamiento futuro por el empresario principal y de las circunstancias concretas de la extinción de la relación. Asimismo, aspectos como la existencia de pactos de renuncia, el cálculo sobre el beneficio neto, o la posible aplicación de la doctrina de los contratos concatenados pueden resultar determinantes tanto para la viabilidad de la reclamación como para la cuantía final de la indemnización.

Todo ello convierte este tipo de reclamaciones en un ámbito en el que la estrategia jurídica y la adecuada preparación probatoria resultan esenciales. Por ello, tanto distribuidores y concesionarios que se planteen reclamar una indemnización, como empresarios que deseen prevenir o gestionar correctamente la finalización de estas relaciones contractuales, deberían contar con un asesoramiento especializado que permita valorar con rigor sus derechos, riesgos y posibilidades reales de éxito.

**En nuestro despacho contamos con una amplia experiencia en el asesoramiento y defensa en materia de contratos de distribución, concesión y agencia. Si se encuentra en una situación similar o desea analizar su caso concreto, no dude en ponerse en contacto con nosotros y estaremos encantados de estudiar su situación y ofrecerle una solución jurídica adaptada a sus intereses.**

El presente artículo es meramente divulgativo y no supone asesoramiento. Para más información: [info@gimenez-salinas.es](mailto:info@gimenez-salinas.es)

### **BARCELONA**

Balmes, 209. planta 2  
08006 - Barcelona  
+34 93 218 40 00

### **MADRID**

A. Bosch 5. bajo D.  
28014 - Madrid  
+34 91 037 84 81

[www.gimenez-salinas.es](http://www.gimenez-salinas.es)  
[info@gimenez-salinas.es](mailto:info@gimenez-salinas.es)

