



REPÚBLICA
ORIENTAL DEL
URUGUAY
PODER JUDICIAL

Sentencia Nro. 9/2020

IUE 2-62653/2010

Montevideo, 17 de Febrero de 2020

VISTOS:

Para sentencia definitiva de primera instancia estos autos caratulados: "**EQUIPO S.A. C/ ELECTROLUX DO BRASIL S.A. Y OTROS. DAÑOS Y PERJUICIOS.**", IUE: 2-62.653/2010.

RESULTANDO:

I) Que de fojas 146 a 165 comparece **EQUIPO S.A.**, representada por el Sr. Gustavo Mones, promoviendo demanda por daños y perjuicios contra **ELECTROLUX DO BRASIL S.A.**, **FRIGIDAIRE INTERNATIONAL CO.** y **ELECTROLUX HOME PRODUCTS INTERNATIONAL**, expresando que las demandadas son personas jurídicas que integran, junto a otras sociedades, un grupo económico (Grupo Electrolux) que fabrica y comercializa electrodomésticos en diversos países y bajo distintas marcas, entre ellas: Electrolux, Frigidaire, White Westinghouse, Kevinator, Gibson y Philco, dedicándose la accionante a la comercialización de electrodomésticos en Uruguay desde el año 1985, vendiéndolos al consumidor final y a otros comerciantes que los compran para revender, habiendo sido el Grupo Electrolux su principal proveedor de electrodomésticos durante veintitrés años.

En virtud de tal relación comercial (de distribución) fue distribuidor en exclusividad para Uruguay de electrodomésticos de la "línea blanca" (refrigeradores, cocinas, microondas y lavarropas) de las marcas Frigidaire y Electrolux, aire acondicionado de la marca Frigidaire, y en algunas oportunidades otros electrodomésticos como aspiradoras y lustra aspiradoras, haciéndose cargo además de los servicios de post venta, venta de repuestos, servicios



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>



CVE: 003026334401AD372174

Página 1 de 30

promocionales y de marketing y de soporte de las marcas, realizando y asumiendo el costo de importantes campañas promocionales que situaron a tales marcas en un lugar destacado en el mercado, habiendo asumido las demandadas solamente durante los primeros años una parte menor de los costos de campañas publicitarias.

Brinda detalles de la operativa comercial del Grupo Electrolux en la región (en 1996 Electrolux adquirió en Brasil la industria "Refrigeración Paraná S.A.", hasta ese momento perteneciente al Grupo Prosdóximo, por lo que continuó fabricando y comercializando desde Brasil líneas de refrigeración y electrodomésticos destinados a su comercialización en la región) y en el mundo, y continua señalando que en los primeros meses del año 2010 representantes de la contraparte le comunicaron la decisión de quitarle la exclusividad en la comercialización de los productos de la línea blanca y aire acondicionado, pretendiendo introducir un cambio sustantivo en las reglas de juego que se mantuvieron vigentes durante todo el tiempo de la distribución, perdiéndose lo sustancial de las ventas de Equipo S.A. y alterándose decisivamente la ecuación económica del negocio, tornándolo inviable y produciendo los daños que se reclaman.

Alega que lo que persigue es la reparación de los daños ilegitimamente causados y derivados o bien del incumplimiento contractual de las obligaciones de las demandadas, o bien por el ejercicio abusivo y por tanto ilícito del derecho a rescindir unilateralmente el contrato de distribución.

Da detalles de los hechos y circunstancias que acreditan la naturaleza, características e importancia económica de la relación comercial (contrato consensual de distribución, con exclusividad para comercializar en Uruguay electrodomésticos de la línea blanca de las marcas Electrolux y Frigidaire) que vinculó a las partes a partir del mes de agosto de 1987, indicando que los resultados comerciales fueron siempre muy buenos y que los mismos fueron reconocidos por las demandadas, habiéndose convertido Equipo S.A. en uno de los diez distribuidores más importantes de la marca Frigidaire a nivel mundial, pese a operar en un mercado tan pequeño como el uruguayo, comenzándose posteriormente (en octubre de 1992) con la distribución de productos de la marca Electrolux.

Refiere a dificultades imputables al Grupo Electrolux cuando se comenzó a gestionar desde



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>



CVE: 003026334401AD372174

Página 2 de 30

Miami (en el año 1999) la operativa de productos de la marca Frigidaire, que afectaron los volúmenes de comercialización en el país, lo que le causó importantes perjuicios, dando detalles al respecto, como también los da de las comunicaciones con representantes de las demandadas que en el año 2009 destacaban la labor de Equipo S.A., hasta que el 11 de marzo de 2010 el Sr. Celso Silva (gerente de exportaciones de Electrolux Do Brasil) admitió que había aceptado órdenes de otros clientes en Uruguay, y por lo tanto que había modificado unilateralmente la relación comercial en perjuicio de Equipo, quien el 24 de mayo de 2010 lamentó que la decisión unilateral del Grupo Electrolux hubiera puesto fin a la relación comercial mantenida.

Señala que las actitudes del Grupo y de las demandadas son inaceptables, no solo por injustas sino porque desconocen los derechos exclusivos que Equipo ejerció pacíficamente durante veintitrés años y las importantes inversiones que realizó y que posicionaron muy bien a sus marcas en nuestro mercado, obteniendo un beneficio injusto y sacando provecho del notorio reconocimiento que tienen las marcas Electrolux y Frigidaire en virtud del esfuerzo suyo, aun cuando cerró órdenes para comprar productos entre setiembre de 2009 y abril de 2010 por la suma de U\$S 1.758.767.

Manifiesta que logró que las marcas indicadas sean de las más reconocidas en nuestra plaza por los consumidores, creando una importante red de distribución integrada por empresas minoristas que comercializan tales marcas: Supermercados Geant, Devoto, Tienda Inglesa, Daniel Hogar, Casa Mangold, Motociclo, Punto Luz, etc., a las que el Grupo Electrolux comenzó a vender directamente saltándose a Equipo, desconociendo sus derechos adquiridos, proponiéndole que permaneciera comercializando a pequeños comerciantes los mismos productos.

Entiende que el hecho ilícito imputable a las demandada consiste en la finalización unilateral (abrupta, injustificada e intempestiva) del contrato de distribución que los vinculaba a Equipo, lo que constituye una clara violación de lo dispuesto en el artículo 209 del Código de Comercio y del artículo 1294 del Código Civil, alegando que para el caso de que se entienda que a las partes en los contratos de distribución sin plazo determinado les asiste el derecho a rescindir unilateralmente el vínculo, el hecho ilícito lo configura el ejercicio abusivo, de mala fe y sin justa



causa de ese derecho, citando doctrina al respecto, dando detalles sobre lo que considera ha sido un ejercicio abusivo del derecho a rescindir unilateralmente un contrato, citando también doctrina, afirmando que no han mediado justas causas que justifiquen el desistimiento unilateral ni tampoco se realizó un preaviso razonable (con un plazo mínimo de tres años), defendiendo su derecho al cobro de la indemnización reclamada, destacando que el porcentaje de productos objeto de la distribución que ofrecía Equipo a sus clientes era de aproximadamente un 50 % sobre todos los productos que comercializaba.

Reclama los daños y perjuicios derivados de la afectación del valor llave del establecimiento de Equipo o de la pérdida de prestigio derivada de la finalización del contrato de distribución en exclusividad de productos de la marca Frigidaire y Electrolux, estimándolos en una suma no inferior a U\$S 8.163.212 correspondientes al promedio anual de utilidad obtenida por la comercialización de estos productos durante los últimos quince años.

Y reclama también el lucro cesante correspondiente a la pérdida de la lógica expectativa de ganancia frustrada por los hechos ilícitos que se atribuyen al Grupo Electrolux, los que se estiman en una suma no inferior a U\$S 2.630.632, correspondiente a la utilidad obtenida en cuatro años resultante de promediar anualmente tal utilidad durante los últimos quince años.

Adjunta prueba documental, ofrece prueba testimonial, pide prueba por informe, funda el derecho, y en definitiva, solicita que se condene a las demandadas en forma solidaria a resarcir los daños y perjuicios reclamados, los que, sin perjuicio de su determinación por la vía del artículo 378.3 del Código General del Proceso, se estiman en una suma no menor a U\$S 10.793.844, y para el caso de que se entienda que no procede la condena solidaria, se condene a cada una de las demandadas a indemnizar la cuota parte de daños causados según corresponda.

- II) Que por decreto 588/2011 (fojas 180) se confirió traslado de la demanda, el que fue notificado conforme surge de fojas 335 a 337 y a fojas 388 y 390.
- III) Que de fojas 236 a 259 comparece **ELECTROLUX DO BRASIL S.A.** contestando la demanda controvirtiendo tanto la extensión de la relación comercial entre las partes, como la existencia del incumplimiento contractual que se le atribuye y la circunstancia de que Equipo



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>
CVE: 003026334401AD370171

S.A. fuera un distribuidor exclusivo (no obstante haber sido el único distribuidor de la línea blanca hasta el año 2010), alegando que desde el año 2004 esta última venía haciendo un pobre trabajo muy por debajo de sus posibilidades y de lo que el mercado permitía (citando números en respaldo de sus afirmaciones, además de doctrina sobre las obligaciones del distribuidor), por lo que se le da aviso el 27 de enero de 2010 (luego de varias reuniones y charlas previas) de que comenzarían a venderle a ciertos mayoristas (que tuvieran condiciones de comprar contenedores completos), pero manteniéndola como distribuidora no exclusiva.

Niega haber rescindido la relación de distribución con Equipo, afirmando que fue esta quien lo hizo cuando se le realizó la comunicación indicada y que dicha comunicación constituyó un preaviso razonable (el que además era innecesario por existir justa causa para fundar su decisión, citando jurisprudencia), indicando que se trataba de una relación de distribución sin plazo de duración y que podía modificarla y/o finalizarla con tal preaviso, citando posteriormente doctrina y jurisprudencia sobre el punto y sobre la facultad de rescindir unilateralmente un contrato de distribución sin plazo de duración.

Manifiesta asimismo que existía una justa causa para ampliar la posibilidad de venta con mayoristas, ya que Equipo no trabajaba debidamente la marca (ya que todos sus esfuerzos estaban dirigidos a promocionar y desarrollar su propia marca: TEM), como quedó demostrado con las ventas de los años 2010 y 2011 sin su participación, duplicando las ventas en el primer año y triplicándolas en el segundo.

Controvierte también la existencia del conjunto económico al que se hace referencia en la demanda, alegando que no corresponde la comunicación de responsabilidad ni condena solidaria alguna, cuestionando asimismo la procedencia y monto de los daños y perjuicios que se reclaman, indicando que el valor llave no es un daño cierto ni inmediato, citando abundante doctrina y jurisprudencia al respecto.

Sobre la relación comercial de distribución entre las partes, afirma que la misma comenzó en el año 1996 y que la performance de Equipo no fue la esperada a partir del año 2004, ya que la participación de mercado de Electrolux y las demás marcas codemandadas no aumentaba, teniendo la accionante por estos productos al final de la relación comercial una participación en el total de las importaciones realizadas en el mercado uruguayo de electrodomésticos del 2.4



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

%, habiendo sido advertido el bajo rendimiento a Equipo en varias oportunidades desde el año 2004, habiéndosele informado ya en el año 2007 su decisión de aumentar el número de distribuidores en Uruguay.

Reitera la inexistencia de exclusividad entre Equipo y Electrolux, alegando además que tal exclusividad en los contratos de distribución debe ser pactada expresamente entre las partes, no siendo ese el caso, agregando que no surge de la prueba aportada la palabra "exclusividad" ni tampoco indicio alguno que permita concluir que la misma existía en la relación comercial, citando documentos de los que surge que la misma no existió y afirmando que el hecho de ser el único distribuidor no implica exclusividad, citando doctrina y jurisprudencia.

Reitera también la existencia de un preaviso razonable de que le vendería productos a mayoristas de tres meses (realizado el 27 de enero de 2010 vía mail), habiéndose concretado la primera venta con otra empresa mayorista en mayo de 2010, agregando que se debe considerar también las sucesivas advertencias a lo largo de los años, el hecho de que Equipo operaba con marcas distintas que competían con las de Electrolux y que no hubo una rescisión sino una decisión de sumar mayoristas para tener más presencia en un mercado que Equipo no atendía.

Adjunta prueba documental, pide prueba pericial, prueba por informe y declaración de parte, ofrece prueba testimonial, funda el derecho y, en definitiva, solicita que se desestime la demanda con costas y costos a cargo de la parte actora.

IV) Que de fojas 413 a 430 comparece ELECTROLUX HOME PRODUCTS INTERNATIONAL INC. contestando la demanda alegando, en primer lugar, su falta de legitimación pasiva fundándose en la inexistencia de un contrato de distribución (citando doctrina sobre el mismo) con la actora, no obstante admitir la existencia de compraventas específicas de productos celebradas con la misma entre los años 2004 y 2010, controvirtiendo además la existencia de la exclusividad alegada en la demanda y alegando que no fue ella quien dejó de vender, sino Equipo quien dejó de comprar, y que en todo caso existió un preaviso razonable (comunicación de que comenzarían a venderle a otros mayoristas).

Controvierte específicamente también haber incumplido contrato alguno que la vinculara con



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

Página 6 de 30

Equipo así como la generación de dificultades a esta última; que haya sido ella quien rescindió unilateralmente el vínculo contractual de distribución que alega la accionante y que además ello haya sido en forma abusiva, arbitraria, intempestiva e ilegítima; que los resultados de la actividad de Equipo fueran buenos y/o que se haya obtenido un importante crecimiento de venta de sus productos debido a la publicidad realizada por la misma.

Alega que las codemandadas no forman parte de un conjunto económico, tratándose de sociedades jurídicamente independientes, y por tanto no corresponde la comunicación de responsabilidad ni tampoco la solidaridad entre ellas.

Finalmente controvierte la existencia de incumplimiento alguno de su parte, la existencia de relación de causalidad, la existencia de una actitud culpable o dolosa que pueda atribuirse y la procedencia y monto de los daños y perjuicios que se reclaman, citando doctrina y jurisprudencia.

Adjunta prueba documental, pide prueba pericial y declaración de parte, funda el derecho y, en definitiva, solicita que se rechace la demanda con costas y costos a cargo de la parte actora.

V) Que tras el desistimiento del proceso por parte de la actora en relación a FRIGIDAIRE INTERNATIONAL CO. (fojas 435), por decreto 3908/2016 (fojas 440) se convoca a la audiencia preliminar que se realiza el 2 de mayo de 2017 (fojas 443 a 445), diligenciándose la prueba admitida, celebrándose audiencias de prueba (fojas 517 a 522, 523 a 527, 528 a 534, 535 a 541, 555 y 556, 593 y 594, 610 y 611 y 620 y 621) y audiencia de alegatos (fojas 689 y 690) y fijándose audiencia de dictado de sentencia para el día de la fecha (decreto 3843/2019 a fojas 696), luego de ampliado el plazo para su dictado por la Suprema Corte de Justicia (fojas 695).

CONSIDERANDO:

I) Que se estableció el objeto del proceso en determinar la procedencia y mérito de la demanda, esto es, determinar si corresponde condenar a ELECTROLUX DO BRASIL S.A. y a ELECTROLUX HOME PRODUCTS INTERNATIONAL a reparar los daños y perjuicios reclamados por EQUIPO S.A. tras la finalización del contrato de distribución que vinculaba a las partes, y en su caso, determinar el monto de la condena; y determinar asimismo la legitimación pasiva de la codemandada ELECTROLUX HOME PRODUCTS INTERNATIONAL



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

(folios 443 vuelto).

En tanto, el objeto de la prueba se estableció en los hechos alegados y controvertidos por las partes, esto es: el incumplimiento que se atribuye a las demandadas, el abuso de derecho que se alega en la demanda, la existencia de exclusividad en la relación comercial entre las partes, quien tomó la decisión de finalizar la vinculación, la existencia del preaviso al que hace referencia la codemandada ELECTROLUX DO BRASIL, la existencia del conjunto económico que se alega por la actora y la existencia y cuantía de los daños y perjuicios que se reclaman (folios 443 vuelto).

II) Que la parte actora funda su demanda en la existencia de un contrato de distribución exclusiva a su favor y para Uruguay que tuvo por objeto la comercialización de electrodomésticos de la "línea blanca" (refrigeradores, cocinas, microondas y lavarropas) de las marcas Frigidaire y Electrolux, aires acondicionados de la marca Frigidaire, y en algunas oportunidades otros electrodomésticos como aspiradoras y lustra aspiradoras, y que vinculó a las partes a partir del mes de agosto de 1987 y hasta los primeros meses del año 2010, cuando representantes de la contraparte le comunicaron la decisión de quitarle la exclusividad, alterándose decisivamente la ecuación económica del negocio, tornándolo inviable para ella y produciendo los daños que se reclaman.

Alega la actora que persigue la reparación de los daños ilegítimamente causados y derivados o bien del incumplimiento contractual de las obligaciones de las demandadas, o bien por el ejercicio abusivo y por tanto ilícito del derecho a rescindir unilateralmente el contrato de distribución, estando constituido el hecho ilícito en este segundo caso por el ejercicio abusivo, de mala fe, sin justa causa que lo justifique y sin preaviso razonable.

En tanto, la demandada Electrolux do Brasil admite que la accionante fue la única distribuidora de la línea blanca desde el año 1996 y hasta el año 2010, no obstante lo cual controvierte la circunstancia de que Equipo S.A. fuera un distribuidor exclusivo, agregando que la performance de Equipo no fue la esperada a partir del año 2004 (justa causa que justifica su decisión), por lo que se le da aviso el 27 de enero de 2010 (luego de varias reuniones y charlas previas) de que comenzarían a venderle a ciertos mayoristas (que tuvieran condiciones de comprar contenedores completos), pero manteniéndola como distribuidora no exclusiva, negando haber



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

rescindido la relación de distribución.

Mientras que la demandada Electrolux Home Products International alega su falta de legitimación pasiva fundándose en la inexistencia de un contrato de distribución con la actora, no obstante admitir la existencia de compraventas específicas de productos celebradas con la misma entre los años 2004 y 2010, controvirtiendo también la existencia de la exclusividad alegada en la demanda y afirmando que no fue ella quien dejó de vender, sino Equipo quien dejó de comprar.

Leg. pasiva
EHP

III) Que corresponde analizar, en primer lugar, la legitimación pasiva de Electrolux Home Products International, ya que la misma ha sido cuestionada, señalando la demandada, como viene de decirse, que si bien existieron de compraventas específicas de productos entre los años 2004 y 2010, no existió un contrato de distribución.

En el caso de autos, la existencia de un contrato o de una relación de distribución entre Electrolux Home Products International y Equipo S.A. desde el año 1987 y en adelante hasta el año 2010 (como lo alega la accionante) ha quedado plenamente acreditada.

En efecto, el testigo Marco Gómez, empleado de Frigidaire International desde el año 1981 y hasta el año 1994 y gerente comercial para Latino América y el Caribe desde el año 1983 hasta el año 1994, señala que conoce a Equipo S.A. y al Sr. Gustavo Mones en el año 1987 cuando se empezaron a buscar distribuidores en la región y le ofrecieron la distribución en Uruguay de la línea blanca completa (refrigeradores, lavadoras, hornos, micro ondas, aires acondicionados) de la marca Frigidaire (fojas 629 y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 0'48, 1'30, 2'00, 2'26, 2'50 y siguientes, 3'40, 4'25 y 4'45).

En tanto, el testigo Jorge Carvallo, responsable de exportaciones de Electrolux Do Brasil entre el año 2003 y el año 2008, afirma que la marca Electrolux se introdujo en Uruguay, luego de que Electrolux Internacional comprara a la compañía Prosdócimo en el año 1996, afirmando que entonces ya se vendían productos de la marca Frigidaire y que existía relación comercial entre Equipo y Electrolux Internacional (fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir del minuto 5'52 y 6'38).

Celso Silva, Gerente Internacional de negocios de Electrolux Do Brasil, indica que cuando él



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>



CVE: 003026334401AD372174

ingresó a trabajar en el área comercial de la empresa, Equipo ya era distribuidor de la línea blanca de la marca Frigidaire y Electrolux en Uruguay (fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir del minuto 20'45).

Y quien fuera contador de Equipo, Jorge Perazzo, indicó que cuando comenzó a trabajar con Equipo en el año 1988, la relación comercial con Electrolux ya existía (fojas 528 y 528 vuelto).

Además, los comerciantes nacionales interrogados en autos, vinculan a Equipo con las marcas Electrolux y Frigidaire, desde mucho antes del año 1996, año este último a partir del cual Electrolux Do Brasil admite haber iniciado la relación de distribución con Equipo (contestación de demanda, numeral III B a fojas 239 vuelto).

Así, Walter Audiffrend señala que entre los años 1989-1990 a 2009-2010 no había otro distribuidor de las marcas Electrolux o Frigidaire fuera de Equipo (fojas 519 vuelto); Diego Yañez dice que vendió productos Electrolux y Frigidaire a partir del año 1988 o 1989 y que se los compraba a Equipo (fojas 520 vuelto); Carlos Álvarez dice que le compró productos marca Electrolux a Equipo hasta el año 2009 o 2010, y que hasta ese momento solo le compró esa marca a Equipo (fojas 523 vuelto); Gabriel Rosas le compró a Equipo ambas marcas desde los años noventa (fojas 531 vuelto), como también lo hizo Alfonso Bassani (fojas 532); y Ángel Roda dice que compró esas marcas a Equipo en los últimos años de la década del ochenta (fojas 533);

Mientras que el testigo Hilario Correa afirma que "... la marca [Electrolux] se empezó a posicionar a partir del año 1990 que empezó a aparecer propaganda en los diarios", siendo Equipo S.A. quien se encargaba de publicitar principalmente en la prensa escrita (fojas 525 vuelto).

"...por los años noventa... Equipo S.A... era el jugador dominante en el mercado de las heladeras... Gustavo... vendía la marca Electrolux y Frigidaire..." (León Friedman a fojas 535 vuelto y 536).

Y otros testigos realizan afirmaciones similares: Federico Molins, gerente comercial de radio Montecarlo y de radio Oriental desde el año 1994, y gerente comercial del diario El País desde el año 2002, señala que conoce a Equipo como anunciante, primero de la radio desde el año



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>



CVE: 003026334401AD372174

1994 y luego del diario, donde tenía una página todos los domingos en El Gallito Luis y a veces en el cuerpo del diario, publicitando las marcas Electrolux y Frigidaire tanto en la radio como en el diario (fojas 538 vuelto); Andrea Curcio, quien fuera gerente del diario El País y de Canal 12, también señala que en el año 1990 Equipo ya contrataba en esos medios publicidad para las marcas Electrolux y Frigidaire (Fojas 539 vuelto); y Alvaro Moré, quien brindó servicios de asesoramiento en publicidad a Equipo entre el año 1991 y el año 2007, indica que se publicitaban las marcas Electrolux y Frigidaire desde el año 1991 o 1992 (fojas 540); surgiendo de los recortes publicitarios que se encuentran incorporados en los biblioratos agregados como prueba que efectivamente Equipo S.A. promocionaba ambas marcas en la prensa escrita desde mucho antes del año 1996.

Por otra parte, surge de la carta enviada por fax el 1 de octubre de 1992 (fojas 75 vuelto) que Marco Gómez de Frigidaire International Company, felicita al Sr. Gustavo Mones y a Equipo S.A. por el trabajo realizado y por haber sido nombrado Equipo como distribuidor de la marca Electrolux en Uruguay; surgiendo asimismo del fax de fecha 2 de diciembre de 1997 (fojas 75) que Frigidaire International Company, de Estados Unidos, felicita al Sr. Gustavo Mones y a Equipo S.A. por las ventas durante el año y le comunica que los precios para el año 1998 son los mismos en relación a los productos de Estados Unidos.

Por todo lo expuesto, entonces, habrá de desestimarse la defensa de falta de legitimación pasiva de Electrolux Home Products International en la medida que ha quedado plenamente demostrada la existencia de una vinculación comercial que reúne las características de un contrato de distribución desde el año 1987 y hasta el año 2010, habiéndose admitido por la demandada la compra de productos por parte de Equipo S.A. hasta el año 2010 (contestación de demanda a fojas 415 in fine y 416).

En este sentido, véase que "La función típica del contrato de distribución es intermediar o facilitar la circulación de bienes o servicios, desde el lugar de su producción hasta su entrega al consumidor (Cfm. Nuri Rodríguez Olivera, Contratos de distribución, FCU, p. 127; Bergstein, ADCU, t. XXVI, p. 538). Son contratos que permiten al productor la comercialización regular de sus productos a través de su vinculación permanente con otros comerciantes independientes con quienes contrata, integrándose por razones económicas. Tratándose... de un contrato



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>



CVE: 003026334401AD372174

consensual, de modo que se puede recurrir a todos los elementos de prueba allegados a la causa a fin de determinar si existió o no la referida vinculación entre las partes..." (Sentencia N°. 46/2006 de la Suprema Corte de Justicia, en ADCU, Tomo XXXVII, caso 168, páginas 86 y 87).

De la prueba reseñada resulta la existencia de una relación comercial iniciada en el año 1987 y que se extendió hasta el año 2010, que reviste las características indicadas en la cita que viene de estamparse, quedando totalmente desvirtuada la afirmación realizada por la demandada Electrolux Home Products International en el sentido de que Equipo solo le realizó compras aisladas entre los años 2004 y 2010 (contestación de demanda, literal C de fojas 416).

IV) Que ingresando al fondo del asunto se adelanta que Equipo S.A. ha logrado acreditar también la existencia de un contrato o relación de distribución exclusiva a su favor y para Uruguay en relación a la comercialización de electrodomésticos de la "línea blanca" (refrigeradores, cocinas, microondas, lavarropas y aires acondicionados) marcas Frigidaire y Electrolux, que la vinculó primero con Electrolux Home Products International a partir del año 1987 (según viene de señalarse en el considerando anterior) y luego con Electrolux Do Brasil S.A. a partir del año 1996 (contestación de demanda, numeral III B a fojas 239 vuelto; y declaraciones de Jorge Carvallo a fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 5'52 y 6'38, y María da Souza Santos a fojas 556 y en pista de audio identificada con su nombre a partir del minuto 8'15) hasta los primeros meses del año 2010 (hecho y fecha, esta última, que no ha sido objeto de controversia).

Así pues, el testigo Marco Gómez (empleado de Frigidaire International desde el año 1981 y hasta el año 1994, gerente comercial para Latino América y el Caribe desde el año 1983 hasta el año 1994) afirma que conoce a Equipo S.A. y al Sr. Gustavo Mones en el año 1987 cuando se empezaron a buscar distribuidores en la región y le ofrecieron la distribución en Uruguay de la línea blanca completa (refrigeradores, lavadoras, hornos, micro ondas, aires acondicionados) de la marca Frigidaire, según ya se ha dicho.

Afirma este testigo que esa distribución se mantuvo luego de su retiro de la empresa hasta "el año 2000 y algo", sabiéndolo porque mantuvo contactos con las personas físicas vinculadas a la venta de electrodomésticos tanto en Electrolux y como en los distribuidores de la región, e



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

Página 12 de 30

indica que hasta el año 2010 no hubo otro distribuidor para Uruguay que Equipo S.A., pues la filosofía del Grupo a nivel mundial era la de tener un distribuidor exclusivo para cada región, "un distribuidor por país", acordándose de palabra "básicamente" aunque en algunos casos se hacia por escrito (fojas 629 y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 4'54, 6'21, 6'55, 7'10, 9'00, 10'20, 10'47 y 10'55).

Indica además que fue él quien sugirió a Electrolux en Suecia que considerar a Equipo para distribuir electrodomésticos en Uruguay (declaración del testigo Marco Gómez a fojas 629 y en pista de audio identificada con su nombre a partir del minuto 23'40).

En tanto, Jorge Carvalho (responsable de exportaciones de Electrolux Do Brasil entre el año 2003 y el año 2008, según se dijo), afirma que Equipo fue distribuidor único -aunque no exclusivo- (fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir del minuto 27'20); y Ariel Werner, quien estuvo vinculado a Electrolux Do Brasil entre los años 2004 y 2013, habiéndose desempeñado en el sector de ventas internacionales para Sudamérica, conociendo a Equipo por haberle vendido productos de Electrolux de 2004 a 2010, señala que antes del año 2010, línea blanca solo se le vendía a Equipo, agregando posteriormente que responsabilizaba a Equipo por las bajas ventas en el mercado uruguayo porque "era la empresa que manejaba la marca acá" (fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 3'46 y 9'12).

Mientras que en oportunidad de la declaración de parte de Electrolux Do Brasil, la persona designada a tales efectos, Alejandra Urenda, admite que Equipo durante un tiempo fue el único distribuidor en Uruguay (fojas 610 y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 5'28 y 9'15).

Por otra parte, comerciantes minoristas de electrodomésticos de Uruguay, señalaron que Equipo fue su proveedor de productos de la marca Electrolux y Frigidaire y que además no le compraron a ningún otro proveedor antes del 2010: José Álvarez a fojas 517 vuelto y 518; Walter Audiffrend a fojas 519; Diego Yañez a fojas 520 vuelto y 521; Carlos Álvarez a fojas 523 vuelto y 524; Hilario Correa a fojas 524 vuelto y 525; Miguel Pelzel a fojas 526; Jacobo Norman a fojas 526 vuelto; Felipe Benezo a fojas 531 y Gabriel Rosas a fojas 531 vuelto.



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

Página 13 de 30

Otros testigos señalan también que entre los años 1989-1990 a 2009-2010 no hubo otro distribuidor de las marcas Electrolux o Frigidaire fuera de Equipo para Uruguay: Walter Audiffrend a fojas 519 vuelto; Carlos Álvarez a fojas 523 vuelto; Miguel Pelzel a fojas 526; y León Friedman a fojas 536 vuelto.

Y quien fuera contador de Equipo entre el año 1988 y 2006, Jorge Perazzo, indicó que "Equipo tenía la exclusividad para el mercado uruguayo", aunque luego no logra explicar en qué funda su afirmación (fojas 529).

De hecho Federico Molins, gerente comercial de radio Montecarlo y de radio Oriental desde el año 1994, y gerente comercial del diario El País desde el año 2002, según se dijo, indica que Equipo publicitaba las marcas Electrolux y Figidaire tanto en la radio como en el diario, no recordando a ninguna otra empresa que las publicitara (fojas 538 vuelto).

Agrega Molins que Equipo publicitó las marcas de forma ininterrumpida hasta el año 2010, habiendo incluso recibido un premio de la Cámara de Anunciantes por una campaña publicitaria (fojas 538 vuelto in fina y 539).

Y Alvaro Moré, indica que Equipo publicitaba las marcas Electrolux y Frigidaire desde el año 1991 o 1992 y que no había otra empresa que las publicitara, reafirmando la premiación obtenida por la publicidad realizada (fojas 540).

En tanto, Andrea Curcio, quien fuera gerente del diario El País y de Canal 12, también señala que Equipo contrataba en esos medios publicidad para las marcas Electrolux y Frigidaire, entre otras marcas (Fojas 539 vuelto).

Así pues, en el caso concreto, no se advierte diferencia entre ser "único" (que significa: solo y sin otro de su especie) y ser "exclusivo" (que significa en una de sus acepciones: único, solo, excluyendo a cualquier otro), pues en los hechos y aunque no se hubiera consignado por escrito, la exclusividad se dio en la práctica nada menos que durante 23 años, ya que en ese extenso periodo de tiempo nadie ninguna otra empresa distribuyó en Uruguay electrodomésticos de la línea blanca Electrolux y Frigidaire, viniendo al caso consignar lo establecido en el artículo 1301 del Código Civil: "Los hechos de los contrayentes, posteriores al contrato, que tengan relación con lo que se discute, servirán para explicar la intención de las



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

partes al tiempo de celebrar el contrato".

Por otra parte, no surge prueba alguna que acredite la existencia de otro distribuidor para Uruguay de la misma línea de productos en el período comprendido entre los años 1987 y 2010.

Véase que si bien el testigo Jorge Carvalho, responsable de exportaciones de Electrolux Do Brasil entre el año 2003 y el año 2008, afirma la existencia de relación comercial en Uruguay con otra empresa –Ilavent- que tenía vinculación con "Electrolux Miami" (fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 0'42, 0'54, 1'04, 2'40, 4'05), esa empresa vendía en Uruguay la marca White Westinghouse pero no la marca Electrolux (fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 5'15 y 19'48).

También Celso Silva refiere a ventas a la empresa Ilavent y a Barraca Europa antes del año 2010, pero de la marca White Westinghouse (fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir del minuto 5'40), habiéndose consignado por el mismo en mail enviado el 2 de junio de 2009 que "No se queda duda que Equipo es el Distribuidor de Productos Electrolux para línea Blanca en todo Uruguay" (Celso Silva a fojas 114 y pista de audio identificada con su nombre a partir del minuto 31'49 y Ariel Werner, fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir del minuto 22'20), luego de la realización de una "pesquisa de mercado" hecha por Ariel Werner (vendedor) y por Franco Carignano (analista de exportación) que causó malestar en Equipo, pues la empresa se sintió perjudicada (Celso Silva a fojas 555 vuelto y en pista de audio identificada con su nombre a partir del minuto 31'49).

Finalmente, entiende esta sentenciante que la misiva enviada vía mail el 27 de enero de 2010 (tras reunión mantenida una semana antes), por medio de la cual el Gerente internacional de negocios de Electrolux Do Brasil, el Sr. Celso Silva, le comunica a Equipo S.A. la decisión de Electrolux Do Brasil de comenzar a ofrecer a otros mayoristas "que tengan condiciones de comprar contenedores completos la venta directa" (documento de fojas 209 y declaración de Celso Silva a fojas 555 vuelto y en pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 16'25 y siguientes y 36'46), implica un reconocimiento de la exclusividad mantenida hasta ese momento, pues de otro modo qué sentido podía tener comunicarle a Equipo que se



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

comenzaría a negociar con otros distribuidores.

Del mismo modo puede interpretarse misiva anterior de fecha 29 de junio de 2007 (fojas 206) por medio de la cual Ariel Werner, de Electrolux Do Brasil, ratifica "el mensaje enviado por el Sr. Jorge Carvalho" a Equipo S.A., señalando que "Electrolux estará aumentando el número de distribuidores en Uruguay", aunque en ese momento no se concretó la comercialización de productos Electrolux y Frigidaire por medio de otros distribuidores (según se verá).

El contenido y sentido de tales misivas solo pueden explicarse partiendo de la base de que las partes daban por sobrentendida la existencia de exclusividad, pues de otro modo no se hacia necesaria la comunicación a Equipo S.A., bastando simplemente con ofertar y aceptar órdenes de compra de otros comerciantes uruguayos.

De modo que, entonces y como se adelantó, ha quedado demostrada la existencia de un contrato o relación de distribución exclusiva entre las partes con respecto a electrodomésticos de la línea blanca de las marcas Electrolux y Frigidaire, que se extendió entre el año 1987 y el año 2010.

modificación
del contr

V) Que está pacíficamente admitido por doctrina y jurisprudencia y "es de principio que cuando en un contrato de trato sucesivo no se ha pactado plazo, cualquiera de las partes puede desvincularse en cualquier momento y solo incurrá en responsabilidad si ejercita ese derecho en forma abusiva... en el contrato de distribución, que es de trato sucesivo, si no se ha pactado plazo de duración, cualquiera de las partes tiene el derecho de desvincularse en cualquier momento, comunicándolo a su contraparte (Carnelli, 'El desistimiento unilateral del contrato', en Gamarra, Tratado, tomo XIV, p. 240; ADCU tomo XX, notas 255 y 257)..." (Sentencia 81/2014 del TAC de 1er. Turno, en ADCU, tomo XLV, caso 116, páginas 140 y 141).

En el caso, si bien la decisión de la parte demandada comunicada por mail de fecha 27 de enero de 2010 (fojas 209) no fue la de rescindir unilateralmente el contrato de distribución que la vinculaba con Equipo S.A., al resolverse quitarle a esta la exclusividad con la que distribuyó productos de las marcas Electrolux y Frigidaire durante 23 años, se introduce una modificación unilateral en el contrato o relación de distribución que supuso para la accionante una alteración



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

sustancial de la ecuación económica de su negocio.

Véase que del documento denominado "anexo" obrante a fojas 570 elaborado por el perito designado en auto, Contador Jorge Baruj, resulta que en el periodo comprendido entre el año 2004 y el año 2010, promedialmente la venta de electrodomésticos de las marcas Electrolux y Frigidaire por parte de Equipo S.A. ascendía al 42,35 % del total de sus ventas (fojas 593 y pista de audio identificada con el nombre del perito a partir de los minutos 1'00, 2'08 y 3'30).

Y si lo vemos desde la óptica de la utilidad neta (final, lo que queda en la empresa después de abonados todos los gastos y después de considerados todos los ingresos) se observa que dicha utilidad por la venta de productos Electrolux y Frigidaire promedialmente en el periodo comprendido entre el año 2004 y 2010 ascendió a \$ 1.522.026, contra una utilidad neta promedial en el mismo periodo obtenida por la venta de productos de otras marcas ascendió a \$ 2.425.548 (fojas 570 y fojas 593 y pista de audio identificada con el nombre del perito a partir del minuto 8'16).

Perazo

Corresponde aquí consignar que el dictamen pericial elaborado por el Contador Jorge Baruj, aclarado y ampliado en audiencia (fojas 593 y pista de audio identificada con su nombre), no ha sido objeto de impugnación o cuestionamiento, no existiendo motivo alguno para apartarse de las conclusiones expuestas en el mismo, debiéndose tener presente que el perito es contador desde el año 1979 y realiza pericias en expedientes judiciales nada menos que desde el año 1982 (pista de audio identificada con el nombre de "Perito Contador Jorge Baruj" a partir de los minutos 0'10 y 0'19), y que las conclusiones a las que llega han sido expuestas en una tabla de fácil comprensión (la de fojas 570), habiendo explicado en audiencia de manera satisfactoria los requerimientos que las partes le hicieron al respecto (pista de audio identificada con el nombre de "Perito Contador Jorge Baruj").

Por otra parte, quien fuera contador de Equipo S.A. entre los años 1988 y 2006, Jorge Perazzo, señaló que el mayor margen de ganancias que Equipo obtenía era el derivado de la venta de productos Electrolux y Frigidaire, habiendo bajado "notablemente" el mismo cuando dejó de vender a "su producto estrella" (fojas 529 vuelto y 530).

En tanto, el despachante de Aduanas Luis Alberto Zarazola, señala que el fuerte de Equipo



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>



CVE: 003026334401AD372174

eran Electrolux y Frigidaire, "era el mayor porcentaje en la importación, era más de la mitad, en valor de mercadería y en operativa" (fojas 537 vuelto).

De modo que si bien la decisión de las demandadas no fue la de rescindir el contrato, quitarle la exclusividad en la distribución a Equipo S.A. implicó una alteración sustancial de la ecuación económica de su negocio, como se dijo, que puede equipararse o asimilarse a una rescisión.

Y si bien, como también se dijo, se encuentra pacíficamente admitido el derecho de cualquiera de las partes a rescindir en cualquier momento un contrato de distribución sin plazo (como el de autos), no pudiendo entonces negarse el derecho de las demandadas a optar por otra forma de comercializar sus productos en Uruguay y a dejar de lado la exclusividad que Equipo S.A. tenía hasta principios del año 2010, considerando que la parte actora persigue la reparación de los daños derivados del ejercicio abusivo de ese derecho (más concretamente en el caso, del ejercicio abusivo del derecho a introducir unilateralmente modificaciones sustanciales en el contrato, como más precisamente se alega en el numeral 1 del alegato a fojas 630), lo que debe analizarse ahora es si tal decisión fue abusiva y por tanto ilícita.

Al respecto, las demandadas alegan y fundan la decisión de cambiar el modelo de negocios para Uruguay en la existencia de una justa causa, señalando que la performance de Equipo no fue la esperada a partir del año 2004, pues desde entonces venía haciendo un pobre trabajo muy por debajo de sus posibilidades y de lo que el mercado permitía, no trabajándose debidamente la marca y teniendo la accionante por estos productos al final de la relación comercial una participación en el total de las importaciones realizadas en el mercado uruguayo de electrodomésticos del 2.4 %, agregándose que ese bajo rendimiento había sido advertido a Equipo en varias oportunidades desde el año 2004, informándose ya en el año 2007 la decisión de aumentar el número de distribuidores en Uruguay.

Baj2
per

Pues bien. Las demandadas han logrado acreditar las razones que las llevaron a cambiar el modelo de negocios para Uruguay.

En efecto, si bien es cierto que Equipo tuvo un rendimiento "espectacular" hasta el año 1994, habiendo sido incluso objeto de un reconocimiento en Hawái por la parte promocional que se hacía en Uruguay y que la hacia Equipo S.A. (declaración del testigo Marco Gómez a fojas 629



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

y en pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 11'30, 13'00 y 14'40), y habiendo sido también muy buena su performance en materia publicitaria para el conocimiento de las marcas Electrolux y Frigidaire en Uruguay (Marco Gómez a fojas 629 y en pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 21'40 y 22'24) lo que fue siempre reconocido dentro del Grupo (declaración del testigo Marco Gómez a fojas 629 y en pista de audio identificada con su nombre a partir del minuto 33'40), no menos cierto es que las demandadas pretendían ampliar su mercado en el Uruguay y que Equipo S.A. no lograba hacerlo.

Al respecto, refiere Jorge Carvalho, responsable de exportaciones de Electrolux Do Brasil entre el año 2003 y el año 2008, a la existencia de una relación complicada desde el inicio entre Electrolux Do Brasil y Equipo por performance de venta, pues en Uruguay la presencia era muy tímida habiendo espacio para crecer, solicitándosele a Equipo en forma permanente que aumentara sus ventas, dada la escasa participación en el mercado, que era además menor que en otros países de la región (fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 8'20, 9'35, 10'47, 11'22 y 11'40).

Refiere también el mismo testigo a que había pocos puntos de venta en el país, viéndose poco la marca Electrolux y mucho las marcas de la competencia (Jorge Carvalho a fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 12'08).

Por otra parte, en mail de fecha 29 de junio de 2007 (fojas 206) Ariel Werner, de Electrolux Do Brasil, ratifica "el mensaje enviado por el Sr. Jorge Carvalho" a Equipo S.A., señalando que "Electrolux estará aumentando el número de distribuidores en Uruguay", pues no era sostenible la situación, ya que no estaban creciendo como pretendían y las ventas no eran buenas ni se acercaban a lo que Electrolux aspiraba por el año 2007, indicándosele al Sr. Gustavo Mones por entonces que lo que se pretendía era cambiar el modelo de negocios pues el que se tenían no daba los resultados que se esperaban (Jorge Carvalho a fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 15'00, 16'50, 22'45 y 26'45).

Y si bien el referido correo fue enviado por el Sr. Ariel Werner, quien en ese momento no estaba en el sector de línea blanca (Jorge Carvalho a fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 24'15) sino en productos de otra línea que comprende aspiradoras (Jorge Carvallo a fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>



CVE: 003026334401AD372174

nombre a partir de los minutos 23'40 y 25'10), ambas divisiones vendían para Uruguay, aclarándose por el mismo Carvalho que el comunicado era con alcance general para todos los productos -línea blanca y aspiradoras- (Jorge Carvalho a fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir del minuto 27'50), señalándose además por el Sr. Werner que recorrió el Uruguay en el año 2008, cuando ya estaba en el área de línea blanca de productos Electrolux y que el resultado fue el mismo observado con anterioridad cuando había recorrido el país estando a cargo del sector aspiradoras (descontento en relación a como se manejaban las cosas por Equipo, baja participación en un mercado en el que se podía tener mayor presencia, ausencia de productos en el interior del país), agregando que la marca Electrolux competía incluso con el mismo distribuidor que vendía productos similares de la marca TEM (Ariel Werner, a fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 5' 15, 6'50, 9'17, 10'03 y siguientes y 12'00).

Y el mismo Ariel Werner señala también que el relacionamiento comercial de Electrolux y Equipo no era fácil "porque ellos no cumplían con las metas que le poníamos", ya que mirando el mercado de Uruguay se lo veía interesante, pero la participación sus productos no era la querida, había que aumentarla y eso no se lograba (fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 0'30, 0'42, 0'56, 1'20, 1'30 y 1'59).

Viene al caso aclarar que al exhibírselle al testigo Werner el documento de fojas 206 (mail enviado a Gustavo Mones el 29 de junio de 2007, del que surge que se comunica que "Electrolux estará aumentando el número de distribuidores en Uruguay"), reconoce haber sido su autor, agregando que lo que él hace por medio de esa comunicación (como encargado de la parte de aspiradoras y pequeños electrodomésticos -Electrolux Floor Care & LA División, fojas 206)- donde estuvo hasta el año 2008), es ratificar lo ya comunicado a Equipo por Jorge Carvalho (también por mail), quien había anunciado que le venderían también a otras empresas, aclarando que la línea de pequeños electrodomésticos haría lo mismo pues estaban descontentos en relación a como se estaban manejando las cosas por parte de Equipo (fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 4'15, 4'33, 4'41, 4'45 y 9'17).

De cualquier forma, la relación de distribución permaneció inalterada en aquel momento (año



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

Página 20 de 30

2007), manteniéndose la exclusividad en favor de Equipo S.A. hasta el año 2010.

En tanto, el mismo Ariel Werner agrega que además estuvo presente en una reunión en Brasil en la que se le pidió a Equipo que tomara medidas para mejorar las ventas (Ariel Werner, a fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 12'35 y 14'00), afirmando al serle exhibido el documento de fojas 114 que el mismo se envía porque el Sr. Mones estaba molesto porque el testigo andaba averiguando en el mercado y lo hizo saber en esa reunión (Ariel Werner a fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 13'25), y luego que desde que tuvo conocimiento del mercado uruguayo, la performance de Equipo fue de regular a mala, habiéndose hecho reuniones y enviado comunicaciones sin lograr mejorarla (Ariel Werner a fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 32'40).

En tanto, Celso Silva (actualmente gerente general de Electrolux Perú, habiendo trabajado en Electrolux Do Brasil desde el año 1988 hasta el año 2016 y conociendo a Equipo desde el año 2009, cuando era gerente internacional de negocios justamente por haberle comercializado productos de línea blanca), indica que Equipo dejó de trabajar con Electrolux cuando se establecieron las nuevas condiciones incluyendo a otros distribuidores (fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 0'08, 1'12, 1'20, 2'00, 2'36 y 3'12), habiéndose tomado esa decisión porque Electrolux no participaba de parte del mercado y necesitaba crecer, por ejemplo vendiendo aires acondicionados, microondas y lavadoras de carga frontal, resolviéndose que esas categorías se iban a vender a otros distribuidores porque Equipo no consiguió aumentar las ventas, pese a que se le pidió que vendiera ese tipo de productos varias veces (Celso Silva a fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 3'32 y 15'34).

La baja performance que para Electrolux Do Brasil tenía Equipo fue consignada en el mail de fecha 27 de enero de 2010, cuando se comunica la decisión de ofertar a otros clientes que pudieran comprar en grandes cantidades (fojas 209 y declaración de Celso Silva a fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 17'30).

En ese sentido, Celso Silva indica que ingresa a la región, atendiendo y coordinando específicamente a Uruguay, Paraguay y Bolivia a partir del año 2009, destacando que de los



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

res países el que tenía mayores dificultades en cuanto al crecimiento era Uruguay, siendo Electrolux muy poco representativa como marca debido a la "falta de foco en la marca", puesto que Equipo tenía otras marcas que competían con Electrolux, y además faltaban promotoras e inversión en puntos de venta, estando muy concentrada en Montevideo, agregando que se hicieron planteos a Equipo para que mejorara su performance sin conseguir resultados, cuando el objetivo era duplicar la facturación en tres años (fojas 555 vuelto y pista de audio grabada con su nombre a partir de los minutos 9'30, 10'35, 11'18, 12'05).

Mientras tanto, Franco Carignano, empleado de Electrolux Do Brasil que realizó en el año 2009 un estudio de marketing en Uruguay (pasando por varios departamentos) por las dificultades en el crecimiento de las ventas, constata que la presencia de Electrolux estaba muy por debajo de lo que deberían tener considerando el tamaño de la compañía y de la presencia que se tenía en otros países, indicando como causa de las bajas ventas es que no tenían presencia en el mercado, no había productos en las tiendas, falta de distribución, mientras que en la tienda de Equipo había productos de la competencia (a fojas 556 y en pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 0'55, 2'55, 3'21, 4'40, 11'32 y documento de fojas 212 y minuto 12'19 de la pista de audio).

En cambio, cuando se incorporaron otros distribuidores, si se logró el objetivo de aumentar ventas y mejorar la facturación de Electrolux, llegando a US\$ 5.000.000 las ventas en el año 2012, luego de que se cambiara el modelo de negocios (Celso Silva a fojas 555 vuelto y pista de audio grabada con su nombre a partir de los minutos 12'55, 13'55 y 14'15), incorporándose a otros distribuidores empezándose a vender lo que Equipo no vendía: microondas, aires acondicionados y lavadoras (Ariel Werner a fojas 555 vuelto y pista de audio grabada con su nombre a partir de los minutos 17'25, 18'23 y 19'34 y Celso Silva a fojas 555 vuelto y pista de audio grabada con su nombre a partir del minuto 6'04).

De modo que efectivamente, como lo señala Marco Gómez, Electrolux estaba buscando nombrar múltiples distribuidores, para cambiar su esquema de distribución por decisión de los gerentes de la empresa (fojas 629 y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 7'47 y 9'40).

→ Sin embargo, aun cuando las demandadas tenían las razones indicadas para implantar un



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

Página 22 de 30

modelo de negocios diferente para Uruguay y si bien tales razones puede permitir considerar justificada la decisión de quitarle la exclusividad a Equipo, lo que torna abusiva e ilícita esa decisión es la falta de un preaviso razonable.

Así "se considera que el desistimiento unilateral es abusivo cuando el derecho de receso se ejerce contrariando la buena fe, buena fe –que entre otras exigencias- supone un preaviso razonable a fin de que la extinción del vínculo no resulte intempestiva, sorpresiva o abrupta y el co-contratante tenga cierto tiempo para reorganizar su actividad empresarial y encontrar un modo alternativo de procurarse el ingreso del que se verá ciertamente privado por la finalización del vínculo" (Sentencia 81/2014 del TAC de 1er. Turno, en ADCU, tomo XLV, caso 116, página 141).

En el caso, tras reunión mantenida con anterioridad, el 27 de enero de 2010 Electrolux Do Brasil le comunica vía mail a Equipo la decisión de empezar "a ofertar a grandes mayoristas que tengan condiciones de comprar contenedores completos" (fojas 209 y declaración de Celso Silva a fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 2'20 y 2'36), admitiéndose que en abril o mayo de ese año comenzaron a venderle efectivamente a otros mayoristas como Motociclo, Multiahorro y Magic Center (Celso Silva a fojas 555 vuelto y pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 4'50, 18'40, 37'13 y 38'20; Ariel Werner a fojas 555 vuelto y pista de audio grabada con su nombre a partir de los minutos 3'35 y 16'45; declaración de parte emitida por Alejandra Urenda a fojas 610 y en pista de audio identificada con su nombre a partir del minuto 10'10), lo que implica que tales ventas fueron negociadas como mínimo entre 45 y 60 días antes, pues para la entrega de los pedidos luego de recibida la orden de compra pasan entre 30 y 40 días, según Alejandra Urenda (a fojas 610 y en pista de audio identificada con su nombre a partir del minuto 12'00), tres meses, según Celso Silva (a fojas 555 y en pista de audio identificada con su nombre a partir del minuto 38'28 y 38'45) y entre 45 y 60 días según María da Souza Santos (a fojas 556 y en pista de audio identificada con su nombre a partir de los minutos 5'59 y 7'00).

Pues bien. Entiende esta decisora que la comunicación de fecha 27 de enero de 2010 que viene de reseñarse, no constituye un preaviso (que supone, por definición, un aviso temporalmente previo a la realización de un acto) sino una notificación de que a partir de esa



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

fecha se iba a ampliar el elenco de distribuidores para Uruguay, como de hecho se hizo comenzándose a negociar por parte de las demandadas casi de inmediato (véase mail de fecha 18 de marzo de 2010, en el que el Sr. Celso Silva reconoce que a esa fecha ya se habían cerrado negocios con otras empresas en Uruguay -fojas 118 vuelto-) con otros mayoristas como Motociclo, Multiahorro y Magic Center, las que concretaron órdenes de compra, comenzándose a entregar productos en mayo de 2010, como viene de indicarse.

Entiende esta sentenciante, que el preaviso debió de haberse dado con por lo menos seis meses de anticipación al inicio de las negociaciones con otros mayoristas uruguayos, de modo de permitirle a Equipo S.A. readeclarar su estructura y organización empresarial a la nueva realidad, luego de una relación comercial que se extendiera nada menos que por 23 años y de perder a "su producto estrella" (Jorge Perazzo fojas 529 vuelto y 530).

Y no puede interpretarse que el mail enviado a Gustavo Mones el 29 de junio de 2007 (fojas 206) del que surge que se comunica que "Electrolux estará aumentando el número de distribuidores en Uruguay", constituya un preaviso de la finalización de la relación de distribución exclusiva a favor de Equipo S.A., desde que luego de aquella comunicación la relación de distribución en relación a productos de la línea blanca permaneció inalterada, en manteniéndose la exclusividad en favor de Equipo S.A. hasta el año 2010.

Incluso, algunos días antes (24 de diciembre de 2009) de la comunicación de la decisión adoptada por las demandadas en enero de 2010, el mismo Celso Silva le había enviado al Sr. Gustavo Mones un mail en el que consignaba su satisfacción por las ventas de microondas y lavarropas vendidos por Equipo (fojas 116), no surgiendo indicio alguno de esa comunicación que pudiera hacer pensar en lo que se avecinaba.

De modo que la eliminación de la exclusividad que tenía Equipo para la distribución de productos de las marcas Electrolux y Frigidaire fue una decisión abusiva e ilícita desde que no fue precedida de un preaviso razonable.

Entiende esta sentenciante que el plazo para considerar como razonable un preaviso en el caso concreto, debió ser de seis meses.

Para realizar tal estimación temporal se pondrá por un lado la extensión de la relación



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

Página 24 de 30

comercial entre las partes, y por otro la circunstancia de que Equipo S.A. no solo vendía productos de las marcas Electrolux y Frigidaire, sino que por lo menos la mitad de sus ventas eran de otros productos y marcas (como surge del documento elaborado por el perito Contador Jorge Baluj obrante a fojas 570), habiéndose mantenido la actividad comercial de la empresa luego de perder la exclusividad, manteniendo incluso hasta la actualidad como clientes a comerciantes que antes le compraban productos Electrolux y Frigidaire (Juan Álvarez a fojas 517 vuelto; Walter Audiffred a fojas 519; Diego Yañez a fojas 520 vuelto y 521; Carlos Álvarez a fojas 523; Hilario Correa a fojas 524 vuelto; Felipe Benezo a fojas 531; Gabriel Rosas a fojas 531 vuelto; Alfonso Bassani a fojas 532 vuelto; Ángel Roda a fojas 533).

Por lo tanto, si bien Equipo tuvo que salir a buscar otros productos (Luis Vergara a fojas 538), la empresa se mantuvo activa vendiendo otras marcas, que ya desde el año 2005 le proporcionaban una utilidad neta mayor que la venta de productos Electrolux y Frigidaire (dictamen pericial a fojas 570), por lo que un preaviso de seis meses hubiera sido adecuado en el caso concreto.

VI) Que Equipo S.A. reclama los daños y perjuicios derivados de la afectación del valor llave de su establecimiento o de la pérdida de prestigio derivada de la finalización del contrato de distribución en exclusividad de productos de las marcas Frigidaire y Electrolux.

Sin embargo, no alega cuáles serían los hechos en los que se funda o de los que surge la configuración de esa afectación del valor llave o esa pérdida de prestigio a la que hace referencia en la demanda, ni tampoco prueba la existencia, entidad y cuantía de tales perjuicios, siendo suya la carga al respecto.

Véase que si bien el Contador Jorge Perazzo refiere a que en un caso como el de autos "hay un tema de prestigio de marca que se ve lesionada con este tipo de cosas, aunque no surja de los estados contable en el mercado sin lugar a dudas debió de haber tenido consecuencias importantes..." (fojas 529 vuelto), su declaración, además de imprecisa, ha sido muy genérica no pudiendo vincularse con el caso concreto, a lo que se suma que el testigo Perazzo ya no era el contador de la empresa en el año 2010 (fojas 528 in fine).

También imprecisa y genérica resulta ser la declaración de León Fiedmann, quien señaló que



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>



CVE: 003026334401AD372174

llego de haberse enterado que Equipo no vendía más productos de las demandadas no llamó al Sr. Gustavo Mones "porque sería como darle el pésame, fue una humillación personal y comercial", aunque concretamente desconoce si esa situación le impidió a Equipo concretar otros negocios (fojas 536 y 536 vuelto).

Mientras que el testigo Luis Vergara refiere a que "cuando se deja de trabajar con una marca en plaza lo primero que hay son rumores, que eran que dejó de pagar o era mal pagador, no da respaldo en servicio técnico. Son los primeros comentarios que son todos negativos, en plaza eso pasa mucho. Por un tiempo escuche estos comentarios en relación a Equipo, me preguntaron si era cierto que Equipo le había dejado de pagar a Electrolux" (fojas 537 vuelto), aunque desconoce si como consecuencia de tal situación Equipo dejó o perdió otros negocios (fojas 538).

Y, en todo caso, ha quedado demostrado en autos que el prestigio y permanencia en el mercado de Equipo S.A. ha estado estrechamente vinculada a las características personales del Sr. Gustavo Mones (destacadas por muchos de los testigos interrogados en autos) como empresario, mucho más que a la distribución de las marcas Electrolux y Frigidaire (véanse declaraciones testimoniales de todos los comerciantes interrogados en autos que compran o compraron electrodomésticos a Equipo S.A.).

De modo que no puede considerarse acreditada la existencia de una afectación del valor llave de su establecimiento o de la pérdida de prestigio derivada de la finalización del contrato de distribución en exclusividad de productos de las marcas Frigidaire y Electrolux, por lo que la pretensión indemnizatoria deducida al respecto habrá de ser desestimada.

Equipo S.A. reclama también el lucro cesante correspondiente a la pérdida de ganancias por la decisión adoptada por las demandadas, estimándose el daño en la demanda en una suma no inferior a U\$S 2.630.632.

Pues bien. Habrá de ampararse esta pretensión indemnizatoria, por entenderse que se trata de un daño directo e inmediatamente derivado de la ilícita decisión de las demandadas de quitarle a Equipo la exclusividad que detentaba en la distribución de productos Electrolux y Frigidaire sin un preaviso razonable, aunque se abatirá sustancialmente el monto.



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

Página 26 de 30

en efecto, haber perdido la exclusividad implicó perder a "aquellos clientes que eran compradores cien por ciento de la marca Electrolux" y Frigidaire (Contador Perazzo a fojas 530), a los que las demandadas comenzaron a vender directamente, como Motociclo, Multiahorro y Magic Center.

Y luego de haber cesado definitivamente la relación comercial entre las partes, implicó la pérdida de las ventas de electrodomésticos Electrolux y Frigidaire a muchos otros clientes que le compraban esos productos a Equipo S.A.

Para cuantificar el monto del lucro cesante, se tomará como primer parámetro el promedio de utilidad neta (utilidad final, lo que queda en la empresa después de abonados todos los gastos y después de considerados todos los ingresos, fojas 579) obtenida por Equipo por la venta de productos Electrolux y Frigidaire en el periodo comprendido entre el año 2004 y 2010 (por haber sido el que fue objeto de la pericia realizada en autos), la que ascendió a \$ 1.522.026 por año -doce meses- (fojas 570 y fojas 593 y pista de audio identificada con el nombre del perito a partir de los minutos 8'16, 12'33 y 12'44).

Sobre la utilidad neta se ha sostenido que es la que debe considerarse "porque, de otro modo, se está ignorando la existencia de gastos directos e indirectos que incidan en el resultado económico de la actividad..." (Sentencia 81/2014 del TAC de 1er. Turno, en ADCU, tomo XLV, caso 116, páginas 142). conclusión

Y el periodo de tiempo a considerar para cuantificar el monto del lucro cesante, no puede ser otro que el del preaviso razonable (no otorgado), o sea seis meses, "puesto que -como señala Jonás Bergstein- es universalmente aceptado que la duración del preaviso omitido o insuficiente fija la medida de la indemnización debida al recedente ("Contrato de distribución..." en ADCU, T. XXVI, p. 542)". (Sentencia 81/2014 del TAC de 1er. Turno, en ADCU, tomo XLVI). Entonces, no puede considerarse acreditada la existencia de una afectación del valor llave de su establecimiento o de la pérdida de prestigio derivada de la finalización del contrato de distribución en exclusividad de productos de las marcas Frigidaire y Electrolux, por lo que la pretensión indemnizatoria habrá de ser desestimada.

V, caso 116, página 142).



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

Página 27 de 30

CVE: 003026334401AD372174

Página 30 de 30

Por lo tanto, a los efectos de cuantificar el lucro cesante a indemnizar corresponde hacer una sencilla operación matemática: \$ 1.522.026 (utilidad neta anual) / 12 (meses del año) * 6 (meses del preaviso razonable) = \$ 761.013.

Como el daño ha sido estimado por la parte actora en dólares, peticionándose una condena en esa moneda sin que se suscitará controversia sobre el punto, habrá de convertirse la cifra en pesos a dólares, considerando la cotización promedio del dólar durante el año 2010, que fue cuando tal lucro cesante se generó.

De modo que \$ 761.013 / \$ 19,80 (cotización extraída de Archivo CADE) = U\$S 38.435.

Por todo lo expuesto, habrá de condenarse a las demandadas Electrolux Do Brasil S.A. y Electrolux Home Products International Inc. a pagar a Equipo S.A. la suma de U\$S 38.435.

Tal condena habrá de imponerse por mitades (U\$S 19.217,50 a cada una de las demandadas), pues no es posible, con los elementos que surgen de este expediente, establecer una participación diferente en la producción del daño que habrá de indemnizarse, descartándose la imposición de la condena solidaria que se pretende en la demanda pues no existe fundamento jurídico que lo permita, debiéndose tener presente que "La solidaridad no se presume: es preciso que se declare inequivocadamente en la convención o en el testamento" (artículo 1391 del Código Civil).

VII) Que finalmente corresponde consignar que carece de relevancia el análisis de que las sociedades accionadas constituyen un grupo o conjunto económico, por cuanto, "... se coincide con la doctrina que postula que no existe disposición legal que permita declarar la comunicación de responsabilidades entre los distintos componentes del grupo solo por la mera constatación de su existencia...", (Sentencia No. 14/2015 del TAC de 2º Turno, en ADCU Tomo XLVI, caso 86, páginas 105 y 106).

"...aun cuando existiera conjunto económico... 'la existencia de un grupo o conjunto económico no es razón suficiente para correr el velo, o, más técnicamente, para declarar la inoponibilidad de la personería jurídica, ya que ello requiere que esta última se haya utilizado con fraude y en perjuicio de los derechos de los acreedores (art. 189 Ley N° 16.060).'" (Sentencia 17/2009 del TAC de 7º turno, en ADC 14, caso 15 páginas 405 y 406), y mucho



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>



CVE: 003026334401AD372174



CVE: 003026334401AD372174

menos para imponer una condena solidaria, cuando no existe norma que la habilite.

"...no existe en el derecho civil y comercial norma que imponga la extensión de responsabilidad en caso de conjunto económico lo que constituye un concepto jurídico del que, por si, no derivan efectos jurídicos, y la forma de responsabilizar a uno de sus miembros es operando el traslado de imputación como efecto de la inoponibilidad de la personalidad jurídica ... reclamándose el fraude, era carga de la accionante acreditarlo y al no lograrlo no puede prescindirse de la personalidad jurídica para lograr comunicación de la responsabilidad..." (Sentencia No. 45/2016 del TAC de 4º Turno, en ADCU Tomo XLVII, caso 90, páginas 122 y 123).

En el caso, no se ha planteado la pretensión de inoponibilidad de la personalidad jurídica de las sociedades accionadas.

Y como lo señaló el testigo Celso Silva, Electrolux Do Brasil y Electrolux International son empresas que pertenecen al grupo Electrolux global pero son compañías diferentes (fojas 555 vuelto y pista de audio grabada con su nombre a partir de los minutos 7'58), aunque, como en el caso, ambas hayan distribuido electrodomésticos de las marcas Electrolux y Frigidaire en Uruguay por medio del mismo distribuidor (Equipo S.A.).

VIII) Que la conducta procesal de las partes, no amerita sanciones procesales en la instancia.

Por los fundamentos expuestos y de acuerdo a lo dispuesto en el Código de Comercio, en los artículos 1301, 1321, 1341, 1345, 1346, 1348 y 1391 del Código Civil, los artículos 137, 139.1, 140, 141, 154, 184, 197 y 198 del Código General del Proceso, y demás normas concordantes y complementarias, **FALLO:**

**DESESTIMANDO LA DEFENSA DE FALTA DE LEGITIMACION PASIVA OPUESTA
POR ELECTROLUX HOME PRODUCTS INTERNATIONAL INC.**

AMPARANDO PARCIALMENTE LA DEMANDA, Y EN SU MÉRITO, CONDENANDO A



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>



CVE: 003026334401AD372174

ELECTROLUX DO BRASIL S.A. Y A ELECTROLUX HOME PRODUCTS INTERNATIONAL INC. A PAGAR POR MITADES (U\$S 19.217,50 CADA UNA) A EQUIPO S.A. LA SUMA TOTAL DE U\$S 38.435 (DOLARES AMERICANOS TREINTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS TREINTA Y CINCO), POR CONCEPTO DE LUCRO CESANTE, SIN ESPECIAL CONDENACION.

CONSENTIDA O EJECUTORIADA, CUMPLASE, EXPÍDASE TESTIMONIO Y PRACTÍQUENSE DESGLOSES (SI SE SOLICITARAN), Y OPORTUNAMENTE ARCHÍVESE.

HONORARIOS FICTOS: 20 BPC PARA CADA PARTE.

Dra. Gabriela RODRIGUEZ MARICHAL
Jueza Letrada



<https://validaciones.poderjudicial.gub.uy>

CVE: 003026334401AD372174

Página 30 de 30