



Universidad
Carlos III de Madrid

 -**Archivo**

Repositorio Institucional



Candelario Macías, María Isabel. El contrato de distribución comercial: ¿en el “futuro” Código mercantil o en una ley especial?. En: *Estudios sobre el futuro Código Mercantil: libro homenaje al profesor Rafael Illescas Ortiz*. Getafe : Universidad Carlos III de Madrid, 2015, pp. 1247-1261. ISBN 978-84-89315-79-2.
<http://hdl.handle.net/10016/20973>

Obra completa disponible en: <http://hdl.handle.net/10016/20763>



Este documento se puede utilizar bajo los términos de la licencia Creative Commons [Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 España](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/)

EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL: ¿EN EL “FUTURO” CÓDIGO MERCANTIL O EN UNA LEY ESPECIAL?

MARÍA ISABEL CANDELARIO MACÍAS *

Resumen

La contribución tiene como pretensión reseñar de manera breve la reglamentación del contrato de distribución en la Propuesta de Código de Comercio y el Proyecto de Ley sobre la materia, siendo conscientes que esta modalidad contractual ha desaparecido de la ordenación del Código de Comercio en su última versión, quedando abierto varios interrogantes a su alrededor, en concreto, el por qué de su desaparición, cuál va a ser la norma de referencia sobre esta materia, entre otras. Mientras tanto se ha de pergeñar los principales hitos sobre los que se asentaba en ambos textos pre-legislativos dicha fórmula contractual.

Contenido

1. Introducción. – 2. Principales Novedades del Proyecto de Ley de Contratos de Distribución. – 2.1. Ámbito positivo y negativo de aplicación. – 2.2. Principios Informadores del contrato de distribución. – 2.3. Formación y Contenido del contrato de distribución. – 2.4. Duración y terminación del contrato de distribución. – 3. La reglamentación del Contrato de distribución en la Propuesta de Código Mercantil. – 3.1. Ámbito positivo y negativo de aplicación. – 3.2. Formación y Contenido del contrato de distribución. 3.3. Duración y terminación del contrato de distribución. – 4. A modo de corolario. – 5. Bibliografía referenciada.

1.- INTRODUCCIÓN

Los contratos de distribución, en la actualidad, no se encuentran regulados en una Ley especial¹ al uso y ejemplo de lo que sucede con el contrato de agencia, teniendo que acudir a la teoría general de obligaciones y contratos contenidas en nuestros vetustos Código Civil (*ex arts.* 1091 y 1255, respectivamente) y el Código de Comercio, así como recurrir a determinados aspectos regulados en la Ley 12/1992², sobre el *Contrato*

* Profesora Titular de Derecho Mercantil, Universidad Carlos III de Madrid. Esta breve contribución es en homenaje a un “buen” hombre y a un “excelente” profesional: el Profesor Rafael Illescas Ortiz.

¹ Para mayor información sobre esta modalidad contractual, véase, *in extenso* PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., “Los contratos de distribución comercial y su problemática jurídica”. *Monográfico. Cuadernos de Derecho y Comercio*, 1998, pp. 25 a 38. ALONSO UREBA, A., VELASCO SAN PEDRO, L., ALONSO LEDESMA, C., ECHEBARRIA SÁENZ, J., y VIERA GONZÁLEZ, (Dir.). *Los contratos de distribución*. Madrid: La Ley, 2010. ALONSO SOTO, R., “Los contratos de distribución”. En *Los contratos de distribución* (Dir. Alberto ALONSO UREBA, A.). Madrid: La Ley, 2010.

² BOE N°.129, de 29 de mayo de 1992.

de Agencia o en la Ley 7/1996³, de *Ordenación del Comercio Minorista*, entre otras regulaciones⁴. Esta tesitura no es la más deseable por un tema de técnica, seguridad y sistemática jurídica, de ahí que sea precisa la elaboración de una Ley sobre la distribución comercial o bien un marco referente como podría ser el “futuro” Código de Comercio. En este último sentido, hay que precisar que en la Propuesta de Código Mercantil elaborada por la Sección de Derecho Mercantil de la Comisión General de Codificación, aparecía estatuido en el Título IV, Capítulo III, dentro del Libro IV *De las obligaciones y de los Contratos Mercantiles en general*, antes bien en el Anteproyecto de Código de comercio en su versión de mayo de 2014, dicha reglamentación ha desaparecido. De seguido los interrogantes que se plantean son variados: ¿Por qué ha desaparecido la reglamentación del Contrato de Distribución del Anteproyecto de Código de Comercio? ¿Se acudirá a una legislación especial similar a la del Proyecto de Ley del Contrato de Distribución? ¿Volverá dicho contrato a la versión definitiva del Código de Comercio ó qué solución se adoptará sobre esta figura contractual?. Ante este panorama, esta breve contribución de carácter descriptivo persigue ponderar cómo se ordena el contrato de distribución tanto en el Proyecto de Ley como en el Anteproyecto de Código de Comercio, siendo conscientes de la situación en la que nos encontramos. De igual modo, la cuestión a debatir recientemente era el cómo realizar esta articulación del contrato de distribución sin que se incidiera o solapara con otros contratos y otras normativas⁵, así como excederse en (su) sobre-regulación o, por el contrario, quedarse “corto de miras” en sus propósitos. Adviértase que la Ley núm. 2, de 4 de marzo de 2011⁶, de *Economía Sostenible* provoca la necesidad de configurar una Ley sobre contratos de distribución⁷, que se traduce –como *prius*- en el Proyecto de Ley de Contratos de Distribución⁸, que tendremos ocasión de examinar *infra* a grandes rasgos. Nótese en una primera aproximación interpretativa al Proyecto de Ley de Contratos de

³ BOE N.º. 15, de 17 de enero de 1996.

⁴ Diferencia la distribución de otros contratos afines: TORRUBIA CHALMETA, B., “El contrato de distribución selectiva”. N.º.8. *Revista de Derecho de la Competencia y la Distribución*, 2011, en p.96: “los contratos de intermediación –agencia, comisión y mediación o corretaje-, dado que la actividad del agente, del comisionista y del mediador se desarrolla en la esfera jurídica de la actuación por cuenta ajena. Consecuencia de ello es que estos intermediarios no devienen, por virtud de tales contratos, titulares de los bienes o de los servicios que intermedian. Los distribuidores, por el contrario, sí; adquieren los bienes o del derecho a prestar los servicios que pretende colocar en el mercado y juegan con la diferencia entre el precio de coste y el de transferencia para, una vez deducidos los gastos, obtener sus beneficios”.

⁵ Anotan este Proyecto de Ley: PÉREZ CARRILLO, M^a., y DE FÉLIX, E., “Nuevo intento de regular los contratos de distribución”, 02-03-2012, en <http://www.otrosi.net/article/nuevo-intento-de-regular-los-contratos-de-distribuci%C3%B3n-por-mar%C3%AD-p%C3%A9rez-carrillo-y-esther-de-f>(consultado por última vez el 2 de febrero de 2013).

⁶ BOE N.º.55, de 5 de marzo de 2011.

⁷ Véase a GARCÍA VIDAL, Á., “Los contratos de distribución de vehículos”. N.º.20. *Actualidad Civil*, 2011, pp. 1 y ss.

⁸ Se destaca la importancia del proyecto de Ley de contratos de distribución por parte de la doctrina, así ECHEBARRIA SÁENZ, J., “Problemas de política jurídica y de técnica jurídica en la regulación de los contratos de distribución”. N.º.10. *Revista de Derecho de la Competencia*, 2012, pp. 15 a 53, en particular en p.16, manifiesta que “un Proyecto de ley de contratos de distribución comercial ha supuesto un hito en el devenir de la regulación en esta materia”. Agrega el *iter* legislativo llevado a cabo por el texto legal al que nos remitimos.

Distribución⁹, en adelante PLCD, pareciese que la fórmula empleada es la de ofrecer una regulación minuciosa (e, incluso excesiva) y el “olvido” de temas tan cruciales como la remisión a normativa general existente, como es el caso, de la legislación sobre competencia. En este sentido, son varias las voces críticas¹⁰ con el proyecto de Ley aludido y ven al mismo con poca (o casi ninguna) viabilidad a corto plazo¹¹.

El mandato que habilita a diseñar un Proyecto de Ley de Contratos de Distribución Comercial, se contiene en la Disposición Final 4ª, de la Ley 7/2011, de 11 de abril, *por la que se modifican la Ley 41/1999, de 12 de noviembre, sobre sistemas de pagos y de liquidación de valores* y el Real Decreto-ley 5/2005, de 11 de marzo, *de reformas urgentes para el impulso a la productividad y para la mejora de la contratación pública*¹²; esta disposición instaba, a su vez, a que el ejecutivo aprobará y remitiese a las Cortes Generales un Proyecto de Ley de Contratos de Distribución Comercial. Proyecto que se ha quedado en eso, pero que hemos de examinar para entender la reglamentación que se contiene, a la par, en la Propuesta de Código Mercantil. Diciendo, de este modo, que el 16 de junio del año 2013, la sección de Derecho Mercantil de la Comisión General de Codificación ofreció una Propuesta de Código Mercantil¹³, cuya finalidad primordial es otorgar seguridad jurídica y unidad al mercado en España, actuándose de conformidad con lo disciplinado en el art. 149 de la Constitución española. De esta suerte, se vendrá a reglamentar el contrato de distribución.

⁹ BOCG N.º.138, 28 de junio de 2011.

¹⁰ La Asociación Española de Franquicias, en adelante, AEF ha tomado una postura de “rechazo” por ir contra la fórmula comercial de la franquicia, véase en <http://www.franquiciasynegocios.com/seccion/ser-franquiciador/af-no-se-tramitara-el-proyecto-de-ley-de-contratos-de-distribucion.aspx> (consultado por última vez el 7 de enero de 2013), se apunta que “La AEF no ha cejado en su empeño por conseguir que el Proyecto de Ley de Contratos de Distribución no viese la luz, y desde que fuese aprobado por el Consejo de Ministros el 24 de junio del año pasado -y solo faltase el visto bueno por parte del Congreso de los Diputados para que entrase en vigor-, la AEF ha actuado y trabajado activamente para evitarlo”. En similar línea de oposición, se declara “La teórica pretensión del Proyecto es fomentar la competitividad del sector, incidir en la transparencia entre los contratantes y la erradicación de conductas desleales, así como proteger a la parte más débil de la relación. Y dicha pretensión se logra pero sólo en la Exposición de Motivos, no así en el articulado del Proyecto. Muy al contrario, creemos que este Proyecto Ley no va a propiciar la competitividad, ya que son numerosos los aspectos de esta Ley que van en contra de la competencia. Como primer punto, echamos en falta una sumisión expresa a la normativa de defensa de la competencia, tal y como recomendaba la Comisión Nacional de la Competencia, en su IPN 58/11, para que dentro del concepto unitario del Derecho y al objeto de eliminar cualquier duda, los contratos de distribución se sometan a dicha normativa con carácter general”. En GÚDEZ MÉNDEZ, E., http://www.elderecho.com/mercantil/PASAMOS-LLEGAMOS-Proyecto-Contratos-Distribucion_11_315805002.html (consultado por última vez el 7 de enero de 2013).

¹¹ *Cfr.*, ECHEBARRIA SÁENZ, J., “Problemas de política jurídica y de técnica jurídica en la regulación de los contratos de distribución”, *op.ult.cit.*, p.18, apunta que en el “BOCD de 29 de junio de 2011 entró en el Congreso el Proyecto de Ley de Contratos de Distribución bajo la tutela de la Comisión de Industria del Congreso y con tramitación de urgencia, si bien la convocatoria anticipada de elecciones y el cierre de la legislatura no ha permitido su aprobación o modificación por la Comisión con competencia plena y no llegó al Senado”. Véase, a su vez, la nota de prensa en <http://blog.grantthornton.es/2012/04/24/carpeta-a-la-regulacion-sobre-el-contrato-de-distribucion/> (consultado por última vez el 1 de febrero de 2013).

¹² BOE N.º.87, 12 de abril de 2011.

¹³ Véase más en http://www.lamoncloa.gob.es/NR/rdonlyres/12842461-F730-40AB-8CB4-9242D1AF8553/240135/Propuesta_codigo_mercantil.pdf (consultado por última vez el 7 de junio de 2014).

Por otro lado, simplemente, cabe anotar que en la Propuesta de Código Mercantil proclamaba en su artículo 543 la noción de distribución y sus distintas modalidades, entre las que incorporaba el contrato de franquicia. Aunque se excluye de forma expresa y de la ordenación general de la distribución a los contratos de agencia, franquicia industrial, comercialización de productos o servicios financieros, contratos de plataforma logística y aquellos contratos que impliquen una vinculación de naturaleza laboral entre el proveedor y el distribuidor. En un caso u otro, hemos de examinar ambas propuestas *de lege ferenda* en torno al contrato de distribución.

2.- PRINCIPALES NOVEDADES DEL PROYECTO DE LEY DE CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN

Corresponde, a continuación, dibujar los trazos principales más destacables de este Proyecto de Ley¹⁴ y, siempre bajo la advertencia que estamos ante reglas *de lege ferenda* y, que vistos los derroteros y el contexto social, económico y político “de oposición” a la norma propuesta se ha quedado “en aguas de borrajas”; no obstante, lo anterior nos sirve para comprender algunos matices de este contrato ordenado en la Propuesta de Código Mercantil.

2.1. Ámbito positivo y negativo de aplicación

El Proyecto de Ley de Contratos de Distribución (en adelante, PLCD) fija su campo de aplicación, así como las diferentes exclusiones¹⁵ basadas en aspectos y materias ya reguladas por otras legislaciones como es el caso de la agencia como paradigma. Al respecto, véase el artículo 3 del PLCD encargado de describir los contratos excluidos del ámbito de aplicación de la norma, entre otros, contratos de agencia ya aludidos; distribución de naturaleza laboral; contratos de abastecimiento y suministro; contratos de transferencia de tecnología; contratos de logística; comercialización de productos o servicios financieros; suministro de agua, electricidad y gas, así como medicamentos y todos aquellos acuerdos celebrados con consumidores como destinatarios finales. Luego, estamos ante un contrato entre profesionales, entre empresarios al excluirse al consumidor final. Este ámbito de exclusión está mejor perfilado en la Propuesta de Código Mercantil, que es más restrictiva que el PLCD.

En cambio, cabe apuntar que el PLCD se aplicará, en positivo, a los contratos mediante los cuales el distribuidor se obliga frente al proveedor a adquirir y revender productos y, a prestar servicios relacionados con los mismos, de manera continuada o estable, actuando como comerciante independiente y asumiendo el riesgo y ventura de

¹⁴Véase más en CANDELARIO MACÍAS, M^a. I., “Apuntes sobre el Proyecto de Ley de contratos de distribución y (conexiones con) el Derecho de la Competencia”. N^o.1, *Revista de Derecho Privado*, enero-febrero, 2014, pp. 3-24.

¹⁵ Declara el Preámbulo que “las exclusiones de la Ley se regulan en el artículo 3 y se circunscriben a determinados ámbitos que cuentan con una normativa específica propia, como los contratos de agencia o los que impliquen a consumidores finales, entre otros”.

las operaciones. Estas características configurarán posteriormente en el tiempo la noción del contrato de distribución en la Propuesta de Código Mercantil. El concepto y ámbito de aplicación se ordenan en el artículo 1 del PLCD¹⁶. En este mismo precepto se establece una serie de modelos de contratos, complementándose con lo disciplinado en el artículo 2 relativo a las principales modalidades de contratos de distribución. Quiere significarse de lo hasta aquí enunciado que el pre-legislador pone especial énfasis en el dato de la actuación por riesgo y ventura por parte del distribuidor como empresario o profesional independiente.

Asimismo, no se ha querido establecer en este PLCD una tipología¹⁷ de la distribución fundamentada en diferentes modelos de contratos, sino que únicamente se enuncian una serie de fórmulas contractuales, que resultan ser las más habituales en su uso, a modo ejemplificativo: los contratos de distribución autorizada, contratos de distribución selectiva, contratos de concesión mercantil, actividades en régimen de franquicia, entre otras (*ex art. 2 PLCD*). Esta fórmula de proceder también será acogida por la Propuesta de Código Mercantil en pos de identificar los diferentes supuestos que caben dentro de la distribución comercial.

A nuestro parecer, los criterios definitorios del contrato de distribución son acertados, si bien creemos que no era necesario entrar al detalle en la tipología contractual de la distribución, puesto que caben diferentes formulaciones dentro del paraguas de la distribución comercial. Reflexión que también es trasladable, *mutatis mutandi*, a la ordenación de la Propuesta de Código Mercantil.

2.2. Principios informadores del contrato de distribución

Expresamente el PLCD viene a delimitar una serie de principios informadores que han de guiar la actuación y el cumplimiento del contrato¹⁸ de distribución. Partiendo del principio tradicional de la libre autonomía de la voluntad de las partes¹⁹, aunque se verá de las observaciones que se realizarán a lo largo de esta contribución que el precitado principio se pone en “tela de juicio” en demasiadas circunstancias por querer “equilibrar” y “forzar” la posición de las partes en el contrato y la minuciosidad de la

¹⁶ Prescribe el artículo 1.1. del PLCD: “Se entenderá por contratos de distribución, y quedarán sometidos a la presente Ley, aquellos contratos, cualquiera que sea su denominación, que tengan por objeto establecer las condiciones en las que una de las partes, denominada distribuidor, se obliga frente a la otra, denominada proveedor, a realizar actos y operaciones de comercio consistentes o relacionadas con la venta de productos, prestación de servicios o la combinación de ambos, de manera continuada o estable, actuando como empresario independiente y asumiendo el riesgo y ventura de tales operaciones”.

¹⁷ Declara la Exposición de Motivos del PLCD, en su Considerando IIº: “(...) se ha optado por no seguir una aproximación tipológica basada en la descripción de modelos de contratos”.

¹⁸ En este punto, véase las reflexiones de ECHEBARRIA SÁENZ, J., “Problemas de política jurídica y de técnica jurídica en la regulación de los contratos de distribución”, *op.ult.cit.*, pp. 24 y ss., el autor hace mención a diferentes extremos de política legislativa que toda Ley de contrato de distribución ha de tener muy presente.

¹⁹ Aunque este principio rector se ve matizado según se desprende de la Exposición de Motivos, que da razones de experiencia para evitar controversias, extremo que no queda muy claro. Se declara que “(...) se propone una aproximación funcional, en la que, a la libertad de las partes para componer libremente su relación, sólo se matiza respecto a aquellas cuestiones que la experiencia señala que terminan construyéndose en fuente de conflictos”.

regulación, que deja un margen estrecho de actuación, cabalmente, a la autonomía de las partes.

El artículo 4 del PLCD es el encargado de enunciar los principios²⁰, además en este mandato se nos relata la justificación, dónde se han tenido en consideración “las normas del Derecho uniforme comercial, en especial los Principios UNIDROIT sobre los contratos comerciales internacionales²¹ y con nuestra tradición jurídica”.

El apartado 1º, del art. 4 del PLCD, resume los principios, *rectius*, “los contratos de distribución se regirán por los principios de libertad de pactos, colaboración, igualdad de trato entre las partes, interés mutuo y buena fe en la ejecución e interpretación de los contratos”. En este sentido, lo que se hace patente por el pre-legislador es traer a normas positivas los principios tradicionales de la teoría general de las obligaciones y los contratos y, no aporta nada especialmente significativo.

Una de las cuestiones más destacables (aunque no novedosa) dentro de los principios o guías rectoras de esta modalidad contractual es acudir a un sistema de resolución de conflictos mediante arbitraje o mediación²², así como la elaboración por parte de las Administraciones Públicas competentes de Códigos de Conducta (*ex art. 5 LPCD*).

2.3. Formación y Contenido del contrato de distribución

El proyecto regula detalladamente, -incluso en nuestra opinión quizá en demasía-, los requisitos que deben cumplirse para la correcta formación del contrato²³. También se decretan los pactos admisibles y no admisibles en cuanto a su duración y extinción, así como las normas específicas aplicables a algunos tipos contractuales y, también las consecuencias indemnizatorias a la terminación del acuerdo tanto para el caso de terminación natural como por incumplimiento de alguna de las partes. Lo precedente se

²⁰ Señala la Exposición de Motivos que “los principios rectores, partiendo del principio de libertad de pactos como criterio inspirador de las relaciones jurídicas entre operadores económicos, se recogen en el artículo 4 y están destinadas a servir a la interpretación de los acuerdos y principios normativos en ausencia de disposición contractual de las partes. En términos generales, sugieren correcciones ante posibles fallos del mercado, tutelando a ambas partes con un criterio de equidad y amparando a la parte débil en los supuestos necesitados de tutela, en el marco del respeto a la normativa vigente en materia de competencia”.

²¹ Véase más en AGUILAR GRIEDER, H., “Los contratos internacionales de distribución comercial en el Reglamento Roma I”, en Vol.1º.Nº.1. *Cuadernos de Derecho Transnacional*, 2009, pp. 19 a 35. Y, VAQUER ALOY, A., *Derecho europeo de contratos: Libros II y IV del Marco Común de Referencia*. Barcelona: Atelier, 2012.

²² Véase las opiniones vertidas para el sector automovilístico por ECHEBARRIA SÁENZ, J., “Sobre la admisibilidad de las cláusulas de resolución en el Reglamento 1400/2002 de la Comisión, de 31 de julio de 2002, sobre acuerdos verticales en el sector de los vehículos de motor”. Nº.1. *Revista de Derecho de la Competencia y la Distribución*, 2007, en p.237, “la cuestión de la admisibilidad de las cláusulas resolutorias por incumplimiento en el sector de la distribución del automóvil conforme al derecho de la competencia, expresando el límite del compromiso de someter a arbitraje los litigios relativos al cumplimiento y terminación de los contratos de concesión que introduce el art. 3.6 del Reglamento 1400/2002”. También HUALDE MANSO, T., *La mediación en asuntos civiles y mercantiles. La transposición de la Directiva 2008/52 en Francia y en España*. Madrid: La Ley, 2013.

²³ *Cfr.*, en la misma sintonía a GÓMEZ POMAR, F., y GILI SALDAÑA, Mª.A., “Cuestiones de formación del contrato en la Propuesta de Anteproyecto de Ley de contratos de distribución”. Nº.1. *Indret: Revista para el análisis del Derecho*, 2010, (consultado el 17 de enero de 2012).

articula en diferentes preceptos del PLCD, a saber: el artículo 6 del PLCD es el destinado a fijar los deberes precontractuales de información y se decreta que “las partes deberán entregarse mutuamente, y con razonable antelación a la formalización del contrato, toda la información necesaria para que puedan obligarse con conocimiento de causa la celebración del contrato de distribución de que se trate”.

Entre los deberes interpelados por las partes se halla la confidencialidad regulada en el artículo 7 del PLCD, ésta es una cláusula tipo en la formulación de los contratos de distribución. En lo que hace a la formalización de los contratos, se contiene en el artículo 8 y se demanda que los contratos se realicen por escrito. *Ítem* más, si concurren condicionado general en los contratos de distribución habrá de estarse a lo disciplinado en la Ley 7/1998, de 13 de abril de *Condiciones generales de la contratación*²⁴ (ex art.9 LPCD).

Signifíquese que el contenido del contrato se ilustra en los deberes de información durante el contrato en virtud del art. 10 LPCD (*el proveedor está obligado a suministrar al distribuidor la información comercial y técnica que se precisa para promover la mejor distribución de los bienes y servicios objeto del contrato; la comunicación de precios y tarifas de suministro actualizables, así como a comunicar al distribuidor con la mayor antelación posibles las circunstancias y hechos que puedan afectar con carácter sustancial al desarrollo de la actividad empresarial*) y, a su vez, se establece la determinación de objetivos comerciales (ex art.11 LPCD) y la obligación de compra mínima (cfr., art.12).

Se considera por parte del texto pre-legislativo la posibilidad de asignar zonas territoriales exclusivas y sus limitaciones, apreciando el derecho del distribuidor a las ventas a adquirentes procedentes de otras zonas geográficas con arreglo a lo que ya viene establecido en el actual Derecho de la competencia. En este punto, el artículo 13 viene a regular los pactos de exclusiva territorial y como bien se puntualiza en el propio mandato hay que estar a lo disciplinado por el Derecho de la competencia.²⁵

También el PLCD estatuye que el fabricante o proveedor pueda realizar ventas directas si así lo disciplina el contrato, así como también la imposibilidad de prohibir al distribuidor que realice ventas por Internet, salvo motivos de salud pública o seguridad de los consumidores (véase, el art. 14 del PLCD). Por su lado, es reseñable que el artículo 15²⁶ del PLCD establezca un régimen de garantías frente a los distribuidores, en este ámbito, se intenta solventar los conflictos surgidos en los acuerdos de distribución con fabricantes extranjeros, sujetos a otra legislación no europea, que a veces pudiera originar que el distribuidor tuviese que asumir la responsabilidad por el producto defectuoso sin poder después repercutirla contra el fabricante del mismo, entre otros

²⁴ BOE N.º.89, de 14 de abril de 1998.

²⁵ Se decreta en el punto 4, art. 13: “La atribución de una zona geográfica en exclusiva para la comercialización de determinados bienes o servicios, no impedirá la venta a adquirentes procedentes de de otras zonas geográficas, con excepción de las restricciones admitidas en el Derecho de la competencia”.

²⁶ Artículo 15. *Régimen de garantías frente a los distribuidores*. “Las partes adecuarán el régimen de garantías del fabricante frente al distribuidor a los plazos establecidos en el régimen de protección de los consumidores y usuarios, cuando la falta de conformidad alegada por el consumidor sea debida a un defecto imputable al proveedor fabricante del bien o servicio”.

supuestos posibles. En este contexto y, a nivel local, hemos de estar a lo disciplinado en materia de responsabilidad civil por productos defectuosos y acudir al Real Decreto Legislativo 1/2007²⁷, de 16 de noviembre, *por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias*.

Siguiendo con el contenido contractual, se regula con minuciosidad otros elementos que conforman el contrato, tales como las políticas de marca y actividad publicitaria conjunta (*ex art.16*); los descuentos posibles, bonificaciones, ‘rappels’ y aportaciones por servicio (*ex art. 17*).

Uno de los aspectos problemáticos de la pre-norma viene proporcionado por la cesión del contrato *ex art. 18 del PLCD*²⁸ por requerirse de manera rigurosa el consentimiento de ambas partes (distribuidor y proveedor), además, de cercenar de nuevo la libre autonomía de la voluntad de las partes. En la misma línea, se requiere de la necesidad de consentimiento y así se regula tanto en la subcontratación y distribuidores de segundo nivel como en la modificación del contrato, artículos 19 y 20 PLCD, respectivamente.

2.4. Duración y terminación del contrato de distribución

La duración del contrato viene establecida en el artículo 21 y se dice que “el contrato de distribución podrá pactarse por tiempo determinado o indefinido. Si no se hubiera fijado una duración determinada, se entenderá que el contrato ha sido pactado por tiempo indefinido”. Como se descuelga del tenor legal se prima la libre autonomía de la voluntad de las partes en orden a la fijación de la duración del contrato.

Resulta llamativo que el PLCD regule los supuestos de que se trate de distribuidor o red de distribuidores que adquieran más de la mitad de la producción del fabricante o proveedor, el plazo de preaviso deba ser como mínimo de 6 meses, sea cual sea la duración que haya tenido el contrato.

Se incorpora, a su vez, como regla obligatoria que antes de procederse a la resolución del contrato por incumplimiento²⁹, la parte incumplidora tenga la posibilidad de subsanarlo en el plazo de 30 días. La práctica demuestra que en este tipo de contrato de colaboración se llevan a cabo importantes acciones e inversiones con carácter previo,

²⁷ BOE Nº. 287, de 30 de noviembre de 2007.

²⁸ Prescribe el artículo 18. *Cesión de contrato*. “1. La cesión total o parcial del contrato de distribución requerirá el consentimiento del proveedor y del distribuidor. 2. No obstante, el proveedor no podrá negar su consentimiento a la cesión total o parcial del contrato de distribución si la empresa cesionaria pertenece a la red de distribución integrada del proveedor o se compromete por escrito a mantener la organización, medios y recursos que el cedente mantenía afectos a la actividad de distribución”.

²⁹ Para el Derecho actual y en el sector de automoción, expone ECHEBARRIA SÁENZ, J., “Sobre la admisibilidad de las cláusulas de resolución en el Reglamento 1400/2002”, *op.ult.cit.*, en p. 236: “está en cuestión la admisibilidad de las cláusulas de resolución de los contratos por incumplimiento a la vista de lo dispuesto en el Reglamento 1400/2002, en cuyos considerandos noveno y undécimo se establece que con el fin de impedir que un proveedor resuelva un acuerdo porque un distribuidor o un taller de reparación ejerza prácticas que favorecen la competitividad, como ventas activas o pasivas a consumidores extranjeros, ventas multimarca o subcontratación de servicios de reparación y mantenimiento, todo preaviso de resolución deberá indicar claramente por escrito las razones de dicha resolución, que deberán ser objetivas y transparentes”.

de ahí que este plazo para subsanar sea adecuado a la realidad de los hechos y la práctica.

Los artículos 23 y 24 son los destinados a establecer los casos de extinción del contrato³⁰. Mientras que el artículo 25 viene a delimitar las indemnizaciones a causa de la extinción del contrato, siendo este mandato uno de los más discutidos de la norma, más si cabe cuándo ya existe reiterada jurisprudencia³¹ sobre la temática en materia de agencia³² que, *mutatis mutandi*, sería trasladable sin solaparse o imponerse una sobre-regulación sobre el tópico.

A tal fin, el PLCD ofrece el derecho de la parte *in bonis* a recibir una *indemnización adecuada para resarcirle de los daños y perjuicios que acredite haber sufrido por la resolución del contrato (ex art.25.1)*. La norma no entra a perfilar cómo y cuándo se determina la “indemnización adecuada”. Este extremo es causa de múltiples conflictos en la realidad práctica y este PLCD no lo acota de manera precisa y ni siquiera proporciona criterios de atribución. En efecto, -como se anticipaba-, uno de los extremos más conflictivos en torno a la distribución y que es causa de debate en nuestros Tribunales, son las indemnizaciones por daños y perjuicios por la finalización sin justa causa. El PLCD ni atisba ni proporciona solución³³ sobre el particular,

³⁰ Cfr., LÓPEZ EJARQUE, S., “Resolución de contratos de distribución: estudio jurisprudencial”. Nº.99. *Iuris: Actualidad y Práctica del Derecho*, 2005, pp. 28 a 31.

³¹ Buena muestra de la indemnización por clientela y la jurisprudencia emitida a su alrededor la recoge SACRISTÁN BERGIA, F., “Resolución del contrato de concesionario de automóviles y derecho a la indemnización por clientela. La Sentencia de Tribunal Supremo (Sala Civil, Secc. 1ª) de 20 de julio de 2007 como pretexto”. Nº.2. *Revista de Derecho de la Competencia y la Distribución*, 2008, en p.277, al apuntar que “La indemnización por clientela no es exclusiva del contrato de agencia, y, pese a las diferencias estructurales con otros instrumentos jurídicos de distribución de productos, puede ser posible su apreciación, cuando se den las circunstancias oportunas, en otros contratos atípicos y, entre ellos, los de concesión o distribución, caracterizados por actuar el concesionario o distribuidor en nombre y por cuenta propia (...) de modo que su objeto se circunscribe a la reventa de los productos del concedente (...) La compensación por clientela no opera de modo automático por el simple hecho de la extinción del contrato, sino por lo aportado y dejado en la esfera de desenvolvimiento del concesionario, que da lugar a un aprovechamiento por el empresario de la clientela creada por el distribuidor en su labor de tal. Por consiguiente, la indemnización se halla supeditada a que efectivamente el concedente se aproveche de una red de clientes creada por el distribuidor (...) aun cuando la indemnización por clientela es de aplicación imperativa para dicho contrato (la agencia) y, por consiguiente, no es renunciable en el contrato, sin embargo tal imperatividad no es extensible a otros contratos distintos al de agencia”. También, véase a CORDERO LOBATO, E., “Sentencia del Tribunal Supremo de 22 de junio de 2007: Indemnización por clientela en contratos de distribución en exclusiva”. Nº.76. *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, 2008, pp. 253 a 278.

³² Al respecto, HERRERO JIMÉNEZ, M. y VEGA CLEMENTE, V., “El contrato de agencia y el contrato de distribución en exclusiva: la indemnización por clientela”. Nº.20. *Revista de Estudios Económicos y Empresariales*, 2008, pp. 107 a 138.

³³ Cfr., el artículo 25. *Indemnizaciones a la extinción del contrato*. “1. Cuando el contrato de duración determinada sea denunciado sin justa causa antes de la finalización del plazo pactado o sin que haya transcurrido un plazo razonable para hacer posible la amortización de las inversiones específicas, la parte afectada tendrá derecho a exigir una indemnización adecuada para resarcirse de los daños y perjuicios que acredite haber sufrido como consecuencia de la resolución del contrato. 2. Cuando el contrato de duración indefinida sea denunciado sin respetar los plazos de preaviso pactados, o en su defecto, los legalmente establecidos, sin que haya transcurrido un plazo razonable para hacer posible la amortización de las inversiones específicas, la parte afectada tendrá derecho a exigir una indemnización adecuada para resarcirse de los daños y perjuicios que acredite haber sufrido como consecuencia de la resolución del contrato. 3. A los efectos de cuantificar tales daños y perjuicios, se tendrán en cuenta las inversiones específicas no amortizadas. Se considerarán inversiones específicas las inversiones instruidas y realizadas en interés del negocio del principal que no puedan ser aprovechadas de modo real y efectivo para usos

remitiéndose al Derecho tradicional en torno a la indemnización genérica del Código Civil.

El distribuidor, no obstante, tiene la oportunidad al igual que sucede en el contrato de agencia, de obtener un derecho a la indemnización con carácter excepcional y siempre y cuando concurren determinadas circunstancias, que vienen previstas en el artículo 25, punto 4 del PLCD.

Sobre este aspecto, quizá la cuestión más singular por ir contra la seguridad y equidad de las prestaciones, es el hecho que la clientela sí será compensable por el fabricante a favor del distribuidor, cuando a la terminación de contrato, salvo que lo sea por incumplimiento “grave” del distribuidor, éste haya incrementado sustancialmente el número de operaciones o clientes y conste que la clientela seguirá produciendo ventajas para el fabricante después de la ruptura del acuerdo y, a su vez, el distribuidor tenga un pacto de no competencia a la finalización de su contrato.

Sea como fuere, se fija por parte del PLCD un máximo de la indemnización por todos los conceptos, que no podrá exceder de la media anual del importe neto de la cifra de negocios del distribuidor durante los últimos 5 años o período de duración del contrato si fuese inferior, lo que permitiría de algún modo ponderar con exactitud los diferentes riesgos que pudieran aparecer. El plazo de prescripción para reclamar estas indemnizaciones es de 1 año, siguiendo en este punto lo que se establece para el contrato de agencia.

El artículo 26 en correspondencia con el artículo 4, relativo a los principios informadores, describe la cooperación en la liquidación de operaciones por ambas partes del contrato.

Finalmente, el PLCD cierra su articulado con un serie de preceptos que regulan algunas modalidades contractuales especiales de distribución, tales como las organizaciones de mercados privados y espacios comerciales comunes (*ex art.27*);

alternativos, no tengan posibilidad de reventa, o que sólo puedan serlo con grave pérdida para el inversor. No tendrán la consideración de inversiones específicas, las inversiones ya amortizadas o que debieran estarlo conforme a las escalas fiscales vigentes de amortización establecidas ni, en ningún caso, las inversiones genéricas propias del normal devenir empresarial del distribuidor. 4. La terminación de los contratos de distribución no obligará al proveedor a compensar al distribuidor por la clientela que éste hubiera podido generar durante la relación. No obstante, con carácter excepcional, el distribuidor tendrá derecho a una indemnización cuando concurren todas las circunstancias siguientes:

a) Que por la naturaleza del contrato y por la actividad del distribuidor se hayan incrementado sustancialmente el tipo de operaciones o el número de clientes y que el distribuidor acredite que la clientela seguirá produciendo ventajas sustanciales al proveedor tras la ruptura del contrato.

b) Que se haya establecido un pacto por el cual el distribuidor, una vez extinguido el contrato no pueda hacer competencia al proveedor o al nuevo distribuidor. La duración del pacto de no competencia no podrá exceder de un año. Este pacto se tendrá en cuenta exclusivamente a los efectos de la determinación de la indemnización por clientela, sin que tenga la consideración de regulación general sobre los pactos de no competencia. 5. La indemnización no podrá exceder, en ningún caso, de la media anual del importe neto de la cifra de negocios del distribuidor durante los últimos cinco años o, durante todo el periodo de duración del contrato, si este fuese inferior. 6. La acción para reclamar la indemnización por clientela o de daños y perjuicios prescribirá al año a contar desde la extinción del contrato. 7. No procederá el abono de las indemnizaciones previstas en este artículo por parte del denunciante del contrato de distribución cuando el motivo de resolución del contrato sea el incumplimiento grave de las obligaciones contractuales por la otra parte, o cuando con el consentimiento del proveedor se hubiere cedido a un tercero los derechos y obligaciones de que era titular en virtud del contrato de distribución”.

realización de subastas electrónicas (art.28); venta multinivel (art.29); regulación del régimen de franquicia (*cfr.*, art.30). Sobre esta última regulación, se han vertido opiniones en contra por no solventar los verdaderos problemas que se plantean en la práctica de la franquicia. Si tuviéramos que destacar algún hilo conductor de estos últimos preceptos en la regulación de los contratos de distribución especiales vendría dada por la importancia que se le atribuye a la información que se debe proporcionar en el buen cumplimiento y desarrollo del contrato, baste como ejemplo, la información previa que ha de aportarse a los Registros de Franquicias antes de iniciar el negocio. Lamentablemente, el PLCD deja temas sin resolver, teniendo que acudir al Derecho privado general para solventarlos.

3.- LA REGLAMENTACIÓN DEL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN EN LA PROPUESTA DE CÓDIGO MERCANTIL

El contrato de distribución viene a ordenarse en el Libro V, Título IV, Capítulo III, compuesto por cinco secciones art. 543 con 24 puntos de la Propuesta de Código Mercantil³⁴, en adelante, PCM. Es conveniente examinar el contenido de los preceptos que configuran este contrato.

3.1. Ámbito positivo y negativo de aplicación

La definición del contrato de distribución se contiene en el artículo 543, apartado 1º, poniéndose especial énfasis en sus características subjetivas ilustradas, de un lado, en el distribuidor, como empresario independiente, que asume el riesgo de las operaciones y obligado a adquirir productos o servicios; de otra, el proveedor con la finalidad de comercializarlos de forma estable y duradera en el tiempo. Luego, la independencia y la existencia de una organización con signo de ser permanente en el tiempo es una de las claves para entender esta modalidad contractual.

El ámbito positivo de aplicación del Ordenamiento mercantil bajo la PCM, viene ilustrado en el art. 543, apartado 2º, que enumera las diferentes modalidades que se aprecian como contratos de distribución³⁵, poniendo el acento en la zona geográfica que abarca, así como en la complejidad de del aprovisionamiento y la distribución de los bienes o servicios, a saber:

El contrato de compra en exclusiva, por el que cual el distribuidor, a cambio de contraprestaciones especiales, se obliga a adquirir, para su comercialización, determinados bienes o servicios solamente al proveedor o a otras personas a quienes éste designe.

³⁴ Véase más en *Propuesta de Código Mercantil elaborada por la Sección de Derecho Mercantil de la Comisión General de Codificación*, Ministerio de Justicia, 2013, pp. 479 a 486.

³⁵ Más en FÉLIX PARRONDO, E., y DÍAZ BAÑOS, M., “El nuevo Código Mercantil y los contratos de distribución”, en http://cincodias.com/cincodias/2013/07/02/economia/1372787026_428565.html (consultado por última vez el 11 de noviembre de 2014).

El contrato de venta en exclusiva, por el cual el proveedor se obliga a vender únicamente a un distribuidor en una zona geográfica determinada los bienes o servicios especificados en el contrato para su comercialización en dicha zona.

El contrato de distribución autorizada, por el cual el proveedor se obliga a suministrar al distribuidor bienes y servicios para que éste los comercialice, bien directamente o bien a través de su propia red, como distribuidor oficial, en una zona geográfica determinada.

El contrato de distribución selectiva, por el cual el proveedor se obliga a vender los bienes o servicios objeto del contrato únicamente a distribuidores seleccionados por él y que no gozan de exclusividad territorial, mientras que el distribuidor se compromete a revenderlos a consumidores y usuarios finales, respetando las instrucciones pactadas y prestando, en su caso, asistencia técnica a los compradores.

El contrato de concesión mercantil, por el cual el distribuidor pone su establecimiento al servicio de un proveedor para comercializar, en régimen de exclusividad y bajo directrices y supervisión de éste, bienes y servicios en una zona geográfica determinada.

El contrato de franquicia, por el cual el titular de la franquicia, denominado franquiciador, cede al distribuidor, denominado franquiciado, el derecho a explotar en beneficio de éste un sistema de comercialización de bienes o servicios bajo los signos distintivos y la asistencia técnica permanente del franquiciador, a cambio de una compensación económica y del compromiso de ajustarse en todo momento a las reglas de actuación establecidas.

Por su parte, el apartado 3º del artículo 543, disciplina las modalidades contractuales que no le son aplicables la reglamentación del Código de comercio, cabalmente, por poseer legislación específica. Queda excluido del ámbito de aplicación los siguientes:

Los contratos de agencia; los contratos de franquicia industrial; los contratos de comercialización de productos o servicios financieros; los contratos que tengan por objeto principal una actividad logística o una actividad de reparto de ganancias; así como cualquier modalidad de distribución que implique una vinculación de naturaleza laboral entre el proveedor y la persona encargada de distribuir productos o servicios.

No obstante lo precedente, los artículos 543-15º a 17º disciplinan algunas cuestiones especiales –relacionadas con el Derecho de la Competencia- en torno a estas modalidades contractuales (concesión o venta en exclusiva; distribución selectiva y Franquicia), que son excluidas del Código de Comercio. Sistemáticamente, no parece lo más adecuado ni certero en cuanto a la técnica legislativa empleada.

3.2. Formación y Contenido del contrato de distribución

En el artículo 543, punto 4º de la PCM, se contienen los deberes precontractuales de las partes, destacándose dos cuestiones, de un lado, la formalización del contrato por escrito (véase además, art. 543, punto 5º) y, de otro, los deberes de información a que están sometidas las partes para el correcto devenir del contrato; dentro de éste, la confidencialidad absoluta ha de brillar como referente para la partes involucradas y en caso de incumplimiento se responderá por daños y perjuicios originados por la falta de información.

El contenido del contrato de distribución viene perfilado de manera exhaustiva en la PCM a través de las diferentes obligaciones que han de asumir las partes informados por principios tales como la colaboración, la *máxima lealtad* y la buena fe

de las mismas (*ex art.* 543, punto 6º). Se distingue entre obligaciones del proveedor disciplinadas en el art. 543, punto 7º, ilustradas en el derecho de información, así como la entrega inmediata de productos en relación con el precio y calidad, atendiendo siempre al “normal abastecimiento del mercado según su volumen usual de pedidos”. De otro lado, el art. 543, punto 8º, hace referencia a las obligaciones del distribuidor, todas ellas referidas a (su) esfera y organización empresarial. Expresamente se declara en el art.543, punto 8º, apartado 1º: “El distribuidor deberá disponer de una organización empresarial suficiente y desarrollar una actividad comercial adecuada para promover la máxima difusión de los bienes o servicios”. Se agrega que *ha de llevar unos registros contables auxiliares relativos a la actividad, objeto del contrato de distribución* (punto 3º).

El art. 543-9, relativo a los pactos de exclusiva dispone, especialmente, que se fijará en los bienes o servicios, así como en el territorio geográfico estipulado en el contrato. Se infiere de la interpretación del mandato un carácter restrictivo hacia aquellas excepciones que se realicen en torno a la exclusividad.

Uno de los preceptos que hubiera causado mayores controversias prácticas por la dificultad de su aplicación e interpretación es el contenido en el art.543-10º, relativo a la *determinación de los objetivos comerciales*, que queda a la libre autonomía de las partes del contrato y, en caso de que ésta fallare, se acudirá a sistemas de resolución de conflictos vía arbitraje o peritaje independiente.

El distribuidor tiene derecho a publicitar los bienes u objetos, siempre que así se estipule por contrato e, inclusive, puede hacer uso de agentes, colaboradores o subcontratistas con asentimiento del proveedor (*cf.*, arts. 543, puntos 12º y 13º). Se predica la independencia de las partes en el art. 543-14º. Hay que llamar la atención como causa de resolución del contrato el deterioro de la imagen de marca por parte del distribuidor, otorgándole un derecho a resolver el contrato por parte del proveedor (*ex art.* 543-11º).

3.3. Duración y terminación del contrato de distribución.

La duración del contrato se determinará por las partes y si no es así se apreciará el contrato como indefinido (*cf.*, art. 543-18º). Si se sigue ejecutando el contrato una vez pasado el plazo prefijado por las partes, se convertirá en indefinido (art. 543-19º); mientras que el contrato por tiempo indefinido contará con la posibilidad de un preaviso para llevar a cabo la denuncia unilateral del contrato; el plazo de preaviso se fija en un (1) mes por cada año de vigencia del contrato y un máximo de 6 meses, si el contrato ha sido inferior a un año, el período de preaviso se determina en un mes, véase art. 543-20º. La finalidad de este mandato es evitar problemas prácticos de interpretación. También se reconoce otros supuestos de extinción, en particular, art. 543-2º.1, dándose prioridad a la libre autonomía de la voluntad de las partes, al punto que “podrá dar por finalizado el contrato en cualquier momento sin necesidad de preaviso, cuando la otra parte hubiera sido declarada en concurso de acreedores y así se hubiera pactado en el contrato”. Este tenor iría en contra del principio de vigencia de los contratos que

informa los arts. 61 a 63 de la Ley 22/2003, de lo *concurso*, y como se indicaba primándose la libre autonomía de la voluntad de las partes.

Otro de los temas tratados en la PCM y que provoca un gran número de controversias en la práctica viene dado por la necesidad de amortizar las inversiones llevadas a cabo por una de las partes. En este sentido, el art. 543-22º, prescribe que con independencia del respeto a lo pactado por las partes, hay que estar a que “los contratos de distribución por tiempo indeterminado no podrán ser denunciados antes de que haya transcurrido un plazo razonable de amortización de las inversiones específicas realizadas para la ejecución del contrato salvo que, quién denuncia el contrato, ofrezca el pago de la amortización pendiente de realizar”. Definiéndose en el mandato que se entiende por inversiones específicas. Asociado a esto, el art. 543-23º, proclama la colaboración necesaria que se han de proporcionar las partes en orden a liquidar la relación contractual.

Finalmente, el art.543-24º, viene a reglamentar una cláusula de estilo en este tipo de contratos como es la compensación por clientela. Es nítido el mandato en prohibir la compensación, salvo pacto en contrario. Antes bien, de forma excepcional se permitiría que el distribuidor tuviera derecho a compensar si se presentan determinados supuestos en dependencia de la naturaleza del contrato y la actividad del distribuidor, sobre todo, si se han aumentado las operaciones y el número de clientes; además, el distribuidor haya proporcionado al proveedor una lista de clientes o bien, exista “un pacto por el cual el distribuidor, una vez extinguido el contrato no pueda hacer competencia al proveedor o al nuevo distribuidor”. En este último caso, la duración del pacto de no competencia no podrá superar el año.

4. A MODO DE COROLARIO

Al hilo de lo hasta aquí expuesto, se ha de tener siempre presente que el PLCD objeto de estudio se halla paralizado en su tramitación parlamentaria y, por ende, en su aplicación. No obstante lo anterior, sirve como “guía” de atención para futuras normativas y, en especial, por si la misma se convirtiese en realidad, se ha de apreciar y adecuarse a la disciplina legislativa existente en materia de Derecho de la Competencia, en especial, por lo que hace a las restricciones tan frecuentes que suelen presentarse en relación a la libre competencia. En otros términos, que la fórmula de distribución acordada no se emplee para encubrir pactos o prácticas anticompetitivas.

Cierto es que se persigue desde hace tiempo la confección de una Ley para los contratos de distribución, modalidad contractual tan extendida y empleada en el tráfico comercial, económico y jurídico y, a tal fin, resulta conveniente dicha disciplina, que se pensaba aparecería en el futuro Código de Comercio (PCM), pero en su última versión ha desaparecido, surgiendo así varios interrogantes en torno a dónde tenemos que acudir ahora para completar-integrar la reglamentación de la distribución?. Nótese que el PLCD examinado peca en exceso de regulación en aspectos que ya se hallan regulados por otras normativas e, inclusive, existe reiterada jurisprudencia vertida sobre el particular, baste traer a colación la temática de la indemnización por clientela.

Asimismo, el hecho de buscar el equilibrio de las partes “a toda costa” puede romper otros principios informadores del Derecho de contratos ilustrado en la libre autonomía de la voluntad de las partes que ha de primar en la interpretación y ejecución de estos contratos. Es verdad que no pueden ampararse los abusos por una de las partes, -sólo faltaría-, pero también es real que no puede irse más allá y forzar la igualdad tan querida por la propuesta normativa.

Tampoco se ha de descuidar el dato, bien recibido por la doctrina y la práctica, de incentivar medidas solutorias de conflictos entre las partes a través del arbitraje y la mediación (extremo también contemplado por la PCM) y, en igual medida, el patrocinio y la observación de Códigos de conductas en los diferentes sectores económicos de la distribución. También se ha de estar y cuidar la redacción de los textos proyectados, puesto que en ocasiones origina más confusión que claridad, sobre todo por el respeto que se ha de tener al Derecho de obligaciones y contratos preexistentes. Luego, queda una tarea ardua a futuro a realizar si se quiere que este PLCD salga a la luz y se convierta en la disciplina de los contratos de distribución; o bien volvamos a la fórmula de mínimos que se estipulaba en la Propuesta de Código Mercantil.