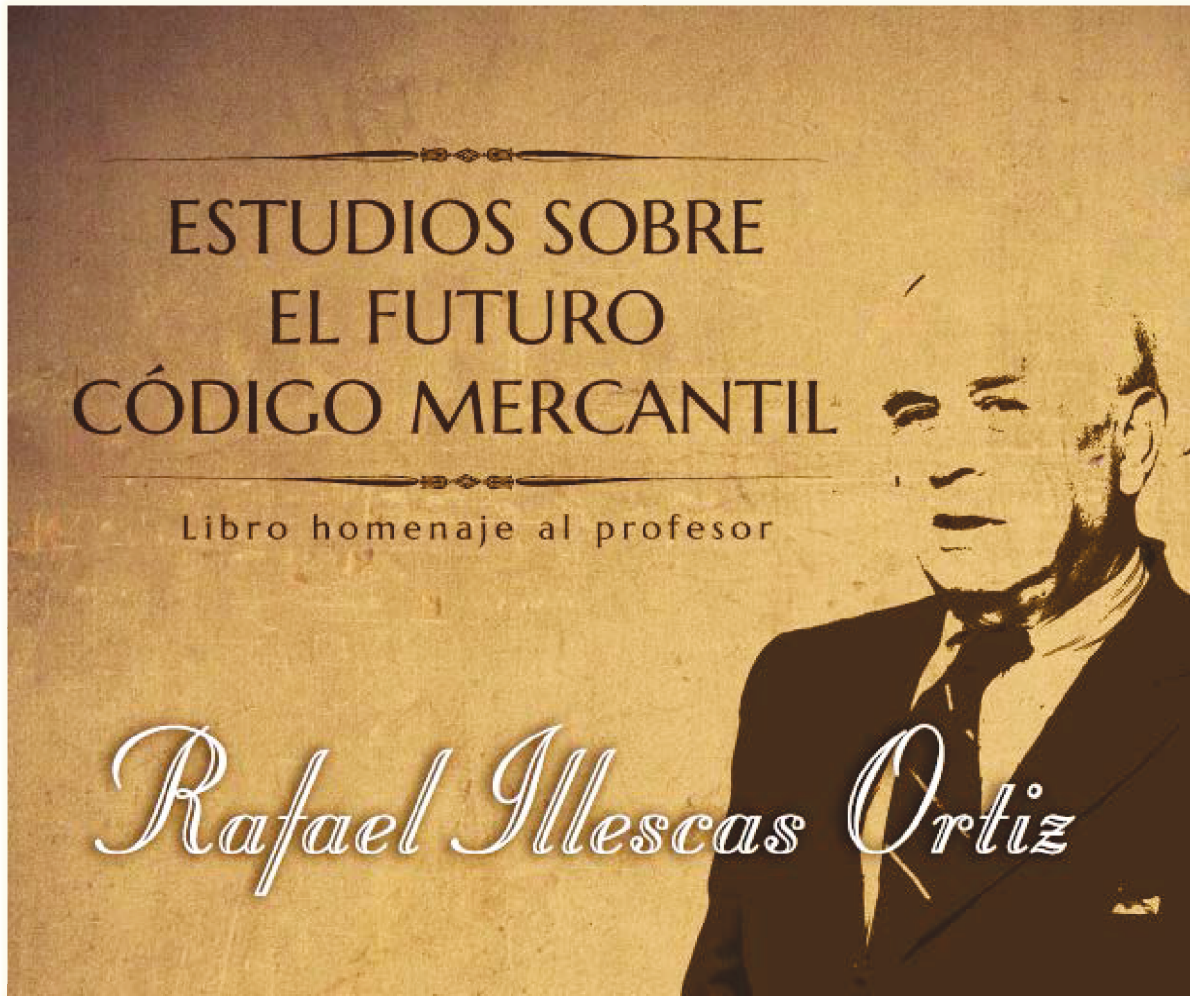




Universidad
Carlos III de Madrid

 **e-Archivo**
Repositorio Institucional



Cruz Rivero, Diego. La regulación proyectada (y fracasada) de los contratos de distribución. El proyecto de Ley de contratos de distribución y la propuesta de Código Mercantil. En: *Estudios sobre el futuro Código Mercantil: libro homenaje al profesor Rafael Illescas Ortiz*. Getafe : Universidad Carlos III de Madrid, 2015, pp. 1262-1288. ISBN 978-84-89315-79-2. <http://hdl.handle.net/10016/20977>

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/)

LA REGULACIÓN PROYECTADA (Y FRACASADA) DE LOS CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN. EL PROYECTO DE LEY DE CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN Y LA PROPUESTA DE CÓDIGO MERCANTIL

DIEGO CRUZ RIVERO*

Resumen

En los últimos años se han puesto en marcha varias iniciativas legislativas en orden a la regulación de los contratos de distribución. En el presente trabajo, analizamos comparativamente las dos últimas propuestas, el Proyecto de Ley de Contratos de Distribución y la propuesta de Código Mercantil, ambos proyectos frustrados, a la vista del Anteproyecto de Código Mercantil. Asimismo, tratamos de ofrecer las razones que parecen haber movido al legislador a mantener estos contratos como contratos atípicos.

Contenido

1. Planteamiento. – 2. Líneas maestras de la regulación proyectada. – 2.1. Carácter imperativo de las normas. – 2.2. Concepto y clases de contrato de distribución. – 2.3. Contenido de los contratos de distribución. – 2.4. Deberes precontractuales y formalización del contrato. – 2.5. Modificación, cesión del contrato y subcontratación. – 2.6. Duración y extinción del contrato. – 3. A modo de conclusión: sobre la tipificación de los contratos de distribución

1. PLANTEAMIENTO

Los contratos de distribución¹ son actualmente contratos atípicos nominados, parcialmente regulados en diversas normas², especialmente aunque no solo en el ámbito

* Profesor Titular de Universidad. Departamento de Derecho mercantil. Universidad de Sevilla.

¹ Nos referimos aquí a una noción estricta de distribución, que separa a estos contratos de los de intermediación (agencia, comisión y mediación), en los que el agente, comisionista o mediador actúa por cuenta del principal. Vid. DOMÍNGUEZ GARCÍA, M. A., “Los contratos de distribución: agencia mercantil y concesión comercial”, en VV.AA., *Contratos internacionales*, Tecnos, Madrid, 1977, pp. 1.275-1.384, especialmente p. 1.276; TORRUBIA CHALMETA B., “El contrato de distribución selectiva”, *Revista de Derecho de la competencia y la distribución*, n.º 8, 2011, pp. 93-122, especialmente pp. 94-96. Se contempla la distribución como un fenómeno más amplio inclusivo de los procedimientos para comercializar los productos o servicios en MARTÍNEZ SANZ, F., *La indemnización por clientela en los contratos de agencia y concesión*, 2ª edición, Civitas, Madrid, 1998, especialmente pp. 25-26. A este respecto, se distingue la distribución libre o extensiva y la distribución integrada o distribución en sentido estricto en ALONSO SOTO, R., “Los contratos de distribución comercial”, en VV.AA., *Curso de Derecho mercantil*, vol. II, 2ª edición, 2007, pp. 177-235, especialmente p. 179.

² A título de ejemplo pueden citarse la LOCM –Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista (BOE n.º 15, de 17-1-1996)–, y la LGDCU –Real Decreto Legislativo 1/2007, 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 (BOE n.º 287, de 30-11-2008)–.

del Derecho de la competencia³. Recientemente se han puesto en marcha varios proyectos legislativos para regular estos contratos⁴. El deseo de concluir con su atipicidad se plasmó en la Ley 1/2010⁵, que modificó la LOCM con la intención de adaptarla a la Directiva 2006/123/CE⁶ e introdujo en la citada norma nacional una nueva disposición adicional 11ª. En virtud de este nuevo precepto se establece que el Gobierno debe regular el régimen jurídico de los contratos de distribución comercial “*con el fin de eliminar barreras administrativas en la prestación de servicios*”.

Un año más tarde, la disposición adicional 16ª de la LES⁷ introdujo en la LCA⁸ una nueva disposición adicional 1ª, que regulaba de forma transitoria, y en tanto no entrara en vigor la anunciada Ley de contratos de distribución, los contratos de distribución de vehículos automóviles e industriales; estableciendo la aplicación supletoria de la LCA a estos contratos. Con ello, quedaban regulados solo algunos, quizás lo más importantes desde el punto de vista económico, de estos contratos⁹.

Sin embargo, la vigencia de esta regulación fue del todo efímera¹⁰, pues algo más de un mes después¹¹, la disposición final 4ª de la Ley 7/2011¹² *suspendió* la vigencia de la disposición adicional 1ª de la LCA, sin que se diera explicación alguna de este cambio de rumbo en el preámbulo de la norma¹³. Tan solo, se establece en dicha

³ Pueden enunciarse así por ejemplo la Ley 15/2007, de 3 de julio, de defensa de la competencia (BOE n.º 159, de 4-7-2007), el Reglamento (UE) n.º 330/2010 de la Comisión de 20 de abril de 2010 relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas (DO L 102, de 23-4-2010) y el Reglamento (UE) n.º 461/2010 de la Comisión de 27 de mayo de 2010 relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas en el sector de los vehículos de motor (DO L 129, de 28-5-2010). Sobre la regulación anterior, vid. GÓRRIZ LÓPEZ, C., “Distribución comercial y Derecho de la competencia (pasado, presente y futuro de la exención por categorías de los acuerdos verticales)”, *Revista de Derecho de la competencia y la distribución*, n.º 6, 2010, pp. 37-73, *pássim*.

⁴ Vid. sobre esta cuestión SERRANO SANTAMARÍA, A., “La resolución unilateral del contrato de distribución indefinida: preaviso e indemnizaciones. Comentario a la Sentencia del TS de 15 de marzo de 2011 (RJ 2011, 3321)”, *RDPat*, n.º 27, 2011, pp. 229-242, especialmente pp. 236-238; ECHEBARRÍA SÁENZ, J. A., “Problemas de política jurídica y de técnica jurídica en la regulación de los contratos de distribución”, *Revista de Derecho de la competencia y la distribución*, n.º 10, 2012, pp. 15-53, especialmente pp. 16-18.

⁵ Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista (BOE n.º 53, de 2-3-2010).

⁶ Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006 relativa a los servicios en el mercado interior (DO L 376, de 27-12-2006).

⁷ Ley 2/2011, de 4 de marzo, de economía sostenible (BOE n.º 55, de 5-3-2011).

⁸ Ley 12/1992, de 27 de mayo, sobre contrato de agencia (BOE n.º 129, de 29-5-1992).

⁹ Vid. sobre esta regulación, especialmente en lo referente a la extinción del contrato MAYORGA TOLEDANO, M. C., “Acción de reclamación por resolución unilateral del contrato. Sentencia de 20 de junio de 2011 (RJ 2011, 4642)”, *CCJC*, n.º 89, 2012, pp. 223-236, especialmente pp. 235-236.

¹⁰ Vid. sobre esta cuestión SERRANO SANTAMARÍA, “La resolución...”, *op. cit.*, especialmente p. 237.

¹¹ De hecho, llama la atención la *urgencia* con la que se suspende la vigencia de la disposición adicional 1ª de la LCA, pues mientras que el resto de la Ley 7/2011 entró en vigor el 1 de julio de ese mismo año, la disposición final 4ª, junto con la disposición final 2ª, lo hizo al día siguiente de su publicación.

¹² 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 (BOE n.º 87, de 12-4-2011).

¹³ Al parecer, ello sería consecuencia de la oposición mostrada a la nueva regulación por parte de los fabricantes de automóviles. Como consecuencia el Gobierno pactó con las asociaciones de fabricantes y de concesionarios (ANFAC, ANIACAM, FACONAUTO y GANVAM) la derogación de la norma a

disposición final 4ª que en el plazo de seis meses el Gobierno ha de aprobar y remitir a las Cortes un Proyecto de Ley de contratos de distribución comercial. Y se añade que, en tanto esta Ley no entre en vigor, el Gobierno debe presentar a las principales asociaciones del sector de la automoción un código de buenas prácticas en el que se contemple la constitución de un comité de seguimiento y resolución de conflictos.

Llama la atención, y es del todo criticable, el proceder del legislador en la mencionada disposición final 4ª. En concreto, se indica que la disposición adicional 1ª de la LCA “no será aplicable y no producirá efectos jurídicos” “hasta la entrada en vigor de la Ley de contratos de distribución comercial”. Queda por tanto el contenido de este precepto en una extraña situación de pendencia, sin que se encuentre formalmente derogado y excluido definitivamente de nuestro Ordenamiento jurídico¹⁴. No se entiende por qué la vigencia de la regulación de estos concretos contratos de distribución debe depender de que se apruebe una Ley general sobre contratos de distribución, especialmente teniendo en cuenta que previamente se había dado preferencia en el tiempo a la regulación, aun provisional, de estos contratos. Más bien, debería haber cumplido el Gobierno la encomienda recibida del legislador a través de la Ley 1/2010, encargo al que ahora se impone el perentorio plazo de seis meses. Y, en cambio, se suma ahora un nuevo mandato, el de presentar a las principales asociaciones del sector de la automoción, en tanto no entre en vigor la Ley sobre contratos de distribución, un código de buenas prácticas.

Finalmente, el 24 de junio de 2011 el Gobierno presentó un Proyecto de Ley de contratos de distribución¹⁵, en adelante PLCD. Llama la atención en este punto el contenido de la disposición derogatoria del Proyecto. En virtud de la misma, se derogaría, además de los arts. 22 y 62 de la LOCM, la disposición adicional 16ª de la LES. Se derogaría, por tanto, la norma que había introducido la regulación de los contratos de distribución de vehículos automóviles e industriales en la LCA, pero sin mencionar expresamente la disposición adicional 1ª de este cuerpo legal. La confusión quedaba patente al derogarse expresamente también la disposición adicional 4ª de la Ley 7/2011, la norma que suspendía la vigencia de esta regulación en tanto no entrara en vigor la Ley de contratos de distribución. Pese a su tramitación por el procedimiento de urgencia, el PLCD caducó por la disolución de las Cortes en octubre de 2011.

Ya en la siguiente legislatura, el Grupo Parlamentario Socialista presentó en diciembre de 2011 una Proposición de Ley de contratos de distribución¹⁶. Su contenido

cambio de la promulgación de una Ley de contratos de distribución. Incluso, por parte del sector se dejó entrever que esta regulación tendría como consecuencia un cambio en el modelo de las redes de distribución actuales, dando lugar a que los propios fabricantes implantaran una red de comercialización propia, lo que originaría una elevación del precio de los automóviles y una crisis del sector.

¹⁴ Recuerda este proceder al devenir del art. 348 bis del Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de sociedades de capital (BOE n.º 161, de 3-7-2010). El mismo fue introducido por la Ley 25/2011, de 1 de agosto, de reforma parcial de la Ley de sociedades de capital y de incorporación de la Directiva 2007/36/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de julio, sobre el ejercicio de determinados derechos de los accionistas de sociedades cotizadas (BOE n.º 184, de 2-8-2011) y posteriormente suspendido en su vigencia hasta 31 de diciembre de 2014 por la Ley 1/2012, de 22 de junio, de simplificación de las obligaciones de información y documentación de fusiones y escisiones de sociedades de capital (BOE n.º 150, de 23-6-2012).

¹⁵ Vid. http://www.congreso.es/public_oficiales/L9/CONG/BOCG/A/A_138-01.PDF#page=1.

¹⁶ Vid. http://www.congreso.es/public_oficiales/L10/CONG/BOCG/B/B_008-01.PDF#page=1.

era prácticamente idéntico al Proyecto caducado, repitiéndose igualmente lo dispuesto en su disposición derogatoria. Sin embargo, la Proposición fue rechazada.

La andadura de la regulación proyectada de los contratos de distribución prosiguió en el seno de la Comisión General de Codificación, en cuya Propuesta de Código Mercantil¹⁷, en adelante PCM, quedó incluido como una modalidad de contrato de colaboración en el art. 543. Este nuevo intento seguía la estela del PLCD, ofreciendo una regulación uniforme para todos estos contratos, incluyendo los relativos a la distribución de vehículos automóviles. Sin embargo, se introducían algunos cambios significativos, destacando en esta descripción general el hecho de que subsanaba el error cometido por los redactores del Proyecto y la Proposición de Ley en la disposición derogatoria. La PCM derogaría entre otras la LCA y el art. 62 de la LOCM, sin referirse a la LES o la Ley 7/2011.

No obstante, en el Anteproyecto de Ley del Código Mercantil¹⁸ ha desaparecido toda referencia a los contratos distribución, sin que se haya vertido justificación alguna a la opinión pública o los sectores interesados. En el Anteproyecto se sigue regulando entre otros contratos de colaboración el contrato de agencia, razón por la que se deroga expresamente la LCA. No se incluye sin embargo el contrato de franquicia, por lo que se excluye de la disposición derogatoria la mención del art. 62 de la LOCM.

En las páginas siguientes veremos someramente el contenido del PLCD y la PCM y con ello, fundamentalmente, la protección que podría haberse dispensado a los distribuidores en los contratos en los que hubiera sido aplicable esta regulación. Finalmente, concluiremos con unas líneas sobre las razones que parecen dificultar la regulación de los contratos de distribución.

2. LÍNEAS MAESTRAS DE LA REGULACIÓN PROYECTADA

2.1. Carácter imperativo de las normas

Tanto el PLCD como la PCM partían del respeto a la autonomía de la voluntad y de la posibilidad de las partes de configurar contractualmente la relación. De hecho, la enumeración de tipos de contratos de distribución de los arts. 2 del PLCD y 543-2 de la PCM era meramente ejemplificativa. Las partes podían configurar otras modalidades de contratos de distribución, también sometidas a las normas proyectadas si se enmarcaban en las definiciones de los arts. 1 y 543-1 respectivamente. En definitiva, el empresario que buscara distribuir sus productos o servicios a través de otros empresarios podría ordenar su red de distribución como considerara más oportuno. Y era igualmente punto de partida la libertad del empresario distribuidor, quien pretendía servir a los

¹⁷ Puede consultarse la Propuesta de la Comisión General de Codificación en la página web del Ministerio de Justicia:

<http://www.mjusticia.gob.es/cs/Satellite/es/1215197775106/Medios/1288780618794/Detalle.html>.

¹⁸ Puede consultarse el Anteproyecto en la página web del Ministerio de Justicia: <http://www.mjusticia.gob.es/cs/Satellite/es/1215197775106/Medios/1288788719402/Detalle.html>.

destinatarios finales los productos o servicios del proveedor y por regla general integrarse en una red comercial ya organizada.

De este modo, la normativa proyectada se presentaba como un conjunto de reglas supletorias a lo establecido por las partes en el contrato. En el caso del PLCD, su Exposición de Motivos incluía entre los propósitos de la norma establecer “*unas reglas de contratación claras, transparentes y eficaces para todo el sector, que ofrezcan un régimen supletorio mínimo ante la ausencia de previsión contractual por las partes*”. Y esta idea se plasmaba claramente en el art. 4.1, que incluía como primer principio rector de los contratos de distribución el de la libertad de pactos.

De forma similar, los párrafos I-33 y VI-9 de la Exposición de Motivos de la PCM indicaban que la regulación de los contratos mercantiles era por regla general dispositiva. Y a este respecto, ha de mencionarse que mientras que el art. 542-3 de la PCM establecía el carácter imperativo de la regulación del contrato de agencia, nada semejante se disponía entre los preceptos ordenados a la regulación de los contratos de distribución.

Y sin embargo, lo cierto es que los sucesivos intentos de regular los contratos de distribución han pretendido en gran medida ofrecer protección al distribuidor, considerado, por regla general, parte débil del contrato¹⁹. Pese a tratarse de un contrato entre empresarios, suele no corresponderse con la realidad el presupuesto de la igualdad de las partes a la hora de negociar el contrato, propio de la contratación mercantil²⁰. Como en el caso del contrato de agencia, normalmente el proveedor ostenta una posición de predominio, que se plasma en la capacidad de imponer al distribuidor unas condiciones generales²¹. A este respecto resulta significativo el innecesario art. 9 del PLCD que sometía el contrato a la LCGC²² cuando se utilizaran este tipo de clausulados. Obviamente ello será así, con independencia de que se invoque su aplicación en una Ley reguladora de los contratos de distribución. El problema es que la LCGC no permite un control de contenido de las condiciones generales, quedando tal posibilidad relegada a la contratación con consumidores²³. Tan solo en el ámbito del

¹⁹ Y no obstante, es posible también que sea el proveedor quien tenga una mayor capacidad de negociación frente al distribuidor. Vid. ALONSO SOTO, R., “Bases para una futura regulación de los contratos de distribución”, en VV.AA., *La reforma de los contratos de distribución comercial*, La Ley, Las Rozas, 2013, pp. 49-62, especialmente p. 53.

²⁰ Se considera ésta una característica de las redes empresariales verticales en ALCALÁ DÍAZ, M. A., “Los contratos de distribución como instrumentos de descentralización empresarial”, *Revista de Derecho de la competencia y la distribución*, n.º 5, 2009, pp. 65-106, especialmente pp. 74-75 y 82-83. Vid. en igual sentido JARNE MUÑOZ, P., “La responsabilidad precontractual en el sector de la distribución comercial”, *Revista de Derecho de la competencia y la distribución*, n.º 13, 2013, pp. 51-79, especialmente pp. 54-55.

²¹ Se considera que la protección de la parte débil del contrato es un argumento fundamental para sostener la necesidad de la regulación de los contratos de distribución en SERRANO SANTAMARÍA, A., “La indemnización por falta de preaviso en la resolución unilateral del contrato de distribución indefinida: en especial, el lucro cesante. Comentario a la Sentencia del TS de 8 de octubre de 2013 (RJ 2013, 8002)”, *RDPat*, n.º 33, 2014, pp. 387-396, especialmente p. 389.

²² Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación (BOE n.º 89, de 14-4-1998).

²³ Ello ha sido criticado por un sector doctrinal. De hecho, existen autores que proponen un control de contenido de las condiciones generales abusivas en la contratación interempresarial con base en la aplicación analógica de la regulación de las relaciones con consumidores. Vid. sobre esta cuestión, citando las distintas posturas doctrinales PEÑAS MOYANO, M. J.; SÁNCHEZ PACHÓN, L. A., “Control de las condiciones generales de la contratación y otras formas de protección. Las ventas a

Derecho de la competencia, como abuso de posición dominante, o en el marco de ciertas conductas desleales, podría encontrar protección un empresario frente a los abusos de otro²⁴. En consecuencia, se hace necesaria una regulación tuitiva del distribuidor, del mismo modo que el actual art. 62 de la LOCM y el Real Decreto 201/2010²⁵ tienen entre sus objetivos la protección del empresario franquiciado²⁶.

En esta línea, y aunque tal como se ha dicho se invocaba como principio rector la libertad de pactos, la propia Exposición de Motivos del PLCD reconocía que dicha libertad debía matizarse “*respecto a aquellas cuestiones que la experiencia señala que terminan constituyéndose en fuente de conflictos*”. Además, los principios rectores del art. 4 no solo estaban destinados “*a servir a la interpretación de los acuerdos y principios normativos en ausencia de disposición contractual de las partes*”, sino que también “*sugieren correcciones ante posibles fallos del mercado, tutelando ambas partes con un criterio de equidad y amparando a la parte débil en los supuestos necesitados de tutela*”. Igualmente, la Exposición de Motivos de la PCM, en su párrafo VI-85, indicaba que la regulación de la conclusión de los contratos de distribución debía ser imperativa para favorecer a la parte débil del contrato, generalmente el distribuidor.

De este modo, el texto articulado de ambas normas proyectadas ofrecía una combinación de reglas imperativas y dispositivas, tratando de configurar un modelo flexible que amparara las distintas modalidades contractuales presentes o que pudieran aparecer en el mercado pero que simultáneamente protegiera en la medida que lo necesitara al distribuidor. Tal como podrá apreciarse a la vista del PLCD y del art. 543 de la PCM, pese a que la libertad de pactos se postulaba como principio rector de la regulación de estos contratos, gran parte de la regulación solo tenía sentido si se consideraba imperativa²⁷: los deberes precontractuales de información, la imposición de la forma escrita y gran parte de los derechos del distribuidor (información, determinación de los objetivos comerciales, indemnizaciones consecuencia de la extinción del contrato, etc.). Quizás hubieran hecho bien los redactores de ambas

distancia, en particular”, en VV.AA., *Distribución comercial y Derecho de la competencia*, La Ley, Las Rozas, 2011, pp. 103-136, especialmente pp. 119-131.

²⁴ Vid. sobre esta cuestión ECHEBARRÍA SÁENZ, “Problemas...”, *op. cit.*, especialmente pp. 33-34.

²⁵ Real Decreto 201/2010, de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de franquicia y la comunicación de datos al registro de franquiciadores (BOE n.º 63, de 13-3-2010).

²⁶ Se critica que el PLCD no afronte la protección del adherente ante condiciones generales abusivas en JORDÁ CAPITÁN, E., “El control de incorporación y la nulidad de las condiciones generales de la contratación: la pretendida exclusión en el ámbito de la contratación entre empresarios de un control de contenido específico”, en VV.AA., *La reforma de los contratos de distribución comercial*, Las Rozas, La Ley 2013, pp. 193-249, especialmente pp. 235-236.

²⁷ A favor de una regulación más respetuosa con el principio de autonomía de la voluntad, en relación al PLCD, vid. CANDELARIO MACÍAS, M. I., “Apuntes sobre el Proyecto de Ley de contratos de distribución y (conexiones con) el Derecho de la competencia”, *RDP*, 2014-1, pp. 3-24, especialmente p. 8. Por otro lado, la CNC en su informe IPN 58/11, de 15 de junio de 2011, sobre el anteproyecto de Ley de Contratos de Distribución, entendió que la “*vocación de equilibrar la posición de las partes firmantes de los contratos de distribución y, por extensión, de los distintos miembros que componen las redes de distribución, puede limitar excesivamente la libertad de empresa y de organización de los sistemas de distribución, en un sentido que restrinja injustificadamente la competencia y reduzca las posibles mejoras de eficiencia*”. Igualmente, se entiende en dicho informe que una restricción de la libertad contractual podría implicar una homogeneización de las condiciones pactadas con los distintos distribuidores y por tanto una restricción de la competencia entre ellos.

regulaciones proyectadas en aclarar qué preceptos debían considerarse imperativos y dispositivos o incluso, como en el caso del contrato de agencia, si hubieran impuesto como regla general el carácter imperativo de las normas.

2.2. Concepto y clases de contrato de distribución

Los contratos de distribución son un tipo de contrato de colaboración por el que un distribuidor adquiere el derecho y a veces también la obligación de comercializar a terceros los productos o servicios de un proveedor²⁸. De este modo, el contrato sirve de marco para una relación duradera en la que el distribuidor va adquiriendo bienes o servicios del proveedor para transmitirlos a terceros, lucrándose con la diferencia entre el precio de adquisición, fijado por el proveedor, y el precio de reventa, sobre cuya determinación puede incidir también el proveedor²⁹. Con estos contratos, se crea una red de empresarios independientes que distribuyen los productos o servicios de un proveedor, normalmente actuando de forma coordinada y respetando una imagen comercial común. Por ello, suele ser sumamente importante el empleo de unos mismos signos distintivos e incluso el seguimiento de unas concretas técnicas comerciales que se consideran consustanciales a toda la red.

Dentro de la categoría de los contratos de distribución pueden reconocerse en la realidad comercial múltiples modalidades. De entre ellas, tanto el PLCD como la PCM

²⁸ Ello se manifestaba en la propia definición que de los contratos de distribución se hacía en el art. 543-1 de la PCM. Sin embargo, la PCM se centraba en la obligación de adquirir los productos o servicios para revenderlos, más que en el derecho a hacerlo. Asimismo, la obligación de efectuar la reventa aparecía posteriormente implícito en el art. 543-8.2. Por su parte, la definición propuesta en el art. 1 del PLCD era tremendamente imprecisa: “[s]e entenderá por contratos de distribución [...] aquellos contratos [...] que tengan por objeto establecer las condiciones en las que [el distribuidor] se obliga frente [al proveedor] a realizar actos u 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”. Se muestra a favor de esta definición CANDELARIO MACÍAS, “Apuntes...”, *op. cit.*, especialmente p. 7. Se considera que el contrato de franquicia no encaja en esta definición, pese a estar expresamente incluido en el ámbito de aplicación de la norma en NAVARRO MÁÑEZ, M.; OCHOA ARRIBAS, C., “La aplicación a la franquicia del régimen propuesto para el contrato de distribución: una valoración crítica”, en VV.AA., *La reforma de los contratos de distribución comercial*, La Ley, Las Rozas, 2013, pp. 89-109, especialmente p. 104.

²⁹ Conforme a lo establecido en el art. 4-a del Reglamento (UE) n.º 330/2010 es posible que el proveedor se reserve la facultad de imponer un precio de reventa máximo o recomendado, pero en ningún caso puede fijar el precio o establecer un precio mínimo. Se entiende que ello perjudicaría al consumidor y por tanto no es una práctica colusoria autorizable. Excepcionalmente, existe la posibilidad de imponer un precio mínimo en determinados sectores, tales como los libros. Asimismo, recientemente en Estados Unidos se ha abierto paso una jurisprudencia que admite la fijación de precios mínimos, debiendo fundamentarse caso por caso los efectos que causa el concreto acuerdo sobre la competencia. Vid. HERRERO SUÁREZ, C., “La fijación de los precios de reventa: ¿nuevos vientos?”, *Revista de Derecho de la competencia y la distribución*, n.º 4, 2009, pp. 53-88, especialmente pp. 54-55 y 59-62; “Imposiciones a los distribuidores: determinación del precio de venta al público”, en VV.AA., *Distribución comercial y Derecho de la competencia*, La Ley, Las Rozas, 2011, pp. 361-377, especialmente pp. 365-367. Vid. la misma tendencia bajo la regulación europea en WARD, A.; OVIEDO MARTÍNEZ, A., “Revisión y reforma del Reglamento (CE) N.º 2790/1999”, en VV.AA., *Distribución comercial y Derecho de la competencia*, La Ley, Las Rozas, 2011, pp. 339-359, especialmente pp. 358-359; BACHES OPI, S., *Distribución y Derecho de la competencia. El Reglamento de la Unión Europea sobre restricciones verticales*, Marcial Pons, Madrid, 2014, especialmente pp. 261-270.

enunciaban a título de ejemplo el contrato de compra en exclusiva, venta en exclusiva, distribución autorizada, distribución selectiva, concesión comercial y franquicia³⁰. No es objeto de este estudio analizar con exhaustividad cada una de ellas, si bien sí consideramos conveniente una somera delimitación de las mismas.

En el primer caso, el distribuidor se obliga a no adquirir los productos o servicios de ningún otro proveedor, asegurándose por tanto éste un canal de distribución. A cambio, el distribuidor obtendrá algún tipo de compensación: una garantía de suministro, un mejor precio, asesoramiento técnico y comercial o la posibilidad de utilizar los signos distintivos del proveedor.

En virtud del contrato de venta en exclusiva, el proveedor se obliga a no vender sus productos o servicios a ningún otro distribuidor en una zona geográfica determinada. El distribuidor por su parte suele comprometerse a una serie de deberes encaminados a mantener abastecido el mercado asignado y a fomentar el prestigio de los signos distintivos del proveedor: adquirir un volumen mínimo de productos, mantener un stock mínimo o realizar una correcta labor de promoción de las ventas. Es posible también que el contrato de distribución exclusiva aúne estas dos modalidades, la compra en exclusiva por parte del distribuidor y la venta en exclusiva por parte del proveedor.

El contrato de concesión es un contrato de distribución exclusiva al que se añaden una serie de estipulaciones que permiten al concedente crear una red comercial homogénea, asumiendo normalmente el concesionario la obligación de efectuar un mínimo de ventas a los destinatarios finales de los productos o servicios y el derecho y el deber de utilizar los signos distintivos del proveedor. Tanto en el PLCD como en la PCM se conceptuaba el contrato como aquél por el que el concesionario distribuidor pone su establecimiento al servicio del concedente proveedor para comercializar, en régimen de exclusiva y bajo las directrices y supervisión de éste, bienes o servicios en una zona geográfica determinada³¹. Aunque por ser un contrato atípico las obligaciones de las partes varían en función del concreto contrato celebrado, puede considerarse éste el prototipo de los contratos de distribución, en el que, además de existir un acuerdo de exclusiva, el concesionario se obliga a distribuir los productos o servicios siguiendo unas directrices dictadas por el proveedor que afectan a las condiciones de venta a terceros.

La homogeneización comentada alcanza su grado sumo en el contrato de franquicia³², modalidad de contrato de concesión en el que el franquiciado, más que un

³⁰ Se critica la división de los contratos de distribución en subcategorías en CANDELARIO MACÍAS, "Apuntes...", *op. cit.*, especialmente p. 20. Vid. también en contra de la tipificación de las distintas clases de contratos de distribución MARTÍNEZ SANZ, F., "La indemnización por clientela de los distribuidores", en VV.AA., *Los contratos de distribución*, La Ley, Las Rozas, 2010, pp. 587-599, especialmente pp. 597-598. En cambio, a favor de que la ley configure unos modelos normativos y precise distintos tipos de contratos vid. SERRANO SANTAMARÍA, "La indemnización...", *op. cit.*, especialmente p. 390; ALONSO SOTO, "Bases...", *op. cit.*, especialmente p. 55.

³¹ Siguen las normativas proyectadas la definición que del contrato ha efectuado la jurisprudencia. Vid. por ejemplo la STS de 17-5-1999.

³² Vid. MORALEJO MENÉNDEZ, I., *El contrato mercantil de concesión*, Aranzadi, Pamplona, 2007, especialmente p. 135; HERNANDO GIMÉNEZ, A., *El contrato de franquicia de empresa*, Civitas, Madrid, 2000, especialmente pp. 496-498; ALCALÁ DÍAZ, "Los contratos...", *op. cit.*, especialmente

derecho a revender productos del distribuidor, adquiere a cambio de un canon periódico el derecho a poner en práctica un modelo de empresa, un saber hacer contrastado y que *garantiza* unos beneficios, el *know how*³³.

En ambos casos por tanto, especialmente en el caso del contrato de franquicia, la actividad del distribuidor se hace siguiendo ciertas pautas dictadas por el proveedor, aunque en todo caso el distribuidor es un empresario independiente con un cierto grado de autonomía y que asume el riesgo de la actividad.

En el otro extremo, se encuentran los contratos de distribución autorizada y de distribución selectiva, definidos como dos modalidades distintas en el PLCD y la PCM³⁴. En estos casos no se otorga la exclusiva de reventa para una zona y el distribuidor conserva plenamente su autonomía³⁵. El proveedor determina una serie de requisitos que deben reunir los distribuidores autorizados y que se consideran garantes de la calidad del servicio y por tanto del prestigio de la marca. Solo a través de empresarios que reúnan estas exigencias se distribuirán los productos o servicios³⁶.

En las regulaciones proyectadas se definía el contrato de distribución autorizada como aquél por el que el proveedor se obligaba a suministrar al distribuidor bienes o servicios para que los comercializara como distribuidor oficial en una zona determinada. Y el contrato de distribución selectiva se enunciaría como el contrato por el que el proveedor se obligaba a vender los bienes o servicios objeto del contrato únicamente a distribuidores seleccionados por él, que no gozarían de exclusividad territorial, obligándose el distribuidor a revender esos bienes o prestar esos servicios respetando las instrucciones pactadas³⁷.

2.3. Contenido de los contratos de distribución

Tal como se ha puesto de relieve, los contratos de distribución son una categoría en la que se integran distintas modalidades contractuales atípicas aunque parcialmente reguladas. De este modo, el contenido del contrato y las obligaciones que asumen los

pp. 95-96 y 101; TORRUBIA CHALMETA, B., "El contrato de franquicia", *CDC*, n.º 54, 2010, pp. 297-335, especialmente p. 301 y 304.

³³ Con ello, junto a la franquicia comercial, en la que el franquiciado distribuye los productos del franquiciador, y la franquicia empresarial o de servicios, en la que el franquiciado presta unos servicios conforme al *know how* cedido, existe la franquicia de producción o industrial. En ella, no solo la distribución, sino que también una parte del proceso productivo se traslada también al franquiciado, quien debe seguir un manual operativo. El franquiciador por tanto no proporciona los productos para su distribución al franquiciado, sino las materias primas para su elaboración, además de los conocimientos necesarios tanto para la fabricación como para la distribución. Por otro lado, junto al contrato de franquicia así caracterizado, existe también el contrato de máster franquicia, en el que el franquiciado adquiere el derecho a conceder franquicias a terceros subfranquiciados. Vid. TORRUBIA CHALMETA, "El contrato de franquicia...", *op. cit.*, especialmente pp. 309-311.

³⁴ Algunos autores los consideran contratos similares. Vid. por ejemplo ALONSO SOTO, "Los contratos...", *op. cit.*, especialmente pp. 199-202.

³⁵ Se resaltan éstas como diferencias con el contrato de concesión en DÍAZ ECHEGARAY, J. L., "El contrato de distribución exclusiva o de concesión", en VV.AA., *Contratos mercantiles*, T. I, 5ª edición, Cizur Menor, 2013, pp. 727-779, especialmente p. 736.

³⁶ Vid. sobre la caracterización de este contrato GÓRRIZ LÓPEZ, C., *Distribución selectiva y comercio paralelo*, Aranzadi, Cizur Menor, 2007, especialmente pp. 31-37.

³⁷ Vid. TORRUBIA CHALMETA, "El contrato de distribución...", *op. cit.*, especialmente pp. 100-103.

contratantes varían en función de lo pactado por las partes. Ello no obstante, tanto el PLCD como la PCM huyeron de la alternativa de regular estos contratos configurando distintos tipos contractuales, técnica legislativa que se consideró menos flexible y más restrictiva del principio de la autonomía de la voluntad³⁸. Muy al contrario, los redactores de ambas regulaciones proyectadas se esforzaron en ofrecer una regulación común para todos los contratos de distribución, aunque finalmente se incorporaran también a los proyectos preceptos cuyo ámbito de aplicación se circunscribía expresamente a alguna modalidad contractual (p. ej. en relación al contrato de franquicia). La técnica legislativa empleada consistió en regular cuestiones comunes a todos los contratos de distribución (la información precontractual, por ejemplo) y en regular diversos pactos habituales en estos contratos (acuerdos de exclusiva, por ejemplo). A la vista de ambos proyectos, parece que los redactores de los mismos utilizaron como paradigma de contrato de distribución el de concesión, aunque se evitó enunciarlo como tal explícitamente. El resto de contratos de distribución se regirían por estas reglas en la medida que incorporaran los elementos enunciados a lo largo de las regulaciones proyectadas.

En las páginas siguientes veremos someramente el contenido habitual de los contratos de distribución, especialmente de los contratos de concesión, y cómo quedaron regulados en el PLCD y la PCM. Tal como se ha indicado, los proyectos dejaron un amplio margen a la autonomía de la voluntad, ofreciendo una regulación supletoria a lo pactado por las partes. No obstante, junto al establecimiento de una regulación supletoria, una de las razones para tipificar los contratos de distribución es fijar una regulación protectora del distribuidor, considerado parte débil del contrato. Lógicamente, también se aprecia esta intención en las regulaciones proyectadas.

Resulta característico de estos contratos el hecho de que el cumplimiento de la obligación descrita, la de adquirir bienes o servicios para revenderlos, así como la ulterior reventa, satisface conjuntamente los intereses de ambas partes del contrato³⁹. Frente al simple contrato de suministro, con los contratos de distribución se confecciona en mayor o menor grado una red comercial, de modo que proveedor y distribuidor comparten un mismo interés en el buen fin de la actividad de distribución. Se establece por tanto un deber de colaboración mutua al servicio de este interés, lo que se manifiesta con claridad en la naturaleza de las obligaciones que asumen las partes. El proveedor busca distribuir sus productos o servicios a través de empresarios independientes, que asumen el riesgo de esta actividad, ampliando fácilmente su cuota de mercado sin efectuar la inversión necesaria para abrir nuevos establecimientos⁴⁰. Y el distribuidor busca adherirse a una red de distribución, accediendo a una economía de escala con una

³⁸ Así se resalta en la Exposición de Motivos (apartado II) del PLCD. A favor de esta posibilidad, vid. ECHEBARRÍA SÁENZ, “Problemas...”, *op. cit.*, especialmente pp. 22-23.

³⁹ Ello se plasmaba en el tenor literal de la PCM, cuyo art. 543-6.2 establecía que “[e]l proveedor y el distribuidor deberán colaborar para lograr la más alta difusión en el mercado de los bienes o servicios objeto del contrato”. Sobre este *interés compartido* vid. RUIZ PERIS, J. I., “Las redes empresariales en el Proyecto de Ley de contratos de distribución español de 2011”, en VV.AA., *La reforma de los contratos de distribución comercial*, La Ley, Las Rozas, 2013, pp. 75-87, especialmente pp. 82-84.

⁴⁰ El traslado del riesgo empresarial al distribuidor, junto a la creación de una estructura empresarial flexible y con una mayor capacidad de adaptación, forma parte de la función económica del contrato. Vid. por ejemplo ALCALÁ DÍAZ, “Los contratos...”, *op. cit.*, especialmente pp. 78 y 93-94.

inversión relativamente baja⁴¹. Con ello, el distribuidor adquiere la posibilidad de vender los productos o servicios de una marca de prestigio y, en su caso, obtener los conocimientos necesarios para operar en el mercado siguiendo el *know how*⁴².

El carácter de contrato entre empresarios y la independencia económica y jurídica de las partes aparecía tanto en el PLCD, como en la PCM. En ambos casos se revelaba como una nota característica del contrato en la propia definición del mismo⁴³, sin perjuicio de que por obra de este contrato de colaboración pueda crearse una red comercial con una dirección única⁴⁴. En este sentido, las normativas proyectadas reconocían la necesidad de casar la autonomía de dos empresarios independientes con la capacidad de dirección, en mayor o menor grado, de la red de distribución por parte de uno de los empresarios⁴⁵. La independencia del distribuidor se postulaba como verdadero principio de la regulación en los arts. 4.2 del PLCD y 543-14 de la PCM⁴⁶ y se manifestaba claramente en el art. 543-8, que delimitaba las obligaciones del distribuidor: a) disponer de una organización empresarial suficiente para promover la máxima difusión de los productos o servicios; y b) llevar unos registros contables auxiliares relativos a la actividad objeto del contrato de distribución⁴⁷. Incluso el art. 543-14.2 de la PCM obligaría al distribuidor a indicar en su documentación que se trataba de un empresario independiente respecto del proveedor, aunque ello debiera hacerse sin desvirtuar la identidad de la red.

En consecuencia, en el desarrollo del contrato de distribución cada una de las partes se relaciona con los terceros de forma independiente, sin que ninguna de ellas tenga capacidad para vincular a la otra respecto de dichos terceros. Ello queda no obstante en ciertas ocasiones desvirtuado por la necesidad de proteger a los

⁴¹ La configuración de redes de empresarios más o menos integradas constituye la causa de los contratos de distribución y por tanto un elemento definitorio de esta categoría contractual. Así se entiende en ALONSO SOTO, “Los contratos...”, *op. cit.*, especialmente p. 192.

⁴² A este respecto, la doctrina consideró en relación al PLCD que debería haber introducido para el contrato de franquicia una mayor regulación del *know how*, elemento esencial en este tipo contractual, para velar por que éste exista realmente y tenga significación económica. Vid. NAVARRO MÁÑEZ; OCHOA ARRIBAS, “La aplicación...”, *op. cit.*, especialmente p. 106.

⁴³ También en ambos casos se excluía expresamente del ámbito de aplicación de la norma “*las modalidades de distribución que comporten vinculación de naturaleza laboral*” entre las partes. Por otro lado, el hecho de que se trate de dos empresarios independientes es uno de los elementos determinantes de la aplicación del Derecho de la competencia y, en concreto, del Reglamento 330/2010, que incide enormemente en la regulación de los contratos de distribución. Vid. sobre esta cuestión GÓRRIZ LÓPEZ, “Distribución comercial...”, *op. cit.*, especialmente pp. 50-51 y 58.

⁴⁴ Muy acertadamente en nuestra opinión, la doctrina ha identificado una dependencia económica-funcional, por cuanto que la actividad empresarial del empresario auxiliar depende de la del empresario principal, y una dependencia organizativa, por cuanto que en cierta medida el empresario principal mantiene el poder directivo sobre el proceso productivo o de distribución descentralizado; todo ello encaminado a mantener la calidad de los productos o servicios y el prestigio de la marca. Obviamente ambos caracteres pueden darse en mayor o menor grado en el concreto contrato de distribución. Vid. ALCALÁ DÍAZ, “Los contratos...”, *op. cit.*, especialmente pp. 83-85 y 101-102.

⁴⁵ Vid. ECHEBARRÍA SÁENZ, “Problemas...”, *op. cit.*, especialmente pp. 25-26.

⁴⁶ Ello se resalta respecto al PLCD en CANDELARIO MACÍAS, “Apuntes...”, *op. cit.*, especialmente p. 7.

⁴⁷ Estas dos obligaciones no aparecían en el PLCD. No obstante, entre la obligación de información precontractual del distribuidor, se incluía en el art. 6.3 el deber de informar sobre el grado de solvencia “*que habrá de ser suficiente para el cumplimiento de sus funciones*” y las “*cualificaciones técnicas necesarias para la ejecución de todas y cada una de las prestaciones vinculadas con el cumplimiento del contrato*”.

consumidores y usuarios, destinatarios finales de los productos o servicios comercializados. Así por ejemplo, el consumidor podrá exigir la entrega del producto o la prestación del servicio conforme a la publicidad difundida sobre los mismos (art. 61 LGDCU), con independencia de la procedencia de dicha publicidad, salvo que la propia publicidad lo advierta o salvo que el propio distribuidor informe al destinatario de las diferentes condiciones de la reventa.

Asimismo, la independencia económica y jurídica de proveedor y distribuidor no obsta la aplicación de la normativa reguladora de la responsabilidad del fabricante. Tal como se dispone en el art. 124 de la LGDCU, el consumidor puede dirigirse directamente contra el fabricante por las faltas de conformidad de los bienes adquiridos. Además, el art. 124 *in fine* de este cuerpo legal establece que quien haya respondido frente al consumidor puede a su vez repetir el pago frente al responsable de la falta de conformidad. De este modo, el distribuidor puede quedar indemne tras haber procedido a la cobertura de la garantía frente al consumidor por un defecto de fabricación del producto⁴⁸. Esta última regla tiene no obstante carácter dispositivo, pues la imperatividad de la LGDCU ha de entenderse limitada a los derechos reconocidos al consumidor (*ex* art. 10 de la LGDCU). En definitiva, sería posible que proveedor y distribuidor pactaran la falta de responsabilidad del primero, obviamente solo con efectos internos⁴⁹. Dicho pacto hubiera quedado proscrito en virtud de lo dispuesto en el art. 15 del PLCD que establecía que las partes debían adecuar el régimen de garantías del fabricante frente al distribuidor a los plazos establecidos en el régimen de protección de los consumidores y usuarios⁵⁰. Esta importante previsión desapareció en la PCM.

Tal como se ha indicado, y con los importantes matices expuestos para el contrato de franquicia, la obligación principal –y también el derecho– del distribuidor es la adquisición de los productos o servicios al proveedor con el objeto de proceder a su reventa a los destinatarios finales. Con ello, se satisfacen los intereses de ambas partes: el distribuidor obtiene un lucro por la venta de unos productos o servicios de una marca de prestigio y el proveedor distribuye dichos productos o servicios a los destinatarios finales sin tener que recurrir a la implantación de una red comercial propia. Este interés común en la distribución de los productos o servicios implica, de un lado, que el distribuidor necesita que el proveedor asuma el compromiso de servirle los productos o servicios conforme le sean solicitados y sin demoras indebidas y, de otro, que el proveedor estará interesado en que el distribuidor se obligue a adquirir una cantidad mínima de sus productos o servicios y a que efectúe las reventas, ampliando el valor de la marca bajo la que éstos se comercializan.

⁴⁸ Y, por supuesto, si la falta de conformidad se debiera a la actuación del distribuidor y el proveedor hubiera debido hacer frente a la garantía podría también ejercitar la acción frente al distribuidor.

⁴⁹ Quedaría en tal caso la responsabilidad del proveedor sometida a la regulación establecida en el C. de C. para la compraventa y, en concreto, al complejo art. 336. En la PCM parecía tenerse en cuenta el régimen de garantías previsto en la LGDCU a la hora de regular el deber de saneamiento del vendedor (*vid.* el art. 511-9). Sin embargo, tal responsabilidad parecía poder desvirtuarse con la exigencia de un examen previo al comprador (*ex* arts. 511-11 y 511-12).

⁵⁰ Acertadamente en nuestra opinión, Candelario Macías ha entendido que este precepto protege también al distribuidor en contratos internacionales, para el caso de que se aplique una regulación protectora de los consumidores distinta a la comunitaria. *Vid.* CANDELARIO MACÍAS, “Apuntes...”, *op. cit.*, especialmente p. 10.

Actualmente estas obligaciones aparecen con frecuencia en los contratos de distribución. Por su parte, tanto el PLCD como la PCM preveían que el proveedor debería atender las solicitudes de productos o servicios de los distribuidores, siempre que se adecuaran al volumen usual de la demanda. En caso contrario, deberían solicitarse los productos con un preaviso suficiente. Asimismo, ambas regulaciones proyectadas partían del presupuesto de que en el contrato se prevé la fijación en cada momento del stock mínimo del distribuidor y sus objetivos comerciales. Ambos proyectos hubieran añadido a dicha previsión habitual de los contratos el hecho de que ello necesariamente se hubiera debido hacer de mutuo acuerdo y sobre la base de las necesidades de abastecimiento del mercado⁵¹. De no haber acuerdo, la cuestión debería someterse a los mecanismos de resolución de conflictos previstos en el propio Proyecto (art. 12 del PLCD) o, tal como establecería el art. 543-10 de la PCM, solucionarse mediante arbitraje o peritaje independiente. Por su parte, el PLCD –no la PCM– establecía que el proveedor no podría imponer al distribuidor la adquisición de productos no solicitados, “*salvo en los casos de distribución selectiva en los que el proveedor establezca un sistema de comercialización completo con un método operativo propio caracterizado por su marca o imagen comercial*” (art. 12.1)⁵².

Por otro lado, en los contratos de distribución es sumamente importante que proveedor y distribuidor compartan información. Incluso, en el caso de la franquicia, el propio objeto del contrato está constituido por unos conocimientos comerciales específicos que el franquiciador debe transmitir al franquiciado de modo que pueda ponerse en práctica el modelo de empresa que se cede en virtud del contrato⁵³. En definitiva, el franquiciador debe instruir y asesorar al franquiciado. Y, al mismo tiempo, el franquiciador estará interesado y tendrá el derecho a velar por que el *know how* sea aplicado correctamente. Ello beneficiará a la imagen de la red comercial y al prestigio de la marca de los productos o servicios distribuidos –en definitiva al valor de la propia franquicia–, a la vez que disminuirá la falta de control de la distribución consecuencia de la descentralización⁵⁴. Por ello, los contratos de distribución, y en concreto los contratos de franquicia, incluyen reglas sobre prácticas comerciales e incluso sanciones por su incumplimiento por parte del distribuidor, llegando incluso a la posibilidad de que el proveedor resuelva el contrato.

Todo ello fue recogido también en las normativas proyectadas. Se establecía, tanto en el PLCD como en la PCM, que el proveedor estaría obligado a suministrar al distribuidor la información comercial y técnica necesaria para que pudiera desarrollarse correctamente la distribución de los productos o servicios objeto del contrato. En el caso del contrato de franquicia, el art. 543-17 de la PCM regulaba también esta cuestión al

⁵¹ A estos efectos, el PLCD se remite al criterio de “lo razonable” concepto indeterminado traído del Derecho anglosajón y que permitiría impugnar los objetivos comerciales fijados por el proveedor cuando excedieran de los límites considerados razonables en atención a las necesidades del mercado en cada momento. Vid. a este respecto GONZÁLEZ CASTILLA, F., “El criterio de <<razonabilidad>> de las condiciones comerciales impuestas en los contratos de distribución”, en VV.AA., *La reforma de los contratos de distribución comercial*, La Ley, Las Rozas, 2013, pp. 173-191, especialmente pp. 187-188.

⁵² Vid. sobre esta cuestión ECHEBARRÍA SÁENZ, “Problemas...”, *op. cit.*, especialmente p. 35.

⁵³ Vid. TORRUBIA CHALMETA, “El contrato de franquicia...”, *op. cit.*, especialmente pp. 313-315.

⁵⁴ Vid. en relación a esta última cuestión ALCALÁ DÍAZ, “Los contratos...”, *op. cit.*, especialmente pp. 101-103.

concretar las obligaciones de las partes en esta modalidad contractual. Por su parte, el PLCD complementaba este deber general de información con el hecho de que el proveedor habría de comunicar al distribuidor las circunstancias que pudieran afectar sustancialmente al desarrollo de la actividad comercial o a los niveles de abastecimiento del distribuidor, así como las variaciones previstas en cuanto a la orientación, imagen o actividad del sistema comercial diseñado por el proveedor⁵⁵.

Asimismo, es muy frecuente que los contratos establezcan una comunicación bidireccional, pues los distribuidores suponen para el proveedor la principal fuente de información del mercado. Ello se reconocía en cierta medida en el PLCD, aunque no en la PCM. En concreto, se establecía en el primero de estos textos que el distribuidor estaría obligado a comunicar al proveedor las circunstancias que pudieran afectar a la imagen, prestigio o los derechos de propiedad industrial o intelectual o al acceso de los consumidores –habría que entender destinatarios finales– de los productos o servicios.

Precisamente la imagen del proveedor, y de la propia red de distribuidores a través de la que se relaciona con los destinatarios finales, suele ser un elemento fundamental en la causa del contrato y en la configuración de las obligaciones y derechos de las partes. El distribuidor pretende vender los productos o servicios bajo una marca de prestigio, lo que, especialmente en el caso de la franquicia, se ve complementado con el seguimiento de una serie de prácticas comerciales que pretenden homogeneizar las prestaciones a terceros de distintos distribuidores y garantizar un beneficio. Y el proveedor busca también mantener y ampliar el prestigio de la marca u otros signos distintivos empleados en la comercialización de los productos o servicios como fuente de valor añadido para los mismos.

En relación con esta cuestión, los arts. 10.1 y 16 del PLCD tenían en cuenta el efecto que podría tener en el prestigio de la red comercial la publicidad y otras actividades de promoción de ventas realizadas por el distribuidor. Según se disponía con carácter general, el distribuidor debería comunicar al proveedor las campañas y actos promocionales que efectuara. Incluso, si existiera una política de promoción de la marca e imagen común, el contrato debería indicar si el distribuidor que pretendiera desarrollar una campaña publicitaria habría de obtener previamente la aprobación de quien determinara contractualmente dichas políticas de marca e imagen. Y, en ausencia de pacto expreso, sería necesaria la autorización del proveedor para desarrollar la campaña publicitaria. Ello no obstante, el PLCD también establecía que el proveedor no podría impedir al distribuidor que realizara campañas de promoción que cumplieran claramente con la imagen del sistema. A ello ha de añadirse el hecho de que el art. 16.3 del PLCD disponía que las conductas que perjudicaran la imagen o el prestigio de la marca darían derecho a la resolución del contrato con indemnización de los daños y perjuicios. Del tenor literal del precepto proyectado parece que la posibilidad de resolver el contrato recaería sobre la contraparte de quien perjudicara el prestigio de la marca, con independencia de que fuera el proveedor o el distribuidor.

⁵⁵ Se establecía también en el PLCD que los precios y tarifas de suministro actualizables deberían comunicarse al distribuidor con un plazo de antelación de treinta días, ampliables en el contrato (arts. 10.2 y 17).

Por su parte, el art. 543-8 de la PCM incluía entre los deberes del distribuidor la comercialización de los productos o servicios “*sin menoscabar el prestigio del proveedor, respetando su marca y presentación y ajustándose en todo momento al sistema de distribución establecido por el proveedor*”, sancionándose el incumplimiento de este deber igualmente con la posibilidad de resolver el contrato por parte del distribuidor (art. 543-11). A diferencia de lo comentado en relación con el art. 16.3 del PLCD, en la PCM aparecía la resolución contractual como una reacción del proveedor ante el incumplimiento de una obligación por parte del distribuidor. En cuanto a la publicidad, el art. 543-12 disponía claramente que cualquier actividad publicitaria del distribuidor debería ser autorizada por el proveedor en lo referente al diseño y al contenido del mensaje publicitario y con el objetivo de mantener la imagen comercial de los productos o servicios y de la red de distribución.

Por otro lado, es muy frecuente en los contratos de distribución la inclusión de pactos de exclusiva, que garantizan al distribuidor una zona territorial o un grupo de clientes. En relación a esta cuestión, tanto el PLCD como la PCM establecían que el pacto de exclusiva territorial debería delimitar con precisión el área geográfica asignada, disponiéndose que, en caso de duda, se entendería que la exclusiva abarca la mayor de las zonas posibles⁵⁶. Esta última regla resultaba a nuestro entender llamativa por cuanto que contravendría el principio de que cualquier limitación a la competencia debe interpretarse restrictivamente⁵⁷.

Asimismo, tanto el PLCD, como la PCM impedían prohibir al distribuidor la realización de ventas pasivas, lo que se corresponde con la regulación protectora de la competencia (art. 4 del Reglamento 330/2010). A ello, el PLCD añadía la aclaración de que no era posible que el proveedor prohibiera al distribuidor la venta de los productos o servicios a través de Internet, salvo por motivos de salud pública o seguridad de los consumidores y sin perjuicio de que se pudieran establecer ciertas restricciones para salvaguardar los niveles de calidad o el prestigio de la marca⁵⁸. Tales ventas son consideradas hoy día igualmente, y por regla general, ventas pasivas, con lo que tal restricción quedaría igualmente proscrita por el Derecho de la competencia si hubiese entrado en vigor la PCM. En definitiva, ambas regulaciones proyectadas debían interpretarse con arreglo al Reglamento 330/2010⁵⁹.

⁵⁶ El PLCD añadiría además una norma para resolver el conflicto entre dos distribuidores a los que aparentemente se les hubiera atribuido en exclusiva un área parcialmente coincidente, estableciendo al respecto que “*se estará a lo dispuesto en los contratos y, en caso de duda, a un reparto equitativo*” (art. 13.2).

⁵⁷ Ello se critica en CANDELARIO MACÍAS, “Apuntes...”, *op. cit.*, especialmente p. 21.

⁵⁸ A favor de esta regulación vid. ALONSO SOTO, “Bases...”, *op. cit.*, especialmente p. 59. Vid. también sobre esta cuestión GÓRRIZ LÓPEZ, “Distribución comercial...”, *op. cit.*, especialmente p. 71; ECHEBARRÍA SÁENZ, “Problemas...”, *op. cit.*, especialmente pp. 37-40. La misma cuestión se analiza en relación con los contratos de distribución selectiva en FUENTES NAHARRO, M., “Distribución selectiva e internet: análisis de la problemática concurrencial del fenómeno desde las restricciones verticales a la libre competencia”, *Revista de Derecho de la competencia y la distribución*, n.º 6, 2010, pp. 117-141, especialmente pp. 118-120.

⁵⁹ Vid. sobre esta cuestión la Comunicación de la Comisión *Directrices relativas a las restricciones verticales*, de 10 de mayo de 2010, SEC (2010) 411 final, especialmente párrafos 51-57. A este respecto, debe reseñarse que la tendencia en el Derecho comunitario es precisamente facilitar que los distribuidores puedan utilizar Internet para comercializar los productos o servicios. Así, tal como se interpretaba el

2.4. Deberes precontractuales y formalización del contrato

Las regulaciones proyectadas preveían una serie de deberes precontractuales que concretaban el deber general de buena fe que ha de presidir las relaciones comerciales⁶⁰. Ante todo, se imponía a ambas partes, aunque especialmente al proveedor, un deber de información⁶¹. Como principio general, tanto el PLCD, como la PCM establecían que proveedor y distribuidor deberían entregarse toda la información necesaria para que pudieran obligarse⁶².

En particular, se disponía que proveedor y distribuidor habrían de suministrarse por escrito ciertas informaciones. En el caso del PLCD, solo si el distribuidor iba a ingresar en una red de distribución organizada por el proveedor; en el caso de la PCM en todos los contratos de distribución. Asimismo, el PLCD condicionaba este deber de información a que la contraparte lo solicitara, mientras que la PCM lo establecía con carácter general⁶³.

Con los matices anteriores, la información requerida era similar en el PLCD y en la PCM, si bien el PLCD presentaba un mayor detalle. El proveedor debería suministrar al distribuidor sus datos identificativos –incluyendo en el caso de la PCM los datos económicos y jurídicos de sus establecimientos–, datos sobre la estructura y extensión de la red de distribución –solo en España, en el caso de la PCM– y datos esenciales sobre el contrato: a) características de la actividad de distribución, b) los derechos y obligaciones de las partes –en el caso del PLCD, con especial referencia al precio o

Reglamento 2790/1999, el proveedor podía prohibir totalmente al distribuidor la venta por Internet si existiera una justificación objetiva. Bajo el Reglamento 330/2010, parece que solo por cuestiones muy graves (prohibiciones públicas, por razones de salud o seguridad) es posible la prohibición del uso de Internet (Directriz 60). Si es posible, especialmente en los sistemas de distribución selectiva imponer la existencia de un establecimiento físico o que la página web reúna una serie de requisitos. Vid. sobre esta cuestión FUENTES NAHARRO, “Distribución...”, *op. cit.*, especialmente pp. 126-136; “La distribución selectiva y el formato de comercialización: la distribución *on line* y la infracción por demérito de la marca”, en VV.AA., *Distribución comercial y Derecho de la competencia*, La Ley, Las Rozas, 2011, pp. 379-412, especialmente pp. 391-404; y más ampliamente BACHES OPI, *Distribución...*, *op. cit.*, especialmente pp. 292-310.

⁶⁰ A este respecto, la doctrina ha entendido que es necesaria la regulación de la fase precontractual de los contratos de distribución. Vid. ALONSO SOTO, “Bases...”, *op. cit.*, especialmente p. 58. En contra del detalle con el que se regulaba esta cuestión en el PLCD vid. CANDELARIO MACÍAS, “Apuntes...”, *op. cit.*, especialmente p. 9. Por su parte, otros autores han entendido que el PLCD debería haber regulado la responsabilidad precontractual y, en concreto, la ruptura injustificada de las negociaciones. Vid. JARNE MUÑOZ, “La responsabilidad...”, *op. cit.*, especialmente p. 62.

⁶¹ Actualmente esta cuestión se encuentra regulada solo para el contrato de franquicia en los arts. 62.3 de la LOCM y 3 del Real Decreto 201/2010, preceptos en los que sin duda se inspiraron los redactores de las regulaciones proyectadas.

⁶² Con ello, muy acertadamente en nuestra opinión, la doctrina ha entendido que este deber de información no se fundamenta solo en la protección de un contratante débil, normalmente el distribuidor, sino en tratar de “*corregir los déficits de información que puedan plantearse en el momento de formación de la voluntad de las partes y que sean relevantes para el otorgamiento de su consentimiento en orden a la celebración de un contrato*”. Vid. RONCERO SÁNCHEZ, A., “Deberes precontractuales de información (A propósito del régimen propuesto en el Proyecto de Ley de contratos de distribución de 29 de junio de 2011)”, en VV.AA., *La reforma de los contratos de distribución comercial*, La Ley, Las Rozas, 2013, pp. 137-172, *loc. cit.* p. 147.

⁶³ Vid. a favor de la opción del PLCD SACRISTÁN BERGIA, F., “Tratos preliminares y contratos de distribución”, en VV.AA., *Los contratos de distribución*, La Ley, Las Rozas, 2010, pp. 427-451, especialmente pp. 449-450; JARNE MUÑOZ, “La responsabilidad...”, *op. cit.*, especialmente p. 74.

coste de la operación propuesta—, c) titularidad de los signos distintivos —y condiciones de uso en el caso del PLCD—, d) pactos de exclusividad, e) restricciones a la actividad del distribuidor y f) causas y condiciones de la resolución del contrato, así como los efectos de la extinción del contrato. A ellos en el PLCD se sumaba la mención de la duración del contrato y las condiciones de renovación y modificación contractual.

Por su parte, el distribuidor, debería también informar por escrito al proveedor de sus datos identificativos y de sus datos económicos —su grado de solvencia en el caso del PLCD—. El PLCD especificaba además que el distribuidor debería informar acerca de la cualificación técnica necesaria para la ejecución del contrato y los eventuales procesos judiciales o administrativos que pudieran afectar al prestigio o reputación de la red de distribución.

La PCM indicaba además que no era necesario que se incluyera una relación pormenorizada de clientes ni las condiciones comerciales aplicables a cada uno de ellos.

Todos estos deberes de información precontractual se veían garantizados con un deber de confidencialidad, que se imponía a ambas partes⁶⁴ y con independencia de que finalmente se perfeccionara el contrato⁶⁵.

Asimismo, tanto el PLCD, como la PCM, se referían a la posibilidad de que se exigiera una garantía como condición para la incorporación a la red de distribución o para la efectividad de determinadas cláusulas. En tal caso, el PLCD establecía que dicha garantía debería ser proporcionada, teniendo en cuenta la previsible facturación, el objeto del contrato y su duración. Dicha protección del distribuidor desapareció en la PCM.

En cuanto a la perfección del contrato, ambas propuestas imponían la forma escrita *ad utilitatem*⁶⁶, aunque no se establecía propiamente un contenido mínimo del contrato⁶⁷, y sin perjuicio de que la inclusión de la información precontractual en el mismo hubiera sido un medio de probar el cumplimiento de este deber⁶⁸.

2.5. Modificación, cesión del contrato y subcontratación

Celebrado un contrato, su modificación requiere el acuerdo de ambas partes. Sin embargo, es posible que el propio contrato de distribución prevea la ulterior modificación o actualización de determinados aspectos de la relación. De hecho, es frecuente que el contrato permita al proveedor concretar ciertas cuestiones. Ello puede generar conflictos por cuanto que se puede llegar a infringir lo dispuesto en el art. 1.256 del C.C.

⁶⁴ Sobre esta cuestión en el PLCD vid. JARNE MUÑOZ, “La responsabilidad...”, *op. cit.*, especialmente pp. 76-77.

⁶⁵ Dicho deber de confidencialidad se hacía explícito también en el art. 412-1 de la PCM, precepto que se mantiene en el Anteproyecto. Actualmente, el art. 4 del Real Decreto 201/2010 permite al franquiciador imponer al franquiciado un deber de confidencialidad.

⁶⁶ La PCM añadía que el documento escrito debía ser firmado por todas las partes del contrato.

⁶⁷ A ello habría que añadir en su caso los requisitos de incorporación de las condiciones generales de los arts. 5 y 7 de la LCGC.

⁶⁸ A favor de esta regulación vid. ALONSO SOTO, “Bases...”, *op. cit.*, especialmente p. 58. La formalización del contrato alcanzaría a sus anexos, modificaciones y renovaciones. Vid. ECHEBARRÍA SÁENZ, “Problemas...”, *op. cit.*, especialmente p. 29.

La posibilidad de modificar el contrato durante su vigencia aparecía contemplada en los arts. 4.4 y 20 del PLCD, previendo que dichas modificaciones deberían realizarse conforme a lo dispuesto en el propio contrato. Ha de entenderse que con esta previsión se trataba de proteger al distribuidor de los posibles abusos que pudiera cometer el proveedor a este respecto. De hecho, el art. 4.4 disponía que las modificaciones contractuales obedecerían en todo caso a los principios de motivación y no discriminación o abuso de dependencia. Especial atención merecía la actualización de los precios de los suministros al distribuidor, regulados en el mencionado art. 10.2: salvo pacto en contrario, las tarifas deberían comunicarse con una antelación de 30 días. E igualmente, el citado art. 11 establecía que los objetivos comerciales habrían de fijarse sobre la base de las necesidades de abastecimiento del mercado que fueran razonablemente previsibles en cada momento.

La PCM no se refería expresamente a la modificación contractual, si bien frente a los abusos que pudieran darse cabría oponer el deber general de observar en el desarrollo del contrato *la máxima lealtad y buena fe* (art. 543-6.1). Asimismo, el art. 543-7 incluía entre las obligaciones del proveedor la de suministrar al distribuidor los productos o servicios *en las condiciones convenidas*. Tan solo se aludía expresamente a la necesidad de que existiera acuerdo de ambas partes para la determinación de los objetivos comerciales (art. 543-10).

En cuanto a la posibilidad de ceder el contrato, ha de tenerse en cuenta que los contratos de distribución deben considerarse por regla general contratos *intuitu personae*, aunque no personalísimos⁶⁹: resulta esencial para proveedor y distribuidor la identidad –las características económicas y organizativas dignas de confianza– de su contraparte. Ello queda claro en los contratos de distribución selectiva, en los que el proveedor se compromete a distribuir sus productos a través de establecimientos autorizados que reúnen una serie de cualidades. Y puede predicarse igual carácter en otros contratos de distribución. Tal como se ha indicado, la celebración del contrato supone la integración del distribuidor en una red de distribución. Ambas partes, proveedor y distribuidor, se comprometen a aunar esfuerzos en pro del buen fin de la distribución a los destinatarios finales de los productos o servicios distribuidos. En gran medida, los beneficios del distribuidor dependerán del prestigio de la marca de dichos productos o servicios y del valor añadido que ésta consiga generar sobre los mismos. E igualmente, al ponerse en práctica el sistema de distribución, especialmente si se ha atribuido al distribuidor la exclusiva sobre una zona geográfica o conjunto de clientes, las ventas de los productos o servicios y en cierto modo el prestigio de la marca dependerán del conjunto de los distribuidores. Se trata por tanto de un contrato de colaboración celebrado sobre la base de una confianza recíproca.

Los contratos suelen regular los requisitos –normalmente la imposibilidad salvo expreso consentimiento del proveedor– para que el distribuidor pueda ceder a un tercero su posición contractual. En ocasiones, se prevé también un derecho de tanteo por parte

⁶⁹ Así lo ha entendido la doctrina. Vid. ALONSO SOTO, “Los contratos...”, *op. cit.*, especialmente pp. 193-194 y 210; FONTCUBERTA LLANES, J., *El contrato de distribución de bienes de consumo y la llamada indemnización por clientela*, Marcial Pons, Madrid, 2009, especialmente pp. 108-109. Por esta razón la muerte de las partes no es causa de extinción del contrato.

del propio proveedor, de modo que comunicada por el distribuidor la intención de transmitir sus derechos, el proveedor se reserva la posibilidad de sustituir al cesionario por otro que considere más satisfactorio.

La regulación de esta cuestión en el PLCD era especialmente tuitiva de los intereses del distribuidor. De un lado, el art. 18.1 reconocía derechos equivalentes a proveedor y distribuidor. Así, se establecía que “[l]a cesión total o parcial del contrato de distribución requerirá el consentimiento del proveedor y del distribuidor”. Y, de otro, se prescribía la imposibilidad de que el proveedor denegara el consentimiento para la cesión si el adquirente pertenecía ya a la red de distribución o si se comprometía a mantener la organización, medios y recursos que el cedente tenía afectos a la actividad de distribución.

En cambio, el art. 543-13 de la PCM establecía solo la necesidad de consentimiento del proveedor para la cesión del contrato por parte del distribuidor, sin que se restringiera expresamente la libertad del proveedor de denegar la autorización.

En lo referente a la posibilidad de que se subcontrate la distribución, el art. 543-13 de la PCM era claro en requerir igualmente el consentimiento del proveedor, lo que podía también deducirse del tenor literal del art. 19 del PLCD⁷⁰. No obstante, la PCM reconocía expresamente que, salvo pacto en contrario, el distribuidor podría nombrar agentes u otros colaboradores para desarrollar su actividad de distribución.

2.6. Duración y extinción del contrato

Los contratos de distribución son contratos de tracto sucesivo que sirven de marco para una relación duradera en la que el distribuidor adquirirá productos o servicios del proveedor y los comercializará a los terceros destinatarios finales⁷¹. Los contratos pueden concertarse por tiempo definido o indefinido⁷².

La extinción del contrato era una de las cuestiones reguladas más detalladamente en las normas proyectadas⁷³, pues se trata de una fuente habitual de conflictos⁷⁴. Para ello, los redactores tanto del PLCD como de la PCM se inspiraron claramente en la LCA. En cuanto a la duración del contrato, ambos proyectos preveían, como los vigentes arts. 23 y 24 de la LCA, que, de no haberse pactado expresamente una duración

⁷⁰ La creación de redes secundarias de distribución es una situación frecuente. Vid. sobre esta cuestión GONZÁLEZ CASTILLA, F., “Caracterización de la relación comercial entre los integrantes de la red secundaria y la marca”, en VV.AA., *Distribución comercial y Derecho de la competencia*, La Ley, Las Rozas, 2011, pp. 197-227, especialmente pp. 203-208.

⁷¹ Sobre la duración del contrato de franquicia, vid. TORRUBIA CHALMETA, “El contrato de franquicia...”, *op. cit.*, especialmente pp. 322-327.

⁷² No obstante, el art. 21 del PLCD protegía al distribuidor al restringir la libertad de pactos: “Los contratos deberán prever un periodo de duración mínimo suficiente para hacer posible la amortización de las inversiones específicas necesarias para el cumplimiento del acuerdo”.

⁷³ Se regulaba por ejemplo en los arts. 26 del PLCD y 543-23 de la PCM un deber de ambas partes de colaborar en la liquidación del contrato de distribución.

⁷⁴ Vid. ZURITA HERRERA, P., “Duración y extinción del contrato de distribución en el Proyecto de Ley del contrato de distribución”, *RDPat*, n.º 29, 2012, pp. 363-403, especialmente p. 365. En algún caso se ha entendido que es ésta una de las cuestiones en las que más se precisa la existencia de una regulación de los contratos de distribución. Vid. SERRANO SANTAMARÍA, “La resolución...”, *op. cit.*, especialmente p. 235.

determinada, el contrato debía considerarse indefinido. Asimismo, si transcurrido el plazo previsto en el contrato se continuara ejecutando, el contrato se transformaría en indefinido por tácita reconducción⁷⁵.

En relación a los contratos de duración determinada, se preveía la extinción de los mismos al concluir el plazo pactado⁷⁶. Además, el PLCD permitía la extinción del contrato por justa causa (art. 22.1). No se aclaraba sin embargo qué habría de considerarse justa causa, aunque parece que podría entenderse por tal tanto el incumplimiento grave de la contraparte como cualesquiera otras razones que se consideraran suficientes para amparar un interés legítimo en denunciar el contrato. No obstante, en este último caso quien ejercitara el derecho de resolución debería indemnizar a la otra parte por las inversiones específicas no amortizadas (arts. 25.1 y 25.7). Aunque, la regulación no se refería ni al proveedor ni al distribuidor –y por tanto cualquiera de los dos podría denunciar el contrato de haber justa causa–, el establecimiento de una indemnización a la contraparte por las inversiones específicas no amortizadas hubiera supuesto en la práctica un reforzamiento de la posición del distribuidor⁷⁷. Es éste el que efectúa un mayor volumen de inversiones al incorporar su establecimiento a la red comercial y el PLCD trataba de protegerlo de la denuncia del contrato por parte del proveedor⁷⁸.

Incluso, de la lectura del art. 25.1 del PLCD cabe entender que las partes podían denunciar el contrato pactado por tiempo determinado aun sin justa causa. En este caso, según se disponía, la contraparte tendría derecho a recibir una indemnización por daños y perjuicios⁷⁹.

En el caso de la PCM, no se preveía la posibilidad de denunciar el contrato por justa causa. Tan solo por tanto ante el incumplimiento esencial de su contraparte y en aplicación del art. 1.124 del C.C. podría cualquiera de las partes resolver el contrato.

⁷⁵ Sobre la posibilidad de que las partes pudieran pactar sucesivas prórrogas del contrato bajo la regulación del PLCD, vid. ZURITA HERRERA, “Duración y extinción...”, *op. cit.*, especialmente pp. 368-369.

⁷⁶ Aunque la normativa proyectada guardaba silencio al respecto, la doctrina ha venido entendiendo que para evitar la tácita reconducción debe existir un preaviso razonable de la intención de que ésta no se produzca. Vid. ENCISO ALONSO-MUÑUMER, M., “Duración de los contratos de distribución comercial”, en VV.AA., *Los contratos de distribución*, La Ley, Las Rozas, 2010, pp. 537-583, especialmente p. 570.

⁷⁷ Vid. sobre esta cuestión y respecto al contrato de franquicia TORRUBIA CHALMETA, “El contrato de franquicia...”, *op. cit.*, especialmente p. 323; e igualmente respecto al contrato de distribución selectiva TORRUBIA CHALMETA, “El contrato de distribución...”, *op. cit.*, especialmente p. 104.

⁷⁸ En este sentido, se consideraban inversiones específicas aquéllas realizadas en interés del negocio del principal que no puedan ser aprovechadas de modo real y efectivo para usos alternativos, no tengan posibilidad de reventa o solo puedan revenderse con grave pérdida para el inversor. Asimismo, no tendrían la consideración de inversiones específicas indemnizables la que hubieran sido ya amortizadas o debieran estarlo conforme a las escalas fiscales de amortización, ni las inversiones genéricas propias del normal devenir empresarial del distribuidor. Sobre esta cuestión, vid. GÓMEZ POMAR, F.; GILI SALDAÑA, M., “La complejidad del incumplimiento contractual en los contratos de distribución”, en VV.AA., *Distribución comercial y Derecho de la competencia*, La Ley, Las Rozas, 2011, pp. 167-196, especialmente pp. 185-187; ECHEBARRÍA SÁENZ, “Problemas...”, *op. cit.*, especialmente p. 47.

⁷⁹ La doctrina criticó que el PLCD no estableciera unos criterios para cuantificar esta indemnización, pues, ciertamente, se trata ésta de una cuestión que suscita controversias en la práctica. Vid. CANDELARIO MACÍAS, “Apuntes...”, *op. cit.*, especialmente p. 11.

Respecto a los contratos indefinidos, ambas regulaciones proyectadas contemplaban la extinción del contrato con la simple denuncia unilateral de cualquiera de las partes, aunque respetando el preceptivo preaviso por escrito⁸⁰. En la regulación del preaviso las normas proyectadas copiaban lo dispuesto actualmente en el art. 25 de la LCA. El plazo del preaviso sería de un mes por cada año de vigencia del contrato con un máximo de seis meses. Y si el contrato hubiera estado en vigor por menos de un año, el preaviso sería de un mes⁸¹. Asimismo, las partes podrían pactar unos preavisos superiores, pero no inferiores. En el PLCD se preveía que el preaviso debía ser igual para ambas partes. En cambio en la PCM se establecía que el preaviso pactado para el distribuidor no podía ser inferior al establecido para el proveedor.

Sin embargo, el preaviso como requisito para la válida denuncia del contrato quedaba desvirtuado en los arts. 23.4 del PLCD y 543-20 de la PCM⁸². Según se disponía en ambos preceptos, el incumplimiento del preaviso no permitiría a la contraparte considerar vigente el contrato hasta el momento en el que concluyera el plazo de preaviso, sino que podría exigir una indemnización de daños y perjuicios⁸³.

Como excepción, el art. 24 del PLCD recogía no obstante la posibilidad de *dar por finalizado* el contrato en cualquier momento y sin necesidad de respetar el preaviso cuando la otra parte hubiera incumplido “*de manera grave o reiterada, total o parcialmente, las obligaciones legales o contractuales vinculadas al cumplimiento del contrato*” y dicho incumplimiento no fuera subsanado a satisfacción de la parte cumplidora de forma razonable en el plazo establecido en el contrato o, en su defecto, en un plazo de treinta días⁸⁴. El tenor literal del precepto, claramente inspirado en el art. 26.1-a de la LCA, es criticable por las imprecisiones terminológicas en que incurre –*dar*

⁸⁰ Ello supondría un cambio importante respecto a la solución que da la jurisprudencia en los conflictos relacionados con esta cuestión, pues se tipificaría el plazo de preaviso considerado razonable. Actualmente, salvo que el contrato de distribución establezca lo contrario, el preaviso no es consustancial al desistimiento, que, por tanto, podría no ser necesario. Más bien, si el desistimiento se hace sorpresivamente y contraviniendo el deber de buena fe, lo que debe evaluarse caso por caso, sí tendrá derecho la parte *in bonis* a una indemnización. Lógicamente ello conlleva en la práctica la existencia de un preaviso *suficiente*. Vid. en este sentido las SSTs de 16 de diciembre de 2005 (RJ 2006\155) y 15 de marzo de 2011 (RJ 2011\3321). Vid. también a este respecto SERRANO SANTAMARÍA, “La indemnización...”, *op. cit.*, especialmente p. 392. Existe también jurisprudencia que considera esencial el preaviso o incluso que requiere la concurrencia de justa causa. Vid. a este respecto ALONSO SOTO, “Los contratos...”, *op. cit.*, especialmente pp. 212-213.

⁸¹ Como excepción a esta regla general, el art. 23.3 del PLCD preveía respectivamente un preaviso mínimo de seis meses o de un año cuando más de la mitad o toda la producción del proveedor fuera adquirida por un comprador o grupo de compradores coordinado. Esta previsión no existía en la PCM. En cambio, la PCM se encargaba de aclarar que si el contrato de distribución se hubiese convertido en indefinido por tácita reconducción para calcular el plazo de preaviso se tendría en cuenta el tiempo transcurrido desde la perfección del contrato, no desde la tácita reconducción.

⁸² La misma solución se da actualmente en la jurisprudencia. Vid. SERRANO SANTAMARÍA, “La resolución...”, *op. cit.*, especialmente p. 240.

⁸³ El art. 25.2 del PLCD incluía expresamente en dicha indemnización la que correspondiera por las inversiones específicas no amortizadas. Se entiende que el PLCD limita los daños indemnizables a los relativos a las inversiones específicas no amortizadas, debiéndose acudir a los arts. 1.101 y 1.106 del C.C. para justificar una indemnización más amplia en ZURITA HERRERA, “Duración y extinción...”, *op. cit.*, especialmente p. 398. Más favorable a que la indemnización incluya el lucro cesante por el tiempo de preaviso no cumplido, aunque también sobre la base del art. 1.106 del C.C., vid. SERRANO SANTAMARÍA, “La indemnización...”, *op. cit.*, especialmente p. 393.

⁸⁴ A la vista del art. 25.7, no sería necesario que se indemnizara en este caso ni por las inversiones específicas no amortizadas, ni por la clientela.

por finalizado— y por la inclusión de conceptos jurídicos indeterminados que lo hacen de difícil interpretación —grave, reiterado, parcial, obligaciones vinculadas al cumplimiento del contrato—. A nuestro parecer, este precepto no haría sino trasladar a una futura Ley de contratos de distribución el contenido del art. 1.124 del C.C., pues los contratos de distribución son bilaterales y las obligaciones pueden considerarse igualmente sinalagmáticas⁸⁵. También bajo la regulación general solo un incumplimiento grave o esencial permite la resolución contractual. Si suponía una novedad para los contratos de distribución, acertada en nuestra opinión⁸⁶, el hecho de prever expresamente la *subsanción* del incumplimiento —quizás habría que entender el mero cumplimiento, aunque fuera tardío—.

Esta mención expresa al incumplimiento de la contraparte como causa de resolución y sin necesidad de preaviso desapareció en la PCM, aunque obviamente sí hubiera resultado de aplicación la regulación general del art. 1.124 del C.C.. En cambio, sí se añadió un nuevo supuesto de resolución sin necesidad de preaviso en el art. 543-21⁸⁷: la posibilidad de que el contrato estableciera que cada una de las partes pudiera dar por finalizado el contrato cuando la otra parte hubiera sido declarada en concurso⁸⁸. Con ello se hubiera traído a los contratos de distribución una regla que constituiría excepción a lo dispuesto en el art. 61.3 de la Ley concursal, enmarcándose en lo dispuesto en el art. 63.2 de dicho cuerpo legal⁸⁹.

Por otra parte, las regulaciones proyectadas recogían algunos supuestos en los que, extinguido el contrato, el proveedor habría de compensar al distribuidor por la clientela que hubiese podido generar durante la relación⁹⁰. En tales casos, y debiendo

⁸⁵ Así lo ha entendido la doctrina, sin perjuicio de que los contratos regulen también aspectos de las relaciones con terceros, otros distribuidores miembros de la red o los terceros destinatarios de los productos o servicios distribuidos. Vid. por ejemplo FONTCUBERTA LLANES, *El contrato de distribución...*, *op. cit.*, especialmente p. 109.

⁸⁶ Así se considera también en CANDELARIO MACÍAS, “Apuntes...”, *op. cit.*, especialmente pp. 10-11. Se aprecia la incidencia de los *Principles of European Contract Law* y del *Draft Common Frame of Reference* en ZURITA HERRERA, “Duración y extinción...”, *op. cit.*, especialmente pp. 378-381.

⁸⁷ Y sin embargo la doctrina entendió respecto al PLCD que la posibilidad de denunciar el contrato indefinido *ad nutum* ya permitiría al contratante librarse de un contrato de distribución cuando la contraparte ha sido declarada en concurso, según lo dispuesto en el art. 63.1 de la Ley concursal. Vid. así ECHEBARRÍA SÁENZ, “Problemas...”, *op. cit.*, especialmente p. 42. Ciertamente ello sería así, aunque con sometimiento al régimen del preaviso.

⁸⁸ El art. 543-22 de la PCM parecía condicionar esta posibilidad a que hubiese transcurrido el tiempo suficiente para amortizar las inversiones específicas de la contraparte o a que se indemnizara su valor. A nuestro entender, da la sensación de que el tenor literal del precepto contenía una errata, debiendo referirse a la denuncia del contrato sin respetar el preaviso mínimo del art. 543-20 y no a la extinción del contrato por el concurso de la contraparte.

⁸⁹ Puede reconocerse igualmente la inspiración de esta regla en el art. 26.1-b de la LCA, si bien en esta última norma no se exige que se encuentre previsto en el contrato.

⁹⁰ Se muestra en contra de la existencia de esta indemnización FONTCUBERTA LLANES, *El contrato de distribución...*, *op. cit.*, especialmente pp. 231-281; CANDELARIO MACÍAS, “Apuntes...”, *op. cit.*, especialmente p. 12. Por el momento, existe doctrina y jurisprudencia que se ha mostrado favorable a la aplicación analógica del art. 28 de la LCA o bien al reconocimiento de esta indemnización para impedir el enriquecimiento sin causa del proveedor o con base en el art. 1258 del C.C.. Vid. sobre esta cuestión ALONSO SOTO, “Los contratos...”, *op. cit.*, especialmente pp. 210-212; MARTÍNEZ SANZ, “La indemnización...”, *op. cit.*, especialmente pp. 591-595; TORRUBIA CHALMETA, “El contrato de distribución...”, *op. cit.*, especialmente pp. 106-109.

entender que la regulación propuesta era de carácter imperativo, no hubiera sido posible excluir esta indemnización convencionalmente⁹¹.

En ambos textos la regla general era la inexistencia de esta retribución por aumento de la clientela, salvo obviamente que existiera un acuerdo al respecto⁹². Se entendía por tanto que la generación y mantenimiento de una clientela, así como el fomento de la marca del proveedor constituían una consecuencia del desarrollo de su actividad por parte del distribuidor. Sin embargo, muy acertadamente en nuestra opinión, a veces el distribuidor sí era digno de una compensación por la clientela generada⁹³.

A este respecto, la regulación del PLCD y de la PCM era sustancialmente diferente, resultando la de la PCM más beneficiosa para el distribuidor. En el caso del PLCD, se requerían *cumulativamente* dos requisitos. En primer lugar, debía haberse producido un incremento sustancial de las operaciones o del número de clientes, debiendo acreditar el distribuidor que la clientela seguiría produciendo ventajas sustanciales al proveedor tras la ruptura del contrato. Y, en segundo lugar, se debía haber establecido un pacto de no competencia tras la extinción del contrato, pacto que no podría exceder la duración de un año⁹⁴.

Por su parte, la PCM prescribía la existencia de una compensación por la clientela generada cuando concurrieran *alternativamente* tres requisitos: cuando se hubiera producido un incremento sustancial de las operaciones o del número de clientes; cuando se hubiese acordado un pacto de no competencia para el supuesto de la conclusión del contrato –también con el límite de un año–; o cuando el distribuidor hubiera facilitado al proveedor un listado de clientes.

En nuestra opinión, el carácter alternativo de los requisitos tendría poco sentido, por cuanto que la compensación por clientela solo parece procedente si realmente se acredita que el aumento de operaciones o de clientes continua beneficiando al proveedor una vez concluido el contrato⁹⁵. En especial, no parece que facilitar un listado de clientes al proveedor justifique una compensación por clientela. Es cierto que esta información puede ser muy relevante para el proveedor y denotar un efectivo traspaso de la cartera de clientes. Sin embargo, no siempre será así. Si no se ha impuesto un deber de no competencia y el distribuidor pasa a comercializar productos o servicios

⁹¹ Ello supondría un cambio respecto a la opinión actual de la jurisprudencia. Vid. una referencia a la jurisprudencia actual en ALONSO SOTO, “Los contratos...”, *op. cit.*, especialmente p. 213; y SERRANO SANTAMARÍA, “La resolución...”, *op. cit.*, especialmente p. 240.

⁹² Ello se recogía expresamente en el art. 543-24 de la PCM. No aparecía en cambio en el PLCD, aunque resultaba evidente a la vista del principio de libertad de pactos (art. 4) y del hecho de que el distribuidor suele ser parte débil del contrato.

⁹³ Con ello parecía seguirse la jurisprudencia española más reciente, si bien ésta viene exigiendo en todo caso un incremento sustancial de la clientela del proveedor. Vid. un elenco jurisprudencial a favor y en contra de la indemnización por clientela en TORRUBIA CHALMETA, “El contrato de franquicia...”, *op. cit.*, especialmente pp. 325-327.

⁹⁴ Junto al límite temporal de un año, deberían respetarse el resto de requisitos del art. 5.3 del Reglamento 330/2010. Vid. sobre los mismos BACHES OPI, *Distribución...*, *op. cit.*, especialmente pp. 328-330.

⁹⁵ Así lo ha entendido la jurisprudencia actual cuando ha aplicado analógicamente la LCA. Vid. a este respecto TAPIA SÁNCHEZ, M. R., “Aportación de nuevos clientes o incremento sensible de las operaciones como presupuesto de la indemnización por clientela en los contratos de distribución”, en VV.AA., *Distribución comercial y Derecho de la competencia*, La Ley, Las Rozas, 2011, pp. 303-320, *pássim*.

similares, la mera transmisión de esta información puede no implicar un aumento de ventas por parte de la red del proveedor si el distribuidor lleva a cabo una efectiva promoción para conservar su clientela. En cualquier caso por tanto, entendemos que una interpretación cabal de la norma hubiese requerido igualmente un aumento de la clientela y un efectivo traspaso de la misma al proveedor o al nuevo distribuidor.

Por otro lado, ninguna de regulaciones proyectadas recogían claramente el hecho de que el aumento de la clientela podría no deberse a la actividad de promoción del distribuidor sino al prestigio de la marca y a la publicidad desarrollada por el propio proveedor. Sin duda la jurisprudencia hubiera tenido en cuenta esta cuestión a la hora de reconocer y en su caso calcular una posible compensación por clientela⁹⁶.

Por su parte, el PLCD incluía un límite a la compensación por clientela. Ésta no podría exceder 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 fuera inferior. Tal límite no aparecía en la PCM.

Muy acertadamente en nuestra opinión, el PLCD, aunque no la PCM, aclaraba que no se tenía derecho a esta indemnización por clientela si la extinción del contrato hubiera estado motivada por el incumplimiento grave de las obligaciones del distribuidor o si el distribuidor hubiera cedido a un tercero su posición jurídica.

3. A MODO DE CONCLUSIÓN: SOBRE LA TIPIFICACIÓN DE LOS CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN

En los últimos años se han desarrollado varios intentos de regular los contratos de distribución, debiendo resaltarse el PLCD, seguido de una Proposición de Ley de contratos de distribución –sustancialmente idéntica al PLCD–, y finalmente la PCM. El PLCD decayó por la disolución de las Cortes y el actual Anteproyecto de Ley del Código Mercantil ha excluido de entre los contratos de colaboración la regulación de los contratos de distribución que antes incluía la redacción original de la PCM emanada de la Comisión General de Codificación.

Tal como se ha visto a lo largo de este trabajo, el contenido de la PCM se inspiró en el PLCD, presentando grandes similitudes en cuanto a su planteamiento y en cuanto a algunos detalles de su regulación. En ambos casos se pretendía una normativa respetuosa con el principio de autonomía de la voluntad, aunque al mismo tiempo garante de la equidad y protectora de la parte débil del contrato, generalmente el distribuidor. A este respecto, y contemplando el detalle de la regulación que se ha expuesto, la PCM disminuyó la protección concedida al distribuidor, con excepción de la regulación de la terminación del contrato y las indemnizaciones, trascendental

⁹⁶ De hecho, esta cuestión se ha tenido muy en cuenta para denegar habitualmente la compensación por clientela en el caso de los contratos de distribución en el sector de la automoción. Vid. en este sentido BREL PEDREÑO, A., “Criterios jurisprudenciales de indemnización por clientela en la extinción del contrato de distribución”, en VV.AA., *Distribución comercial y Derecho de la competencia*, La Ley, Las Rozas, 2011, pp. 321-334, especialmente pp. 332-333; MAYORGA TOLEDANO, “Acción...”, *op. cit.*, especialmente p. 234.

cuestión para la que la PCM parece amparar más claramente los intereses del distribuidor.

Igualmente, ambos proyectos abandonaron la idea de regular la distribución comercial distinguiendo los diversos sectores económicos y recogiendo sus peculiaridades. Esta visión había sido mantenida por el legislador al redactar la LES, que introdujo en la LCA la regulación de los contratos de distribución de vehículos automóviles e industriales. Precisamente ello se ha considerado en algún caso como un defecto del PLCD y la PCM por cuanto que los problemas de los distintos sectores son muy diferentes y podrían ser merecedores de una regulación específica. A nuestro entender, este posible inconveniente de las normativas proyectadas se había salvado por el hecho de que se proponían leyes principales, con la idea de que fueran posteriormente desarrolladas por códigos de conducta en los distintos sectores⁹⁷.

Asimismo, se regulaban cuestiones comunes a todos los contratos de distribución, no tipificando distintos contratos, sino estableciendo normas supletorias y regulando los diversos pactos que suelen incluirse en los contratos (información precontractual, fijación de objetivos comerciales, pactos de exclusiva, extinción del contrato, etc.); todo ello sin perjuicio de contener reglas relativas a algunos concretos tipos contractuales (para la franquicia, por ejemplo)⁹⁸. Con ello, no se restringía la capacidad de los agentes del mercado de configurar los cauces de distribución que se consideraran oportunos, ni se constreñía la autonomía de la voluntad. Al mismo tiempo, se intentaban ofrecer soluciones a los conflictos tradicionalmente planteados (respecto a la extinción del contrato y la indemnización por clientela, por ejemplo) y se buscaba una mayor transparencia y proteger a los empresarios con una menor capacidad de negociación (información precontractual, determinación de objetivos comerciales, etc.)⁹⁹.

En nuestra opinión, sería muy recomendable contar con una ley reguladora de los contratos de distribución con un planteamiento semejante al reflejado a lo largo de este trabajo. A favor de esta idea, puede argumentarse que la asimetría entre las partes facilita en ocasiones la aparición de situaciones abusivas que deberían prevenirse y controlarse¹⁰⁰, más allá de la tradicional tutela en el ámbito del Derecho de la competencia. Además, la codificación decimonónica desconoce entre los contratos de colaboración aquéllos que propician la creación de redes empresariales de distribución¹⁰¹. De este modo, la inexistencia de una regulación clara y sistemática de

⁹⁷ Vid. ECHEBARRÍA SÁENZ, “Problemas...”, *op. cit.*, especialmente pp. 23-24.

⁹⁸ A favor de este planteamiento, vid. ALONSO SOTO, “Bases...”, *op. cit.*, especialmente p. 57.

⁹⁹ En contra de la que se regulen estos contratos, por el hecho de que la realidad distributiva es muy compleja, tanto por las diversas modalidades contractuales, como por las peculiaridades de los distintos sectores en que se utiliza, vid. FONTCUBERTA LLANES, *El contrato de distribución...*, *op. cit.*, especialmente p. 282. Este autor considera que la existencia de una norma específica para los contratos de distribución no es necesaria ni conveniente. Tan solo, se entiende, merecería una regulación la indemnización por clientela.

¹⁰⁰ Vid. la misma opinión en SERRANO SANTAMARÍA, “La indemnización...”, *op. cit.*, especialmente p. 389.

¹⁰¹ Ello se pone de manifiesto como argumento a favor de la existencia de una regulación de los contratos de distribución en ECHEBARRÍA SÁENZ, “Problemas...”, *op. cit.*, especialmente p. 19.

estos contratos¹⁰² facilita la aparición de conflictos¹⁰³, sin que sea conveniente tener que acudir constantemente a la aplicación analógica de la LCA para solventarlos¹⁰⁴.

Ello sin embargo no desconocemos las críticas vertidas al PLCD por parte de la Comisión Nacional de la Competencia. En su Informe IPN 58/11¹⁰⁵, consideró, a la vista del Anteproyecto de Ley de contratos de distribución, que dicha norma proyectada regulaba con demasiado detalle los contratos de distribución. A juicio de la Comisión, ello podría suponer una restricción injustificada a la libertad de empresa, a la vez que el intento de equilibrar el poder negociador de las partes podría comportar una menor flexibilidad a la hora de configurar las cadenas de distribución. En consecuencia, según se entendía, una homogeneización de las redes de distribución podría implicar una disminución de la competencia¹⁰⁶. Incluso, este organismo cuestionó la necesidad de la existencia de una regulación sobre estos contratos, al considerarse suficiente la normativa ya existente, el C.C., el C. de C., así como el recurso a la analogía con la LCA. Tan solo se consideró justificada la promulgación de una normativa sobre los deberes precontractuales y la terminación del contrato.

Muy posiblemente el contenido de este Informe ha sido tenido en cuenta a la hora de adoptar la decisión política de mantener la atipicidad de los contratos de distribución. Y aún ha pesado más a nuestro entender la fuerte oposición que han encontrado las regulaciones proyectadas en ciertos sectores económicos, quizás temerosos de perder su mayor capacidad de negociación. A este respecto, puede destacarse la oposición de la Asociación Española de Franquiciadores, que mostró fuertemente su disconformidad con la regulación propuesta¹⁰⁷, especialmente en lo que se refería a la terminación del contrato. Incluso, esta Asociación manifestó su satisfacción por el hecho de que el Anteproyecto de Código Mercantil no incluyera una regulación sobre los contratos de distribución¹⁰⁸. Igualmente, en el sector de la automoción, los fabricantes de vehículos –quienes ya negociaron con el Gobierno la suspensión de la disposición adicional 1ª de la LCA a cambio de la promulgación de la Ley de contratos de distribución– expresaron su preocupación por los efectos adversos que una Ley de estas características podría tener en el sector. Es significativo en este contexto que el Ministro de Industria diera a conocer en 2012, en la entrega del Premio *Coche del Año 2011* de ABC, que el Gobierno no iba a presentar en el Parlamento una

¹⁰² A favor de la existencia de una ley que regule los contratos de distribución “*por un tema de técnica, seguridad y sistemática jurídica*”, vid. CANDELARIO MACÍAS, “Apuntes...”, *op. cit.*, *loc. cit.* p. 4.

¹⁰³ Se entiende que la falta de regulación de los contratos de distribución es fuente de conflictos en SERRANO SANTAMARÍA, “La resolución...”, *op. cit.*, especialmente p. 235.

¹⁰⁴ A favor de esta idea, vid. ZURITA HERRERA, “Duración y extinción...”, *op. cit.*, especialmente p. 399.

¹⁰⁵

http://www.cncompetencia.es/Inicio/GestionDocumental/tabid/76/Default.aspx?EntryId=83141&Comma nd=Core_Download&Method=attachment.

¹⁰⁶ Vid. también sobre esta cuestión JARNE MUÑOZ, “La responsabilidad...”, *op. cit.*, especialmente pp. 54-55.

¹⁰⁷ Vid. al respecto CANDELARIO MACÍAS, “Apuntes...”, *op. cit.*, especialmente p. 5.

¹⁰⁸ Vid. <http://www.franquiciadores.com/comunicados.php?idnoticia=759>.

Ley de contratos de distribución, incumpliendo por tanto el mandato de la disposición adicional 11ª de la LOCM y de la disposición final 4ª de la Ley 7/2011¹⁰⁹.

¹⁰⁹ http://cincodias.com/cincodias/2012/03/02/empresas/1330699185_850215.html. Vid. la respuesta de FACONAUTO en <http://www.faconauto.com/detalle-notas-de-prensa?id=66>.