

Algunas consideraciones sobre la problemática regulación de los contratos de distribución comercial

Some considerations about the problematic regulation of integrated distribution agreements

Pablo JARNE MUÑOZ

Doctor en Derecho. Universidad de Zaragoza

pjarnem@unizar.es

Fecha de recepción: 1 de septiembre de 2016

Fecha de aceptación definitiva: 24 de octubre de 2016

Resumen

Este trabajo aborda la problemática asociada al proceso de regulación de los contratos de distribución que nuestro país viene experimentando desde hace más de una década. Tras los fallidos intentos que se han producido hasta el momento, con el inicio de legislatura se abre una nueva oportunidad para tratar de sacar al sector de la atipicidad en la que se encuentra. Este trabajo se plantea en consecuencia como un estado de la cuestión, en el que se da cuenta de los avances que se han

Abstract

This paper attempts to address the problems associated to the regulatory process of the distribution agreements that our country has experienced for more than a decade. After the failed attempts produced until now, with the start of the parliamentary term a new opportunity opens to try to take the sector out of the legal vacuum it now finds itself in. This paper is intended, consequently, as a state of the question, in which we give a report on the developments that have occurred until now,

producido hasta el momento, para reflexionar a continuación acerca del mejor modo de tratar de orientar una normativa en la materia.

Las dificultades que la ansiada Ley de Contratos de Distribución Comercial plantea son numerosas y de calado. Habida cuenta de la fuerte oposición de intereses entre fabricantes y distribuidores y de la falta de consenso en el sector, este trabajo incide en la conveniencia de elaborar un texto marcadamente dispositivo, debiendo el legislador evitar la tentación de tratar de reequilibrar las relaciones distributivas y tratando de alcanzar un mayor desarrollo de los códigos de conducta en el sector, instrumentos de autorregulación por excelencia.

Palabras clave: distribución comercial; contratos de distribución; regulación.

to reflect, next, on the best way of trying to guide regulations on the matter.

The difficulties that the long-awaited Ley de Contratos de Distribución Comercial poses are numerous and deep. Given the strong conflict of interests between manufacturers and distributors and the lack of consensus in the industry, this work stresses the convenience of preparing a text based on default rules, where the legislator must resist the temptation of trying to rebalance the distributive relationships and to reach a further development of the codes of conduct in the sector, self-regulation instruments par excellence.

Key words: commercial distribution; distribution contracts; regulation.

1. INTRODUCCIÓN

La distribución comercial ha sido objeto en los últimos años de una atención notable por parte no solamente de la doctrina, sino de las autoridades públicas y, señaladamente, del legislador. La extraordinaria relevancia que el sector despliega en nuestro país casa mal con la atipicidad en la que se ven envueltas las modalidades contractuales que integran la categoría. La litigiosidad asociada al sector y el desequilibrio que indudablemente encontramos entre los operadores que componen las redes de distribución modernas aconsejan, en opinión de buena parte de la doctrina, proceder a dotar al sector de un régimen sustantivo propio, de una Ley de Contratos de Distribución Comercial.

A pesar del mencionado interés en avanzar en la elaboración de un texto que resulte de aplicación al sector, acreditado por el hecho de que hayamos conocido hasta cuatro propuestas normativas en apenas una década, la realidad muestra que son muchos los obstáculos a los que han de hacer frente los textos prelegislativos en la materia. La fuerte oposición de intereses que encontramos entre fabricantes y distribuidores y el notable poder de presión que sus asociaciones han demostrado tener dificultan una y otra vez cualquier intento de alcanzar el consenso en cuestiones claves como la fijación de los objetivos comerciales o la problemática del stock sobrante tras la extinción del contrato, por citar algunos puntos de fricción clásicos.

Pero las dudas no se limitan a cuestiones puramente regulatorias de técnica jurídica, sino que, debemos ser conscientes, se extienden al propio sustrato distributivo, planteando la distribución comercial serias dudas en cuanto a su autonomía como

categoría jurídica. Y es que, como se ha apuntado en ocasiones, los contratos de distribución comercial no tienen demasiado en común si exceptuamos su finalidad, orientada a la intermediación y aproximación de productos desde un fabricante hasta un consumidor final, hecho que dificulta enormemente la elaboración de una teoría general de los contratos de distribución¹.

Este trabajo se plantea como un estado de la cuestión, dando cuenta del devenir del proceso legislativo o, más propiamente, prelegislativo al que hemos asistido en la última década para, a continuación, efectuar una serie de observaciones en relación al enfoque que a nuestro juicio debiera adoptar una futura Ley de Contratos de Distribución Comercial para tratar de sacar de una vez por todas al sector de la atipicidad en la que se encuentra.

Este objetivo obliga a dar cuenta, del mismo modo, del marco en el que este proceso se viene realizando, prestando especial atención a las posibilidades que ofrecen los códigos de conducta como instrumento de autorregulación por excelencia, otorgando un mayor nivel de flexibilidad al sector y completando de este modo el sistema de fuentes en el ámbito distributivo.

2. EL PROCESO DE REGULACIÓN DE LOS CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN EN NUESTRO PAÍS. PRINCIPALES HITOS

Los contratos de distribución constituyen una materia de constante actualidad en nuestro país. En la última década hemos experimentado una efervescencia legislativa en sede de contratos de distribución pocas veces vista. Pero ¿a qué se debe esta preocupación tan acuciante por dotar a los contratos de distribución comercial de una normativa propia que los saque de la atipicidad en que se encuentran inmersos?

Hay que señalar en primer lugar que esta preocupación, si no queremos faltar a la verdad, no viene de ahora. Señalaba DOMÍNGUEZ GARCÍA allá por el año 1985 que «El tratamiento de los contratos de distribución se ha convertido en el vértice de las preocupaciones de los juristas en el ámbito de los contratos mercantiles, pues se trata de un sector de la contratación estrechamente ligado a la moderna actividad empresarial»².

Es posible apreciar en el comercio una tendencia muy marcada hacia la concentración empresarial en las últimas décadas. El pequeño comercio pierde fuelle progresivamente a favor de las grandes cadenas, transición que se explica no solamente por

1. FERRIER, D. 2012: *Droit de la distribution*. 6.^a ed. Paris: LexisNexis, 35.

2. DOMÍNGUEZ GARCÍA, M. A. 1985: «Aproximación al régimen jurídico de los contratos de distribución. Especial referencia a la tutela del distribuidor». *Revista de Derecho Mercantil*, 1985, n.º 177: 420.

criterios económicos de eficiencia empresarial, sino por el cambio que se ha venido produciendo en los intereses de la clientela, cada vez más influenciada por el *marketing* y la publicidad.

Es por ello que sectores como el de la franquicia, de aparición relativamente reciente en el panorama empresarial de nuestro país, han conocido un auge verdaderamente espectacular en las últimas décadas, demandando la atención del legislador. Y es que este observa cómo la litigiosidad en el sector se enquistaba, debido en buena medida a la falta de una normativa propia que tenga en cuenta las particularidades que presentan los contratos de distribución comercial, señaladamente en lo que respecta a las fases de formación y de extinción contractual³.

La influencia que la distribución comercial viene demostrando ha tratado de explicarse por su carácter poliédrico⁴. Y es que la naturaleza de las relaciones que se desarrollan afecta o puede afectar a un buen número de disciplinas⁵. La importancia del sector en la estructura económica de nuestro país es una muestra más de lo sensible que resulta la categoría, circunstancia que explica tanto el interés del Gobierno en dotar de una regulación a los contratos de distribución como la presencia de *lobbies* profesionales que orientan su actividad, según el caso, a tratar de aproximar el contenido legislativo a sus intereses o directamente a combatir la elaboración de una normativa que regule el sector⁶.

Pero seguramente la principal dificultad con la que se encuentra quien decide sumergirse en el campo de los contratos de distribución es la falta de una normativa específica que regule la categoría⁷. Los contratos de distribución comercial, a pesar

3. Señala MORALEJO MENÉNDEZ cómo «el estudio y análisis de las resoluciones judiciales recaídas en el ámbito de los contratos de distribución evidencian esta necesidad de una intervención normativa en la que se reconozca las particulares situaciones, de hecho y de Derecho, que generan los vínculos de colaboración y dependencia creados entre el fabricante y el distribuidor a consecuencia de la celebración de un contrato de distribución». Véase MORALEJO MENÉNDEZ, I. 2007: *El Contrato Mercantil de Concesión*. Cizur Menor (Navarra): Aranzadi, 78.

4. DOMÍNGUEZ GARCÍA, M. A. 1985: «Aproximación al régimen jurídico...», *op. cit.*, 423.

5. Tradicionalmente se ha podido observar la influencia que sobre las relaciones distributivas despliegan el Derecho de contratos y el Derecho de la competencia, en su doble vertiente de defensa de la competencia y de competencia desleal. Junto a estas dos disciplinas, y sin ánimo exhaustivo, hay que destacar igualmente la influencia del Derecho de marcas, atendida la extraordinaria relevancia que los signos distintivos desarrollan como elemento integrador de la red.

6. Según el Informe sobre la problemática de los contratos de distribución elaborado por la Dirección General de Política Comercial, la distribución comercial representaba en nuestro país en el año 2009 en torno al 27% del PIB o, lo que es lo mismo, 256.500 millones de euros.

7. A esta genérica atipicidad cabe oponer las previsiones que de la franquicia se contienen en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista y de modo más genérico la existencia de la regulación relativa a los contratos de distribución en materia de Derecho de la competencia, fundamentalmente de origen europeo. Todavía, en materia de aprovisionamiento la problemática fundamental que nos encontramos tiene un componente fundamentalmente

de que la doctrina les ha venido reconociendo una cierta tipicidad social derivada de la práctica⁸, constituyen contratos atípicos, lo que provoca que estos hayan de someterse al Derecho común, no siempre adecuado para atender las especificidades derivadas de las redes integradas de distribución.

A falta de una normativa específica, el contrato de distribución va a convertirse en elemento central de la relación distributiva. Eso en el caso de que exista un contrato físico que formalice la relación, hecho que no por deseable resulta habitual, puesto que las estadísticas muestran que en nuestro país las relaciones de distribución comercial continúan a día de hoy sustentándose desgraciadamente en acuerdos verbales en muchas ocasiones⁹.

2.1. *El empuje inicial de la Comisión General de Codificación y de las asociaciones de concesionarios. La PALCD de 2006 y la PLCD de 2008*

El proceso legislativo de los contratos de distribución comercial en nuestro país ha sido cuando menos turbulento. Cuando en el año 2006 se publica la Propuesta de Anteproyecto de Ley de Contratos de Distribución (en adelante PALCD), las dificultades que ha debido superar el texto para llegar a ver la luz han sido ya notables¹⁰. A pesar de ello, este primer texto tuvo una acogida muy pobre, si bien hay que reconocerle el mérito de constituir el primer hito de importancia en el proceso legislativo, circunstancia que se verá confirmada posteriormente por los textos que habrán de venir, que siguen en buena medida la línea marcada por la Propuesta del año 2006.

Tras la fallida PALCD de 2006 el siguiente paso importante viene en forma de encargo por parte del Congreso de los Diputados al Gobierno en sesión de 20 de marzo de 2007 para tratar de realizar un estado de la cuestión en el sector de los contratos

cuantitativo, mostrándose una vez más el Derecho de la competencia incapaz de poner freno al desequilibrio negocial de las partes.

8. Véase MORALEJO MENÉNDEZ, I. 2007: *El Contrato Mercantil de Concesión...*, *op. cit.*, 81.

9. Véase la STS de 17 de mayo de 1999, 1.ª, RJ 1999\4046, Xavier O'Callaghan Muñoz, relativa a un contrato de distribución exclusiva.

10. Téngase en cuenta que este primer texto tuvo que superar, entre otras cuestiones, un conflicto interministerial por razón de atribución de la competencia legislativa en la materia, con el nombramiento de una segunda Ponencia en el seno de la Sección de Derecho Mercantil de la Comisión General de Codificación y un cambio de gobierno que provocó el abandono del texto, abandono temporal puesto que el mismo se retoma en diciembre de 2005, procediéndose a su publicación escasos meses más tarde. Véase ALONSO SOTO, R. 2010: «El Anteproyecto de Ley de Contratos de Distribución». En D. Vázquez Albert (dir.): *Los contratos de distribución comercial. Novedades legislativas y jurisprudenciales*. Valencia: Tirant lo Blanch, 34 y ss.

de distribución, con miras a proponer las modificaciones legislativas que pudieran resultar pertinentes¹¹. Este encargo se promovía «con el fin de evitar situaciones contractuales de abuso y de promover la seguridad jurídica de los operadores económicos en el mercado de distribución de bienes y servicios, con especial atención a la naturaleza de pequeñas y medianas empresas que intervienen en el mismo»¹².

En esta situación de repentina relevancia del sector de la distribución comercial en nuestro país la patronal FACONAUTO, que engloba a las asociaciones de concesionarios del sector de la automoción, trató de impulsar una Proposición de Ley de Contratos de Distribución en el año 2008 que, a pesar de seguir una sistemática muy similar a la PALCD de 2006, se separaba de esta en beneficio de los distribuidores en determinadas cuestiones consideradas sensibles. La maniobra de FACONAUTO presenta no obstante escaso recorrido, puesto que caducó tras no alcanzar las 500.000 firmas que a tal efecto requiere la L. O. 3/1984, de 26 de marzo, reguladora de la iniciativa legislativa popular¹³.

2.2. El informe sobre la problemática de los contratos de distribución y la futilidad del régimen instaurado por la D. A. 16.^a de la Ley de Economía Sostenible

El encargo al Gobierno apenas mencionado se materializaría escasos meses más tarde en el *Informe sobre la problemática de los contratos de distribución*, elaborado por la Dirección General de Política Comercial, que realiza para ello un proceso de consultas con «los sectores que se consideran más representativos y donde se entiende que el empleo de contratos de distribución comercial está más extendido»¹⁴. El Informe, muy sólido, contempla en profundidad las singularidades de los diversos sectores apuntados, pero tiene el acierto de elaborar asimismo un análisis común de la

11. El germen de este encargo se encuentra en una Proposición no de Ley presentada por el Grupo Parlamentario Convergencia i Unió, que fue finalmente aprobada con modificaciones por la Comisión de Industria, Turismo y Comercio, en sesión de 20 de marzo de 2007.

12. *Boletín Oficial de las Cortes Generales (BOCG). Congreso de los Diputados, serie D*, de 12 de febrero de 2007, n.º 502.

13. *Informe sobre la problemática de los contratos de distribución*. Dirección General de Política Comercial, marzo de 2009, 3.

14. *Informe sobre la problemática de los contratos de distribución*. Dirección General de Política Comercial, marzo de 2009, 4. Estos sectores considerados más representativos son: el sector de la automoción, el sector que opera en el tráfico a través de contrato de franquicia, el sector de la construcción, el sector de las estaciones de servicio, el sector de las tecnologías de la información, el sector de la prensa y las publicaciones periódicas y finalmente el sector de las bebidas espirituosas.

problemática que afecta al sector de la distribución comercial. En virtud de este análisis común, la Dirección propone un elenco de cuestiones que, en caso de proceder a la elaboración de una normativa en la materia, habrían de contemplarse, así como un núcleo inderogable de garantías que habrán de respetarse a la hora de legislar¹⁵.

Los meses se suceden y, cuando se cumple un año de la presentación del Informe en el Congreso, el Gobierno recibe un nuevo recordatorio, esta vez de la mano de la D. A. 11.^a de la Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista que, en este caso, no se contenta con realizar sugerencias sobre la conveniencia de adoptar una normativa en materia de distribución sino que, de modo rotundo y en aplicación de la Directiva de Servicios (Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior), ordena al Gobierno proceder a regular «el régimen jurídico de los contratos de distribución comercial».

El Gobierno cumple con el mandato prácticamente en el aniversario de la Ley 1/2010, de 1 de marzo, si bien lo hace de un modo totalmente sorprendente y, en opinión de la doctrina y de un buen número de sectores implicados, sumamente criticable. La Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible incorpora una D. A. 16.^a que viene a modificar ciertos preceptos de la Ley 12/1992, de 27 de mayo, sobre Contrato de Agencia. En concreto, la Ley 12/1992 pasa a contar con una nueva D. A. que será en adelante la 1.^a. A pesar de que la citada Disposición presenta un contenido polémico en su conjunto, baste señalar que en su primer punto dispone que el régimen jurídico del contrato de agencia pasará a aplicarse a los contratos de distribución de vehículos automóviles e industriales, con las precisiones que en los siguientes puntos se contemplan¹⁶.

15. Así, la Dirección considera (p. 74 del Informe) que en caso de aprobarse una normativa aplicable a los contratos de distribución la misma habrá de garantizar en todo caso:

- La posición de igualdad de las partes a la hora de negociar las condiciones contractuales.
- La formalización del contrato por escrito.
- La existencia de una fase precontractual en la que se informase al distribuidor de sus derechos y obligaciones antes de integrarse en la red comercial.
- El respeto a la voluntad de las partes a la hora de negociar una modificación de las condiciones contractuales inicialmente pactadas.
- La limitación de la posibilidad de efectuar ventas directas por el proveedor o fabricante y la prohibición de efectuarlas a un precio inferior que su distribuidor.
- La necesidad de preavisar con un plazo razonable la resolución unilateral del contrato y de indemnizar por conceptos como el fondo de comercio.

16. La D. A. 1.^a de la Ley sobre Contrato de Agencia, tras establecer la aplicación transitoria de su contenido al sector de la automoción, decide ir aún más allá, imponiendo la nulidad de todos aquellos pactos por los que el proveedor se reserve la facultad de modificación unilateral del contenido (en principio esencial pero concebido en términos bastante amplios) de estos contratos, limitando las inversiones específicas que cabe exigir al distribuidor, exigiendo la recompra del stock acumulado en curso del contrato, garantizando la libre cesión del contrato de

La Ley sobre Contrato de Agencia resultaba de aplicación, en consecuencia, a todas aquellas modalidades de contratos orientados a la distribución de vehículos automóviles e industriales, con independencia de la denominación que hubieran recibido¹⁷. Se extendía por tanto la aplicación de la normativa de la agencia al sector de la automoción, que comenzaba a dar muestras de una situación insostenible¹⁸. Tal aplicación se concebía todavía como transitoria, procediendo únicamente «hasta la aprobación de una Ley reguladora de los contratos de distribución».

La noticia de la aplicación transitoria del régimen del contrato de agencia a la automoción provocó una situación de fuerte tensión en el sector, siempre proclive a la confrontación. Hay que señalar que, en esta ocasión, la polémica estaba plenamente justificada, teniendo en cuenta que la aplicación del texto de la Ley 12/1992 con las previsiones que a tal efecto se contenían en la nueva D. A. 1.^a podía conducir a una situación de exceso manifiesto¹⁹.

distribución por el distribuidor y estableciendo un régimen indemnizatorio sumamente favorable para los intereses de este.

17. El *nomen iuris* concedido por las partes al acuerdo era, en principio, irrelevante, de acuerdo a lo dispuesto en el 2.º párrafo de la D. A. 1.^a.

18. Hay que apuntar que, a pesar de que el sector se mostró en general muy preocupado con el ámbito de aplicación de la norma, no faltaron voces que, apelando a la calma, apuntaron que, de la definición aportada por la norma, su ámbito de aplicación había de ser necesariamente muy limitado. Así, CARRASCO PERERA señaló cómo en principio el régimen de la nueva D. A. 1.^a de la Ley sobre Contrato de Agencia se aplicaba a aquellos sujetos que a cambio de una remuneración promueven operaciones comerciales por cuenta y en nombre de su principal. En consecuencia, dicho autor sostenía que el régimen apuntado únicamente resultaría de aplicación en relación a los agentes comerciales que asuman el riesgo de sus operaciones, no afectando en consecuencia a los denominados contratos de distribución. V. CARRASCO PERERA, A. 2011: «Regulación de los contratos de distribución de vehículos automóviles e industriales: ¿pero de verdad se ha derogado el régimen de contratos de distribución de automóviles de la Ley de Economía Sostenible?». *Diario La Ley*, 2011, n.º 7615. Personalmente, considero que esta interpretación no es en ningún caso conforme con la realidad de las cosas. Y es que a pesar de que de la lectura de la definición pudieran quedar ciertas dudas en relación al ámbito de aplicación del régimen apuntado, el segundo párrafo de la D. A. 1.^a LCA despejaba en mi opinión cualquier duda que pudiera surgir, al reconocer que se regirán por lo dispuesto en la Ley sobre contrato de agencia, en defecto de Ley aplicable, «las distintas modalidades de contratos de distribución de vehículos automóviles e industriales, cualquiera que sea su denominación». Considerar que el legislador alude a las distintas modalidades de contratos de distribución de vehículos para hacer referencia a los agentes que asumen el riesgo de sus operaciones me parece un argumento sumamente forzado.

19. No todas las previsiones resultan evidentemente criticables. La referencia efectuada al abuso que supone la reserva de la facultad de modificación unilateral del contrato era muy acertada, constituyendo una de las situaciones de abuso más habituales en el marco de los contratos de distribución, así como, de modo más matizado, resultaba en mi opinión oportuna la atribución de la competencia para conocer de los litigios que traigan causa de un contrato de distribución de vehículos automóviles e industriales al juez del domicilio del distribuidor. Sin

Tal es el impacto que la extensión del régimen del contrato de agencia a los contratos de distribución de vehículos tuvo en el sector que la Ley 7/2011, de 11 de abril²⁰ la declaró en suspenso, hasta la entrada en vigor de la Ley de contratos de distribución comercial. Se fijaba en seis meses el plazo concedido al Gobierno para que aprobara y remitiera a las Cortes Generales un Proyecto de Ley de Contratos de Distribución Comercial²¹.

2.3. La imposibilidad de alcanzar el consenso. La frustración del PLCD de 2011 y de la normativa contenida en la Propuesta de Código Mercantil

El Gobierno, hay que reconocerlo, procedió a actuar con rapidez. Tanto es así que, apenas dos meses más tarde, el Proyecto de Ley de Contratos de Distribución era aprobado el 24 de junio de 2011 en el Consejo de Ministros, publicándose cinco días más tarde, el 29 de junio, en el *Boletín Oficial de las Cortes Generales*. Comenzaba así una nueva andadura en la que intentar construir un régimen jurídico para los contratos de distribución, andadura que, al igual que todas las propuestas anteriores, estaba abocada al fracaso.

El fracaso vino esta vez asociado básicamente a circunstancias de carácter temporal. A pesar de los esfuerzos por acelerar la tramitación del texto, este finalmente decae con la disolución de las Cortes. No obstante, el texto propuesto contaba con numerosas limitaciones, lógicas si tenemos en cuenta la extraordinaria celeridad con la que se elaboró. Algunas de ellas, que los propios redactores apuntaron, se asociaban a la necesidad de reducir al mínimo los trámites necesarios para elaborar la norma²², señalando del mismo modo la doctrina la existencia de deficiencias en relación al fondo

embargo, el juego conjunto de las cláusulas relativas a la recompra del stock y a las indemnizaciones procedentes pueden convertirse en un arma peligrosa en manos de los distribuidores, que pueden ver así cómo se les atribuye un importante medio de presión en sus relaciones con el fabricante.

20. 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.

21. Disposición final cuarta de la Ley 7/2011, de 11 de abril.

22. Véase ECHEBARRÍA SÁENZ, J. A. 2012: «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*, 2012, n.º 10: 18. Explica el autor que, atendida la gran limitación derivada de los plazos a observar, «quedó descartado en origen cualquier tipo de modificación que pudiera afectar a las leyes recientemente modificadas como la LOCM, la Ley de Competencia Desleal o la de adaptación a la directiva de servicios, así como cualquier aspecto que pudiera afectar a

de algunas de las cuestiones abordadas por esta, entre las que destaca «la violencia con que ha procedido sobre los tipos negociales acuñados por doctrina y jurisprudencia para atender las necesidades de la distribución integrada»²³.

Tras el fracaso que supuso la decadencia del PLCD de 2011 pocas expectativas cabía tener en relación a una pronta regulación del sector, y más tras los esfuerzos estériles del Partido Socialista escasos meses más tarde por retomar el texto a través de una Proposición de Ley de Contratos de Distribución, que resultó finalmente rechazada²⁴. Todavía, estas no tardaron en formarse en la mente de muchos, por el nuevo cauce que se abría con la consolidación del movimiento codificador. La elaboración de un Código Mercantil se consideró en este sentido una oportunidad excepcional para dar cabida en nuestro sistema jurídico a ciertos contratos, entre los que se incluyen expresamente los contratos de distribución, que han carecido tradicionalmente de una regulación legal²⁵.

Ya no se trataba de elaborar una Ley de Contratos de Distribución para sacar al sector de su atipicidad. El proceso regulatorio formaba parte por el contrario de un proyecto ambicioso, que cubriría de un modo unitario la disciplina entera, y en cuya estructura no podía faltar, como es lógico, un sector de la contratación de la entidad de la distribución²⁶. Sin embargo, las dificultades que acompañan a todo intento de regulación de los contratos de distribución no se hicieron esperar. Sin aparente explicación, el capítulo correspondiente a los contratos de distribución se «perdió» por el camino, no figurando posteriormente en el Anteproyecto de Código Mercantil, y no dedicándose asimismo una sola línea a los contratos de distribución en la Memoria del análisis de impacto normativo del Anteproyecto de Ley de Código Mercantil.

las competencias de las CC.AA., ante la imposibilidad de entablar una negociación a diecisiete bandas en los plazos señalados».

23. MORALEJO MENÉNDEZ, I. 2011: «Régimen jurídico de los contratos de distribución (De la D.A. 1.ª de la Ley del Contrato de Agencia por la que se establece el régimen jurídico de la distribución de vehículos automóviles e industriales al proyecto de ley de contratos de distribución». *Derecho de los Negocios*, 2011, n.º 252: 8.

24. CRUZ RIVERO, D. 2015: «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 M.ª J. Morillas *et al.* (dirs.): *Estudios sobre el futuro Código Mercantil. Libro homenaje al Profesor Rafael Illescas Ortiz*. Universidad Carlos III de Madrid, 1265.

25. Exposición de Motivos de la Propuesta de Código Mercantil de 2013, apartado I-34, 44.

26. Contratos de distribución que, junto al de agencia, como señala la Exposición de Motivos de la Propuesta de Código Mercantil (apartado VI-82) «se originan por las modernas técnicas de comercialización que han establecido un modelo económico, desconocido hace unas décadas, llamado de “distribución integrada”, cuyo rasgo esencial reside en la inserción del comerciante-revendedor en la “red de distribución”, creada y mantenida por el fabricante o proveedor para colocar sus bienes o servicios en el mercado».

A pesar de que el modo de proceder no puede dejar de criticarse, es necesario tener presentes ciertos factores a la hora de enjuiciar esta actuación. Avanzada la legislatura, es probable que la única manera de tratar de sacar adelante una obra de la magnitud de un Código Mercantil fuera dejar de lado aquellas cuestiones cuya tramitación fuera a resultar más problemática. Pocas dudas podemos tener de que los contratos de distribución serían, en este sentido, uno de los temas que con toda seguridad corrían el peligro de enquistarse.

Sea como fuere, si la evolución pergeñada es sin duda desalentadora para aquellos que defienden la pertinencia de contar con una normativa sustantiva propia en relación a los contratos de distribución comercial, considero que los esfuerzos habrán de retomarse necesariamente en el futuro. Las dificultades relativas a la técnica legislativa a utilizar y a los fuertes intereses en conflicto podrán dificultar el proceso, y sin duda lo harán, pero no ha de permitirse en mi opinión que un sector del calado de la distribución comercial continúe en nuestro país huérfano de cobertura normativa.

3. LA ETERNA CUESTIÓN. ¿QUÉ REGULAR Y CÓMO REGULAR?

Una vez expuesta la evolución legislativa o, más propiamente, de los proyectos que en materia de distribución se han sucedido en los últimos años en nuestro país es necesario reconocer que, a pesar de la gran cantidad de propuestas y de material de que disponemos, nos encontramos en buena medida como al principio. Ninguno de los textos elaborados hasta el momento es Derecho vigente, lo que significa que los contratos de distribución comercial continúan sumidos en la atipicidad.

3.1. *La conveniencia de regular los contratos de distribución en nuestro país*

La cuestión que se plantea con carácter previo a cualquier otra consideración es la propia conveniencia de proceder a regular los contratos de distribución, venga esta de la mano de una Ley de Contratos de Distribución Comercial o por el contrario trate de incorporarse la normativa en cuestión a un texto de mayor alcance como vimos en el caso de la Propuesta de Código Mercantil original. Y es que, sin necesidad de entrar a valorar el mejor modo de orientar la regulación, la mera oportunidad de esta constituye ya una cuestión controvertida. En línea de principio, la doctrina se muestra mayoritariamente a favor de que se regulen los contratos de distribución comercial²⁷. No

27. Más tibio se muestra ALONSO SOTO, R. 2012: «Bases para una futura regulación de los contratos de distribución». En J. Viera González *et al.* (dirs.): *La reforma de los contratos de*

obstante, no han faltado voces autorizadas que se oponen al proceso regulador, con fundamentos diversos que no carecen de interés.

Así, se ha aducido en contra de una regulación de los contratos de distribución en primer lugar el dinamismo de la actividad distributiva. Una Ley de Contratos de Distribución podría suponer, en este sentido, un freno a la evolución del sector, provocando que, en el caso de que finalmente se llegara a promulgar una Ley de Contratos de Distribución Comercial, esta se vería rápidamente superada por la realidad del tráfico, naciendo ya obsoleta. Del mismo modo, la misma necesidad de una norma reguladora del sector de la distribución comercial en nuestro país ha sido puesta en duda, pudiendo resultar suficiente, en este sentido, el régimen que ofrece el Derecho común.

Personalmente, considero que ninguna de las dos observaciones apenas apuntadas tienen excesivo fundamento. Y es que, si bien es innegable que la distribución comercial constituye uno de los sectores en los que la evolución es más vertiginosa, no termina de apreciarse por qué este hecho habría de desvirtuar una normativa en la materia. Téngase en cuenta que el contenido imperativo de los diversos textos elaborados en los últimos años es mínimo, habiéndose efectuado una apuesta decidida por la libertad de las partes de determinar su relación, libertad que «solo se matiza respecto a aquellas cuestiones que la experiencia señala que terminan constituyéndose en fuente de conflictos»²⁸.

A esta libertad de pactos que inspira los textos elaborados hasta la fecha se une la amplitud en la que estos conciben los contratos de distribución. En este sentido, es difícil que una normativa en materia de distribución limite la evolución de la categoría habida cuenta de la extraordinaria amplitud con la que estos se definen en las propuestas elaboradas hasta la fecha, amplitud que, de hecho, será objeto de crítica en las páginas siguientes por excesiva. En este sentido, el elenco de contratos de distribución que se contiene en los primeros artículos de los diversos proyectos tiene una función exclusivamente ejemplificativa, como por otra parte se aclara expresamente en los mismos, resultando apto en consecuencia el modelo para asumir todas aquellas figuras que, fruto de la práctica, sin duda continuarán surgiendo.

Respecto a la aptitud que el Derecho común presenta para hacer frente a las necesidades del sector, considero que esta es más bien limitada. Y es limitada no tanto por el específico objeto de la actividad, sino por el modo en el que se lleva a cabo la misma. Así, la distribución moderna se articula en torno a estructuras que son ajenas a nuestro Derecho de obligaciones clásico, que carece de referencias relativas a la

distribución comercial. Madrid: La Ley, 52, quien aconseja, en caso de proceder a elaborar una norma aplicable a los contratos de distribución, mantener los pies en el suelo, promoviendo una regulación modesta y realista.

28. Exposición de Motivos del Proyecto de Ley de Contratos de Distribución de 2011.

comercialización en red²⁹. Pero la vertiente estructural no agota la cuestión, trasladándose las dificultades a la propia configuración de las relaciones entre los operadores y de los contratos a que dan lugar. Y es que tanto unas como otros se basan en la colaboración que ha de guiar las relaciones entre ellos, que se dilatan necesariamente en el tiempo, y que se alejan así de los postulados que dieron lugar a nuestro Derecho de obligaciones y contratos³⁰.

Hay que señalar igualmente, en otro orden de cosas, que las autoridades en materia de competencia se han mostrado mucho menos entusiastas por lo que respecta a la conveniencia de desarrollar una normativa aplicable a los contratos de distribución comercial. Así, en su informe relativo al Anteproyecto de Ley de Contratos de Distribución, la Comisión Nacional de la Competencia (actualmente CNMC) ya alertó sobre el peligro de una «sobreregulación» que, con la vista puesta en alcanzar un equilibrio real entre las partes contratantes, reduzca más allá de lo tolerable el principio de libertad de pactos que el mismo texto consagra³¹, «sobreregulación» que no cabe apreciar a mi juicio.

No reteniéndose ninguna de las objeciones que se han planteado al proceso de regulación de los contratos de distribución, soy partidario de continuar con el mismo en nuestro país. Dicho esto, creo que resulta necesario analizar algunas cuestiones de sumo interés relativas al enfoque que se conceda al texto. Nos ocuparemos, fundamentalmente, de determinar qué modalidades contractuales han de ser objeto de regulación y qué carácter debería atribuirse a la futura Ley de Contratos de Distribución

29. La noción de red sí que se tiene presente en los textos encaminados a dotar de una normativa propia a los contratos de distribución. Véase al respecto RUIZ PERIS, J. I. 2012: «Las redes empresariales en el Proyecto de Ley de Contratos de Distribución español de 2011». En J. Viera González *et al.* (dirs.): *La reforma de los contratos de distribución comercial*. Madrid: La Ley, 77 y ss.

30. Como señala GÓMEZ ASENSIO, C. 2014: «Los deberes fiduciarios en los contratos de distribución». *Revista de Derecho de la Competencia y la Distribución*, 2014, n.º 15: 150, «la duración, y estabilidad, así como el carácter intuitu personae de las relaciones entre las partes, sitúan a este tipo de relaciones negociales en un marco distinto al del modelo tradicional de negocio jurídico bilateral de carácter patrimonial encarnado por el contrato sinalagmático».

31. Declara el IPN 58/11. Anteproyecto de Ley de Contratos de Distribución lo siguiente: «Cabe demandar en primer lugar una correcta justificación de la necesidad de esta regulación, que va a regir, en muchos casos con carácter imperativo, relaciones entre empresarios independientes. En este sentido, debe tenerse en cuenta que no es infrecuente, en las relaciones entre operadores de distintas fases en la cadena de distribución, que el poder negociador esté descompensado entre las dos partes, sin que ello constituya necesariamente un fallo de mercado que deba o pueda ser solucionado mediante una intensa regulación ex ante, sino una consecuencia de la evolución de la realidad económica. A estos efectos, la función de la eventual normativa debe limitarse a promover la equidad, la buena fe y el cumplimiento de lo pactado entre las partes y, en última instancia, corregir los abusos de dependencia económica cuando esta exista».

para, finalmente, efectuar algunas reflexiones en relación a la relevancia que en los últimos tiempos están alcanzando los códigos de conducta como instrumentos de autorregulación en el sector de la distribución comercial.

3.2. *Los contratos de distribución como categoría jurídica. Las modalidades contractuales que deberían ser objeto de regulación*

Abordar la problemática relativa a la regulación de los contratos de distribución comercial implica efectuar en primer lugar una aproximación a la cuestión de la pertinencia de considerar que estos contratos conforman una categoría contractual propia, categoría que en opinión de la doctrina vendría a fundamentarse en el hecho de que los contratos que en ella se integran desarrollan una función económica idéntica, siendo este el principal nexo que encontramos entre estos contratos, por lo demás de contenido jurídico obligacional heterogéneo. Es precisamente esta diversidad de regímenes la que en última instancia ha hecho dudar sobre la existencia y viabilidad de una teoría general de los contratos de distribución³².

Se ha escrito mucho sobre aquello que debemos entender por distribución comercial. Frente a un concepto económico unitario y amplio de distribución comercial, susceptible de englobar tanto las técnicas de distribución directa como aquellas asociadas a la distribución indirecta³³, los modernos textos encaminados a regular los contratos de distribución comercial en nuestro país se muestran decididamente partidarios de limitar la categoría a los contratos en los que el distribuidor actúa en su condición de empresario independiente, es decir, a la distribución indirecta.

La doctrina se ha encontrado tradicionalmente dividida en este punto. A pesar de todo, es posible apreciar en los últimos años una acentuada preferencia por la concepción restringida, no tanto por su propio acierto sino por la dificultad de mantener una concepción amplia, justificada por «la vaguedad y generalidad de una fórmula carente de virtualidad jurídica»³⁴. Sea como fuere, la categoría de los contratos de distribución

32. FERRIER, D. 2012: *Droit de la distribution...*, *op. cit.*, 35.

33. V. DOMÍNGUEZ GARCÍA M. A. 1985: «Aproximación al régimen jurídico...», *op. cit.*, 424. El autor presenta este concepto económico unitario como «globalizador de todo procedimiento aplicado a instancias de los productores/mayoristas para la comercialización de productos o servicios, la cual está marcada por el prestigio del nombre comercial y/o de las marcas de aquellos, quedando excluidos de su ámbito los contratos o procedimientos de comercialización en los que los distribuidores/mayoristas impongan su ley a los productores/mayoristas, en especial los relativos a los bienes de consumo».

34. DOMÍNGUEZ GARCÍA, M. A. 1985: «Aproximación al régimen jurídico...», *op. cit.*, 426.

comercial no es la única que se ha propuesto a lo largo de los años, ni probablemente la más interesante desde un punto de vista sistemático³⁵.

A pesar de todo, una vez hemos llevado a cabo una aproximación al fenómeno de los contratos de distribución como categoría jurídica de un modo abstracto, procede dar cuenta a continuación del modo en el que la misma se ha configurado en los textos en materia de distribución que se han elaborado en nuestro país en los últimos años. En dichos textos proyectados, ya se adelanta, se ha definido con extraordinaria amplitud aquello que debemos entender por contrato de distribución a efectos de la aplicación de una hipotética Ley de contratos de distribución, haciéndose entrar figuras que en nuestra opinión difícilmente deberían ser objeto de dicha regulación.

Los diversos textos elaborados en los últimos años en materia de distribución conciben de un modo sustancialmente idéntico las relaciones distributivas. A pesar de ciertos matices de redacción, todos ellos definen los contratos de distribución de un modo sumamente amplio, capaz de englobar un elevado número de figuras. Habida cuenta del avance que supone la definición empleada por el PLCD de 2011, que contrasta con la extrema parquedad de las definiciones anteriormente suministradas y aun con la de la regulación inserta en la Propuesta de Código Mercantil, por ella comenzaremos el análisis.

El art. 1 del PLCD de 2011 establecía que

Se entenderá por contratos de distribución, y quedarán sometidos a la presente ley, aquellos contratos, cualquiera que sea su denominación, que tengan por objeto establecer las condiciones en las que una de las partes, denominada distribuidor, se obliga frente a la otra, denominada proveedor, a realizar actos 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.

35. Particularmente interesante resulta la distinción que ha venido planteando el profesor FERRIER en su obra de referencia sobre el Derecho de la distribución. El autor lleva a cabo un ejercicio de reflexión sobre la finalidad a la que se orientan los diversos contratos que conforman la categoría de la distribución integrada, llegando a la conclusión de que podemos identificar nítidamente dos categorías independientes dentro de la actividad de distribución integrada. En primer lugar nos encontraríamos con lo que él denomina «accords de spécialisation», cuyo objetivo se orienta a conseguir una comercialización óptima de los productos contractuales, y que reposan a menudo sobre una cláusula de exclusividad. Formarían parte de esta categoría contratos como el de compra en exclusiva, venta en exclusiva, distribución selectiva y concesión. Por otro lado, y con unos presupuestos y objetivos diversos de los contratos apenas mencionados encontraríamos los «accords de réitération», que vendrían básicamente constituidos por el contrato de franquicia y de franquicia principal, a los que cabría añadir las nuevas figuras que, surgidas de la práctica comercial (como sucede con el contrato de comisión-afiliación), reposan sobre presupuestos similares, tratando de favorecer la actividad de comercialización a través de una fórmula distributiva que se ha mostrado exitosa.

La definición plantea ya un buen número de cuestiones de interés. En primer lugar, aclara que es irrelevante el *nomen iuris* que las partes pretendan otorgar al instrumento que les vincule. Lo relevante, por el contrario, será la actividad que pretenda reglamentar dicho instrumento, que se concretará en la realización de actos u operaciones de comercio asociados a la venta de productos o a la prestación de servicios en el marco de una cierta estabilidad. Hasta aquí los rasgos definitorios comunes a todos los proyectos tramitados en nuestro país. No obstante, el PLCD de 2011 da un paso más, indicando que la actividad apenas mencionada deberá ser desarrollada por el distribuidor en tanto empresario independiente, asumiendo el *aléas* de la actividad.

Concebida en estos términos la definición de contrato de distribución, los textos hacen entrar dentro de la misma seis modalidades contractuales que constituyen un elenco ya clásico y característico de nuestro proceso legislativo, por más que dicho elenco únicamente reviste carácter ejemplificativo³⁶. Las diferentes modalidades contractuales que los textos tendentes a regular los contratos de distribución contemplan expresamente son el contrato de compra en exclusiva, el contrato de venta en exclusiva, el contrato de distribución autorizada, el contrato de distribución selectiva, el contrato de concesión mercantil y el contrato de franquicia.

No procede entrar en esta sede a analizar cada uno de los tipos contractuales que los textos recogen. Señalar únicamente que, a las modalidades tradicionalmente retenidas por la doctrina como integrantes de los contratos de distribución (concesión, distribución selectiva y franquicia), el legislador añade otras cuya vinculación con la distribución integrada y cuya misma individualidad no terminan de apreciarse, como sucede con el contrato de compra en exclusiva, con el contrato de venta en exclusiva y con el contrato de distribución autorizada³⁷.

Escasa importancia tiene a mi juicio la cuestión de la inclusión de la distribución autorizada en el elenco, inclusión que obedece probablemente a un exceso de celo al

36. Este elenco vendría a implementar, como señala ALONSO SOTO, una posición intermedia que, por un lado, evite entrar en la formulación de reglas específicas para cada uno de los tipos contractuales y, por otro, no implique la omisión de toda mención de estos. ALONSO SOTO, R. 2012: «Bases para una futura regulación...», *op. cit.*, 55.

37. Particularmente crítico con el planteamiento derivado de esta séxtuple enumeración ha sido MORALEJO MENÉNDEZ. Por lo que respecta a la compra en exclusiva y a la venta en exclusiva, reprocha el autor que ambas modalidades contractuales no comparten con los contratos de concesión, de franquicia y de distribución selectiva la nota de la colaboración económica entre las partes, que se traduce en la integración del distribuidor en la red del proveedor-fabricante, titular de la marca y que ha sido seguida tanto por la doctrina como por la jurisprudencia para configurar la categoría de los contratos de distribución comercial. Por lo que respecta a la distribución autorizada, las críticas vienen referidas a su misma autonomía, resultando en opinión del autor artificial la distinción que se efectúa entre los contratos de distribución selectiva y de distribución autorizada. V. MORALEJO MENÉNDEZ, I. 2011: «Régimen jurídico de los contratos de distribución...», *op. cit.*, 16.

tratar de dar carta de naturaleza a aquellas modalidades que de modo más frecuente concurren en la actividad comercial. En relación a la pertinencia de incluir a los contratos de compra en exclusiva y de venta en exclusiva en una hipotética Ley de Contratos de Distribución Comercial, la cuestión presenta sin duda mayor calado.

Personalmente, me uno a la doctrina crítica con la inclusión de dichas figuras en el texto al considerar que ambas modalidades contractuales resultan ajenas al ideal integrador que tradicionalmente ha latido tras la categoría, que hace de la actividad de promoción y de la uniformización de los operadores su objetivo primario. En este sentido, la única nota que apunta en esta dirección vendría dada probablemente por la exclusiva que acompaña a estas figuras. La exclusiva provocaría a mi juicio que, salvando las distancias, puedan aplicarse a la compra en exclusiva y a la venta en exclusiva buena parte de las consideraciones que en relación a la dependencia económica se desarrollarán posteriormente.

En consecuencia, a pesar de que desde un punto de vista sistemático la inclusión de la compra en exclusiva y de la venta en exclusiva resulta forzada, no constituyendo contratos de distribución comercial *stricto sensu*, probablemente en esta ocasión el fin justifique los medios. Teniendo en cuenta la finalidad tuitiva que han revestido los textos en la materia, las dos modalidades contractuales apuntadas podrían beneficiarse de la protección que esta ofrecería. Y es que el principal interés de la futura Ley de Contratos de Distribución Comercial, en mi opinión, no obedece a consideraciones de orden sistemático y/o dogmático sino, más limitadamente, al avance que supone dotar a un conjunto de contratos que sufren con especial intensidad los efectos del tiempo y del desequilibrio de poder inter partes de un estatuto protector básico.

Piénsese, en este sentido, que otros textos han ido todavía más allá, como sucede con el Marco Común de Referencia, que hace entrar a la agencia en el ámbito de aplicación de sus disposiciones generales en el ámbito distributivo, dedicándole posteriormente una serie de preceptos a modo de régimen específico³⁸. La parte E del libro IV del *Draft* (bajo el epígrafe *Commercial agency, franchise and distributorship*) vendría a aproximarse de este modo, salvando las distancias, a la categoría de los contratos de colaboración, clásica en nuestro Derecho.

Dentro del elenco de los contratos de distribución proporcionado por la normativa proyectada, que no tiene carácter exhaustivo, el cabeza de red será libre para elegir el sistema de distribución que más se adapte a sus necesidades y a las características de sus productos o servicios³⁹. Las variables a tener en cuenta son numerosas, no

38. V., en este sentido, CARBAJO CASCÓN, F. 2015: «Mercado, sistemas y contratos de distribución comercial». En F. Carbajo Cascón (dir.): *Los contratos de distribución en las propuestas armonizadoras del Derecho contractual europeo. Repercusiones en el Derecho español y en la práctica contractual*. Valencia: Tirant lo Blanch, 39 y ss.

39. El antiguo Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas defendió desde un momento temprano esta posición. Así, en la Sentencia del Tribunal de Justicia de 25 de octubre de

pudiendo considerar en abstracto que alguno de ellos resulta preferible o superior a los demás, dependiendo tal decisión de un amplio abanico de variables entre las que cabe mencionar las características del producto, el mercado en el que ha de implementarse el sistema o la estrategia de crecimiento que busque seguir el cabeza de red.

Pero cuando hablamos de la extraordinaria amplitud en torno a la que se han concebido los contratos de distribución en nuestro país no aludimos solamente a la pluralidad de modalidades contractuales apuntadas. Estamos haciendo referencia, del mismo modo, a la excesiva amplitud en la que se configura la denominación de contratos de distribución⁴⁰. Y es que no se aprecia, en mi opinión, qué clase de norma puede resultar igualmente apta para reglamentar un contrato de distribución bilateral simple y al tiempo una red de distribución integrada.

Concebido en estos términos el contrato de distribución y habida cuenta del elenco de modalidades explicitado, dos conclusiones se derivan sin dificultad. En primer lugar, la regulación de los contratos de distribución en nuestro país presenta un enfoque marcadamente funcional, como por otra parte no ha tenido problemas en reconocer el legislador⁴¹. En segundo lugar, del inciso final de la definición de contrato de

1977, Asunto C-26/76, Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG contra Comisión de las Comunidades Europeas, el mismo reconoció, en el contexto de un contrato de distribución selectiva de aparatos de electrónica de entretenimiento, que «en particular, en el sector de la producción de bienes de consumo duraderos, de alta calidad y tecnicidad, en el que un número relativamente limitado de productores, grandes y medianos, ofrece una variada gama de aparatos fácilmente intercambiables, en todo caso desde el punto de vista de los consumidores, la estructura del mercado no se opone a la existencia de canales de distribución diferenciados, adaptados a las características propias de los diferentes productores y a las necesidades de las distintas categorías de consumidores».

40. Declara el art. 1.2 del PLCD de 2011 que bajo la denominación de contratos de distribución se comprenden:

- a) Los contratos de distribución celebrados por proveedores con mayoristas, así como los concertados entre proveedores o mayoristas con comerciantes minoristas.
- b) Los contratos de distribución bilaterales simples, los contratos bilaterales con repetición sistemática, así como los acuerdos multilaterales.
- c) Los contratos marco para el desarrollo de las actividades de comercialización por los distribuidores y los que sirven para la constitución de mercados o corros de contratación privada, sean o no en formato electrónico.
- d) Las redes de distribución en las que un organizador dirige o coordina el reparto de las funciones comerciales entre varios distribuidores repartidos territorial o sectorialmente. En particular, las redes de distribución integradas, en las que un proveedor ejerce un poder de dirección comercial sobre una pluralidad de distribuidores, caracterizada por una marca o método operativo propio.

41. El Proyecto de Ley de Contratos de Distribución de 2011 reconoce expresamente en su Exposición de Motivos tal enfoque. Una ley funcional permitiría, en opinión de uno de los redactores del borrador de Anteproyecto de Ley de Contratos de Distribución, centrarse en situaciones que se vean necesitadas de regulación y no en modalidades contractuales. En estos

distribución del PLCD de 2011 se deduce sin problemas que es la distribución indirecta el fenómeno al que se dirige la regulación proyectada, conclusión que viene confirmada en el articulado al excluirse, entre otras figuras, el contrato de agencia expresamente del ámbito de aplicación de la norma⁴².

La aproximación funcional, en mi opinión, es comprensible pero en ningún caso constituye la opción superior. Resulta forzoso reconocer que los contratos de distribución surgieron y se desarrollaron estrictamente vinculados a una consideración funcional de la actividad de distribución. A pesar de la fuerte heterogeneidad que late tras la categoría, al venir conformada por figuras que presentan fuertes divergencias en sus presupuestos y en su operativa, es su función común como instrumentos de aproximación de los bienes y servicios desde el proveedor-fabricante al consumidor lo que en última instancia dota a la categoría de una cierta cohesión interna y en suma de justificación.

Siendo esto innegable, la regulación de dicha categoría de los contratos de distribución comercial ha de transcurrir por otros derroteros. Y es que los problemas, sin duda de calado, que acompañan a la categoría no son debidos en mi opinión a ninguna razón asociada a la actividad distributiva en sí, sino a los instrumentos y a las estructuras en torno a las cuales se implementan los sistemas de distribución en red. Es esta dinámica, que podemos denominar organizativa por contraposición a aquella otra funcional, la que se encuentra detrás de la gran mayoría de los problemas verdaderamente cruciales del sector.

términos, ECHEBARRÍA SÁENZ defiende «un modelo de ley centrada en fiduciary duties, en deberes de lealtad y probidad contractual centrado en aquellas situaciones que, conforme nos dicta la experiencia de la contratación en la distribución generan conflicto o patologías reconocibles, y en la que dichos deberes alcancen por igual a las partes contratantes, con independencia de que sean proveedores o distribuidores o de que se alternen en el uso de dichas funciones a lo largo de la cadena de distribución». V. ECHEBARRÍA SÁENZ, J. A. 2012: «Problemas de política jurídica...», *op. cit.*, 22.

42. Junto a la definición de contrato de distribución y al elenco de figuras a las que el legislador alude expresamente, se consideró conveniente añadir, a modo de cierre del sistema, una lista de figuras que se excluyen expresamente del ámbito de aplicación de la norma. Así, quedan fuera de las diversas propuestas efectuadas hasta la fecha el contrato de agencia, que se rige por la Ley 12/1992, sobre contrato de agencia, los contratos de franquicia industrial, los contratos de comercialización de productos o servicios financieros, los contratos que tengan por objeto principal la logística o el reparto de mercancías y, en general, todas aquellas modalidades de distribución en las que exista una vinculación de naturaleza laboral entre proveedor y distribuidor. A estas exclusiones, que podríamos denominar clásicas, el PLCD de 2011 añadía algunas otras, la mayoría de carácter muy específico en función del bien objeto de la relación distributiva, a lo que se añadía una última exclusión que venía constituida por aquellos acuerdos concluidos con consumidores finales. Las relaciones de consumo han sido tradicionalmente ajenas al Derecho de la distribución, descansando sobre presupuestos bastante diversos, siendo esta previsión en buena medida superflua.

La notable duración que revisten los contratos de distribución y, señaladamente, la integración que sufre el distribuidor en el seno de la red de distribución creada por el cabeza de red como elemento fundador y gestor del sistema son las que se encuentran detrás de la situación de dependencia que sufre el distribuidor moderno. Y es esta dependencia la que en último término hace necesaria a nuestro entender la intervención del legislador, intervención que ha de ir orientada a tratar de reequilibrar la relación contractual, relación que se entabla ya en un clima de desigualdad manifiesta, no haciendo sino aumentar esta brecha con el transcurrir de la relación contractual.

En conclusión, con independencia de la posible conveniencia de regular otro tipo de relaciones distributivas, incluidas aquellas que presentan un carácter ascendente⁴³, considero que la distribución comercial integrada de carácter descendente demanda una normativa sustantiva propia, que no limite su enfoque a la función de la actividad distributiva sino que tenga igualmente presentes los matices que el fenómeno de la integración en red y la vertiente organizativa de estas relaciones comerciales introducen en relación a las partes y a su contenido obligacional⁴⁴.

3.3. ¿Norma dispositiva o norma imperativa?

Junto a las modalidades a las que resulte aplicable la normativa elaborada en sede de contratos de distribución, reviste un interés crucial el enfoque que la misma desarrolle en relación a la libertad de pactos de las partes. Se trata, en suma, de decidir si

43. A pesar de que este trabajo pone el acento en la denominada distribución integrada y en los contratos de distribución comercial, existen numerosos sectores relativamente próximos que, obedeciendo a fundamentos absolutamente diversos de los que aquí se analizan, aconsejan igualmente una intervención del legislador. Piénsese sin ir más lejos en la problemática relativa a las centrales de compra, en las que el reparto de fuerzas se invierte por completo, encontrando una concentración de poder en el nivel intermedio de la cadena, en los distribuidores, al tiempo que los pequeños proveedores (fundamentalmente agrícolas) ven sus intereses y sus márgenes comerciales constantemente amenazados por el estado de vulnerabilidad en el que se encuentran en las negociaciones comerciales. Véase, en relación a esta problemática, ECHEBARRÍA SÁENZ, J. A. 2010: «La distribución mayorista: Proveedores, centrales de compra y centrales de intermediación». En A. Alonso Ureba *et al.* (dirs.): *Los contratos de distribución*. Madrid: La Ley, 93-160.

44. De la lectura del PLCD, particularmente de su Exposición de Motivos, se deduce sin dificultad que la intención del prelegislador es elaborar un texto lo suficientemente amplio para dar cabida tanto a los sistemas de distribución descendentes como ascendentes, al disponer que «Esta aproximación pretende, igualmente, atender a las partes según la función que cumplen, sin importar el lugar que ocupan en la cadena de distribución o las mutaciones de sus funciones en el proceso económico descendente. Así se evita una orientación excesiva de la ley hacia el fenómeno de la distribución vertical descendente y se cubren las situaciones de inversión de poder económico, propias de los entornos mayoristas».

orientamos la regulación de los contratos de distribución hacia un modelo dispositivo, en el que prime la libertad de pactos, o por el contrario imperativo, en el que dicha libertad ceda en atención a lo delicado de los intereses en presencia.

El legislador parece seguir en este punto un proceder marcado por el pragmatismo. Ajeno a los debates doctrinales que se han sucedido en los últimos años, defiende una aproximación que venga a tener en cuenta los problemas y las necesidades del sector. Este hecho se traduce en un punto de partida claramente dispositivo, que únicamente vendría matizado «respecto a aquellas cuestiones que la experiencia señala que terminan constituyéndose en fuente de conflictos»⁴⁵. Será en consecuencia la litigiosidad asociada al sector en los últimos tiempos la que, de este modo, marque los límites a la libertad contractual de las partes, que se erige en línea de principio en criterio inspirador de la norma⁴⁶.

La doctrina ha puesto de manifiesto en numerosas ocasiones la importancia del respeto al principio de la autonomía de la voluntad, que debe presidir no solamente las relaciones en el sector de la distribución comercial, sino de un modo más general todos aquellos supuestos en los que nos encontremos ante relaciones entre empresarios⁴⁷. Todavía, se ha tratado de defender la imperatividad de la futura Ley en aquellos supuestos en los que exista un desequilibrio claro entre las partes contratantes, venga este asociado a cuestiones tales como la diferencia de tamaño de las empresas intervinientes o la cuota de mercado de que puedan disponer.

El desequilibrio de las partes puede obedecer a numerosas variables, algunas de las cuales pueden resultar evidentes pero que no tienen que serlo forzosamente. Factores como el tamaño de la empresa son demasiado inciertos como para resultar aptos para juzgar una situación de desequilibrio, resultando extremadamente delicada su utilización como elemento de valoración. Del mismo modo, teniendo en cuenta el modo en el que se estructuran las redes integradas de distribución, la afirmación de que la normativa revestirá carácter imperativo en aquellos casos en los que exista un desequilibrio claro entre las partes equivaldría a sostener la consideración de norma imperativa del texto en cuestión en la práctica totalidad de las relaciones que encontramos en el sector⁴⁸.

45. Exposición de Motivos del PLCD de 2011.

46. Es tal la importancia que se atribuye a la libertad de pactos que el art. 4.1 PLCD de 2011, que se ocupa de los principios rectores de la norma, le dedica un lugar central al disponer que «Los contratos de distribución se regirán por los principios de libertad de pactos, colaboración, igualdad de trato entre las partes, interés mutuo y buena fe en la ejecución e interpretación de los acuerdos».

47. Véase ALONSO SOTO, R. 2012: «Bases para una futura regulación...», *op. cit.*, 52.

48. Hay que tener en cuenta que los contratos de distribución comercial presentan unos contornos de fuerte desequilibrio. Concentrando el cabeza de red la totalidad de los derechos que aportan un valor añadido a los productos (derechos de propiedad industrial, *know how*,

Optar por una normativa de carácter imperativo resulta por ello a nuestro juicio criticable, no tanto por su formulación, sino por la extrema dificultad que revestiría su implementación práctica⁴⁹. No obstante, es evidente que una norma dispositiva, en un sector como el de la distribución comercial, difícilmente consagrará la autonomía de la voluntad. La voluntad tutelada, habida cuenta del diverso peso específico de las partes, será la del cabeza de red, que se preocupará de ver recogidos sus intereses a lo largo del clausulado contractual. A pesar de todo, considero que el contenido imperativo ha de reducirse al mínimo, procediendo únicamente en aquellos casos en que resulte crucial la observancia de una determinada conducta, como pueda suceder a título de ejemplo con la institución del preaviso.

En definitiva, defendemos en este trabajo una normativa de corte dispositivo, que huya de contenidos impuestos que, por otra parte, no serían fácilmente aceptados por el conjunto de asociaciones de fabricantes y distribuidores, cuya influencia en el proceso legislativo ha quedado claramente de manifiesto en la última década. Las líneas marcadas por la norma señalada se verán reforzadas por instrumentos de carácter más flexible, entre los que destacan sin duda los códigos de conducta, instrumento de gran interés para tratar de fomentar el equilibrio en las relaciones distributivas.

3.4. El papel de los códigos de conducta en el sector de la distribución comercial

Cualquier aproximación al fenómeno de la regulación de los contratos de distribución, en el momento presente, no puede dejar de hacer referencia a un instrumento, cuya caracterización ha suscitado ciertos problemas en doctrina, pero que sin duda está adquiriendo una notable difusión en los últimos tiempos. Estamos haciendo referencia a los códigos de conducta, que se están perfilando como una auténtica alternativa a la ansiada Ley de Contratos de Distribución Comercial.

Los códigos de conducta se enmarcan dentro de un movimiento más amplio y sin duda de mayor calado, que se orienta a la superación del sistema de fuentes clásico

etc.), las relaciones distributivas nacen ya con un marcado carácter desequilibrado. Este hecho no hará sino aumentar con el paso del tiempo, y es que la duración que acompaña a estas modalidades contractuales termina acentuando este desequilibrio, originando la problemática asociada a la dependencia económica del distribuidor respecto de la red.

49. En la misma línea, CANDELARIO MACÍAS, M.^a I. 2015: «El contrato de distribución comercial: ¿En el “futuro” Código Mercantil o en una Ley especial?». En M.^a J. Morillas *et al.* (dirs.): *Estudios sobre el futuro Código Mercantil. Libro homenaje al Profesor Rafael Illescas Ortiz*. Universidad Carlos III de Madrid, 1261, quien apunta el riesgo de que la búsqueda a ultranza del equilibrio de las partes rompa con otro principio informador del Derecho, señaladamente, con la autonomía de la voluntad de las partes contratantes.

y de la concepción del Estado como único autorizado para la creación del Derecho⁵⁰. Es en este movimiento de fomento de la autorregulación en el que ha de concebirse este análisis de la viabilidad de los códigos de conducta en el ámbito de la distribución, instrumento por excelencia dentro del denominado *soft law*.

No ha de sorprender el interés que los códigos de conducta están levantando en el sector, si tenemos en cuenta que el propio prelegislador se ha mostrado partidario de fomentar su difusión, poniendo a cargo de las Administraciones Públicas una labor de promoción de estos instrumentos, con el objetivo de que se lleven a cabo códigos de conducta sectoriales, que puedan servir de ayuda a la hora de interpretar y ejecutar los contratos en el sector de la distribución comercial⁵¹.

El fomento mencionado al recurso a los códigos de conducta cabe no obstante retrotraerlo, teniendo en la Ley de Competencia Desleal, tras su reforma por la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios, su principal manifestación en Derecho interno⁵². Y es que el art. 37 LCD no se limita ya a prever la posibilidad de que se adopten códigos de conducta, sino que establece ya en buena medida el régimen al que habrán de someterse estos y los propios operadores para evitar caer en supuestos de deslealtad⁵³.

Es evidente la mejora que los códigos de conducta suponen respecto de la legislación en cuestiones como la flexibilidad y la posibilidad de prestar atención a situaciones concretas que ofrecen, siendo igualmente de gran utilidad para los jueces a la

50. GARCÍA RUBIO, M.ª P. 2012: «Responsabilidad social empresarial y autorregulación: los códigos de conducta y las fuentes del Derecho». *Boletín del Ministerio de Justicia*, 2012, n.º 2141: 2 y ss. En la misma línea MALUQUER DE MOTES BERNET, J. 2003: «Los códigos de conducta como fuente de Derecho». *Derecho Privado y Constitución*, 2003, n.º 17: 374 y ss., quien no solamente considera que los códigos de conducta suponen una superación del sistema de fuentes tradicional, sino que integra a estos en dicho sistema, al configurar estos instrumentos como costumbre.

51. Desiderátum que se elevó a mandato a la Administración en el art. 5.1 del Proyecto de Ley de Contratos de Distribución de 2011.

52. La preocupación de las autoridades europeas por difundir las posibilidades que plantean los códigos de conducta es sin duda anterior. Así, señalaba el Considerando 49 de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior que «Los Estados miembros y la Comisión fomentarán la elaboración de códigos de conducta; ello no irá en perjuicio del carácter voluntario de dichos códigos ni de la posibilidad de que las partes interesadas decidan libremente la adhesión a los mismos».

53. IRÁCULIS ARREGUI, N. 2012: «El incumplimiento de códigos de conducta como acto de competencia desleal». En J. Viera González *et al.* (dirs.): *La reforma de los contratos de distribución comercial*. Madrid: La Ley, 646.

hora de valorar las conductas de las partes⁵⁴. Todavía, la libertad que plantean como instrumentos de autorregulación es al tiempo su principal debilidad ya que, tratándose de instrumentos de adhesión voluntaria, sus declaraciones únicamente resultarán exigibles en relación a aquellos operadores que hayan decidido libremente someterse a ellos, y lo mismo puede predicarse respecto a la eficacia de las sanciones a que den lugar los incumplimientos⁵⁵.

Lo limitado de la exigibilidad de estos instrumentos ha llevado a cierto sector doctrinal a defender, con buen criterio, la conveniencia de optar por códigos de conducta que podríamos denominar positivos, que marquen la línea a seguir a través de la fijación de estándares que se consideran adecuados para la actividad en el sector y, en general, en el mercado⁵⁶. No se trata tanto de establecer líneas rojas a la conducta de los operadores, labor que excede probablemente del papel que la autorregulación está llamada a desempeñar para entrar en el ámbito de aplicación de la LCD, sino de fomentar determinados comportamientos beneficiosos para el conjunto de las partes implicadas.

Esta es la filosofía que late tras el Código deontológico europeo de la franquicia, que constituye sin duda la muestra más destacada que del fenómeno de la autorregulación podemos encontrar en el sector distributivo en nuestro país, no solamente por el respaldo que supone el venir suscrito por la Asociación Europea de Franquiciadores⁵⁷, sino por el propio contenido que desarrolla⁵⁸.

54. Véase, en relación a un contrato de franquicia, la SAP de Barcelona de 24 de marzo de 2004, Sección 16.ª, RJ 2004\122633, Enrique Alavedra Farrando, donde se recurre, a la hora de valorar el posible incumplimiento de la franquiciadora al Código deontológico de la Federación Francesa de Franquicia.

55. SORO RUSSELL, O. 2010: «Veinte años de resoluciones judiciales de interés civil y mercantil en materia de códigos de conducta: una repercusión todavía muy limitada». *InDret* (www.indret.com), 42.

56. MARTÍ MIRAVALLS, J. 2008: «Los códigos de conducta en las redes de franquicia: El modelo americano *versus* el europeo». *Revista de Derecho Mercantil*, 2008, n.º 269: 953 y ss.

57. Este Código constituye el fruto del trabajo de la Federación Europea de la Franquicia (FEF), y es asumido por los miembros de la Federación en el momento de su adhesión. Este Código Deontológico pretende ser, como se apunta en su prefacio, «un código de buenas costumbres y de buena conducta de los usuarios de la franquicia en Europa; no tiene intención de sustituir los Derechos existentes, ya sean nacionales o europeos».

58. El Código deontológico europeo de la franquicia consta de seis apartados, que recogen buena parte del contenido jurídico obligacional de esta modalidad contractual. El Código comienza con un apartado dedicado a las definiciones, que no solamente detalla lo que debemos entender por franquicia, sino que destaca igualmente los elementos que deben concurrir en todo sistema susceptible de ser considerado franquicia, aclarando del mismo modo ciertos conceptos que se consideran esenciales, señaladamente el de *know how*. Tras las definiciones, encontramos el apartado correspondiente a los principios generales, en el que se detalla el contenido obligacional que deberá respetar el franquiciador, el franquiciado, y aquel que habrán

Textos como el referido presentan una gran utilidad en mi opinión a modo de clave de bóveda, dándole cierre al sistema. Es evidente que los códigos de conducta sufren las limitaciones derivadas de la falta de exigibilidad en relación a los operadores no adheridos, pero no por ello carecen de gran interés. Y es que, de recibir un código de conducta el suficiente respaldo, se convierte en una herramienta poderosa, susceptible de influir en las decisiones de la clientela y concretando las previsiones de la legislación por lo que respecta a los diversos sectores en cuestión. Es en esta búsqueda de afianzamiento de los códigos de conducta en la que hay que entender los llamamientos a las autoridades por parte de los textos elaborados en materia de distribución para fomentar su promoción y utilización.

4. CONCLUSIONES

De la lectura de las páginas precedentes se desprende la complejidad inherente a cualquier intento de dotar a los contratos de distribución comercial de un régimen sustantivo propio. Lo heterogéneo de la categoría dificulta en primer lugar la adopción de soluciones comunes a los diversos tipos contractuales, hecho que no hace sino acentuarse debido a la fuerte oposición de intereses que encontramos entre fabricantes y distribuidores en el sector.

A pesar de que la promulgación de una Ley de Contratos de Distribución Comercial se antoja poco probable en el corto plazo, la cuestión sin duda habrá de retomarse, no debiendo permitirse que un sector con la proyección de la distribución comercial continúe huérfano de cobertura normativa. La labor se antoja, no obstante, ardua, si tenemos en cuenta que ni siquiera la elaboración de un gran texto sistemático como la Propuesta de Código Mercantil permitió alcanzar un cierto nivel de consenso entre los actores interesados.

de observar ambos. El apartado tercero desarrolla ciertas previsiones en relación a la dinámica que ha de guiar la contratación y la publicidad en el sector, con especial atención a los supuestos en los que se proponga un precontrato. En relación a la selección de los franquiciados que compongan la red, el apartado cuarto se limita a demandar que únicamente sean seleccionados aquellos franquiciados que reúnan las condiciones exigibles tras la oportuna investigación. Particular interés y relevancia reviste el apartado quinto, relativo al contrato de franquicia en tanto instrumento. Presenta el apartado dos partes diferenciadas. En la primera se efectúa una suerte de continuación de los principios generales del apartado segundo, esta vez circunscribiéndose el texto a la esfera del contrato. A continuación, se desarrolla un elenco de elementos al que el texto alude bajo la denominación de «puntos esenciales». Finalmente, el apartado sexto zanja la cuestión de la incidencia del Código deontológico en las relaciones de máster franquicia, disponiendo que este únicamente resulta de aplicación a las relaciones entre el máster y sus franquiciados, quedando fuera en consecuencia la relación entre el franquiciador y el máster.

La dirección a seguir pasa por adoptar un sistema claramente dispositivo, que reconozca a las partes contratantes una amplia libertad contractual. Este enfoque, no obstante, no ha de quedar en un desiderátum, debiendo respetarse posteriormente en el articulado del texto. Debe evitarse en consecuencia la tentación de tratar de reequilibrar las relaciones distributivas a través de ley, proceder que ha venido justificado en ocasiones en relación a aquellas cuestiones que tienden a constituirse en fuentes de conflictos.

Las carencias que a una norma marcadamente dispositiva cabría achacar pueden ser probablemente suplidas por una utilización adecuada de los códigos de conducta en el sector. Estos instrumentos, que están llamados a completar y a dar cierre al futuro régimen jurídico de la categoría, resultan sin duda especialmente útiles en el periodo actual, constituyendo un medio eficaz para fomentar la lealtad de los operadores y la corrección en el tráfico.

5. BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO SOTO, R. 2010: «El Anteproyecto de Ley de Contratos de Distribución». En D. Vázquez Albert (dir.): *Los contratos de distribución comercial. Novedades legislativas y jurisprudenciales*. Valencia: Tirant lo Blanch, 33-46.
- ALONSO SOTO, R. 2012: «Bases para una futura regulación de los contratos de distribución». En J. Viera González *et al.* (dirs.): *La reforma de los contratos de distribución comercial*. Madrid: La Ley, 49-62.
- CANDELARIO MACÍAS, M.^a I. 2015: «El contrato de distribución comercial: ¿En el “futuro” Código Mercantil o en una Ley especial?». En M.^a J. Morillas *et al.* (dirs.): *Estudios sobre el futuro Código Mercantil. Libro homenaje al Profesor Rafael Illescas Ortiz*. Universidad Carlos III de Madrid, 1247-1261.
- CAÑABATE POZO, R. 2014: «Nueva perspectiva de regulación de los contratos de distribución». *Revista Aranzadi Doctrinal*, 2014, n.º 11: 23-42
- CARBAJO CASCÓN, F. 2015: «Mercado, sistemas y contratos de distribución comercial». En F. Carballo Cascón (dir.): *Los contratos de distribución en las propuestas armonizadoras del Derecho contractual europeo. Repercusiones en el Derecho español y en la práctica contractual*. Valencia: Tirant lo Blanch, 33-47.
- CARRASCO PERERA, A. 2011: «Regulación de los contratos de distribución de vehículos automóviles e industriales: ¿pero de verdad se ha derogado el régimen de contratos de distribución de automóviles de la Ley de Economía Sostenible?». *Diario La Ley*, 2011, n.º 7615.
- CRUZ RIVERO, D. 2015: «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 M.^a J. Morillas *et al.* (dirs.): *Estudios sobre el futuro Código Mercantil. Libro homenaje al Profesor Rafael Illescas Ortiz*. Universidad Carlos III de Madrid, 1262-1288.
- DOMÍNGUEZ GARCÍA, M. A. 1985: «Aproximación al régimen jurídico de los contratos de distribución. Especial referencia a la tutela del distribuidor». *Revista de Derecho Mercantil*, 1985, n.º 177: 419-488.

- ECHEBARRÍA SÁENZ, J. A. 2010: «La distribución mayorista: Proveedores, centrales de compra y centrales de intermediación». En A. Alonso Ureba *et al.* (dirs.): *Los contratos de distribución*. Madrid: La Ley, 93-160.
- ECHEBARRÍA SÁENZ, J. A. 2012: «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*, 2012, n.º 10, 15-54.
- FERRIER, D. 2012: *Droit de la distribution*. 6.ª ed. Paris: LexisNexis.
- GARCÍA RUBIO, M.ª P. 2012: «Responsabilidad social empresarial y autorregulación: los códigos de conducta y las fuentes del Derecho». *Boletín del Ministerio de Justicia*, 2012, n.º 2141: 2-14.
- GÓMEZ ASENSIO, C. 2014: «Los deberes fiduciarios en los contratos de distribución». *Revista de Derecho de la Competencia y la Distribución*, 2014, n.º 15: 147-168.
- IRÁCULIS ARREGUI, N. 2012: «El incumplimiento de códigos de conducta como acto de competencia desleal». En J. Viera González *et al.* (dirs.): *La reforma de los contratos de distribución comercial*. Madrid: La Ley, 643-655.
- MALUQUER DE MOTES BERNET, J. 2003: «Los códigos de conducta como fuente de Derecho». *Derecho Privado y Constitución*, 2003, n.º 17: 361-376.
- MARTÍ MIRAVALLES, J. 2008: «Los códigos de conducta en las redes de franquicia: El modelo americano versus el europeo». *Revista de Derecho Mercantil*, 2008, n.º 269: 949-994.
- MARTÍ MIRAVALLES, J. 2009: «Aproximación a la ley modelo UNIDROIT sobre franquicia». En E. Bosch Capdevila (coord.): *Derecho contractual europeo. Problemática, propuestas y perspectivas*. Barcelona: Bosch, 391-403.
- MORALEJO MENÉNDEZ, I. 2007: *El Contrato Mercantil de Concesión*. Cizur Menor (Navarra): Aranzadi.
- MORALEJO MENÉNDEZ, I. 2011: «Régimen jurídico de los contratos de distribución (De la D. A. 1.ª de la Ley del Contrato de Agencia por la que se establece el régimen jurídico de la distribución de vehículos automóviles e industriales al proyecto de ley de contratos de distribución». *Derecho de los Negocios*, 2011, n.º 252: 7-26.
- RUIZ PERIS, J. I. 2012: «Las redes empresariales en el Proyecto de Ley de Contratos de Distribución español de 2011». En J. Viera González *et al.* (dirs.): *La reforma de los contratos de distribución comercial*. Madrid: La Ley, 75-87.
- SORO RUSSELL, O. 2010: «Veinte años de resoluciones judiciales de interés civil y mercantil en materia de códigos de conducta: una repercusión todavía muy limitada». *InDret* (www.indret.com).