

JAVIER FONTCUBERTA LLANES

BIBLIOTECA  
ENRIQUE LOW MURTRA

EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN  
DE BIENES DE CONSUMO  
Y LA LLAMADA INDEMNIZACIÓN  
POR CLIENTELA

ESADE ALUMNI

FACULTAD DE DERECHO DE ESADE

Marcial Pons

MADRID | BARCELONA | BUENOS AIRES

2009



# ÍNDICE

	Pág.
<b>PRÓLOGO</b> .....	15
<b>PARTE PRIMERA</b>	
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
1. PLANTEAMIENTO.....	21
2. OPORTUNIDAD DE LA MATERIA OBJETO DE ESTUDIO .....	25
2.1. La importancia de la distribución en la economía española.....	26
2.2. La falta de uniformidad en el criterio del Tribunal Supremo sobre la procedencia o no de la indemnización por clientela en la terminación de las relaciones de distribución.....	28
2.3. La falta de uniformidad en criterio doctrinal.....	32
2.4. La existencia de una proposición de ley sobre contratos de distribución.....	34
<b>PARTE SEGUNDA</b>	
<b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b>	
<b>Y CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN</b>	
<b>CAPÍTULO I. LAS RELACIONES DE DISTRIBUCIÓN</b> .....	41
1. APROXIMACIÓN HISTÓRICA A LAS RELACIONES DE DISTRIBUCIÓN.....	41
2. FORMAS DE ESTRUCTURAR EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....	46
2.1. La existencia del distribuidor. Justificación y conveniencia.....	47
2.2. La red o canal de distribución. Comercio mayorista y minorista....	50
2.3. La red o canal de distribución indirecta mayorista y minorista.....	64
2.4. Las redes verticales integradas descendentes. Consideraciones generales.....	72

	Pág.
2.5. Formas de estructurar la distribución vertical integrada descendente .....	82
2.6. Flujos de relaciones entre los miembros de la red vertical integrada descendente .....	95
<b>CAPÍTULO II. EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN.....</b>	<b>103</b>
<b>1. EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN. UBICACIÓN, CARACTERÍSTICAS, LÍMITES Y CONCEPTO .....</b>	<b>103</b>
1.1. Ubicación del contrato de distribución.....	103
1.2. Caracterización tipológica del contrato de distribución.....	108
1.3. Límites al contrato de distribución.....	116
1.3.1. La autonomía de la voluntad.....	116
1.3.2. Otras limitaciones legales .....	120
1.4. Concepto del contrato de distribución.....	121
<b>2. OBLIGACIONES CARACTERÍSTICAS DE LAS PARTES EN LOS CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN SOMETIDOS AL DERECHO ESPAÑOL ...</b>	<b>121</b>
2.1. Obligaciones características del fabricante.....	122
2.2. Obligaciones características del distribuidor.....	128

### PARTE TERCERA

## **LA TERMINACIÓN DEL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN Y LA COMPENSACIÓN POR CLIENTELA**

<b>CAPÍTULO I. EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN, DURACIÓN Y TERMINACIÓN.....</b>	<b>141</b>
1. DURACIÓN MÍNIMA DE LOS CONTRATOS.....	142
2. EL DESISTIMIENTO: TIPOLOGÍA Y ELEMENTOS.....	144
3. PARTIDAS INDEMNIZATORIAS COMO CONSECUENCIA DE LA TERMINACIÓN: PLANTEAMIENTO .....	152
<b>CAPÍTULO II. CONSECUENCIAS DE LA TERMINACIÓN DEL CONTRATO: LA CLIENTELA .....</b>	<b>159</b>
1. ORIGEN DE LA LLAMADA INDEMNIZACIÓN POR CLIENTELA EN EL DERECHO ESPAÑOL .....	159
2. LA INDEMNIZACIÓN POR CLIENTELA EN LA LEY SOBRE EL CONTRATO DE AGENCIA.....	171
3. CARÁCTER DE LA COMPENSACIÓN POR CLIENTELA .....	190
3.1. El enriquecimiento sin causa o carácter compensatorio.....	191
3.2. El carácter remuneratorio.....	205
3.3. El carácter social o tuitivo .....	219
<b>CAPÍTULO III. LA PROCEDENCIA O IMPROCEDENCIA DE LA COMPENSACIÓN POR CLIENTELA EN LAS RELACIONES DE DISTRIBUCIÓN.....</b>	<b>227</b>
1. PLANTEAMIENTO DE LA CUESTIÓN.....	227

	Pág.
2. CRÍTICA DE LOS ARGUMENTOS SOSTENIDOS .....	231
2.1. La analogía .....	232
2.1.1. Consideraciones generales .....	232
2.1.2. Afinidades entre el contrato de agencia y de distribución...	237
2.1.3. Diferencias entre el contrato de agencia y de distribución...	241
2.2. Otros criterios .....	259
2.2.1. La protección social del distribuidor .....	259
2.2.2. El enriquecimiento sin causa.....	266
2.2.3. El argumento remuneratorio .....	271
3. CONSIDERACIONES FINALES.....	281
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>285</b>