

ÍNDICE

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

© CONSEJO GENERAL DEL PODER JUDICIAL
C/ Marqués de la Ensenada, 8 - 28071 MADRID

ISSN: 1134-9670
ISBN: 978-84-96809-18-5
Depósito legal: M. 17.037 - 2007
Imprime: LERKO PRINT, S.A.
Paseo de la Castellana, 121. 28046 Madrid

EL MARCO LEGISLATIVO COMUNITARIO DE LOS CONTRATOS DE COLABORACIÓN COMERCIAL: AGENCIA, DISTRIBUCIÓN Y FRANQUICIA. Teresa María Ramos Ibós. Profesora de la Universitat Oberta de Catalunya.....	15
I. Teoría General de los contratos mercantiles internacionales.....	18
1. Introducción: el fenómeno de la globalización	18
2. Caracteres del contrato internacional de colaboración comercial	18
II. Las formas de penetración en el mercado europeo. Distintas modalidades de colaboración en el comercio exterior	20
1. Penetración directa	20
2. Penetración a través de intermediarios.....	21
III. Contrato de Agencia	22
1. Concepto.....	22
2. Características	24
3. Derechos y obligaciones de las partes	24
4. Terminación del contrato y derecho a indemnización	28
IV. Contrato de Distribución	30
1. Concepto y características	30

2. Distinción de figuras afines	32
3. Derechos y obligaciones de las partes	33
V. Contrato de Franquicia	35
1. Introducción.....	35
2. Concepto.....	36
3. Características	40
VI. Problemas de Derecho internacional privado.....	41
1. Competencia judicial. Convenio de Bruselas de 1968 y Reglamento n.º 44/2001, de 22 de diciembre de 2001	41
2. Ley aplicable. Convenio de Roma, de 19 de junio de 1980	47
VII. Normas imperativas que inciden en los contratos de distribución comercial	50
1. Normas relativas a la defensa de la competencia ..	50
2. Normas relativas a la regulación del comercio	51
VIII. Bibliografía	52
LOS PROBLEMAS PROCESALES EN LOS CONTRATOS DE AGENCIA, DISTRIBUCIÓN Y FRANQUICIA. EN ESPECIAL, LA TÉCNICA PROBATORIA. Francisco José Peláez Sanz. Profesor Titular de Derecho Procesal. ESADE, Abogado	
I. Los contratos de agencia, distribución y franquicia...	57
1. Contrato de agencia	58
2. El contrato de distribución.....	59
3. El contrato de franquicia.....	61
II. Los principales problemas planteados en los procesos que tienen por objeto un contrato de agencia, distribución o franquicia	63
1. Los problemas fácticos y jurídicos	65
2. Determinación del tipo de contrato que se pone en cuestión y concreción de los pactos y compromisos que regulan las relaciones entre las partes	66
A) Si el contrato está debidamente documentado ...	66

B) Si el contrato no se encuentra documentado o su documentación es incompleta	66
3. Determinado convenientemente el contrato que acordaron las partes, conviene precisar los concretos problemas que se plantean en este ámbito.....	67
A) La solicitud del productor, concedente, franquiciador ante los Tribunales.....	67
B) La petición más frecuente realizada por el agente, distribuidor o franquiciado ante los Tribunales.....	68
III. Especial consideración de la indemnización por clientela.....	70
1. Posible aplicación analógica de la indemnización por clientela al distribuidor	70
2. Presupuestos o requisitos para aplicar la indemnización por clientela	71
3. Determinación de la cuantía de la indemnización...	73
IV. Los procesos que tienen por objeto los problemas generados por el contrato de agencia, distribución y franquicia.....	75
1. Competencia objetiva y procedimiento	76
2. La demanda plantea varias cuestiones.....	76
3. La audiencia previa al juicio.....	78
4. El juicio.....	80
V. Conclusión	80
PROBLEMAS PRÁCTICOS EN LA APLICACIÓN DE LA LEY SOBRE CONTRATO DE AGENCIA. Carlos Larrumbe Lara. Abogado	
I. Introducción	86
II. Cuestión Previa: Breve referencia a los antecedentes. Posición de debilidad del agente comercial	87
1. Breve referencia de antecedentes legales.....	87
A) Encuadramiento de estas relaciones en el Real Decreto 1438/85, de 1 de agosto: Relación laboral especial de representantes de comercio	87

B) Ley sobre contrato de agencia 12/1992: mercantilización de la relación	88
2. El agente comercial como parte débil de la relación ..	89
III. Problemas que surgen al tiempo de la resolución del contrato	90
1. Resolución verbal	90
2. Resolución tácita	91
IV. Juzgado competente.....	92
V. Indemnización por creación de clientela	93
1. Requisitos básicos	93
2. Cuantificación de la indemnización por clientela	101
VI. Indemnización por creación de clientela derivada de resolución por el agente a causa de edad o enfermedad grave.....	103
1. Edad.....	103
2. Enfermedad	104
VII. Indemnización por falta de preaviso	104
VIII. Indemnización de daños y perjuicios: art. 29 de la Ley y art. 1.101 del Código Civil.....	107
IX. Resolución del contrato por causas imputables al agente comercial.....	109
1. Incumplimiento de la prohibición de competencia durante la vigencia del contrato	109
2. Imposición de objetivos anuales de ventas	112
X. Complejidad Probatoria.....	113
1. Falta de determinación de la causa de resolución en la comunicación al agente	114
2. La procedencia de la indemnización por clientela..	115
3. Competencia desleal.....	117
4. Menció n especial de la prueba pericial contable, y pruebas complementarias	118
A) La prueba pericial	118
B) Respuestas Escritas de Clientes	120
XI. Costas judiciales	121

ASPECTOS GENERALES DEL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN EN EXCLUSIVA.

Edmundo Rodríguez Achútegui. Magistrado 123

I. Formas jurídicas de la colaboración entre empresarios.....	126
II. Los caracteres del contrato de distribución	128
1. Cooperación.....	128
2. Atipicidad	129
3. Vocación de estabilidad.....	130
4. Carácter sinalagmático	131
5. Onerosidad.....	132
6. Representación	132
7. Contrato de Adhesión.....	132
III. Delimitación con otras figuras.....	133
1. Distribución y agencia.....	134
2. Distribución y corretaje.....	135
3. Distribución y Comisión mercantil	136
IV. Naturaleza del contrato de distribución.....	137
V. Clases de contratos de distribución	138
1. Distribución autorizada o selectiva	138
2. Distribución en exclusiva o concesión.....	140
3. Franquicia	140
VI. La distribución en exclusiva o concesión.....	142
1. Admisibilidad del pacto	143
2. Concepto.....	144
3. Caracteres	145
V. Régimen jurídico del contrato de distribución	146
1. Duración del contrato.....	149
2. Resolución del contrato.....	150
3. Exigencia de preaviso.....	151
4. Indemnización por clientela	153
VI. Bibliografía	159

CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA. Ricardo Alonso Soto.

Catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad Autónoma de Madrid. Ex-Vicepresidente del Tribunal de Defensa de la Competencia. Consultor de Gómez Acebo & Pombo Abogados..... 161

- I. La distribución comercial 163
- II. El Contrato de Agencia 166
- III. Los contratos de distribución en sentido estricto 168
 1. La compraventa con pacto de exclusiva 171
 2. El contrato de concesión comercial 171
 3. El contrato de distribución selectiva o de establecimiento autorizado 173
 4. El contrato de franquicia 176
- IV. La aplicación de las normas sobre defensa de la competencia a los contratos de distribución..... 177
 1. La situación en el Derecho comunitario europeo ... 178
 2. La situación en el Derecho español 191

LA EXPERIENCIA JUDICIAL EN LA DEFENSA DE LA COMPETENCIA; APLICACIÓN POR LOS TRIBUNALES ESPAÑOLES DEL REGLAMENTO CE 1/2003. Alberto Arribas Hernández. Magistrado-Juez 201

- I. Introducción 204
- II. Régimen del Reglamento 1/2003 205
- III. La práctica de los órganos judiciales en la aplicación de los arts. 81 y 82 del Tratado 207
- IV. Algunas cuestiones procesales..... 210
 1. Aplicación del Derecho nacional de la competencia 210
 2. El problema de la acumulación de acciones y reconvencción..... 212
- V. *Amicus curiae* 215
 1. Deber de la Comisión de transmitir a los órganos jurisdiccionales nacionales la información que obre en su poder 216

2. Solicitud de dictamen sobre cuestiones referentes a la aplicación de las normas comunitarias de competencia..... 218
3. Cauce procesal para solicitar a la Comisión la emisión de dictámenes o información..... 219
4. Presentación de observaciones al órgano jurisdiccional nacional por parte de la Comisión y de las autoridades nacionales de competencia 220
5. Transmisión a la Comisión de las sentencias de los órganos jurisdiccionales nacionales que aplican los arts. 81 y 82 del Tratado..... 223
- VI. Aplicación uniforme de la normativa comunitaria de la competencia 224

EL CONTRATO DE FRANQUICIA. CUESTIONES GENERALES. Isabel Giménez García. Profesora Colaboradora de la Universidad de Barcelona..... 229

- I. Noción histórica del *franchising* 231
- II. El contrato de franquicia 233
 1. Concepto..... 233
 2. Naturaleza..... 236
- III. La franquicia y las condiciones generales..... 238
- IV. Clases 239
- V. Registro de franquiciadores. Tratos preliminares y responsabilidad precontractual 242
 1. Registro de franquiciadores..... 242
 2. Tratos preliminares y responsabilidad precontractual.. 249
- VI. El contenido del contrato..... 251
 1. Son elementos esenciales del contrato de franquicia 254
 2. Obligaciones del franquiciador 254
 3. Las obligaciones del franquiciado..... 254
- VII. La duración y extinción del contrato..... 258
 1. Los contratos con duración determinada 259
 2. Contratos de duración indeterminada..... 260
- VIII. Bibliografía 263

LOS CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN Y EL DERECHO DE MARCA. Elena Boet Serra. Profesora Titular de Derecho mercantil. Universidad de Girona.....	267
I. Planteamiento.....	270
II. El registro de la marca del empresario principal a nombre del distribuidor. Protección jurídica	275
1. Acción reivindicatoria	276
2. Nulidad absoluta. La mala fe del distribuidor.....	283
3. Nulidad relativa	287
A) Derecho de oposición al registro	288
B) Acción de nulidad relativa	289
III. La marca de agente o representante. Protección jurídica.	290
IV. Presupuestos constitutivos de la prohibición relativa de registro ex art. 10.1 de la Ley de Marcas	294
1. Presupuestos subjetivos.....	294
A) Agente o representante.....	294
B) Empresario principal titular de la marca.....	298
2. Presupuestos objetivos	306
A) Marcas idénticas o semejantes	306
B) Riesgo de confusión	307
C) Apropiación indebida de la marca: registro a nombre del agente o representante sin justificación.....	311
V. El uso por el distribuidor de la marca del principal ...	314
1. El <i>ius prohibendi</i> del concedente	314
2. La acción de cesación ex art. 10 de la Ley de Marcas y 6 <i>septies</i> del CUP.....	315
AGENTE, DISTRIBUIDOR O FRANQUICIADO Y COMPETENCIA DESLEAL. Blas Alberto González Navarro. Magistrado	319
I. Introducción	321
1. La delimitación del problema.....	324
II. La cláusula general de competencia desleal.....	330
2. La captación de clientela.....	333

III. Actos de confusión	341
IV. Actos de engaño, con obsequios, primas y supuestos análogos, de denigración, de comparación.....	344
V. Actos de imitación	347
VI. Explotación de la reputación ajena.....	350
VII. Violación de secretos	352
VIII. Inducción a la infracción contractual	359
1. Las ventas grises	362
IX. Violación de normas	367
X. Discriminación y dependencia económica	367
XI. Ventas a pérdida.....	368
XII. La acumulación de acciones por incumplimiento del contrato de agencia, distribución o franquicia y la competencia desleal.....	369
XIII. Bibliografía	374
"CONTRATOS MESTIZOS". PROBLEMÁTICA DE LOS CONTRATOS VINCULADOS AL DE AGENCIA, DISTRIBUCIÓN Y FRANQUICIA (LOS CONTRATOS DE SUMINISTRO, CONTRATO DE COMISIÓN, CONTRATO DE TRANSPORTE, REFLEJOS LABORALES DE ESTE TIPO DE CONTRATOS). CONTRATOS ATÍPICOS, VINCULADOS Y COMPLEJOS. José María Fernández Seijo. Magistrado.....	375
I. Algunas precisiones conceptuales	380
II. Otros contratos de colaboración mercantil.....	392
III. El contrato de suministro.....	398
IV. El contrato de transporte.....	402
V. Reflejos laborales de estos contratos	406
VI. Referencia a las principales sentencias citadas	409