

EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN NO TIENE PLAZO MÍNIMO LEGAL**Mariano Esper**

Resumen: Se analiza la existencia, o no, de un plazo mínimo legal obligatorio de duración para el contrato de distribución.

Palabras clave: contrato de distribución – plazo legal

Abstract: The existence, or not, of a mandatory legal minimum term for the distribution contract is analyzed.

Key words: distribution contract - legal term

Qué trataré en esta nota.

Este breve trabajo examina un tema que no ha sido tratado en profundidad por la doctrina nacional y que resulta de suma importancia para demasiadas empresas vinculadas con la distribución de bienes y productos y para sus respectivos departamentos y asesorías legales: la existencia, o no, de un plazo mínimo legal obligatorio de duración para el contrato de distribución, a tenor de lo que dispone el borroso art. 1511, b), del Código Civil y Comercial de la Nación (CCC, en lo sucesivo), cuyo análisis constituye el objeto central de esta nota.

Dos aclaraciones previas.

En este trabajo:

1. Utilizaré las expresiones “distribución” o “contrato de distribución” como referidas al contrato de distribución en sentido estricto o restringido, también conocido como distribución propiamente dicha, y no en sentido amplio o como género de los contratos de distribución que comprende, además, de la distribución en sentido estricto, otros contratos afines como la agencia, la concesión, etc. (cf. ETCHEVERRY, Raúl A., capítulo VII “Generalidades sobre los contratos de distribución [comercialización]”, en *Derecho Comercial y Económico. Contratos. Parte especial*, t. 1, Buenos Aires, Astrea, 1991, p. 205).

2. Presupongo que el lector conoce el contrato de distribución, sus características, elementos, funcionamiento y diferencias con otras figuras familiares, por lo que no me detendré en esos aspectos y abordaré directamente el tema expresado en el punto I de esta nota.

Introducción.

En numerosos rubros y actividades, como comercialización de bebidas, alimentos, combustibles, cigarrillos, libros, productos de librería comercial, películas, diarios y revistas, efectos mercantiles en general y un largo etcétera, las empresas dedicadas a comercializar esos productos, ya sean propios o importados, utilizan distintos canales y vías para que los bienes lleguen a más personas, zonas y destinos.

Los diversos esquemas jurídico-negociales de comercialización empleados pueden consistir en la utilización de estructuras propias o de terceras personas; dentro de este último supuesto, una de las modalidades más utilizadas es el contrato de distribución, en sus diversas variantes, modalidades

y escalas (sobre distribuidor comerciante y distribuidor empresario, y sus diferencias de funcionamiento, ver RAMÍREZ BOSCO, Lucas, *Comercialización masiva de bienes y servicios*, Buenos Aires, Hammurabi, 2012, ps. 180-181).

Hasta la entrada en vigor del CCC, este contrato de fuerte raigambre comercial no se encontraba regulado de forma sistemática y general en la ley de fondo, más allá de que sí lo estaba una figura antiquísima y antecedente lejana de él, como es el contrato de consignación o comisión (arts. 232 a 281, Cód. de Com.; actualmente, arts. 1335 a 1344, CCC). Tampoco se encontraban disciplinados, por cierto, otros contratos comerciales afines a la distribución como la representación comercial, la agencia, el suministro, la concesión y la franquicia, que se empleaban y utilizan para alcanzar la finalidad indicada en el primer párrafo de esta introducción.

A partir de la sanción y vigencia del CCC, la mayoría de los contratos señalados se encuentra regulada en el nuevo ordenamiento. Así: el suministro (arts. 1176 a 1186), la agencia (arts. 1479 a 1501), la concesión (arts. 1502 a 1511) y la franquicia (arts. 1512 a 1524). El contrato de distribución, sin embargo, no ha sido regulado, pese a su vasta utilización y tradición en el tráfico mercantil.

A todas las figuras de comercialización referidas, a otros contratos no disciplinados y a otros tipos de contratos de diverso perfil y función económica se les aplican las normas generales que regulan la materia contractual, esto es, los arts. 957 a 1091, CCC, dentro de las cuales cobran especial relevancia, por su novedad, importancia y por el carácter imperativo de las reglas que contienen, los arts. 984 a 989 que disciplinan los contratos por adhesión –mecánica usual de celebración de los contratos de comercialización y casi masiva en materia de franquicias, por ejemplo–, y el art. 1011 en los casos en que el contrato de que se trate pueda ser considerado “de larga duración”, situación que se presenta no pocas veces en las figuras bajo análisis y, particularmente, en el contrato de distribución.

En el ámbito de las empresas y estudios de asesoramiento legal a las firmas que utilizan el contrato de distribución como esquema central para la comercialización de sus bienes y productos es frecuente que se presente la duda siguiente: el contrato de distribución, ¿tiene en el CCC un plazo mínimo o puede ser celebrado por cualquier período de duración?

La ausencia de una respuesta clara me determinó a escribir esta nota, en la cual indico los fundamentos jurídicos por los cuales considero que, en el Derecho argentino, el contrato de distribución carece de un plazo mínimo legal que deba ser respetado imperativamente por los contratantes al tiempo de su celebración.

Algo sobre los contratos de comercialización en el CCC.

Como ya indiqué, el CCC adoptó la decisión de regular algunos contratos de uso tradicional en el ámbito de la comercialización de bienes, como el suministro, la agencia, la concesión y la franquicia, aunque no explicó en los *Fundamentos del Anteproyecto de Código Civil y Comercial de la Nación* los motivos que lo indujeron a ello. Es altamente opinable si esas figuras debieron ser reguladas o si debieron dejarse como hasta antes del CCC sin tratamiento legal específico; y, en el primer caso, si debieron disciplinarse como el CCC lo hizo o si la regulación debió ser de otro tenor. Pero este análisis resulta ajeno al objetivo propuesto para esta nota, por lo que omito su tratamiento.

Los contratos de comercialización legislados fueron los indicados en el apartado III precedente, en los artículos del CCC allí referidos, que se agregaron a otras figuras vinculadas en parte con la temática bajo análisis, también disciplinadas en el CCC: mandato (arts. 1319 a 1334, y art. 358 y ss.,

y 362 y ss., en lo que corresponda), consignación (arts. 1335 a 1343) y estimatorio (art. 1344, dentro del capítulo que trata el contrato de consignación).

La regulación legal de los contratos de comercialización genera estas reflexiones:

1. Como consecuencia de la unificación legislativa de parte de la materia civil con la mercantil producida con la sanción del CCC, los contratos de comercialización tradicionalmente calificados como comerciales o mercantiles carecen ya de ese aditamento y se denominan, y corresponde designarlos así en lo sucesivo, sin el adjetivo “comercial” con que históricamente se los conocía.

2. Así, entonces, en lugar de nominarlos como suministro comercial, concesión comercial, franquicia comercial, etc., el CCC los denomina: suministro, concesión, franquicia, etc., y así corresponde recordarlos. Esta simplificación no ha podido evitar que se cuele la denominación “mercantil” en alguna oportunidad, como ocurre en el caso del art. 1512, CCC, el cual alude a la “franquicia comercial” cuando define a la figura.

3. La disciplina legal de los contratos de comercialización contiene un delicado equilibrio entre la libertad de contratación que, como regla, rige en materia contractual (doct. arts. 12, 958 y 962, CCC), y la intervención legislativa del Estado a través del dictado de normas imperativas de cumplimiento obligatorio para los contratantes, cuyo contenido estas no pueden infringir (doct. arts. 12 y 958, CCC).

4. Las reglas imperativas obligatorias para las partes campean en menor medida en el contrato de suministro y se presentan con mayor fuerza en la agencia, concesión y franquicia; en estos últimos casos, generalmente o siempre actúan en protección del contratante teóricamente más débil en la relación negocial: el agente, el concesionario o el franquiciado.

5. En algunos casos, el carácter imperativo de la regla legal surge de forma evidente por su contenido o redacción: tales los supuestos regulados por los arts. 1177, 1492, 1493, 1506 y 1519, CCC, entre otros; en otras hipótesis, el perfil supletorio de la norma también resulta palmario, como se deduce sin dudas, por ejemplo, de los arts. 1178, 1179, 1180, 1181, 1486, 1490, 1503, 1510, 1517 y 1518, CCC, en cuanto admiten expresamente el pacto en contrario a la regla de derecho contenida en ellos.

6. Sin embargo, existen algunos casos en los cuales la condición de norma supletoria o imperativa resulta dudosa y, en ellos, el asesor legal debe adoptar una decisión al momento de redactar, revisar, interpretar o ejecutar un contrato de comercialización o de iniciar acciones legales con fundamento en él.

7. Finalmente, para concluir con esta breve alusión a las figuras bajo análisis, señalo que la regulación legal de cada contrato de comercialización tiene un método de tratamiento más o menos similar en el CCC: definición legal, omisión de reglas respecto de la forma o prueba del contrato – con excepciones, claro, como la forma escrita expresamente exigida para el contrato de agencia (art. 1479, CCC)–, normas sobre obligaciones y derechos de las partes, extinción del negocio y algunas reglas especiales según el tipo de vínculo creado, como las relativas a la exclusividad, la no competencia o las relaciones laborales, por ejemplo, entre otras cuestiones.

El contrato de distribución en el CCC.

La utilización masiva del contrato de distribución en nuestras plazas, su extensión a lo largo de todo el país, su tradición mercantil y su diferenciación de otras figuras próximas como la agencia y la concesión, pero no equivalente a ellas, no fueron aspectos suficientes para que los redactores del

CCC ni los legisladores que lo aprobaron hayan decidido regular específicamente esta figura negocial. Por lo tanto, como lo adelanté en el apartado III de este trabajo, el contrato de distribución no se encuentra tratado en el cuerpo del CCC ni, por cierto, en ninguna otra ley nacional de aplicación general, más allá de la regulación específica de ciertos aspectos de vínculos jurídico-negociales calificados como distribución (p. ej., dec. 1025/2000 para diarios, revistas y afines).

La falta de tratamiento del contrato de distribución en el CCC hubiera sido suficiente para continuar aplicando las recetas doctrinarias y soluciones jurisprudenciales existentes hasta la entrada en vigor del CCC, además, desde ya, de los contenidos del acuerdo que las partes hubieran estipulado en cada caso.

Sin embargo, esa omisión legal del CCC no fue total ya que introdujo una referencia al contrato de distribución que ha traído desconcierto doctrinario y traerá no pocas controversias judiciales. Me refiero a la consabida expresión del art. 1511, inc. b), CCC, ubicado dentro del capítulo que regula la concesión, que dice así: “*Aplicación a otros contratos*. Las normas de este Capítulo se aplican a: [...] b) los contratos de distribución, en cuanto sean pertinentes”.

Esta disposición está tomada literalmente del art. 1391 del Proyecto de Código Civil y Comercial de 1998, antecedente directo del CCC, el cual tampoco disciplinaba el contrato de distribución. Los *Fundamentos* del Proyecto de 1998 ni los del *Anteproyecto de Código Civil y Comercial de la Nación* –base del CCC actual– brindan explicación alguna sobre los motivos ni los alcances de esta imprecisa remisión legal.

¿Cuál es la extensión jurídica del art. 1511, inc. b), CCC? ¿Qué normas de la concesión se aplican a la distribución y cuáles no? ¿Los plazos mínimos legales de la concesión de cuatro o dos años, prescriptos por el art. 1506, CCC, rigen para la figura de la distribución? Como se advierte, la enigmática mención del art. 1511, inc. b), trae más dudas e incertidumbres que claridad y transparencia, cuales debieron ser sus objetivos, como los de cualquier regla legal. Trataré de aportarlas en el apartado VI siguiente, mas, antes, deben tenerse presente estas cuestiones:

1. Como el contrato de distribución no está regulado en el CCC ni en la ley argentina, corresponde calificarlo como contrato *atípico* o *innominado*, en los términos del art. 970, primera parte, CCC. La doctrina especializada también lo reputa de esa forma (cf. AICEGA, María Valentina y GÓMEZ LEO, Osvaldo R., comentario al art. 1511, en ALTERINI, Jorge H. [dir.] – ALTERINI, Ignacio E. [coord.], *Código Civil y Comercial comentado. Tratado exegético*, 2ª ed. act., Buenos Aires, La Ley, 2016, versión digital; LLOBERA, Hugo, “Concesión y distribución”, en BORDA, Alejandro, *Derecho Civil. Contratos*, Buenos Aires, La Ley, 2016, p. 781; RAMÍREZ BOSCO, *ob. cit.*, p. 169; VÍTOLO, Daniel Roque, *Manual de contratos*, t. 2, Buenos Aires, Estudio, 2017, p. 268). Sin embargo, existen algunas modalidades denominadas como “distribución” que están reguladas parcialmente en el ordenamiento jurídico nacional (cf. dec. 1025/2000 de régimen jurídico aplicable a la venta y distribución de diarios, revistas y afines en la vía pública y lugares públicos de circulación de personas).

2. El contrato de distribución se gobierna por las pautas del art. 970, CCC, coordinado con el art. 1511, inc. b), CCC. Es decir, como existe una norma especial, el art. 1511, inc. b), CCC, que dispone aplicarle las reglas de la concesión en lo pertinente, las pautas del art. 970 deben congeniarse con el criterio principal del art. 1511, inc. b), CCC, referido.

3. Por ello, el contrato de distribución se rige por el orden de reglas siguiente: a) las normas imperativas o de orden público generales relativas a los contratos y obligaciones, y las especiales sobre el contrato de concesión que le resulten aplicables; b) las reglas que las partes hubieran libremente acordado, respetando claro las normas imperativas indicadas en el punto anterior; c) las

disposiciones supletorias del contrato de concesión que resulten aplicables por ser pertinentes (art. 1511, inc. b), CCC); d) los usos y costumbres del lugar de celebración del contrato; y e) las disposiciones de otros contratos afines a la distribución, diferentes a la concesión, en tanto sean compatibles y se adecuen a su finalidad (en AICEGA-GÓMEZ LEO, *ob. cit.*, se indica otro orden de pautas aplicables, diferente al consignado en este párrafo).

El plazo mínimo del contrato de distribución.

Aclarados algunos aspectos previos necesarios sobre el tema bajo análisis, abordaré de lleno la cuestión central que guían estas líneas.

En materia de plazos mínimos, el suministro y la agencia carecen de reglas específicas mientras que los contratos de concesión y de franquicia contienen pautas al respecto e imponen que esos negocios se celebren por un tiempo mínimo negocial que las partes deben respetar. Me centraré en la concesión por su vinculación directa con la distribución.

El artículo cardinal en la materia es el 1506 y su texto, en lo que interesa, dice así: “Plazos. El plazo del contrato de concesión no puede ser inferior a cuatro años. Pactado un plazo menor o si el tiempo es indeterminado, se entiende convenido por cuatro años. Excepcionalmente, si el concedente provee al concesionario el uso de las instalaciones principales suficientes para su desempeño, puede preverse un plazo menor, no inferior a dos años [...]”.

Del artículo transcrito se desprende que la ley establece un plazo mínimo para la concesión de dos o de cuatro años según que se verifiquen las circunstancias de hecho que la norma refiere. Los plazos indicados son claramente de orden público (conf. AICEGA-GÓMEZ LEO, *ob. cit.*, comentario al art. 1506; GREGORINI CLUSELLAS, Eduardo L. – GREGORINI, Leonardo R., “Contratos de distribución en el nuevo Código Civil y Comercial: agencia, concesión comercial y franquicia”, AP Online AP/DOC/852/2015; MÁRQUEZ, José F. – CALDERÓN, Maximiliano R., “El contrato de concesión en el Código Civil y Comercial”, en STIGLITZ, Rubén S. [dir.], *Contratos en el nuevo Código Civil y Comercial*, t. II, *Contratos. Parte especial*, Buenos Aires, La Ley, 2015, p. 529; PITA, Enrique M. – PITA, Juan Martín, “Resolución y rescisión de los contratos de distribución tipificados en el Código Civil y Comercial (agencia, concesión y franquicia)”, LL Online, AR/DOC/23/2016; RAMÍREZ BOSCO, Lucas, “Contrato de concesión”, en HERSALIS, Marcelo [dir.], *Incidencias del Código Civil y Comercial. Contratos en particular*, Buenos Aires, Hammurabi, 2015, p. 297), por los motivos que inspiran su existencia y dictado.

Aunque resulta sorprendente, existe doctrina especializada aislada que sostiene que los plazos mínimos referidos son supletorios de la voluntad de los contratantes quienes, por ende, podrían desconocerlos y acordar que la concesión tenga una vigencia válida por menor tiempo al mínimo legal (cf. DI CHIAZZA, Iván G., “Concesión y Distribución en el Código Civil y Comercial. Problemática del plazo de duración y de preaviso por rescisión unilateral”, *Microjuris* MJD7078, según se desprende de lo expuesto en los puntos II.1. y III.1.b. del trabajo).

Para esa postura de pensamiento, que no comparto, la cuestión que este trabajo analiza carece de entidad: si el plazo mínimo de la concesión no es imperativo, las partes no tienen obligación de respetarlo, su libertad de contratación no se ve afectada (doct. arts. 12 y 958, CCC) y, por ende, pueden acordar un contrato de concesión por diez meses, un año o cualquier tiempo menor al mínimo legal, sin que en esos casos el art. 1506, CCC, actúe y se imponga al acuerdo contractual. Y estas conclusiones se replican para la distribución, con lo cual el tema de esta nota se responde inmediatamente y sin cuestionamiento (ver también su trabajo “La autonomía de la voluntad en los

contratos de comercialización del Código Civil y Comercial”, *Microjuris* MJD7090, cuyo análisis tampoco resulta acertado desde mi perspectiva).

Sin embargo, el art. 1506, CCC, y los plazos mínimos allí dispuestos son de orden público, tanto por su contenido como por su redacción (doct. art. 962, CCC), y no pueden ser desconocidos por los contratantes: en caso de hacerlo, la cláusula o estipulación contractual que infrinja la regla legal queda eliminada y sustituida inmediatamente por el término mínimo que corresponda –dos o cuatro años, según las circunstancias–, mecanismo que se aplica de pleno derecho, inmediata e imperativamente (doct. art. 964, inc. a), CCC).

Los plazos mínimos legales establecidos para el contrato de concesión en el art. 1506, CCC, y las consecuencias derivadas en caso de su incumplimiento: ¿se aplican al contrato de distribución? ¿O no se trata de un caso de aplicación “pertinente”, en los términos del art. 1511, inc. b), CCC?

Desde mi punto de vista, los plazos mínimos legales previstos para la concesión no se trasladan ni rigen para el contrato de distribución por los motivos siguientes:

1. En materia contractual, las reglas que rigen las relaciones entre los contratantes son supletorias de la voluntad individual (doct. art. 962, CCC, a diferencia del régimen opuesto en materia de derechos reales, art. 1884, CCC) y las normas imperativas o de orden público constituyen la excepción.

2. Todo apartamiento del principio general de libertad de contratación consagrado en el art. 958, CCC, como toda facultad, situación o regla excepcional, debe ser interpretado de forma restrictiva y, ante la duda, debe estarse por las reglas generales y no por las situaciones excepcionales. Desde siempre, la doctrina clásica enseñó que las leyes que consagran una excepción son de interpretación estricta (SALVAT, Raymundo M., *Tratado de Derecho Civil argentino. Parte General*, t. I, 10ª ed. act. por Víctor N. Romero del Prado, Buenos Aires, T.E.A., 1958; LLAMBÍAS, Jorge J., *Tratado de Derecho Civil. Parte general*, t. I, 15ª ed., act. por Patricio Raffo Benegas, Buenos Aires, Perrot, 1993, p. 115).

3. La política legislativa seguida por el CCC ha sido clara: en cada oportunidad que se ha querido señalar un plazo mínimo o máximo para alguna figura o institución, así se lo ha indicado en forma concreta, contundente y clara. Los ejemplos en el CCC son demasiados: plazos máximos de 10 o 20 para el suministro (art. 1177); plazos máximos de 20 o 50 años para la locación y mínimos de 2 años para la locación de inmuebles (arts. 1197 y 1198, respectivamente); plazo máximo de 10 años, prorrogable, para la agrupación de colaboración (art. 1455, inc. b)]; plazos mínimos para la franquicia (arts. 1506 y 1522, inc. b)]; plazo máximo de 5 años para la fianza general (arts. 1578 y 1596, inc. c)]; plazo máximo de 30 años para el fideicomiso (art. 1668); términos máximos para la condición resolutoria que crea un dominio imperfecto (art. 1965) y para las cláusulas de inenajenabilidad (art. 1972); convenios de suspensión de la partición del condominio por un término no mayor a 10 años (art. 2000); plazos máximos en materia de superficie (art. 2117), usufructo (art. 2152, inc. b)), servidumbres (art. 2182, inc. c]) e hipotecas en garantía de créditos indeterminados (art. 2189, último párrafo); y términos máximos para la indivisión hereditaria impuesta por el testador o por acuerdo entre los herederos (art. 2330 y concs.).

4. ¿Qué se puede concluir de lo expuesto en el punto anterior? Que el CCC ha sido expreso y categórico cuando ha pretendido fijar un término concreto, mínimo o máximo, para la duración de una relación jurídica, negocial o acuerdo determinados. Y cuando no lo ha hecho, como es el caso de la distribución, es porque dejó sin modificar ni exceptuar el principio general de contratación del art. 958, CCC, que, en nuestro tema, significa no sujetar el acuerdo de distribución a ningún plazo mínimo ni máximo.

5. La decisión política de no regular el contrato de distribución implicó no subordinarlo a términos mínimos ni máximos legales ya que, de haberse querido esas restricciones, se las hubiera prescripto expresamente.

6. Por otra parte, la remisión que el art. 1511, inc. b), CCC, establece para disciplinar el contrato de distribución incluye aquellas reglas de los arts. 1502 a 1510, CCC, que regulan la concesión que son naturalmente aplicables y compatibles con la distribución, pero no quedan comprendidos los plazos mínimos del art. 1506, CCC, puesto que esos términos mínimos responden a una estructura y dinámica comercial de la concesión que no se presenta de forma mecánica en la distribución, en tanto en aquella el nivel de inversiones iniciales y continuas del concesionario para poder pertenecer a la red de comercialización del concedente, el servicio de posventa y garantía de los productos vendidos, la obligatoriedad de tener en cantidad suficiente repuestos de los bienes comercializados y otras circunstancias más propias de la concesión que de la distribución justifican que la ley proteja al concesionario con plazos mínimos de duración del contrato para que pueda tener previsibilidad de conductas del concedente, se eviten rescisiones intempestivas y la estabilidad mínima del negocio le permita recuperar inversiones y generar cierto margen de ganancias. Esa estructura de inversiones iniciales y continuas y de funcionamiento del negocio no se presenta en la distribución tradicional, o por lo menos no se refleja en todas las clases y modalidades de distribución, y, por ende, el plazo mínimo legal justificado en la concesión carece de causa en la distribución. La doctrina explica que “el ejercicio de la actividad del concesionario requiere de una fuerte inversión de capital, capacitación de personal, adecuación de locales, provisión de servicios, etc., con lo cual, otorgarle un plazo mínimo de duración genera cierta seguridad a favor de los contratantes” (JUNYENT BAS, Francisco y FERRERO, Luis F., en RIVERA, Julio C. – MEDINA, Graciela [dirs.] – ESPER, Mariano [coord.], *Código Civil y Comercial de la Nación comentado*, t. IV, Buenos Aires, La Ley, 2014, ps. 574-575).

7. La posibilidad fáctica reconocida en el art. 1506, CCC, para que el contrato de concesión pueda tener un plazo mínimo de dos años, y no de cuatro como la regla general del propio precepto establece, se asienta en circunstancias de hecho factibles, viables y frecuentes en la concesión, que no se verifican en la distribución. Ello constituye otro motivo para sostener que el art. 1506, CCC, y sus plazos mínimos responden a fundamentos propios de la figura de la concesión para la cual están previstos y no se aplican a la distribución, justamente porque no son “pertinentes” en este tipo de vínculo jurídico-negocial.

8. No considero razonable sostener que las normas de la concesión se aplicarán a algunos contratos de distribución y a otros no, según cuál sea el tamaño del distribuidor, grande o pequeño, y su posición negocial fuerte o débil respecto del fabricante o principal, respectivamente, que justifique el mínimo legal en el segundo caso mas no en el primero, como cierta doctrina afirma (RAMÍREZ BOSCO, Lucas, “Contrato de concesión”, en HERSALIS, Marcelo [dir.], *Incidencias del Código Civil y Comercial. Contratos en particular*, Buenos Aires, Hammurabi, 2015, ps. 301-302). Para la protección del contratante adherente-débil contractual están los arts. 984 a 989, CCC, entre muchos otros, que se aplican a todas las relaciones negociales, con las particularidades de cada caso, desde ya.

9. La disparidad de tratamiento por el CCC del tema del plazo mínimo en los contratos de comercialización que tienen cierta vinculación con la distribución, como ser la agencia, la concesión y la franquicia y, en menor medida, el suministro, denota: a) que la política del CCC no fue uniforme ni mecánica en la materia, de modo que no se puede sostener que todos los contratos de comercialización poseen plazos mínimos de duración ni que, de tenerlos, sean de igual término; y

b) que precisamente por la diferente naturaleza, rol negocial y funcionamiento de cada figura contractual no fue posible aplicar idéntica solución para cada caso.

10. Finalmente, corresponde señalar que hay autores que no coinciden con los argumentos y conclusión expuestos en este trabajo ya que consideran que los plazos mínimos legales de duración del contrato de concesión establecidos por el art. 1506, CCC, sí se aplican a la figura de la distribución porque son “pertinentes”, en los términos del art. 1511, inc. b) CCC (cf. DI CHIAZZA, Iván G., “Concesión y Distribución en el Código Civil y Comercial. Problemática del plazo de duración y de preaviso por rescisión unilateral”, *Microjuris* MJD7078, según se desprende del punto II.1 de su trabajo; LLOBERA, Hugo O. H., “Notas introductorias a los Contratos de Comercialización en el Código Civil y Comercial de la Nación. Consideración general del tema”, ED 261-759; PITA-PITA, *ob. cit.*, punto 4.3 de ese trabajo). Villanueva adopta una postura intermedia pero imprecisa, puesto que no provee al intérprete pautas claras en la materia y deja librada la solución a cada caso concreto según la fisonomía y características del contrato de distribución de que se trate (VILLANUEVA, Julia, “Los plazos de duración y de preaviso en los contratos de distribución comercial”, LL Online AR/DOC/24/2016).

Dos reflexiones finales:

1. La inexistencia de plazos mínimos legales en la distribución no evita la aplicación de la regla de orden público del art. 1011, CCC, siempre que se verifique el marco fáctico para el cual los criterios de ese precepto están pensados y previstos.

2. A los contratos de distribución por tiempo indeterminado se les aplican las pautas de los arts. 1492 y 1493, porque así lo dispone el art. 1508, inc. a), CCC, cuya aplicación a la distribución resulta indudablemente pertinente en tanto aquellas normas reflejan en mayor medida la doctrina judicial preexistente al CCC.

Conclusiones.

La síntesis de este trabajo es la siguiente:

1. El CCC disciplinó ciertos contratos de comercialización de uso frecuente y tradicional en nuestras plazas que carecían de regulación legal hasta su entrada en vigencia.

2. El contrato de distribución no quedó regulado en el nuevo ordenamiento y es, por tanto, un contrato atípico o innominado.

3. La única alusión al contrato de distribución en el cuerpo del CCC aparece en el art. 1511, inc. b), que determina que se le apliquen las normas del contrato de concesión “en cuanto sean pertinentes”.

4. El contrato de concesión tiene fijados plazos mínimos legales de duración de 2 o 4 años (art. 1506, CCC), según cuáles sean las circunstancias de hecho que se verifiquen en cada caso.

5. Los términos de duración mínima de la concesión no se aplican al contrato de distribución por los fundamentos desarrollados en el punto VI.- de este trabajo.

6. Sin embargo, si el contrato de distribución fuera de larga duración, se le aplicarán las pautas del art. 1011, CCC, previstas justamente para los negocios de ese tipo.

7. En todo caso, la figura de la distribución se rige por las normas generales en materia de contratos y obligaciones, entre las que se destacan por su novedad e importancia los arts. 984 a 989, CCC, referidos a los contratos celebrados por adhesión a cláusulas generales predispuestas.