

*El problema de la ausencia de normas
reguladoras del mercado de la comercialización
de prensa diaria.
Incidencia en la defensa de la competencia*

Valentín Alejandro MARTÍNEZ FERNÁNDEZ
Doctor en Ciencias de la Información
Profesor de Comercialización e Investigación de Mercados
de la Universidad de A Coruña

RESUMEN

El autor efectúa un detallado análisis de los problemas de relación que provoca, entre los agentes que intervienen en la comercialización de la prensa diaria (editores, distribuidores y vendedores), la ausencia de unas normas que regulen el mercado. El estudio parte de la propuesta no de Ley aprobada en 1998 por el Pleno del Congreso de los Diputados al objeto de instar al Gobierno a la realización de un informe sobre «las relaciones comerciales entre los distribuidores y vendedores de prensa, que clarifique la situación actual», para detenerse en la conflictividad generada por la derogación tácita de las Normas Reguladoras de los Vendedores Profesionales de Prensa (Orden del Ministerio de Trabajo, de 22 de abril de 1972) y los litigios causados por el vacío legal dejado por dicha derogación y sustanciados ante el Tribunal de Defensa de la Competencia, órgano del que ha emanado una abundante jurisprudencia al respecto. El trabajo concluye con una visión analítica de la situación actual y la dificultad de establecer cualquier tipo de normativa que no vulnere el principio básico de defensa de la competencia.

Descriptores. Edición; Venta; Distribución; Normas; Competencia; Tribunal de Defensa de la Competencia; Prácticas restrictivas; Jurisprudencia.

La aprobación por parte del Congreso de los Diputados (sesión plenaria del 6 de octubre de 1998) de una proposición no de Ley para instar al Gobierno del Estado a la realización de un estudio «sobre las relaciones comerciales entre los distribuidores y vendedores de prensa, que clarifique la situación actual», ha puesto de manifiesto la necesidad de acabar con la ambigüedad con que se rigen en la actualidad las relaciones mercantiles entre editores, distribuidores y vendedores de publicaciones periódicas, como consecuencia de la derogación tácita de la Orden del Ministerio de Trabajo, de 22 de abril de 1972 (por la que se establecieron las Normas Reguladoras de los Vendedores Profesionales de

Prensa), así como la disparidad de criterios que rigen las respectivas ordenanzas municipales por las cuales se ordena la concesión de puestos para la venta de publicaciones en espacios públicos y de forma estable¹.

La iniciativa parlamentaria circunscribe el conflicto a solo dos partes (distribuidoras y vendedores minoristas) de las tres que intervienen en el proceso de venta de publicaciones periódicas. No incluye a las empresas editoras, a pesar de que un número estimable de ellas efectúan la distribución de sus publicaciones de forma directa y de que la propia Norma ministerial a que se hace referencia incluía en su acción reguladora básicamente a editoras y vendedores.

Ahora bien, no deja de ser cierto que la mayoría de los litigios surgidos desde que las Normas Reguladoras en cuestión quedaron sin validez legal, como consecuencia de la promulgación de la Ley 19/1977, de 1 de abril, sobre regulación del derecho de asociación sindical, tuvieron como partes, enfrentadas entre sí, a distribuidores y vendedores. Litigios dirimidos la mayor parte ante el Tribunal de Defensa de la Competencia y que han devenido en un amplio repertorio de jurisprudencia al respecto.

En la propia exposición de motivos de la propuesta, auspiciada por el Grupo Parlamentario Popular en el Congreso de los Diputados, se recoge que la Orden Ministerial de 22 de abril de 1972 «puede considerarse prácticamente derogada, tanto por la aprobación posterior de la Constitución, como por el informe emitido por la Dirección General de Trabajo el 20 de junio de 1978 que la considera nula». Y recuerda que el Tribunal de Defensa de la Competencia mantiene también el criterio de la derogación tal y como se pone de manifiesto y de forma reiterada en sus sucesivas resoluciones. A ello podría añadirse el informe del Ministerio de Cultura, recabado por el Ministerio de Trabajo a petición del Tribunal de Defensa de la Competencia, en el cual se expresaba con contundencia que, en relación a las controvertidas Normas, se consideraba «totalmente innecesario el mantenimiento de las estructuras precedentes. Y, consiguientemente, se estima totalmente conveniente la liberalización de dicho sector y la supresión de todo órgano administrativo que implique directa o indirectamente control o dirigismo de dicha actividad»².

Sin embargo, es igualmente cierto que aquellas Normas Reguladoras de los Vendedores Profesionales de Prensa son todavía utilizadas por las partes inte-

¹ La necesidad de una regulación del sector es una petición reiterada de todas las partes implicadas y que incluso ha sido demandada ante el Tribunal de Defensa de la Competencia, tal y como se recoge en la Resolución del Pleno de 20 de diciembre de 1983, correspondiente al expediente 191/83, en la cual José María Bergareche Busquet, en nombre y representación de Bilbao Editorial, S. A., considera que ha de admitirse la necesidad de una futura regulación legal para el sector de prensa y publicaciones, pues «será entonces el momento de poder calificar la actividad de los distribuidores de prensa y publicaciones, de los vendedores y de la Corporación Municipal correspondiente, pero no antes».

² Resolución del Pleno de 30 de junio de 1981, expediente 166/80, del Tribunal de Defensa de la Competencia.

resadas (editores, distribuidores y vendedores) como referente a la hora de fijar el marco por el cual se habrán de regir sus relaciones comerciales, de modo que, como bien se señala en la justificación de la propuesta del Grupo Popular, ello «conlleva a interpretaciones diferentes y en algunos casos, erróneas»³.

Interpretaciones que, sobre todo, han dado y dan lugar a equívocos en todo lo referido a la organización práctica de los servicios de venta, el suministro de ejemplares, la devolución de ejemplares no vendidos, la asunción de los gastos de transporte, la prestación de servicios a nuevos puntos de venta no dedicados exclusivamente a la comercialización de publicaciones o cuyos titulares no cuentan con el carné de vendedor expedido por las respectivas asociaciones profesionales.

Las Normas Reguladoras, al margen de dar un rango de profesión a la actividad realizada por los vendedores de publicaciones periódicas, comprendían todo un marco dispositivo que determinaba cómo habrían de efectuarse las tareas de relación entre los tres elementos que intervienen en la materialización de la difusión periodística⁴. Una serie de pautas de obligado cumplimiento que, lejos de lograr esa armonización de relaciones perseguida, ha supuesto, tal y como ha demostrado el discurrir del tiempo, una importante fuente de disputas.

Sin entrar a realizar un análisis detallado sobre las consideraciones que las citadas Normas recogen respecto a los puntos de venta y sus titulares⁵, sí cabe señalar como en el artículo 5.º se precisaba que «la organización práctica de los servicios de venta es facultad de las Empresas...»; el 6.º determinaba que «los Vendedores Profesionales de Prensa procederán a la devolución de los ejemplares no vendidos, según costumbres e instrucciones de editores o distribui-

³ A esta confusión en la interpretación de la vigencia de la Normas contribuyeron también diferentes resoluciones de las delegaciones de Trabajo de Santander y Córdoba de las que se podía deducir la subsistencia de parte de los aspectos regulados y relativa a los aspectos de devoluciones de ejemplares no vendidos y seguridad social. Una valoración que fue rechazada de plano por el Tribunal de Defensa de la Competencia, tal como se recoge en su resolución de la Sección Segunda de 17 de marzo de 1981, correspondiente al expediente número 158/80.

⁴ Es importante precisar que distribución y difusión son dos conceptos diferentes, aunque en ocasiones se emplearon erróneamente como sinónimos. Distribución es la acción física de colocar los ejemplares en el mercado para ser puestos a disposición del público, mientras que difusión supone la *materialización del acceso del lector o lectores a la publicación, pues mientras no se produce esta materialización, aún existiendo distribución, no puede hablarse propiamente de difusión, en todo caso existiría lo que Desantes denomina «difusión latente»*. Desantes Guanter, J. M. (1987): *Teoría y régimen jurídico de la documentación*. EUEDEMA, Madrid.

⁵ El artículo 4.º establecía: «Serán considerados Vendedores Profesionales de Prensa aquellas personas que, de modo permanente, se dediquen a la venta de prensa diaria, revistas y demás publicaciones de carácter periódico, de forma ambulante o en puntos de venta fijos.» No obstante, no era suficiente con reunir dichas condiciones, era también imprescindible contar con el carné de vendedor profesional, cuya expedición estaba atribuida a las Comisiones provinciales, integradas por representantes de las partes interesadas (editores, distribuidores y vendedores) y bajo la tutela de la Organización Sindical, conforme al artículo 11-b.

dores»; el 7.º, el que dio lugar a más conflictos interpretativos, establecía que «los Vendedores Profesionales tendrán derecho a que se les provea ininterrumpidamente por el editor o el distribuidor de los ejemplares de prensa, revistas y publicaciones que habitualmente vendan, salvo modificaciones convalidadas. Cuando, por cualquier causa, la expedición recibida conste de un número de ejemplares inferior al habitual, debidamente comprobado por la consignación en los boletines de envío, será respetado su derecho a participar proporcionalmente en la cantidad recibida»; y, el 8.º, el siguiente en importancia a la hora de suscitar litigios, consideraba que «los gastos que produzca el transporte y servicio de ejemplares de cualquier publicación hasta el punto de distribución [...] serán siempre de cuenta de las Empresas editoras o distribuidoras».

Prácticamente desde el mismo momento en que las Normas entraron en vigor sus diferentes interpretaciones, contrapuestas en la mayoría de los casos, fueron casi una constante. Interpretaciones causantes de problemas que, por regla general, buscaron sus soluciones en el Tribunal de Defensa de la Competencia. Así, este órgano administrativo⁶ ha ido acumulando un buen número de resoluciones en las que, en cierta medida, ha quedado en evidencia lo que bien pudiera considerarse precariedad jurídica de las Normas y la inapropiada aplicación que de las mismas se ha pretendido hacer por parte de las citadas Comisiones provinciales al entender éstas que aquel marco legal no sólo regulaba el mercado sino que las facultaba para ordenar dicho mercado y poder determinar, entre otras prerrogativas, quienes y en qué condiciones podían dedicarse a la venta de publicaciones periódicas.

Desde 1976⁷ el Tribunal de Defensa de la Competencia ha generado toda una corriente de jurisprudencia que ha suplido la ambigüedad con que fueron redactadas las Normas Reguladoras y a partir de 1977, tras la aprobación de la Constitución y la posterior Ley 19/1977, de 1 de abril, sobre derecho de asociación sindical⁸, el vacío legal dejado por las mismas al quedar derogadas⁹. Esta labor de arbitraje efectuado por este órgano administrativo ha llevado a la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de

⁶ Soriano García, J. E. (1998): *Derecho Público de la Competencia*. Marcial Pons, Madrid, p. 301.

⁷ Resolución de 16 de junio de 1976, Expte. P. 118/75, sobre prohibición del establecimiento de distancias mínimas entre los puntos de venta de prensa diaria y no diaria.

⁸ La disposición derogatoria de la Ley Orgánica 11/1985, de 2 de agosto, de Libertad Sindical, establece que queda derogada esta Ley, así como el Real Decreto 873/1977, de 22 de abril, en todo cuanto se oponga a la misma y permaneciendo vigente la regulación que contienen dichas normas referidas a las asociaciones profesionales y, en particular, a las asociaciones empresariales cuya libertad de sindicación se reconoce a efectos de lo dispuesto en el artículo 28.1 de la Constitución y de los convenios internacionales suscritos por España.

⁹ Sobre el carácter nulo de las Normas Reguladoras, por estar derogadas, además del Tribunal de Defensa de la Competencia se ha pronunciado la Dirección General de Trabajo, mediante un informe emitido con fecha de 20 de junio de 1978, así como el propio Gobierno en una respuesta dada por escrito al diputado nacional del Bloque Nacionalista Galego, Francisco Rodríguez Sánchez, quien le había interpelado en este sentido. Congreso de los Diputados, *Diario de Sesiones*, n.º 185, 6 de octubre de 1998, p. 9918.

Ediciones (FANDE) a calificarlo como «mentor de una nueva ordenación de muchos usos y costumbres en el sector de las publicaciones»¹⁰.

En los pronunciamientos del Tribunal de Defensa de la Competencia pueden establecerse dos etapas, una primera que va desde 1976 hasta 1984, y, otra segunda, que se inicia en 1984 con la resolución de la Sección Segunda, de 29 de febrero, en relación al expediente 200/83, y en virtud de la cual, se considera a las Normas Reguladoras derogadas a todos los efectos y se establece una nueva línea doctrinal tendente a corregir cualquier tipo de acción que implique la vulneración de los más elementales principios de defensa de la competencia.

En la primera de dichas etapas la mayoría de las cuestiones dirimidas se refieren a la falta de legitimidad de las Comisiones provinciales o las asociaciones de vendedores profesionales para dictar disposiciones complementarias de las Normas Reguladoras y a las que, aún siendo su ámbito estrictamente privado, se pretendía otorgar rango de obligado cumplimiento. Así fue el caso del elevado número de resoluciones que fallan contra los acuerdos de las Asociaciones Profesionales de Vendedores de Publicaciones Periódicas que trataban de imponer determinadas condiciones¹¹ a los titulares de los nuevos puntos de venta para poder recibir el suministro de publicaciones. Acuerdos estos que en ocasiones se querían imponer de forma coactiva mediante acciones de presión e incluso amenazas de boicot sobre los proveedores, fuesen aquellos editores o distribuidores. Conductas que, como en la resolución de la Sección Primera de 25 de noviembre de 1985, expediente 217/84, del Tribunal de Defensa de la Competencia, son consideradas como decisiones conscientemente paralelas que tienen por objeto o producen el efecto de impedir, falsear o limitar la competencia en todo o en parte del mercado nacional y prohibidas en el artículo 1.º de la Ley de Represión de Prácticas Restrictivas de la Competencia, de 20 de julio de 1963. Y se recordaba en esta resolución «que la jurisprudencia de este Tribunal es constante en el sentido de considerar prácticas restrictivas de la competencia las derivadas del cumplimiento de acuerdos de Asociaciones o Comisiones de vendedores de prensa, en cuanto prohíban a los distribuidores de prensa, revistas y publicaciones, la entrega de estos productos a uno o varios puestos de venta, así como a declarar la nulidad de tales acuerdos. Y en tal sentido se pronuncian, entre otras»¹². Con la derogación del texto legal aplicado y su sustitución por la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia la jurisprudencia de éste Tribunal siguió la misma línea interpretativa.

En la segunda etapa del Tribunal de Defensa de la Competencia, el eje central de casi todas las cuestiones objeto de litigio se encuentra en la nulidad de hecho de las polémicas Normas.

¹⁰ FANDE, «Presente y futuro del sector de la distribución de ediciones», *Encuentro-Jornada de Reflexión sobre el Sector de Distribución*, mayo 1997, p. 6

¹¹ La mayoría se refieren al establecimiento de unas distancias mínimas, casi siempre entre 250 y 400 metros, entre puntos de venta.

¹² En tal sentido se pronuncian las resoluciones de 16 de junio de 1976, 1 de marzo de 1980, 17 de mayo de 1981 y 29 de febrero de 1984.

En concreto, la mencionada resolución de la Sección Segunda del Tribunal de Defensa de la Competencia, de 29 de febrero de 1984¹³, precisaba en su Considerando 3.º que la orden ministerial «... debe entenderse derogada e inoperante desde la promulgación de la Ley 19/1977, de 1.º de abril, sobre derecho de asociación sindical y disposiciones que la desarrollan, y en este sentido se manifiesta el informe de la Dirección General de Trabajo de 20 de junio de 1978, Organismo al que la propia Orden de 22 de abril de 1972, en su número 2.º¹⁴, encomienda la misión de “dictar cuantas disposiciones y aclaraciones exija la aplicación e interpretación de las normas”...» En dicha Ley se regulaba: artículo 1.º 1. «Los trabajadores y los empresarios podrán constituir en cada rama de actividad, a escala territorial o nacional, las asociaciones profesionales que estimen convenientes para la defensa de sus intereses respectivos»¹⁵ [...] En la disposición derogatoria se establecía que quedaban derogadas «las disposiciones que se opongan a lo establecido en la presente Ley».

Conforme a esto último, si se tiene en cuenta la función de arbitraje que las Normas otorgaban a la Organización Sindical¹⁶ y la extinción de la sindicación obligatoria, la derogación de éstas parece obvia, y más aún si se toma en consideración el Real Decreto 358/1978, sobre supresión de empresas con responsabilidad.

Abundaba además el Tribunal de Defensa de la Competencia, en el Considerando 7.º de la mencionada resolución, calificada de «histórica» por algunos estudiosos del tema, «que el mercado de venta de prensa es un mercado libre [...]» Y argumentaba en el Considerando 4.º el sometimiento de los vendedores de prensa a la Ley 110/63, de 20 de julio, de Represión de Prácticas Restrictivas de la Competencia, [...] pues, en todo caso, sería suficiente el hecho de que aquéllos sean el último eslabón de la distribución al público de la

¹³ En esta resolución (Expediente 200/83 del Tribunal de Defensa de la Competencia y 375 del Servicio de Defensa de la Competencia) se declaró la existencia de una práctica prohibida por el artículo 1.º de la Ley 110/63, de 20 de julio, de Represión de Prácticas Restrictivas de la Competencia, consistente en negar a los denunciantes (varios vendedores de prensa de Cartagena) el suministro de periódicos, revistas y publicaciones para su venta, práctica de la que determinó como autores a la Asociación de Profesionales de Venta de Prensa, Revistas y Publicaciones de Murcia y a las empresas distribuidoras Hijos de Juan Campos de Miguel y Distribuidora Cartagenera de Publicaciones, así como la nulidad de los artículos del Reglamento de dicha Asociación que han dado origen a la práctica que se declaró prohibida.

¹⁴ El 2.º punto del acuerdo por el que se aprobaron las Normas Reguladoras de los Vendedores Profesionales establecía: «Autorizar a la Dirección General de Trabajo para dictar cuantas disposiciones y aclaraciones exija la aplicación e interpretación de las Normas mencionadas.»

¹⁵ Ver sentencia del Tribunal Constitucional 45/1982, de 12 de julio (BOE de 4 de agosto).

¹⁶ El artículo 9.º de las Normas Reguladoras decía: «Para entender en las cuestiones que puedan suscitarse entre las partes interesadas, existirá una Comisión nacional y donde fuesen necesarias a juicio de la Organización Sindical, Comisiones provinciales, integradas por representantes de los interesados. La Comisión nacional será presidida por el Presidente del Sindicato Nacional de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad. La presidencia de las Comisiones provinciales la ostentará el Presidente del Sindicato Provincial correspondiente.»

mercancía para que tengan la consideración de empresas, a los efectos del artículo 1.º [...] ¹⁷

Esta resolución del Tribunal de Defensa de la Competencia, sustentada en parte en resoluciones anteriores aplicadas a casos sustancialmente similares ¹⁸, marcó una pauta no sólo respecto a considerar derogadas las Normas Regulatorias, sino también en cuanto a la consideración de la actividad mercantil de los puestos de venta y la condición de sus titulares como sujetos no sometidos a la legislación laboral a fin de ser contemplados como empresarios y no como trabajadores dentro de la cadena de distribución de publicaciones periódicas. Con este pronunciamiento se rechazaba la pretensión de algunas asociaciones de vendedores en cuanto a considerar su condición de trabajador y no de comerciantes de modo que no les pudiera ser aplicable la normativa sobre defensa de la competencia ¹⁹.

Por tanto, en cierto sentido, puede considerarse que la conflictividad existente en el mercado de la distribución y venta de publicaciones periódicas ²⁰ no tiene su causa en un problema normativo, ni en la carencia de una norma específica que regule el sector, sino en la falta de adaptación de los agentes que en él intervienen al ejercicio de un comercio libre y dentro del marco de garantías que ofrece la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia. A esta falta de adaptación se suma también como fuente de conflicto la precariedad que se da en las relaciones mercantiles tanto entre los distribuidores y los editores como a su vez entre los distribuidores y los vendedores.

Según un estudio ²¹ realizado en 1997 por la empresa Precisa para la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones (FANDE) tan sólo un 44,5 por ciento de las relaciones contractuales establecidas entre editores (proveedores) y distribuidores se regulaba por medio de un contrato escrito, mientras que un 38,3 por ciento lo hacía en virtud de un contrato verbal ²²,

¹⁷ Dicho artículo 1.º 1 indica: «Quedan prohibidas las prácticas surgidas de convenios, decisiones o conductas conscientemente paralelas, que tengan por objeto produzcan el efecto de impedir, falsear o limitar la competencia en todo o en parte del mercado nacional. 2. Son nulos, como contrarios a la Ley y al orden público, los convenios entre empresas, así como los acuerdos y decisiones de todo género de uniones, asociaciones o agrupaciones de aquéllas que originen prácticas de las prohibidas en el apartado anterior.»

¹⁸ Resolución de 17 de marzo de 1981 (caso Granada: impedir apertura de nuevos puntos de venta y negar suministro); Resolución de 9 de abril de 1981 (Caso Vigo: negar suministro), Resolución de 30 de junio de 1981 (caso Málaga: establecimiento de distancias mínimas y negar suministro); Resolución de 15 de junio de 1982 (caso Valencia: inferioridad competitiva); y, Resolución de 20 de diciembre de 1983 (caso Amorebieta: establecimiento de distancias mínimas).

¹⁹ Resolución de la Sección Segunda, de 29 de febrero de 1984, expediente 200/83, del Tribunal de Defensa de la Competencia.

²⁰ Este mercado generó en 1997 una facturación global cercana a los cuatrocientos mil millones de pesetas, según datos dados por la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones (FANDE).

²¹ «II Estudio de Perfil del Sector de la Distribución 1997», diciembre de 1997, Precisa, FANDE, Madrid.

²² Este tipo de contrato tiene la misma fuerza y validez que el escrito conforme a los artículos 1.254 y 1.258 del vigente Código Civil.

un 6 por ciento conforme a una carta de intenciones y un 11,2 por ciento no estaba sujeto a ningún tipo de regulación²³.

En cuanto a la relación contractual entre los distribuidores y los vendedores (clientes) nada más un 18,6 por ciento empleaba el contrato escrito, un 43,6 por ciento se inclinaba por el contrato verbal, el 8,2 por ciento lo hacía con una carta de intenciones, el 9,8 por ciento mediante las condiciones reseñadas al dorso de los respectivos albaranes de entrega de la mercancía (los ejemplares de las pertinentes publicaciones) y el 19,8 por ciento no contaba con regulación alguna. Y es aquí, en esta relación contractual entre distribuidores y vendedores, sostenida más en la fuerza de la costumbre que en la generalidad del tráfico mercantil, donde se produce la mayoría de las fricciones.

La precariedad formal en las relaciones contractuales entre distribuidores y vendedores, a juicio de la diputada socialista Varela Vázquez «favorece que en cualquier momento y sin previo aviso las distribuidoras modifiquen las condiciones contractuales, encontrándose los vendedores con que de la noche a la mañana hay que domiciliar los pagos ante la amenaza de corte de servicios; se cambia el concepto de portes por el de trabajos auxiliares sin especificar en qué consisten estos; cambian la comisión de una determinada publicación; inician o modifican el importe de los trabajos auxiliares...»²⁴. Cuestiones que no sólo son una amenaza sino que han llevado al enfrentamiento de las partes implicadas ante el Tribunal de Defensa de la Competencia.

Otro aspecto que igualmente contribuye a enturbiar las relaciones entre distribuidores y vendedores es el hecho de que los primeros, casi de forma mayoritaria, distribuyen en exclusiva (el 74,6 por ciento en 1996) y en sus respectivos ámbitos de influencia las publicaciones periódicas que tienen contratadas²⁵.

La cuestión de la exclusividad fue considerada por el diputado del Partido Popular, Gómez Darmendrail, como una de las razones de que en los últimos años el sector de la distribución y venta de publicaciones periódicas haya evolucionado hacia «una situación de conflicto y desajuste en las relaciones entre los agentes, en particular, entre distribuidoras y vendedores»²⁶. Y añadía el citado parlamentario que dicha exclusividad obliga a los vendedores a tratar con una única distribuidora para abastecerse de las publicaciones de cada edi-

²³ Si se observa la relación contractual de las empresas distribuidoras con los editores desde la perspectiva del tamaño por facturación se aprecia que los porcentajes son muy similares entre las grandes (hasta tres mil millones) y las pequeñas (hasta cien millones). La diferencia más significativa se encuentra en que de las primeras sólo un 0,9 por 100 operan sin ningún tipo de regulación contractual, mientras que en las segundas este porcentaje sube hasta el 12,3.

²⁴ Intervención de la diputada del Partido Socialista Obrero Español, Varela Vázquez, ante el Pleno del Congreso de los Diputados en la sesión del 6 de octubre de 1998

²⁵ Según datos de FANDE, en 1996 nada más un 11,8 por ciento de los distribuidores no efectuaba la distribución en exclusiva de las publicaciones contratadas y y 13,6 por ciento lo hacía con carácter mixto.

²⁶ Intervención del diputado del Partido Popular, Gómez Darmendrail, ante el Pleno del Congreso de los Diputados en la sesión del 6 de octubre de 1998.

torial. En esta misma línea se pronunció igualmente la diputada del Grupo Socialista Varela Vázquez, quien, incluso, se mostró más radical al considerar que «el vendedor de prensa debe acudir irremediamente a él [distribuidor] para abastecerse de su fondo editorial»²⁷.

El régimen de exclusividad con que opera en España la mayor parte de las distribuidoras, sobre todo de ámbito geográfico local, ha suscitado un buen número de denuncias ante el Tribunal de Defensa de la Competencia debido a que el ejercicio de la condición de exclusivista por parte de algunos distribuidores ha sido interpretado por determinados vendedores como una clara actuación de abuso de posición dominante recogida y prohibida en el artículo 6.º de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia.

La conducta que la ley penaliza no es el tener una posición de dominio en un mercado determinado, ni siquiera el ejercicio de dicha posición, lo que se castiga es el abuso de la misma²⁸ Como señala Baño, la Ley de Defensa de la Competencia «en este aspecto, como en tantos otros es tributaria del Derecho Comunitario: la similitud entre el artículo 6.º de la norma española y el artículo 86 del Tratado de Roma lo refleja claramente. En una y otra, el legislador ha prescindido de definir qué es una conducta abusiva. Se limita, en paralelo a los acuerdos prohibidos, a enumerar, a título de ejemplo, algunas de las prácticas que consideran abusivas»²⁹.

No obstante, muchas de las denuncias presentadas ante el mencionado Tribunal al estimarse una práctica de «abuso de la posición de dominio» son anteriores a la citada norma de rango legal y, por tanto, fueron juzgadas conforme a lo dispuesto en la Ley 110/1963, de 20 de julio, de Prácticas Restrictivas de la Competencia y que en su artículo 2.º definía la posición de dominio como: «a) Que una empresa goza de posición de dominio cuando para un determinado tipo de producto o servicio es la única oferente o demandante dentro del mercado nacional, o, cuando sin ser la única, no está expuesta a una competencia sustancial en el mismo. b) Que dos o más empresas gozan de posición de dominio para un determinado tipo de producto o servicio, cuando no existe competencia efectiva entre ellas o sustancial por parte de terceros en todo el mercado nacional o en una parte.»

²⁷ Intervención de la diputada del Partido Socialista Obrero Español, Varela Vázquez, ante el Pleno del Congreso de los Diputados en la sesión del 6 de octubre de 1998.

²⁸ Como reiteradamente ha expresado el Tribunal de Defensa de la Competencia en diversas resoluciones (de 5 de julio de 1976, expediente 123/75; de 26 de mayo de 1983, expediente 181/82; de 25 de enero de 1985, expediente 186/83; de 30 de julio de 1985, expediente 216/84, entre otras), la Ley 11/1963 no prohibía las situaciones de dominio, ni siquiera entraba a considerar la forma en que se había accedido a tal posición (Resolución de 25 de enero de 1985, expediente 186/83), sino que prohibía el abuso de la posición de dominio que causase injustificadamente lesión a la economía nacional, a los intereses de los consumidores o a la actuación de los restantes consumidores». Tal y como recoge el Fundamento de Derecho cuarto de la Resolución de la Sección Primera de 18 de abril de 1990, expediente 261/89, de mencionado Tribunal.

²⁹ Baño León, J. M. (1996), *Potestades administrativas y garantías de las empresas en el Derecho español de la competencia*. McGraw Hill, Madrid, p. 129.

Tanto en la aplicación de una u otra norma (LPRC y LDC) el Tribunal de Defensa de la Competencia ha encontrado importantes dificultades para hallar una nítida definición del concepto de posición de dominio. Su jurisprudencia ha evolucionado en la línea de acotar un campo tan amplio como posibilidades ofrece cada mercado.

En el caso concreto de la comercialización de publicaciones periódicas la doctrina del Tribunal ha seguido una cierta trayectoria uniforme. Así, se ha optado por aplicar la delimitación del mercado relevante, de modo que en gran parte de los casos se estimó como mercado relevante no el de la distribución de publicaciones sino el del reparto³⁰ de modo que no se estima abuso de posición de dominio en la distribución por no existir tal posición de dominio³¹. De forma que difícilmente se puede abusar de algo que no se tiene.

La jurisprudencia del Tribunal estima que el servicio de transporte a domicilio es una actividad no estrictamente de distribución sino complementaria de la función distribuidora que facilita al vendedor de publicaciones periódicas la recepción de éstas y la retirada de los ejemplares no vendidos. Y considera también que si esta función complementaria de reparto no existiera, el vendedor podría continuar su actividad, pero habría de realizar las actividades de recogida y devolución por sí mismo, o acordar con otros vendedores de la zona la contratación de un tercero para efectuar dicho servicio³². Con ello el Tribunal ha querido dejar claro, en cuanto a la distribución de publicaciones periódicas, su interpretación de la posición de dominio cuya tenencia es lo único que puede dar lugar al abuso de la misma en determinadas circunstancias y con concretos perjuicios para terceros.

Sin embargo, en diferentes ocasiones el Tribunal de Defensa de la Competencia ha percibido en los conflictos entre distribuidores y vendedores ciertos indicios de posible abuso de posición dominante por parte de los primeros y respecto a los segundos. Así, en algunas resoluciones, como es el caso de la de 27 de diciembre de 1996, expediente r 183/96, se señala que «el Tribunal observa que se producen diversas denuncias contra empresas distribuidoras de prensa y demás publicaciones que ostentan en algunas ocasiones posición de dominio en el mercado de producto de la distribución de determinadas publicaciones, en otros casos no, por cuanto el producto resulta sustituible por el distribuido por otros, y respecto de diversos mercados geográficos delimitados dentro de varios espacios del territorio nacional, normalmente de ámbito provincial. Si bien tales denuncias, aisladamente consideradas, se refieren a prácticas por lo general de escasa trascendencia sobre la competencia, la reiteración con que se producen conduce necesariamente al Tribunal a considerar que

³⁰ Resoluciones del Tribunal de Defensa de la Competencia de 18 de abril de 1990 y 6 de noviembre de 1996.

³¹ Resolución del Pleno del 27 de diciembre de 1996, expediente 183/96, del Tribunal de Defensa de la Competencia.

³² Resolución de la Sección Primera de 18 de abril de 1990, expediente 261/89, del Tribunal de Defensa de la Competencia.

debe ser investigado el mercado de la distribución de prensa y publicaciones diversas en todo el territorio nacional para esclarecer si se producen prácticas prohibidas o abusos de posición de dominio que pudieran tener trascendencia significativa sobre la competencia».

Por consiguiente, el Tribunal de Defensa de la Competencia sí se ha hecho eco de la situación de enfrentamiento que se da en el sector de la comercialización de publicaciones periódicas y los posibles abusos que en la misma se pueden dar como consecuencia de la ausencia de una norma clara que defina o determine las relaciones entre los diferentes agentes que intervienen en dicho mercado.

Ahora bien, si la exclusividad de la distribución en mercados determinados ha generado y genera importantes fricciones entre las partes que intervienen en el comercio de publicaciones periódicas, no menos importancia tiene la fijación del abastecimiento de ejemplares a los puntos de venta. Sobre esta cuestión se pronunciaba el parlamentario popular Gómez Darmendrail al señalar, en la defensa de la propuesta de su grupo parlamentario, que otra de las razones provocadoras del conflicto y desajuste en las relaciones entre distribuidoras y vendedores se encuentra en el hecho de que «editoriales y distribuidoras dicten las directrices de la organización, práctica y procedimientos de abastecimientos de ejemplares a los vendedores, debido a la necesidad de planificar las tiradas de acuerdo con las previsiones globales»³³. La diputada socialista Varela Vázquez también coincide en esta idea, a la cual añade que «las distribuidoras optan por suministrar productos editoriales contra la voluntad del vendedor, no permitiendo su devolución inmediata ni darse de baja de determinadas publicaciones. Se trata, por tanto, de una práctica contraria al Código de Comercio, que coloca al vendedor en una delicada situación económica»³⁴.

Estamos, evidentemente, ante dos problemas diferentes, aunque con un tronco común (abastecimiento), tal cual son el suministro de publicaciones y el número de ejemplares de las mismas. Dos problemas que enfrentan intereses. Por un lado, los de los editores y, por otro, los de los vendedores. Así, nos encontramos con que los primeros tienen como objetivo ajustar al máximo la distribución de sus ejemplares para alcanzar una «devolución cero», es decir, lograr la venta de todos los ejemplares colocados en el mercado y así optimizar la tirada de cada uno de sus números. De ahí que limiten la entrega de copias a los vendedores acorde con lo que los respectivos departamentos de ventas estiman y sitúan dentro de los parámetros de una «potencial venta real». Sin embargo, los segundos, buscan siempre contar con ejemplares disponibles para la venta, a fin de evitar el más mínimo coste de oportunidad, al tener la posibilidad de devolver, sin coste alguno para ellos, todos aquellos que queden sin vender.

Y a esa lucha de intereses se une otro elemento en discordia, el afán de los distribuidores por alcanzar una mayor facturación. Quiere decir esto, por colo-

³³ *Op. cit.*

³⁴ *Op. cit.*

car en los puntos de venta el mayor número de ejemplares que puedan facturar de inmediato a los vendedores aunque unos días más tarde, conforme a los plazos establecidos contractualmente (revista ésta la forma que sea) y aquellos deben proceder a abonar las cantidades correspondientes a los ejemplares no vendidos.

No ha de olvidarse que una de las «líneas de negocio» de las empresas distribuidoras consiste en el manejo de liquidez aunque ésta se genere por pequeños espacios de tiempo, pero concatenados entre sí³⁵.

En todo caso, el núcleo del problema suscitado por el abastecimiento de ejemplares a los puntos de venta se sitúa nuevamente en las polémicas Normas Reguladoras, ya que éstas establecían en su artículo 7.º que «Los Vendedores Profesionales tendrán derecho a que se les provea ininterrumpidamente por el editor o el distribuidor de los ejemplares de prensa, revistas y publicaciones que habitualmente vendan, salvo modificaciones convenidas. Cuando, por cualquier causa, la expedición recibida conste de un número de ejemplares inferior al habitual, debidamente comprobado por la consignación en los boletines de envío, será respetado su derecho a participar proporcionalmente en la cantidad recibida.». Pero también indicaba aquel texto legal, en su artículo 5.º, que «la organización práctica de los servicios de venta es facultad de las Empresas, sin perjuicio de la competencia de las Comisiones [provinciales]»³⁶. Quiere decir ello que los vendedores tenían el derecho a ser abastecidos, pero a los editores se les reconocía la facultad de decidir cuantos ejemplares querían entregar para la venta y en que manera podían hacerlo. Además, una vez derogadas dichas Normas y desaparecidas las citadas Comisiones³⁷, ni siquiera existía la posibilidad de un arbitraje que limitara la libertad de decisión de las empresas editoras.

En diferentes resoluciones del Tribunal de Defensa de la Competencia aparece reflejada la posición de los editores en cuanto a no tener la obligatoriedad de «suministro a cualquier persona»³⁸, a cualquier vendedor que lo solicite. Editores y distribuidores coinciden en que existen determinados puntos

³⁵ Según datos de la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones, la cifra de facturación final de sus asociados (la mayoría de las empresas distribuidoras de publicaciones periódicas que operan en España) en 1996, IVA incluido, fue de 599.300 millones de pesetas, de los cuales un 64,4 por ciento corresponde a publicaciones periódicas.

³⁶ La finalidad principal de aquellas Comisiones, según el artículo 9.º de las Normas Reguladoras, consistía en «la determinación de las características locales de la venta de prensa, recogida de ejemplares no vendidos y todas las particularidades de estas operaciones».

³⁷ Las Comisiones Mixtas desaparecieron sin que sus funciones fueran asumidas por ningún otro organismo. Situación de la que se queja la Agrupación Social Provincial de Vendedores de Prensa de la Provincia de Pontevedra en su alegación recogida en la resolución de la sección Segunda de 9 de abril de 1981, Expediente número 160/80, del Tribunal de Defensa de la Competencia. En dicha alegación también se exponía que las Normas no sólo estaban desfasadas sino también que habían resultado ineficaces lo que había provocado una «competencia desleal, el desorden salvaje y el exceso de puntos de venta en todo tipo de establecimientos que se dan en el sector».

³⁸ Resolución de la Sección Segunda de 9 de abril de 1981, Expediente número 160/80, del Tribunal de Defensa de la Competencia.

de venta que, por su ubicación o cualquier otra circunstancia, no cuentan con mercado y pueden presentar una devolución del cien por ciento, quiere decir que no vendan ningún ejemplar de los que se les suministre o su venta sea tan escasa que no sólo no genere beneficios sino que provoque importantes pérdidas dado el elevado costo de producción y distribución que tiene toda publicación periódica y que en el caso del segundo, la distribución, se acentúa si el punto de venta se encuentra alejado de otros.

A juicio del diputado popular Gómez Darmendrail otro de los «principales puntos de conflicto entre vendedores y distribuidores» es la exigencia de cobro por parte de los segundos de los denominados gastos de transporte y reparto. Y una vez más la causa de litigio vuelve a estar en las derogadas Normas Regulatorias y en su artículo 8.º en el que se determinaba que «los gastos que produzca el transporte y servicio de ejemplares de cualquier publicación hasta el punto de distribución a que se refiere el artículo 10.º, serán siempre de cuenta de las Empresas editoras o distribuidoras». Sin embargo el artículo 10 no hace ninguna precisión ni referencia a cuales son los puntos de venta y cómo ha de llegarse a ellos³⁹. Y como señala Gómez Darmendrail «los vendedores opinan que los puntos de distribución son los quioscos o locales de venta, mientras que los distribuidores interpretan que tales puntos son los almacenes de las distribuidoras.» Además a ello se añade que no todas las distribuidoras cobran por los citados conceptos e incluso algunas solamente lo hacen a los nuevos puntos de venta, de manera que se produce una cierta discriminación.

Por su parte el Tribunal de Defensa de la Competencia, en la resolución de la Sección Primera de 26 de diciembre de 1991, expediente 279/90, considera que no «es cuestión que afecte a la competencia el que por los distribuidores de prensa se cobren cantidades a los vendedores por los portes para el envío y retirada de periódicos y revistas. Parece que la supresión del pago de los portes constituye una reivindicación de la asociación de vendedores, pero en cuanto ha sido posible observar en el expediente, se cobran a unos y otros vendedores cantidades muy similares, por lo cual no se aprecian discriminaciones entre ellos por parte de las distribuidoras de prensa, y la solución del problema habrían de encontrarla mediante los acuerdos que entre distribuidores y vendedores puedan establecer.» Esta resolución puede considerarse como tipo de las falladas por el Tribunal respecto a este asunto y acentúa la línea de este organismo al respecto⁴⁰.

Por regla general a la denuncia del cobro indebido de gastos de transporte y reparto los vendedores añaden, como ilícita, la imposición por parte de las

³⁹ El artículo 10.º dice: Además de los fines a que se refiere el artículo anterior, será de la competencia genérica de las Comisiones provinciales: a) Fijación del horario de iniciación y término de las tareas de venta de prensa, tanto en días laborables como en domingos y festivos. b) Establecimiento de normas para el disfrute del descanso dominical y de las vacaciones anuales de los Vendedores Profesionales.

⁴⁰ En esta resolución fueron partes la Federación Valenciana de la Pequeña y Mediana Empresa, las distribuidoras SGEL, S. A.; HUERA, S. A. y DISVESA, así como la Asociación Profesional de Vendedores de Prensa de Valencia y cincuenta y dos vendedores de prensa de la misma.

distribuidores de la domiciliación de los cobros para poder recibir el suministro de publicaciones periódicas. A este respecto el Tribunal ha considerado⁴¹ que las empresas distribuidoras están legitimadas para exigir dichos avales al estimar que «el contrato que media entre las partes pertenece a la categoría de los contratos estimatorios, especie contractual atípica en el derecho privado español y sobre cuya naturaleza jurídica se han ensayado diversas teorías. Quizá la más exacta es la que reconduce la figura al campo de la comisión mercantil, calificación que permite aplicar el artículo 263 del Código de Comercio que faculta al comitente para prescribir al comisionista el plazo y la forma de reintegrar el sobrante de la comisión, esto es, de la periódica liquidación de cuentas». De ahí que la exigencia de la domiciliación sea el ejercicio de «un derecho que confiere la ley».

Desde antiguo el contrato estimatorio es una fórmula de sujeción de las partes intervinientes en una relación mercantil en la cual se produce la transmisión de propiedad de un bien mueble, pero, no obstante, ha carecido de una concreción explícita en el marco del ordenamiento jurídico de forma que su modulación se produce por la fuerza de la costumbre mercantil.

A juicio de Lázaro Sánchez, esta circunstancia de falta de delimitación normativa «puede venir determinada, bien por la consideración legislativa de la posible reconducción de su esquema estructural al de algunos de los contratos típicos, bien por las permanentes y constantes diferencias doctrinales sobre las que sea su naturaleza jurídica», sugiriendo, a modo de matiz, que «a esto último habría que añadir la apatía y pereza existentes a la hora de legislar sobre los tipos negociales conectados a la distribución comercial, a cuyo servicio, indudablemente, está puesta esta categoría contractual»⁴².

Si se tiene en cuenta la inexistencia de una regulación específica del contrato estimatorio y el hecho de que en un porcentaje elevado la relación entre vendedores de prensa y mayoristas (en su caso distribuidores o editores) se efectúa bajo dicha modalidad contractual, en cuanto a sus características y circunstancias, cobra el interés suficiente como para abordar, aunque sea de manera sucinta y sin ahondar en los criterios de índole jurídica, aquellos aspectos relativos a la delimitación, la función económica y la apreciación en el ámbito de la doctrina.

Desde la perspectiva de la delimitación, de seguirse el criterio de Lázaro Sánchez se puede considerar que el contrato estimatorio «en esencia consiste en la operación comercial por la que un distribuidor (mayorista) entrega a un comerciante (minorista) determinadas mercancías con valor estimado que éste podrá vender en su establecimiento, sin previa adquisición en firme de las mismas y sin anticipo de aquel valor, que se hará efectivo en el momento usual o con-

⁴¹ Resolución de la sección Segunda de tres de julio de 1991, expediente 290/90, del Tribunal de Defensa de la Competencia.

⁴² Lázaro Sánchez, E. J. (1997), *El contrato estimatorio (depósito, en comisión de venta, venta condicional...)*. Tecnos, Madrid, p. 9.

vencionalmente determinado. A ello se añade, como característica esencial, la posibilidad que tienen el minorista de devolver las no vendidas»⁴³.

En lo que se refiere a la función económica, este tipo de relación contractual se muestra especialmente oportuna en aquellas actividades mercantiles supe-
ditadas a elementos exógenos como la moda, la estacionalidad y, como en el caso de la prensa diaria, la brevedad de la vida del producto a comercializar que impliquen un fuerte riesgo de oportunidad.

Por parte de la doctrina «ha sido descartada, casi de forma unánime, la asimilación del contrato estimatorio al depósito con ocasión de comercio, por la indudable dificultad derivada de la falta de coincidencia causal entre ambos contratos (ausencia en el distribuidor de la intención primordial y finalista de guarda y custodia característica del depositante) [...] En contrapunto, ha sido la especie de compraventa (sobre todo, en su modalidad de venta bajo condición suspensiva) y la de comisión de venta, en su más tradicional sentido, aquellas a las que con mayor ahínco se ha pretendido reconducir, por la doctrina española, el esquema estructural y funcional del estimatorio»⁴⁴.

Desde este último punto de vista Muñoz M. Planas definió el contrato estimatorio como aquel «negocio por cuya virtud uno de los contratantes (consignatario o *accipiens*) acepta el encargo de proceder a la venta de las mercancías que le remite el otro contratante (*tradens*) y que han sido valoradas en una cantidad fija (*aestimatio*), con el derecho de retener para sí el sobreprecio obtenido con la venta y con la obligación de, en la época acordada o usual, rendir cuentas de las operaciones realizadas, entregando al *tradens* las sumas retenidas a su favor y restituyendo las mercancías no vendidas»⁴⁵.

Por su parte el ordenamiento jurídico fiscal, a través de la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, reguladora del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), tomó la iniciativa en el ámbito de la legislación al definir el contrato estimatorio, en el artículo 75.3.º, como «aquel por virtud del cual una de las partes entrega a la otra bienes muebles, cuyo valor se estima en una cantidad cierta, obligándose quien los recibe a procurar su venta dentro de un plazo y a devolver el valor estimado de los bienes vendidos y el resto de los no vendidos».

Este modelo contractual permite a las empresas periodísticas extender su radio de acción hasta los lugares más recónditos del mercado, puesto que los minoristas del ramo no incurrir en la adquisición de compromisos de compra en firme, lo que elimina riesgos o problemas de tesorería, sin limitar sus posibles ganancias⁴⁶. En cualquier caso, el contrato estimatorio solamente se refiere a la cesión de mercancía para la venta, pero no estipula en ningún caso el que la mercancía deba ser entregada o depositada en el lugar señalado por el vendedor, de manera que esta, la de reparto, como indica el Tribunal de Defensa de la

⁴³ Lázaro Sánchez, E. J., *op. cit.*, p. 7.

⁴⁴ Lázaro Sánchez, E. J., *op. cit.*, p. 12.

⁴⁵ Muñoz M. Planas, J. M. (1963), *El contrato estimatorio*. Madrid.

⁴⁶ Martínez Fernández, V. A. (1998), «La distribución de la prensa diaria en Galicia», *Tesis Doctoral*. Universidad Complutense, Madrid.

Competencia, es claramente una actividad complementaria y además, en cuanto a responder de la mercancía entregada, tanto en lo que se refiere al cobro de la venta como a la devolución de la no vendida, en modo alguno impide el establecimiento de instrumentos mercantiles que lo garanticen.

Como puede apreciarse la nota dominante de las relaciones entre los agentes que intervienen en el mercado de la comercialización de la prensa diaria es lo atípico de la misma. Una relación atípica que potencia sus aspectos conflictivos o provocadores de conflictos con la falta de una derogación explícita de unas disposiciones legales, las Normas Reguladoras, que, por otra parte, nunca lograron llevar la armonía al sector. Esa falta de armonía es la que lleva a la partes implicadas, sobre todo a los vendedores, a demandar la disposición de unas nuevas normas acordes con la realidad del mercado que pongan orden en la actual situación de caos. Sin embargo, a pesar de las buenas intenciones de los grupos parlamentarios que aprobaron en el Congreso de los Diputados la citada propuesta no de ley para exigir del Gobierno la elaboración de un informe sobre el sector, es dudosa, cuando menos, la viabilidad de una norma específica que dé al sector carácter singular y diferente y lo abstraiga de las normas generales que rigen en la sociedad del libre mercado.

BIBLIOGRAFIA

- BAÑO LEÓN, J. M. (1996): *Potestades administrativas y garantías de las empresas en el Derecho español de la competencia*. McGraw Hill, Madrid.
- BELLIDO PENADES, R. (1998): *La tutela frente a la competencia desleal en el proceso civil*. Comares, Granada.
- LÁZARO SÁNCHEZ, E. J. (1997): *El contrato estimatorio (depósito, en comisión de venta, venta condicional...)*. Tecnos, Madrid.
- MARTÍNEZ FERNÁNDEZ, V. A. (1998): «La distribución de la prensa diaria en Galicia», *Tesis doctoral*. Universidad Complutense, Madrid.
- MUÑOZ M. PLANAS, J. M. (1963): *El contrato estimatorio*. Madrid.
- SORIANO GARCÍA, J. E. (1998): *Derecho Público de la Competencia*. Marcial Pons, Madrid.

INFORMES

- CONGRESO DE LOS DIPUTADOS, *Diario de Sesiones*, 6 de octubre de 1998, Madrid.
- FANDE, «Estudio de perfil del sector de la distribución», diciembre de 1996, Madrid.
- FANDE, «Presente y futuro del sector de la distribución de ediciones», Encuentro-Jornada de Reflexión sobre el Sector de Distribución, Mayo 1997, Madrid.
- FANDE, «Estudio del Perfil del sector de la distribución», diciembre de 1997, Madrid.