



QVADRIGAS
ABOGADOS



LAS NORMAS AUTORREGULATORIAS EN EL SECTOR DE LA AUTOMOCIÓN: UN BRINDIS AL SOL...

ALFREDO BRIGANTY
QVADRIGAS ABOGADOS



Las normas autorregulatorias son aquellas que nacen de la capacidad de las entidades, instituciones y organizaciones para regularse a sí mismas, y que se establecen a nivel colectivo, para disponer las pautas de conducta, la forma de proceder y/o los límites de las relaciones privadas de sus propios signatarios. Por lo general carecen de eficacia legal frente a terceros, aunque, en ocasiones, están refrendadas y son recomendadas por las autoridades administrativas competentes.

Por las distintas pautas de conducta que en la actualidad caracterizan a algunos empresarios de la automoción, considero necesario sacar del cajón de las frustraciones tanto el **Código de Conducta o de Buenas Prácticas que la Asociación Europea de Fabricantes de Automóviles (ACEA), junto a la Asociación Japonesa (JAMA)**¹, presentaron en el año 2009 ante las Autoridades de la Competencia en Europa, como el de Buenas Prácticas Comerciales que comprometieron ANFAC, ANIACAM, GANVAM y FACONAUTO, en el año 2011, frente al Ministerio de Industria², para configurar de común acuerdo sus obligaciones contractuales, incluso en ausencia de obligación legal.

No pensemos que se trata de una práctica normativa excepcional, pues este tipo de normas proliferan en la actualidad. Recordemos, a modo de ejemplo, cómo en el año 2020, a consecuencia de la Pandemia y tras la paralización del mercado, la Asociación Europea de proveedores de la Industria del Automóvil (CLEPA) y la propia ACEA, adoptaron conjuntamente un “Código de Conducta Empresarial con vistas al COVID-19” para apoyar la reanudación de la producción y el reinicio de la actividad.

Dicho esto, quede constancia de que no me estoy refiriendo a los Códigos de Conducta establecidos por los distintos grupos empresariales en cumplimiento de la Normativa de Compliance, nacidos para asegurar que sus actividades se ajustan a las leyes, regulaciones, normas y estándares éticos aplicables en su ámbito de actuación. Vengo hoy a sacar del cajón de las frustraciones dos Códigos de Buenas Prácticas que entraron en vía muerta por intereses de la Industria y que serían de enorme utilidad, a la vista de los abusos que siguen caracterizando al Sector de la Automoción, por el desenfreno de una parte y la desidia y sumisión de la otra.³

1 Los miembros de la ACEA y de JAMA propugnan y se adhieren a este Código de Buenas Prácticas, para comprometerse a incluir ciertos principios en los acuerdos con sus distribuidores y reparadores autorizados.

2 EL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES PARA EL SECTOR DE AUTOMOCIÓN se encuentra publicado en internet. Fue suscrito por ANFAC, ANIACAM, FACONAUTO y GANVAM, en fecha 10 de junio de 2011, con la tutela de la Dirección General de Comercio Interior, dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, en la IX Legislatura.

I. EL COMPROMISO ASUMIDO POR LA ACEA Y POR LA JAMA ANTE LAS AUTORIDADES EUROPEAS

Corría el año 2009 cuando, con ocasión de la expiración del Reglamento (UE) no 1400/2002, los Fabricantes de Automóviles, a través de sus Patronales, tanto la europea como la japonesa, procuraron la eliminación en los Reglamentos de Exención de cualquier alusión a exigencias bilaterales de naturaleza contractual. La fórmula que propusieron fue el establecimiento de un Código de Conducta, de general aplicación en el Sector, que supuestamente sería respetado por sus representados en el futuro, en el que se comprometían a incluir en los contratos de distribución algunas salvaguardas, con la finalidad de equilibrar las prestaciones recíprocas.

Convencieron al legislador de la idoneidad de la propuesta, que servía para eliminar el corsé que sujetaba sus designios frente a las redes de distribución. Tenía una cierta lógica, pues la normativa de competencia está llamada a regular las pautas de conducta en el mercado y no las relaciones bilaterales entre sus operadores económicos.

Mediante la rúbrica de un Código de Conducta, los Fabricantes se comprometieron a incluir en los contratos de distribución las siguientes prerrogativas:

- (i) La necesidad de un preaviso de dos (2) años en caso de rescisión ordinaria de la relación mercantil, que se reduciría, al menos a un (1) año, cuando el proveedor estuviera obligado por ley o por un acuerdo especial a pagar una indemnización adecuada a la rescisión del acuerdo o fuera necesario reorganizar la totalidad o una parte sustancial de la red.
- (ii) Un plazo mínimo de 5 años de duración para los contratos de distribución, si no eran indefinidos, protegiendo de esta manera las inversiones inherentes al establecimiento de la actividad.

³ Permítanme traer a colación el artículo que escribí en agosto del año 2006, para esta misma publicación, por entonces conocida como APEMAR, bajo el título: “LA CONVENIENCIA DE LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA EN EL SECTOR DE LA AUTOMOCIÓN”, pues la objetividad es un gran aliado. Ya entonces ponía de manifiesto que no es de recibo que los “picos” y convulsiones del sector traten de paliarse a través de la picaresca empresarial. Como tampoco que traten de solventar los problemas de la Industria con cargo a un solo eslabón de la cadena productiva (la distribución). Dije más, y lo repito, porque sigue siendo de actualidad, algunas Asociaciones se han visto perjudicadas por comportamientos y actuaciones de algunos asociados “dispersos” que, lejos de defender intereses colectivos, confunden sus intereses personalísimos con los del resto de sus compañeros de viaje.

- (iii) La necesidad de motivación, objetiva y transparente, en caso de rescisión de contrato, y
- (iv) La resolución rápida de las controversias mediante la intervención de árbitros o mediadores, evitando de esta manera la lentitud que caracteriza a la Administración de Justicia.

Ni que decir tiene que la rúbrica de este compromiso fue recibida con satisfacción por las Autoridades de la Competencia, ante el hartazgo generado por la tramitación de expedientes ajenos al comportamiento del mercado. Si alguna vez pensaron en la ACEA⁴ que este mecanismo autorregulatorio iba a servir para hacer borrón y cuenta nueva, acertaron de plano, pues hay que reconocer que acabaron con las denuncias y con la europeización de las problemáticas surgidas en aquellos países donde los directivos de la Industria no reparan en sus desmanes.

II. EL COMPROMISO ASUMIDO POR ANFAC, ANIACAM, FACONAUTO Y GANVAM, ANTE EL MINISTERIO DE INDUSTRIA.

Tamaño mecanismo fue aprovechado al poco tiempo en España por el propio Ministerio de Industria, después de la vilipendiada Ley de Economía Sostenible que se aprobó, a instancias de FACONAUTO y con escasa mayoría parlamentaria, para regular los contratos de distribución⁵

Tal fue el revuelo que se montó ante la inesperada Disposición Adicional Decimosexta incluida en esta Ley, por lo visto insostenible, desde el prisma de la Industria, y tantas las presiones padecidas a raíz de su promulgación, que fue imposible la resistencia al conciliábulo organizado para la elaboración de un Código de Buenas Prácticas, como remedio in extremis para acabar, también de un plumazo, con los derechos reconocidos por el Parlamento Español en favor de los concesionarios de automóviles⁶

⁵ La **Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible**, estableció mediante su **Disposición Adicional decimosexta**, una norma que vino a señalar que, hasta la aprobación de una ley específica, el régimen jurídico aplicable a los contratos de distribución de vehículos sería el previsto en la Ley 12/1992, de 27 de mayo, sobre el Contrato de Agencia.

Un mes más tarde, la **Ley 7/2011, de 11 de abril**, en su Disposición Final Cuarta, suspende y deja sin efecto la norma anterior y, por ende, la aplicación de la Ley del Contrato de Agencia a los Contratos de Distribución, otorgándose al gobierno un plazo de 6 meses para aprobar un proyecto de ley de contratos de distribución comercial y señalando que, hasta la aprobación y entrada en vigor de la Ley de contratos de distribución, el gobierno presentaría un Código de Buenas Prácticas a las asociaciones del sector de la automoción en el que se contemplaría la constitución de un Comité de Seguimiento y resolución de conflictos.

En cumplimiento de este mandato, se presentó en el Congreso de los Diputados, el 29 de junio de 2011, un Proyecto de Ley de Contratos de Distribución para su aprobación. Igualmente, se presentó una propuesta de Código de Buenas Prácticas Comerciales el 11 de junio de 2011. A día de hoy, catorce años después, no ha prosperado ninguna de estas propuestas.

Con estos antecedentes, que datan de los años 2010 y 2011, respectivamente, no es baladí que algunos de los textos contractuales redactados recientemente para su rúbrica por las redes, incluyan exigencias que se dan de bruces con los Códigos de Conducta y de Buenas Prácticas Comerciales que en su día se vendieron como definitorios y ejemplarizantes.

La propuesta de Código de Buenas Prácticas Comerciales que suscribieron ANFAC, ANIACAM, FACONAUTO y GANVAM, el 10 de junio de 2011, estableció como principios inspiradores de sus relaciones mercantiles, los siguientes:

- Buena fe y lealtad.
- Libertad de pactos.
- Motivación de los actos de especial relevancia y modificaciones contractuales esenciales.
- Distribución responsable.
- Respeto de las exigencias derivadas de un mercado europeo integrado.
- Formalización escrita de los acuerdos.
- Reparación de los daños efectivamente causados.
- Compromiso de velar por la calidad y seguridad en el Sector.
- Búsqueda de la eficiencia y dinamismo en el Sector.
- Respeto a la legalidad y colaboración con las administraciones.

A la vista de las experiencias más recientes, bien podríamos decir que el papel lo aguanta todo...

De igual manera, el Código estableció, en materia de condiciones contractuales, que los contratos a celebrar debían atenerse a los siguientes principios:

1. Principio de formalización por escrito.
2. Principio de consentimiento informado ⁷.
3. Principio de Confidencialidad.
4. Principio de cumplimiento leal ⁸.
5. Principio de libre consentimiento al procedimiento de mediación previsto en el Código.

⁷ **Principio de consentimiento informado:** *En el proceso de formación del contrato, las Partes se comprometen a intercambiar, con sujeción a un estricto compromiso de confidencialidad, cualquier tipo de información que sea relevante para que cada una de ellas pueda prestar su consentimiento teniendo en cuenta los riesgos empresariales respectivos.*

⁸ **Principio de cumplimiento leal:** *Las partes están de acuerdo en que todos aquellos daños **efectivamente causados** se deberán indemnizar conforme a los criterios y principios sentados por la doctrina de los **Tribunales de justicia españoles**.* (la negrita no es nuestra, consta así en el texto del Código original)

Destaco el segundo y el cuarto por su verdadero significado, pues parece mentira que, teniendo claro las partes los principios inspiradores de las relaciones mercantiles entre sus asociados, existan a estas alturas quienes vayan en contra de sus propios postulados, empeñándose en imponer contratos de duración menor a cinco años, después de ser indefinidos, con reservas y renunciaciones de todo tipo, sin posibilidad de negociación alguna, y advirtiéndolo a sus destinatarios del cese fulminante de quien no los firme de inmediato.

Sobre todo, porque este Código de Buenas Prácticas fue aceptado por las Patronales Sectoriales, con el refrendo Ministerial, para su aplicación *a los contratos que se celebren después de su entrada en vigor...*⁹

Permítanme, llegados a este punto, que deje a la malicia del lector los motivos por los que, suscrito el Código por las cuatro patronales sectoriales (ANFAC, ANIACAM, FACONAUTO y GANVAM), refrendado por el Ministerio de Industria, valorada positivamente la idoneidad de sus postulados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en el año 2011 y constituido incluso el Comité de Diálogo, fue infructuosa su escasa actividad.

Sorprende que, cinco años después, en el 2016, a instancias de las Patronales de la distribución, que seguían reivindicando el cumplimiento de lo pactado, la CNMC, emitiera un Dictamen desdiciéndose acerca de la idoneidad del Código, a la vista de los expedientes sancionadores que tuvo que tramitar en el ínterin.

Lo cierto es que, de aquellas jornadas ineludibles para modificar la voluntad inicial del legislador nacional, por el atrevimiento que supuso el contenido de la reseñada Disposición Adicional decimosexta de la Ley de Economía “insostenible”, no queda en la actualidad más que el derecho al pataleo, y la memoria raquítica de unos cuantos.

Aparte de las lecciones aprendidas sobre la forma y manera de convertirlas en un brindis al sol, y de llegar a entender que se pergeñaron para el control de la distribución, cabe concluir que sólo debemos esperar lo que la Industria tenga por conveniente en cada momento, y no, precisamente, porque la realidad de lo que sigue aconteciendo no invite a implorar lo justo y necesario.

Termino, como de costumbre, recordando a mi madre, para satisfacción de algunos - ya lo sé- porque le estoy escuchando decir: *No olvides que quien hace la Ley, hace la trampa...*

Así lo veo yo, siempre con el mismo entusiasmo.

⁹ Literalmente disponen que las organizaciones firmantes promoverán el cumplimiento de la normativa vigente en cada momento entre sus asociados y cooperarán para facilitar a las empresas proveedoras y distribuidoras, cuando así los demanden, criterios de interpretación para la mejor aplicación de las normas en sus relaciones contractuales, en colaboración con las Administraciones públicas competentes y siempre dentro del respeto a las normas de competencia.

QVADRIGAS
ABOGADOS

