

# *La legalidad de la cláusula de exclusividad en el contrato de distribución*

Marith Fernanda Rosales\*  
Samuel Dávila\*\*

RVDM, Nro. 10, 2023, pp-339-350

**Resumen:** El presente trabajo tiene como finalidad analizar, a partir de las normas mercantiles vigentes y el derecho de la competencia, si la cláusula de exclusividad en el contrato de distribución es legal o no. Para ello, abordará las nociones básicas del contrato de distribución y sus caracteres; los límites legales del mismo, relativos al derecho de las personas en el acceso de bienes y servicios, derecho de la competencia y normas del Poder Popular. Asimismo, será fundamental analizar la naturaleza jurídica de las cláusulas de exclusividad y considerar las semejanzas y diferencias con demás cláusulas de esta naturaleza, contenidas en distintos contratos mercantiles, a fines de determinar su legalidad.

**Palabras clave:** contrato de distribución, cláusula de exclusividad, límites del contrato de distribución

## *The legality of the exclusivity clause in the distribution contract*

**Abstract:** *The purpose of this paper is to analyze, based on current commercial regulations and competition law, whether the exclusivity clause in the distribution contract is legal or not. To do this, it will address the basic notions of the distribution contract, as well as its characteristics; and the legal limits of the distribution contract. Likewise, it will be key to analyze the legal nature of the exclusivity clauses and to make some comparisons on the similarities and differences with other exclusivity clauses contained in other commercial contracts to conclude its legality or not.*

**Keywords:** *distribution contract, exclusivity clause, limits of the distribution contract*

**Recibido:** 26/05/2023  
**Aprobado:** 29/06/2023

---

\* Abogada egresada de la Universidad Católica Andrés Bello. Estudiante de la Especialización de Derecho Mercantil de la misma universidad.

\*\* Abogado egresado de la Universidad Católica Andrés Bello. Estudiante del Programa de Estudios Avanzados de Derecho Corporativo y Especialización de Derecho Mercantil en la misma universidad.



# *La legalidad de la cláusula de exclusividad en el contrato de distribución*

Marith Fernanda Rosales\*  
Samuel Dávila\*\*

RVDM, Nro. 10, 2023, pp-339-350

## SUMARIO:

INTRODUCCIÓN. *1. Definición del contrato de distribución. 1.1. Caracteres. 2. Límites legales al contrato de distribución. 2.1. El orden público y las buenas costumbres. 2.2. Límites vinculados al consumidor. 2.3 Límites vinculados a la competencia. 2.4. Límites vinculados a las normas del Poder Popular. 3. Cláusula de exclusividad. 3.1. Legalidad de la cláusula de exclusividad en Venezuela. 4. Semejanzas y/o diferencias con la cláusula de exclusividad contenida en el contrato de suministro.*  
CONCLUSIONES. BIBLIOGRAFÍA.

## INTRODUCCIÓN

Las estipulaciones de cláusulas de exclusividad revisten de una importante consideración económica, no solo entre las partes contratantes, sino para las familias, empresas y el mercado de bienes y servicios que hacen vida en el ciclo económico de un país, especialmente en el campo del derecho de la competencia.

En el contrato de distribución, el cual es contentivo de la cláusula de exclusividad que nos atañe analizar, es de especial interés para las partes, el uso de la misma. Por un lado, es importante para el distribuidor porque es quien posee el *know how* de cómo, dónde y a quién vender los productos objeto del contrato de distribución, y a este no le conviene que el productor contrate con otro distribuidor en un mismo territorio. Por el otro, al productor le interesa que el distribuidor sea exclusivo con él y no negocie con sus competidores, porque pudiese generar conflictos de intereses y un perjuicio en relación a cómo son consumidos sus productos en el mercado.

En los últimos años, las cláusulas de exclusividad han sido consideradas, bajo ciertos supuestos, estipulaciones contrarias a la justa competencia económica, bajo el argumento de que, en ocasiones, una de las partes no tiene la condición de imponerse o

---

\* Abogada egresada de la Universidad Católica Andrés Bello. Estudiante de la Especialización de Derecho Mercantil de la misma universidad.

\*\* Abogado egresado de la Universidad Católica Andrés Bello. Estudiante del Programa de Estudios Avanzados de Derecho Corporativo y Especialización de Derecho Mercantil en la misma universidad.

igualarse sobre la otra para negociar, y esto supone una desmejora en sus posibilidades de actuación y negociación. Ante esta situación, nos cuestionamos si estas cláusulas de exclusividad son legales a la luz del derecho de la competencia y el derecho mercantil propiamente, cuando son estipuladas en un contrato de distribución, o, si, por el contrario, pudiesen ser consideradas cláusulas de competencia desleal o abusiva.

## ***1. Definición del contrato de distribución***

En primer término, resulta de relevancia analizar el origen y la funcionalidad del contrato de distribución, el cual surgió como una respuesta a las dinámicas extremadamente aceleradas de los mercados modernos, en los cuales cada vez se volvió más complicado para el productor satisfacer la demanda de los mismos, manteniendo su viabilidad económica, sin la necesidad de cooperar con otras empresas.<sup>1</sup>

En tal sentido y como respuesta a los incentivos que dictaba el mercado, para los productores surgió una diatriba: asumir mayores costos de explotación e invertir en sus propias redes de comercialización, o, pactar con agentes externos que se encargaran de la compleja tarea de la distribución, en aras de poder enfocarse de manera plena en las labores de producción; las cuales conocían con amplio margen.<sup>2</sup>

Es entonces así, como de esta simbiosis construida entre productores y distribuidores, surge un nuevo escenario contractual a través del cual, los productores se enfocan en sus utilidades y delegan la colocación de bienes y servicios a terceros especializados en ello. En tal sentido, se genera una retroalimentación en la cual el productor se beneficia del posicionamiento en el mercado y, a su vez, el distribuidor obtiene una ganancia por los productos revendidos.<sup>3</sup>

Ahora bien, en aras de seguir construyendo la naturaleza de este contrato de manera eficiente, es pertinente distinguir entre el contrato de distribución en sentido amplio; el cual puede incluir acuerdos tales como: franquicias, agencias, entre otros. Y en la otra mano, el contrato de distribución en sentido estricto, al cual nos referiremos en el presente trabajo de investigación.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Diego Castagnino, El Contrato de Distribución como Mecanismo para la Comercialización de Bienes y Servicios en Venezuela: Trabajo Especial presentado para optar al Título de Especialista en Derecho Mercantil, 12 y siguientes.

<sup>2</sup> Juan M. Farina, Contratos Comerciales Modernos, 2º Edición, 391 y siguientes.

<sup>3</sup> Diego Castagnino, El Contrato de Distribución como Mecanismo para la Comercialización de Bienes y Servicios en Venezuela: Trabajo Especial presentado para optar al Título de Especialista en Derecho Mercantil, 14 y siguientes.

<sup>4</sup> Ana López, Los Contratos Conexos, 14.

## **1.1. Caracteres**

En virtud de lo anterior, y a fin de comprender a cabalidad la esencia del contrato de distribución, en el presente apartado, desglosamos las características que lo constituyen:<sup>5</sup>

### **a. Es un contrato bilateral.**

Se requiere la existencia de dos partes, de las cuales una fungirá como productor y la otra como distribuidor. En la relación contractual que suscriban, esta será bilateral, ya que ambas partes serán titulares de derechos y obligaciones de manera recíproca.

### **b. Puede haber exclusividad o no**

En virtud del principio de la libre autonomía de la voluntad de las partes, existe la posibilidad de que la productora, suscriba múltiples acuerdos de esta naturaleza. Es decir, no necesariamente implica una relación de exclusividad.

### **c. Rige el principio de cooperación.**

Por la dinámica del derecho mercantil y de la finalidad de los contratos de distribución *per se*, hay un fuerte vínculo de cooperación, debido a que existe una relación de recíprocos beneficios para las partes involucradas, lo cual constituye fuertes incentivos para trabajar en conjunto.

### **d. Rige el principio de permanencia.**

A fin de que las partes puedan lograr la consecución de sus actos de comercio sin interrupción y en provecho de los beneficios del contrato de distribución, se busca la prevalencia del mismo, con la expectativa de que prolongue su vigencia en el tiempo y no sea circunstancial.

### **e. Finalidad.**

El objeto del contrato de distribución, por parte del productor, es la venta de su producto. En el caso del distribuidor, existe un fin de reventa y posicionamiento de productos en el mercado, para generar réditos económicos de esas labores.

---

<sup>5</sup> Raúl Etcheverry, Derecho comercial y económico. Contratos. Parte especial, 204.

## 2. Límites legales al contrato de distribución

### 2.1. El orden público y las buenas costumbres.<sup>6</sup>

El contrato de distribución encontrará uno de sus límites en el orden público, el cual se entiende como “*un conjunto de valoraciones de carácter político, social, económico o moral, propias de una comunidad determinada, en un momento histórico determinado, que fundamentan su derecho positivo y que éste tiende a tutelar*”.<sup>7</sup> Asimismo, el Código Civil venezolano señala que no se podrán relajar ni renunciar estipulaciones particulares, cuando estas interesen al orden público y las buenas costumbres.<sup>8</sup>

De igual forma, ha de entenderse las buenas costumbres como “*el conjunto de convicciones de ética social imperantes en una sociedad, en un determinado momento histórico y en un lugar geográfico específico*”;<sup>9</sup> y tanto el orden público, como las buenas costumbres, representan un límite a la libre autonomía de la voluntad de las partes y, en consecuencia, a los contratos de distribución que pudiesen o quisieren pactar.

### 2.2. Límites vinculados al consumidor

Inicialmente, las teorías más clásicas de la economía, postulaban que la “*Mano Invisible*” de Smith, era el mecanismo idóneo de regulación del mercado. Es decir, que el equilibrio natural alcanzado por la oferta y la demanda, era el vehículo ideal para la consecución de mercados sanos y fortalecidos.

Posteriormente, el paradigma económico fue cambiando al punto de que se entendió que, si bien el exceso de intervencionismo es perjudicial para los mercados, sí es necesaria determinada gestión y planificación económica por parte del Estado, por lo menos para garantizar la protección de los consumidores y garantizar su acceso a los bienes y servicios, sin que ello implique una merma profunda en su poder adquisitivo.

Así las cosas, el derecho del consumidor puede definirse como el conjunto de normas jurídicas que protegen al beneficiario final de los productos; es decir, el consumidor, brindándole acceso a una información adecuada del mercado y medios efectivos de defensa, incluso al punto de poder movilizar al Ministerio Público o demás órganos de la Administración Pública. En tal sentido, en el caso de los límites relacionados con

---

<sup>6</sup> Diego Castagnino, El Contrato de Distribución como Mecanismo para la Comercialización de Bienes y Servicios en Venezuela. Trabajo Especial presentado para optar al Título de Especialista en Derecho Mercantil. Universidad Central de Venezuela, 209 y siguientes.

<sup>7</sup> Eduardo Couture, Vocabulario Jurídico, 449.

<sup>8</sup> Código Civil Venezolano, artículo 6.

<sup>9</sup> Carlos Soto Coaguila, La Libertad de contratación: ejercicio y límites. Derecho de las obligaciones del nuevo milenio, 341.

el derecho al acceso de los bienes y servicios por parte de los individuos, están estrictamente ligados a evitar que los productores ejecuten prácticas que puedan perjudicar directamente al consumidor o a la microeconomía.

### ***2.3. Límites vinculados a la competencia***

El derecho de la competencia, es una rama jurídica que surge como una respuesta a las prácticas monopólicas y anticompetitivas, que afectan negativamente a los mercados, en aras de devolverles el equilibrio, el cual se materializa en una vida económica próspera para la población general.

En este caso, los límites asociados al derecho de la competencia, tienen por objeto promover y proteger el ejercicio de la misma, fomentando así la eficiencia de los productores y consumidores, a fines de evitar que se restrinja indebidamente, se impida o limite el goce de la libertad económica, la cual es vital para el desarrollo de una nación. En conclusión, estos son normativas o reglamentaciones, que tienen por objeto incentivar o reducir, según sea el caso, determinados comportamientos de los agentes económicos.

### ***2.4. Límites vinculados a las normas del Poder Popular***

En relación a los límites vinculados con las normas del Poder Popular, estos de igual forma tienen por objeto generar incentivos en los agentes económicos y proteger los derechos de los consumidores de acceder a bienes y servicios de calidad, a buen precio y tener acceso a instancias o garantías en caso de que se vean afectados; sin embargo, en este caso se hace desde una perspectiva con un espectro ideológico más involucrado.

Para ilustrar lo anterior, resulta relevante analizar como en el caso de los límites vinculados al Poder Popular, el Estado pretende generar esta presunta protección del mercado a través de la utilización de figuras como la economía comunal, propiedad social comunal y demás instituciones propias de un régimen económico con rasgos socialistas.

## ***3. Cláusula de exclusividad***

La cláusula de exclusividad tiene como naturaleza jurídica la estipulación de una obligación mercantil contenida en un contrato. Sin embargo, la posición de la doctrina en cuanto a la aceptación de esta figura no ha sido pacífica, ya que algunos la consideran como ilegales y contrarias al derecho de la competencia; otros por su parte han manifestado su apoyo al uso de las mismas en el contrato de distribución, por considerar que los beneficios que derivan de esta para las partes, son mayores.

Así entonces, Germán Coloma, autor argentino, ha expresado que en la distribución hay una práctica vertical por participar dos sujetos ubicados en distintos eslabones del sistema de producción. Sin embargo, señala el autor que “no todas las prácticas verticales, y por lo tanto no todos los pactos de exclusividad, son necesariamente anticompetitivos en sí mismos, aunque puedan implicar una limitación en el proceso de la competencia”.<sup>10</sup>

Sobre ese punto, la Corte Constitucional de Colombia estableció que, para determinar si una cláusula de exclusividad es contraria a la competencia económica, se requiere analizar factores como el tipo de mercado, su tamaño, la posibilidad de que el bien pueda ser reemplazado por otro, la participación de otros competidores, el efecto de la cláusula sobre la eficiencia y el efecto en los precios producidos por la estipulación.<sup>11</sup>

En la misma línea, la jurisprudencia nacional ha señalado que las cláusulas de exclusividad tampoco podrían ser consideradas ilegales o abusivas, salvo que “*sin una justificación objetiva y racional, limitan los derechos de los consumidores y usuarios*”,<sup>12</sup> y agrega Acedo Sucre a esa observación de la Sala Constitucional que “son ilegales aquellas cláusulas que resultan desproporcionadas, excesivas y contrarias a la buena fe, puesto que rompen groseramente el equilibrio de las prestaciones”.<sup>13</sup>

Finalmente, a modo de conclusión de la naturaleza jurídica de la cláusula de exclusividad y algunas opiniones de la doctrina y jurisprudencia, tanto nacional como de derecho comparado, advertimos la importancia y nuestra posición similar a la del autor Díez-Picazo, quien estableció que cuando la cláusula de exclusividad es individualmente negociada, como ocurre en la mayoría de casos del contrato de distribución, la misma no es considerada contraria a la libre competencia, sino hasta un beneficio, como abordaremos a continuación.<sup>14</sup>

---

<sup>10</sup> Germán Coloma, *Defensa de la Competencia: Análisis Económico comparado*, 188 y siguientes.

<sup>11</sup> Corte Constitucional de Colombia, Sentencia C-535 de 23 de octubre de 1997, Magistrado Ponente Dr. Eduardo Cifuentes Muñoz.

<sup>12</sup> Tribunal Supremo de Justicia, Sala Constitucional, sentencia No. 1049, 23 de julio de 2009 (Rafael Badell Madrid et al. en nulidad contra los artículos 53, 54, 83, 84, 85, 86, 87 [numerales 5, 6 y 8], en concordancia con los artículos 125, 92, 119, 122 y 150 de la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario, publicada en Gaceta Oficial No. 37.930, 4 de mayo de 2004), en: <https://bit.ly/2XuV2m8>

<sup>13</sup> Carlos Acedo Sucre, *Cláusulas abusivas*, en: I. de Valera (coord.), *El Código Civil venezolano en los inicios del siglo XXI*. En conmemoración del bicentenario del Código Civil francés de 1804, 257, 295 y siguientes.

<sup>14</sup> Díez-Picazo, Roca Trías y Morales, *Los principios del Derecho europeo de los contratos*, 331.



### 3.1. Legalidad de la cláusula de exclusividad

El contrato de distribución no está regulado por el ordenamiento jurídico venezolano, más allá de algunas definiciones que podemos encontrar de forma dispersa. Por ejemplo, la Resolución N° SPPLC/036-95 en su momento lo reconoció como “*aquellos contratos o acuerdos celebrados entre un proveedor y un distribuidor en los que el proveedor se comprometa a suministrarle en exclusiva al distribuidor determinados productos para su reventa en un territorio determinado*”.<sup>15</sup> Sin embargo, lo más interesante que se desprende de esa definición, es que la Resolución reconoce el carácter exclusivo que se puede pactar en el contrato de distribución.

Sin embargo, los cuestionamientos a la legalidad de la cláusula de exclusividad han surgido porque el derecho de la competencia no es ilimitado, puesto que se busca salvaguardar los intereses de los consumidores. Especialmente, el debate se aviva a raíz de que la Ley Antimonopolio establece como prohibición general, entre otras prácticas, los contratos que limiten la competencia económica.<sup>16</sup> A su vez, el artículo 11 de la misma ley establece la prohibición de contratos que produzcan o puedan producir el efecto de limitar la competencia justa.<sup>17</sup>

No obstante, en materia de contratación mercantil, rige el principio de la autonomía de la voluntad de las partes, el cual de acuerdo al autor José Ballesteros, consiste en “*la posibilidad de que los individuos puedan dictar normas, como expresión de esa libertad para auto-regular sus relaciones privadas, normas que el Estado asumirá como propias, concediéndolas un vigor semejante al de la ley y por cuya eficacia velará con idéntico rigor*”.<sup>18</sup>

Esto resulta de vital importancia, porque entonces tienen las partes el poder para gobernar sus propios asuntos e intereses, de acuerdo a sus necesidades; y si lo que más interesa a estas es establecer una cláusula de exclusividad donde (i) el distribuidor se obligue a no revender los productos de la competencia directa de su productor, o (ii) el productor se obligue a vender sus productos únicamente a un distribuidor en una zona territorial determinada; (iii) o regular la exclusividad bidireccional, ello bastaría para que fuese ley entre las partes, en virtud de que estas tienen la libertad y el derecho de cómo, cuándo y en qué términos contratar.

<sup>15</sup> Resolución N° SPPLC/036-95 del 28 de agosto de 1995 de la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia. Gaceta Oficial N°. 35801, del 21 de septiembre de 1995.

<sup>16</sup> Ley Antimonopolio, artículo 4.

<sup>17</sup> Ley Antimonopolio, artículo 11.

<sup>18</sup> José Ballesteros, Las Condiciones generales de los contratos y el principio de la autonomía de la voluntad, 17.

De ninguna manera lo anterior puede ser considerado como un obstáculo a la competencia económica, ya que las partes están obrando en virtud de los principios de colaboración y permanencia que rigen el contrato de distribución, para ambos obtener los beneficios a corto, mediano y largo plazo que se han propuesto. Además, esto no resulta en perjuicio hacia el consumidor, al contrario, ya que como señala Garrigues, “*esta relación jurídica pone en circulación la economía*”.<sup>19</sup>

Finalmente, ha de perseguirse el principio de razonabilidad para el análisis de la exclusividad a la luz de la Ley Antimonopolio; principio el cual establece que ha de perseguirse el fin del legislador.<sup>20</sup> Así, sería irrazonable pensar que el legislador prohibiría de plano la exclusividad, especialmente para el entorno mercantil que suele tener relaciones comerciales con vocación de permanencia y confianza entre las partes; al contrario, la exclusividad genera valor.

#### ***4. Semejanzas y/o diferencias con la cláusula de exclusividad contenida en el contrato de suministro***

A diferencia de la definición de contrato de distribución antes analizada, el contrato de suministro “*es un contrato por el cual una parte se obliga a entregar cosas a la otra, en forma periódica o continuada, y esta a pagar un precio por ellas*”. Asimismo, al igual que el contrato de distribución, este es un contrato atípico en Venezuela.<sup>21</sup>

Así las cosas, dada la falta de regulación en Venezuela, analizaremos a través del derecho comparado, algunas buenas prácticas y prohibiciones respecto al uso de la cláusula de exclusividad en el contrato de suministro. Por ejemplo, en Colombia, el artículo 19 de la Ley 256 de 1996 prohíbe las cláusulas de exclusividad en los contratos de suministro cuando tengan por objeto o como efecto restringir la libre competencia económica; y ha de evaluarse la real afectación que se pueda generar en el mercado como consecuencia de la exclusividad.<sup>22</sup>

Inclusive, la Superintendencia de Industria y Comercio señaló que la prohibición de la cláusula de exclusividad en el contrato de suministro se debe hacer extensiva a otros contratos mercantiles siempre que la cláusula tenga por objeto o como efecto restringir la libre competencia económica, porque de acuerdo con la doctrina a la cual se adscriben, “*donde existe la misma razón debe existir la misma disposición*”.<sup>23</sup>

---

<sup>19</sup> Joaquín Garrigues, Tratado de Derecho Mercantil, Tomo III, Volumen I, Revista de Derecho Mercantil, Citado en: Jaime Alberto Arrubla Paucar, Contratos Mercantiles, Tomo I, 243.

<sup>20</sup> Mauricio Maldonado, El principio de razonabilidad y su aplicación al estudio de validez de las normas jurídicas, Ius Humani, Revista de Derecho, Volumen 3, 142 a la 144.

<sup>21</sup> Gabriel Stiglitz, Concepto y función del contrato de suministro, 1074.

<sup>22</sup> Congreso de la República de Colombia, Ley 256 de 1996, 15 de enero, Diario Oficial 42.692, artículo 19.

<sup>23</sup> Ana Botero, Aplicación de la prohibición de la cláusula de exclusividad en los contratos de suministro a los demás contratos de distribución comercial, Trabajo de grado, 8.

En Venezuela, la situación es distinta, ya una disposición de ese calibre no es aceptada en virtud del principio de razonabilidad, dado que el legislador venezolano no hubiese querido que la prohibición se extendiera a cualquier tipo de contrato de distribución “en sentido amplio”, sino solo a aquellas situaciones que generen un obstáculo real a la competencia económica.

## **CONCLUSIONES**

En suma, podemos concluir que el uso de la cláusula de exclusividad en Venezuela, ha sido más bien satanizada por la interpretación que se les da a los artículos 4 y 11, de la Ley Antimonopolio, que parecieran sugerir una prohibición al respecto.

Sin embargo, el contrato es la principal fuente de las obligaciones mercantiles, y el de distribución, al no encontrarse regulado en el ordenamiento jurídico venezolano, tiene como génesis y principio rector, la libre autonomía de la voluntad de las partes.

Adicionalmente, la exigencia y dinamismo de la actividad comercial, requiere que las partes contratantes, en virtud del principio de colaboración que rige la materia, además de su libre autonomía, puedan tomar las decisiones necesarias para la consecución de sus actos de comercio y, en ese sentido, no perder oportunidades en el mercado de acceso de bienes y servicios; especialmente, porque el contrato de distribución facilita la circulación de dichos productos, para el acceso de los mismos en el mercado.

Es de destacar que no toda cláusula de exclusividad acordada genera una afectación al derecho de la competencia o un perjuicio al consumidor. Al contrario, la exclusividad puede generar valor y eficiencia en el mercado, dado que fomenta la permanencia del contrato entre las partes, lo cual, se traduce en una longeva relación comercial, en la cual el productor vende sus productos o servicios al distribuidor, y este a través de sus canales de distribución los hace llegar al consumidor para su disfrute. Así entonces, no solo se benefician las partes, sino también el consumidor, que, a fin de cuentas, es el destinatario final de los productos y servicios.

Por todo lo mencionado, se concluye que el uso de la cláusula de distribución, no es en esencia ilegal, especialmente porque el contrato de distribución no está regulado en el ordenamiento jurídico venezolano, lo que permite un abanico de libertades para pactar sus obligaciones.

Además, la cláusula de exclusividad, cuando es acordada por dos partes, en igualdad de condiciones, que tras una negociación consideran que es lo mejor para el cumplimiento de sus obligaciones y el objeto del contrato, será no solo legal, sino de sumo beneficio para ellas y, en consecuencia, para los consumidores.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acedo Sucre, Carlos, Cláusulas abusivas, en: I. de Valera. El Código Civil venezolano en los inicios del siglo XXI. En conmemoración del bicentenario del Código Civil francés de 1804, Caracas, Academia de Ciencias Políticas y Sociales, 2005.
- Ballesteros, José. Las Condiciones generales de los contratos y el principio de la autonomía de la voluntad. José María Bosch Editor. Barcelona. 1999.
- Botero, Ana. Aplicación de la prohibición de la cláusula de exclusividad en los contratos de suministro a los demás contratos de distribución comercial. Trabajo de grado, Universidad EAFIT, 2008.
- Castagnino, Diego. El Contrato de Distribución como Mecanismo para la Comercialización de Bienes y Servicios en Venezuela. Trabajo Especial presentado para optar al Título de Especialista en Derecho Mercantil. Universidad Central de Venezuela. Caracas. 2013.
- Código de Comercio. Gaceta Oficial N° 475 del 21 de diciembre de 1955.
- Coloma, Germán. Defensa de la Competencia: Análisis Económico comparado. Buenos Aires-Madrid: Editorial Ciudad Argentina, 2003.
- Congreso de la República de Colombia. Ley 256 de 1996, 15 de enero. Diario Oficial 42.692.
- Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-535 de 23 de octubre de 1997, Magistrado Ponente Dr. Eduardo Cifuentes Muñoz
- Couture, Eduardo. Vocabulario Jurídico. Editorial Martin Bianchi Altuna. República Oriental del Uruguay. 1960.
- Díez-Picazo, Roca Trías y Morales, Los principios del Derecho europeo de los contratos. Civitas, Madrid, 2002.
- Etcheverry, Raúl. Derecho comercial y económico. Contratos. Parte especial. Buenos Aires. Editorial Astrea. 1994-1995.
- Farina, Juan Manuel. Contratos Comerciales Modernos. 2° Edición. Buenos Aires. Editorial Astria. 1993.
- Garrigues, Joaquín. Tratado de derecho Mercantil. Tomo III. Volumen I. Revista de Derecho Mercantil, Madrid, 1963. Citado en: ARRUBLA PAUCAR, Jaime Alberto. Contratos Mercantiles. Tomo I. Medellín: Biblioteca Jurídica Diké, 1997.
- Ley Antimonopolio, Gaceta Oficial N° 6.151 del 18 de noviembre de 2014.
- López, Ana. Los Contratos Conexos. José M. Bosch Editor. Barcelona 1994.
- Maldonado, Mauricio. El principio de razonabilidad y su aplicación al estudio de validez de las normas jurídicas. (Ius Humani. Revista de Derecho Vol. 3 (2012/2013).
- Stiglitz, Gabriel, Concepto y función del contrato de suministro. LL Editores. Buenos Aires, 1989.
- Soto Coaguila, Carlos. La Libertad de contratación: ejercicio y límites. Derecho de las obligaciones del nuevo milenio. Academia de ciencias políticas y sociales. Caracas. 2007.
- Resolución N° SPPLC/036-95 del 28 de agosto de 1995 de la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia. Gaceta Oficial N°. 35801, del 21 de septiembre de 1995.
- Tribunal Supremo de Justicia, Sala Constitucional, sentencia No. 1049, 23 de julio de 2009. Magistrado Francisco Antonio Carrasquero López.