



# MEMORIA DE ACTUACIONES DEL OBSERVATORIO DE LA CADENA ALIMENTARIA 2017



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN



OBSERVATORIO  
Cadena Alimentaria



**Aviso legal:** Los contenidos de esta publicación podrán ser reutilizados, citando la fuente y la fecha, en su caso, de la última actualización.



MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN

**EDITA:**

© Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación  
Secretaría General Técnica  
Centro de Publicaciones. 2018

**LENGUA/S:** Español

**NIPO:** 003-18-026-6

Gratuita / Periódica / En línea / pdf

**DISTRIBUCIÓN Y VENTA:**

Paseo de la Infanta Isabel, 1  
28014 Madrid  
Tlf.: 91 347 55 41 / Fax: 91 347 57 22

**Tienda virtual:** [www.mapa.gob.es](http://www.mapa.gob.es)

**E-mail:** [centropublicaciones@mapama.es](mailto:centropublicaciones@mapama.es)

**Catálogo de Publicaciones de la AGE:**

Catálogo de Publicaciones de la AGE:  
<https://publicacionesoficiales.boe.es/>



# MEMORIA DE ACTUACIONES DEL OBSERVATORIO DE LA CADENA ALIMENTARIA 2017







<u>PRESENTACIÓN</u>		7
<u>CAPÍTULO I</u>	Naturaleza Jurídica, organización y funciones del Observatorio de la Cadena Alimentaria	9
I·I	MARCO LEGAL Y CONSTITUCIÓN	
I·II	FUNCIONES	
I·III	FUNCIONAMIENTO Y COMPOSICIÓN	
I·IV	REUNIONES CELEBRADAS	
<u>CAPÍTULO II</u>	Trabajos realizados durante 2017	19
II·I	INFORMES SOBRE PRÁCTICAS COMERCIALES EN LA CADENA ALIMENTARIA	
II·II	DIAGRAMAS DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO Y DISTRIBUCIÓN DE DETERMINADOS PRODUCTOS	
II·III	INFORMES PRECIOS ORIGEN-MAYORISTAS-DESTINO (O-M-D)	
II·IV	CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA	
II·V	ÍNDICE DE PRECIOS DE CONSUMO	
<u>CAPÍTULO III</u>	Código de buenas prácticas mercantiles en la contratación alimentaria	43
III·I	INFORME DE SITUACIÓN DEL CÓDIGO	
III·II	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD DEL CÓDIGO	
<u>CAPÍTULO IV</u>	Panorama comunitario de las prácticas comerciales desleales en la cadena alimentaria	53
IV·I	ANTECEDENTES	
IV·II	PROPUESTA DE MARGO LEGISLATIVO SOBRE PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES A NIVEL COMUNITARIO	
<u>ANEXOS</u>		65



**EL OBSERVATORIO DE  
LA CADENA ALIMENTARIA  
APORTA CON SUS TRABAJOS,  
UN MEJOR CONOCIMIENTO DE  
LOS MERCADOS Y UNA MAYOR  
TRANSPARENCIA, TANTO EN LA  
FORMACIÓN DE PRECIOS COMO  
EN EL DESARROLLO DE LAS  
RELACIONES COMERCIALES**



# PRESENTACIÓN

El **Observatorio de la Cadena Alimentaria** se constituyó formalmente el 7 de abril del año 2015, pasando a asumir las competencias del anterior *Observatorio de Precios de los Alimentos*. Desde entonces, es el foro en el que se representan los intereses de los diferentes operadores de la cadena de modo que el trabajo conjunto de todos resulte más eficaz y permita mejorar el funcionamiento y las relaciones en el seno de la cadena de valor alimentaria.

Así mismo, el Observatorio aporta un mejor conocimiento de los mercados y una mayor transparencia tanto en la formación de precios como en el desarrollo de las relaciones comerciales.



El presente documento se estructura en cuatro capítulos:

## Cap I NATURALEZA JURÍDICA, ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL OBSERVATORIO DE LA CADENA ALIMENTARIA

Realiza una breve descripción sobre el marco legal y constitución, régimen jurídico, composición y funcionamiento, así como las funciones que la Ley 12/2013, de 2 de agosto, encomienda al citado órgano.



## Cap II TRABAJOS REALIZADOS DURANTE EL AÑO 2017

Expone pormenorizadamente cada uno de los trabajos llevados a cabo por el Observatorio de la Cadena Alimentaria a lo largo de 2017, indicando los principales avances registrados y los resultados logrados en la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria, así como la eficacia de las actuaciones desarrolladas.



## Cap III CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS MERCANTILES EN LA CONTRATACIÓN ALIMENTARIA

Recoge los avances del año 2017 con respecto a este proyecto, así como la estrategia de comunicación y publicidad del mismo y los talleres de divulgación que se han realizado para poner en conocimiento del sector la importancia de acogerse al Código para garantizar el equilibrio en la cadena agroalimentaria.



## Cap IV PANORAMA COMUNITARIO DE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LA CADENA ALIMENTARIA

Incluye los antecedentes así como el marco normativo comunitario en el que se desenvuelven las prácticas comerciales en el sector agroalimentario.









I  
NATURALEZA JURÍDICA,  
ORGANIZACIÓN  
Y FUNCIONES DEL  
OBSERVATORIO DE LA  
CADENA ALIMENTARIA





## MARCO LEGAL Y CONSTITUCIÓN

La *Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria*, en vigor desde el 3 de enero de 2014, establece en su artículo 19 la creación del **Observatorio de la Cadena Alimentaria** como órgano colegiado, adscrito al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través de la Dirección General de la Industria Alimentaria. El citado órgano sustituye al Observatorio de Precios de los Alimentos, creado en el año 2000 y derogado por la mencionada Ley.

La constitución formal del Observatorio se llevó a cabo en la primera reunión del Pleno, celebrada el 7 de abril de 2015, una vez aprobado el Real Decreto 64/2015, de 6 de febrero, que desarrolla parcialmente la Ley 12/2013 y establece, en su capítulo III el funcionamiento y composición del **Observatorio de la Cadena Alimentaria**.

El Observatorio de la Cadena Alimentaria aporta con sus trabajos, un mejor conocimiento de los mercados y una mayor transparencia, tanto en la formación de precios como en el desarrollo de las relaciones comerciales. Constituye, por tanto, el foro en el que se representan los intereses de los diferentes operadores de la cadena de modo que el trabajo conjunto de todos resulte de la mayor eficacia y permita el logro de los objetivos buscados.

MEJOR  
CONOCIMIENTO  
DE LOS  
MERCADOS  
Y MAYOR  
TRANSPARENCIA  
EN PRECIOS Y  
RELACIONES  
COMERCIALES



## FUNCIONES

La *Ley 12/2013 de 2 de agosto*, establece en su artículo 20 las funciones del Observatorio de la Cadena Alimentaria.

Con carácter general, serán funciones del **Observatorio de la Cadena Alimentaria** el seguimiento, asesoramiento, consulta, información y estudio del funcionamiento de la cadena alimentaria y de los precios de los alimentos.

### Además de las anteriores, el Observatorio tendrá las funciones siguientes:



- Informar la propuesta del Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación alimentaria regulado en esta Ley.
- Informar las propuestas de otros códigos de buenas prácticas mercantiles que se presenten para su incorporación al Registro Estatal.
- Conocer el resultado de los trabajos realizados por la Comisión de Seguimiento del Código de Buenas Prácticas Mercantiles y proponer a la misma aquellas cuestiones que se consideren de interés para la mejora y actualización de los compromisos contemplados en el Código.
- Facilitar el conocimiento del Código entre los operadores de la cadena y promover su adhesión al mismo.
- Llevar a cabo el seguimiento y evaluación de las prácticas comerciales empleadas por los operadores de la cadena, mediante la realización de encuestas u otros sistemas de análisis del mercado, así como de la publicación de informes y recomendaciones. En el caso de que se detecten incumplimientos de lo establecido en la Ley, como consecuencia del resultado de los trabajos realizados, el Observatorio dará traslado a la autoridad competente. Asimismo, realizará informes y estudios explicativos, en su caso, de las situaciones de desequilibrio producidas en los mercados de origen y destino de los alimentos considerados, analizando especialmente los diversos factores que contribuyen a la formación de los precios de los productos estacionales.
- Analizar la estructura básica de los precios y los factores causantes de su evolución en los alimentos de mayor importancia relativa en la producción y el consumo en los distintos eslabones de su formación.
- Fomentar la adopción de buenas prácticas y sistemas ágiles de resolución de conflictos en la negociación de los contratos relacionados con la primera compra de productos perecederos.
- Realizar estudios de carácter regular, encaminados a establecer un seguimiento sistemático de la formación de los precios finales de los alimentos.





- Favorecer el diálogo y la intercomunicación entre los representantes del sector productor, la industria, la distribución comercial y los consumidores, tanto entre sí como con las Administraciones Públicas, en orden a dotar de la mayor racionalidad y transparencia posibles el proceso de formación de precios de los alimentos, compatible con el marco de la economía de mercado, en un sistema de apertura a la competencia y en beneficio de la sociedad en su conjunto.
- Elaborar propuestas de actuación de las Administraciones competentes y recomendaciones a los diversos agentes económicos intervinientes, empresas e instituciones públicas o privadas tendentes a mantener la necesaria estabilidad en un marco de desarrollo abierto a la competencia y equilibrio en los precios de los alimentos, compatible con el derecho comunitario.
- Elaborar los informes sobre precios de los alimentos que le sean demandados por los ministros de Agricultura, Pesca y Alimentación y de Industria, Comercio y Turismo.
- Analizar y estudiar de forma continuada la estructura básica de los costes y de precios percibidos y pagados, así como los factores causantes de su evolución, en los productos de mayor importancia estratégica para el sector agroalimentario español.



SEGUIMIENTO



ASESORAMIENTO



CONSULTA



INFORMACIÓN

## ESTUDIO DEL FUNCIONAMIENTO DE LA CADENA ALIMENTARIA Y DE LOS PRECIOS DE LOS ALIMENTOS

Así mismo, hay que destacar que anualmente el **Observatorio de la Cadena Alimentaria** elaborará un informe de evaluación de los avances

registrados y los resultados logrados en la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria y de la eficacia de las actuaciones desarrolladas, que será remitido a las Cortes Generales.





# FUNCIONAMIENTO Y COMPOSICIÓN

*El Real Decreto 64/2015, de 6 de febrero, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, y se modifica el Reglamento de la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias, aprobado por Real Decreto 705/1997, de 16 de mayo, establece en su capítulo III el funcionamiento y composición del **Observatorio de la Cadena Alimentaria**.*

El Observatorio funciona en Pleno, en Comisión Ejecutiva y en los Grupos de Trabajo que se creen al efecto. Asimismo, se rige por un reglamento interno, y mantiene contactos institucionales de consulta y cooperación, a través de Comisiones o Grupos de Trabajo, con otros

órganos de cometido similar, especialmente con la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA).

**El Pleno** se reúne con carácter ordinario al menos dos veces a lo largo del año, y con carácter extraordinario cuando lo convoque el presidente a iniciativa propia o a solicitud de, al menos, la tercera parte de sus miembros.

En el Pleno están presentes las organizaciones y asociaciones más representativas de la cadena alimentaria, desde el productor al consumidor final, y la propia administración, de modo que el Observatorio se convierte en un instrumento participativo que permite identificar líneas de mejora y actualización en la cadena alimentaria.

## PRESIDENTE

El director general de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

## VICEPRESIDENTE

El director general de Comercio Interior del Ministerio de Economía y Competitividad.

## SECRETARIO

El titular de la Subdirección General de Estructura de la Cadena Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

## 29 VOCALES

- Ocho organizaciones representantes de la Administración General del Estado: Ministerios de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, de Economía y Competitividad, y de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- Cinco representantes de Comunidades Autónomas, que irán rotando. En la actualidad están representadas Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares y Canarias.
- Tres representantes de las organizaciones profesionales agrarias representativas a nivel estatal: ASAJA, COAG y UPA.
- Un representante de Cooperativas Agro-alimentarias.
- Un representante de la Federación Nacional de Cofradías de Pescadores.
- Cuatro representantes de las organizaciones representativas de las industrias agroalimentarias en el ámbito estatal: FIAB.
- Cuatro representantes de las Asociaciones de la distribución alimentaria: ANGED, ACES, ASEDAS, CEC.
- Dos representantes de las organizaciones sindicales representativas de los trabajadores del sector agroalimentario: FITAG-UGT, FEAGRA-CCOO.
- Un representante del Consejo de Consumidores y Usuarios.





Asimismo, se puede nombrar hasta un máximo de seis vocales invitados de entre las asociaciones u organizaciones que lo soliciten a la Presidencia del Pleno. En 2017 estos vocales han sido los representantes del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, de la Subdirección General de Estadística del MAPAMA, de MERCASA, de FEDEPESCA, de FEPEX y de COEMFE.

Además, el presidente del Observatorio puede permitir la asistencia a las reuniones del Pleno del Observatorio de la Cadena Alimentaria de aquellas asociaciones del sector que así lo hubieran solicitado previamente, en cuyo caso tienen voz pero no voto en las deliberaciones del mismo. Atendiendo a este concepto, el presidente autoriza la asistencia a los Plenos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).



**La Comisión Ejecutiva** está formada por el presidente; el vicepresidente; diez representantes elegidos por el Pleno de entre sus miembros, debiéndose mantener la misma estructura de representación; y el secretario del Pleno, que actuará como secretario de la Comisión. La Comisión Ejecutiva se reunirá cuando así lo determinen los artículos 10.3 y 12.2 del *Real Decreto 64/2015 de 6 de febrero, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 12/2013 de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria*.

**Los Grupos de Trabajo** se establecen por acuerdo del Pleno o de la Comisión Ejecutiva que decide crearlos. Los preside un representante de la Dirección General de la Industria Alimentaria y sus miembros podrán ser vocales del Pleno. Además, pueden contar con la participación de expertos, pertenecientes o no a la Administración. Los Grupos de Trabajo deberán informar al Pleno de los resultados de las reuniones de los mismos.



### PLENO

Presidente  
Vicepresidente  
Secretario  
29 vocales



### COMISIÓN EJECUTIVA

Presidente  
Vicepresidente  
10 representantes elegidos del Pleno  
Secretario del Pleno,  
que actuará como secretario de la Comisión



### GRUPOS DE TRABAJO

Representante de la Dirección General  
de la Industria Alimentaria  
Vocales del Pleno  
Expertos  
(pertenecientes o no a la Administración)



## I·IV

## REUNIONES CELEBRADAS

## *Sexta reunión del Pleno del Observatorio de la Cadena Alimentaria*

6 de julio de 2017

En esta reunión se aprobó el Reglamento Interno de Organización y Funcionamiento del Observatorio de la Cadena Alimentaria. Asimismo, se entregó la **Memoria de Actuaciones del Observatorio de la Cadena Alimentaria correspondiente a los años 2015 y 2016**.

Por otro lado, en el marco de los trabajos que la **Ley 12/2013 de 2 de agosto**, encomienda al Observatorio, en esta sexta reunión plenaria fueron presentados los dos informes sobre prácticas comerciales en la cadena alimentaria referentes a 2016.

Un primer informe, de carácter cuantitativo, elaborado en el marco del Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario, y un segundo informe, de carácter cualitativo y complementario al anterior.

En el encuentro también se informó de las últimas adhesiones al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria y se expusieron las novedades concernientes a la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA).

Por último, se analizaron los datos del informe del consumo de alimentación en España del año 2016 y la evolución del IPC.

EN ESTA  
REUNIÓN SE  
ENTREGÓ  
LA MEMORIA  
DE ACTUACIONES  
2015-2016



I·IV

## Séptima reunión del Pleno del Observatorio de la Cadena Alimentaria

19 de diciembre de 2017

En este encuentro se presentó el cuarto **Informe sobre prácticas comerciales en la cadena alimentaria**, elaborado en el marco del Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario.



En la reunión se presentó también el último *informe de situación del Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria*, presentando su logo y el material de promoción, así como los últimos datos del *Panel de Consumo en Hogares y la metodología del Panel del Consumo Alimentario Fuera de Hogares*.

Por último, se analizaron los datos del informe del consumo de alimentación en España del año 2017 y la evolución del IPC, y se informó sobre el *Foro de Alto Nivel* para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

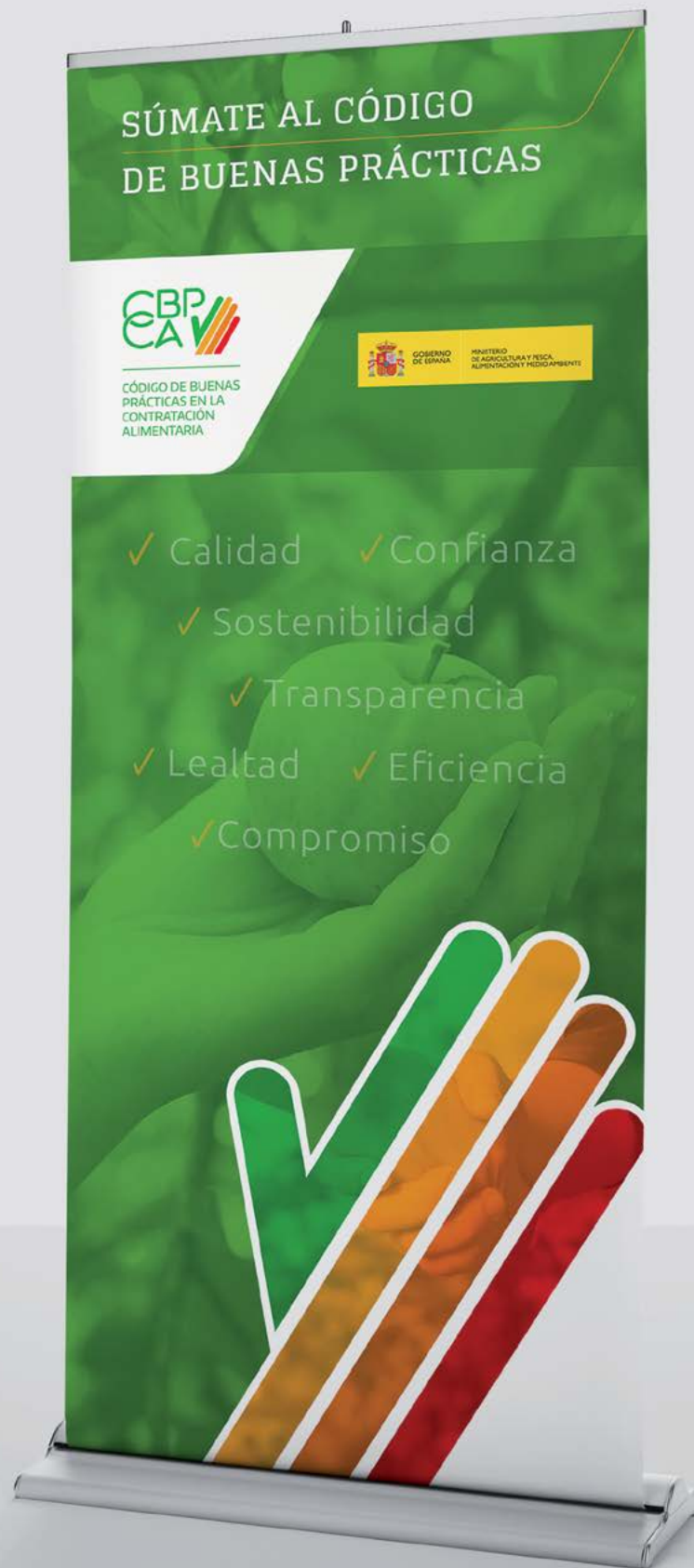


EN ESTA REUNIÓN SE PRESENTÓ EL LOGO  
Y MATERIAL PROMOCIONAL DEL  
CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS  
MERCANTILES EN LA CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA





I·IV







II  
TRABAJOS  
PRESENTADOS  
EN EL AÑO 2017



II·I

# INFORMES SOBRE PRÁCTICAS COMERCIALES EN LA CADENA ALIMENTARIA

## MARCO LEGAL

El artículo 20 de *la Ley 12/2013 de 2 de agosto*, encomienda al **Observatorio de la Cadena Alimentaria**: “Llevar a cabo el seguimiento y evaluación de las prácticas comerciales empleadas por los operadores de la cadena, mediante la realización de encuestas u otros sistemas de análisis del mercado, así como de la publicación de informes y recomendaciones”.

En el marco de esta función, y con objeto de aportar transparencia e información sobre el funcionamiento de la cadena y evaluar la calidad de las relaciones entre los operadores, el Observatorio realiza anualmente un informe sobre prácticas comerciales que permite seguir la evolución de las relaciones comerciales, detectar la aparición de nuevas prácticas y garantizar la permanente actualización de los compromisos de la Ley.



EL  
OBSERVATORIO  
REALIZA  
ANUALMENTE UN  
INFORME SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES

## FICHAS TÉCNICAS Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

A lo largo de 2017, se presentaron dos tipos de informes, con un triple objetivo:

- Permitir conocer la situación actual de las prácticas comerciales en el ámbito de la comercialización alimentaria.
- Identificar nuevos aspectos o prácticas hasta ahora no conocidas o no contempladas en la legislación como prácticas posiblemente punibles.
- Trasladar a AICA aquellas prácticas que se repiten constantemente para que las tenga en cuenta a la hora de planificar sus actuaciones.





## Pleno del Observatorio de la Cadena Alimentaria de 6 de julio de 2017

Durante el primer **Pleno del Observatorio de 2017**, se presentaron tres informes. Un primer informe, de carácter cuantitativo, elaborado en el marco del Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario, y un segundo informe, de carácter cualitativo y complementario al anterior.

### 1 Monográfico Ley de Medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria

El primer informe presentado, de carácter cuantitativo, fue elaborado en el marco del Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario, basado en 4.200 encuestas telefónicas, empleando para ello un cuestionario de 15 preguntas específicas de la materia realizadas por el Instituto Cerdá.

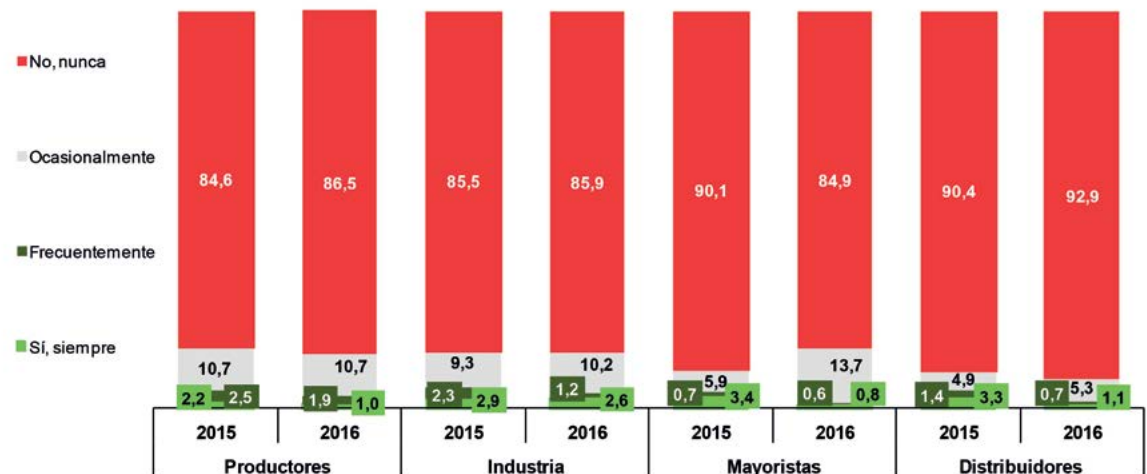
**Las principales conclusiones del estudio, realizado durante el último trimestre de 2016, fueron las siguientes:**

- El desconocimiento de la Ley 12/2013 de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena entre los agentes entrevistados es bastante elevado manteniéndose en los mismos niveles de 2015.
- Entre los que la conocen (18,5% de los productores, 24,0% de las industrias, 18,2% de los mayoristas y 11,1% de los distribuidores):
  - La mayoría de industrias y mayoristas creen que dicha Ley sí ha mejorado las relaciones comerciales.
  - Los distribuidores se mostraban más optimistas en 2015 que en 2016. En 2015 un 55,8% creía que la Ley sí había mejorado las relaciones comerciales, porcentaje que disminuye a un 41,4% este año.
  - En el caso de los productores, aumenta el porcentaje de los que creen que la Ley ha mejorado las relaciones comerciales (46,3% en 2016 frente a 37,5% en 2015).
- La mayoría de agentes no cree que su empresa esté expuesta a prácticas comerciales abusivas, pero un 22,2% de los productores, un 16,8% de las industrias, un 20,1% de los mayoristas y un 15,1% de los distribuidores cree que sí. Respecto a 2015, los resultados mejoran en las cuatro tipologías de agentes.
- En cuanto a la formalización de relaciones comerciales, al igual que en 2015, la mayoría no tiene dificultad en este aspecto. Los distribuidores son los que menor dificultad tienen para formalizar las relaciones comerciales con sus proveedores. En la mayoría de los casos, las relaciones comerciales se formalizan mediante acuerdos verbales y contratos por escrito.
- La gran mayoría de agentes considera que tiene capacidad para pactar libremente con sus clientes las condiciones del contrato, pero un 9,5% de los productores, un 6,1% de las industrias, un 11,9% de los mayoristas y un 8,2% de los distribuidores manifiestan que no. Respecto a 2015 mejoran los resultados de productores, industrias y distribuidores y empeoran ligeramente los de mayoristas.
- En la inmensa mayoría de los casos se cumplen las condiciones establecidas en el contrato mejorando los resultados de todos los agentes respecto a 2015.





### ■ ¿Les modifican las condiciones del contrato sin su consentimiento?



- Respecto a los plazos de pago, la mayoría cobra en un plazo máximo de 60 días a partir de la fecha de entrega de la mercancía, pero un 12,9% de los productores afirma cobrar en un

plazo superior, este porcentaje se sitúa en un 14,2% en el caso de la industria y en un 13,5% en el caso de los mayoristas. Estos porcentajes disminuyen respecto a los datos de 2015.



### En cuanto a los contratos:

- No siempre recogen las cláusulas/condiciones relativas a su modificación. Entre los productores, un 27,8% manifiesta que nunca aparecen, porcentaje que se sitúa en un 27,1% entre las industrias, un 27,7% entre los mayoristas y un 27,3% entre los distribuidores. Datos que mejoran respecto a 2015 con excepción de distribuidores que aumenta ligeramente. De cualquier manera, la gran mayoría de agentes manifiesta que las condiciones del contrato no se suelen modificar sin su consentimiento.
- Aumenta, sin embargo, el número de agentes que manifiesta que no se especifica la información que las partes deben proporcionarse para poder cumplir con las respectivas obligaciones contractuales (20,2% entre los productores, 21,8% industrias, 25,8% mayoristas y 30,2% distribuidores).
- La mayoría de agentes (63,2% de productores, 63,9% de industrias, 69,4% de mayoristas y 79,0% de distribuidores) manifiesta que nunca le exigen información comercial sensible sobre sus productos, otros operadores o documentos que verifiquen la información sin que conste en el acuerdo. Los resultados en este aspecto mejoran respecto a 2015.





## 2 Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria

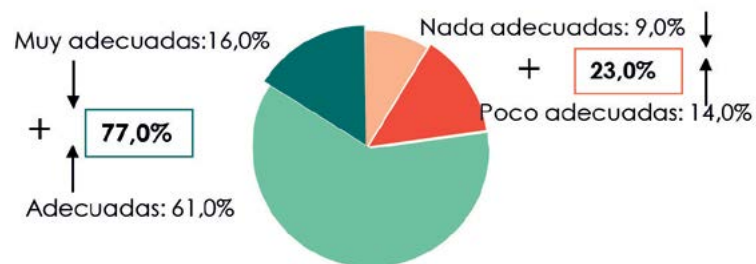
El segundo informe, de carácter cualitativo y complementario al anterior, profundiza en determinados aspectos a través de 100 entrevistas, realizadas por la empresa *Invest Group*, cuyo objetivo es obtener una valoración y opinión sobre las prácticas comerciales que se producen en la actualidad en los eslabones de la cadena alimentaria.



Las principales conclusiones del estudio, realizado durante el último trimestre de 2016, fueron las siguientes:

- En general, al margen de la consideración de ser una práctica comercial informal o formal, a todos los encuestados se les preguntó sobre la valoración de las actuales prácticas comerciales.
- Respecto a 2015, se percibe una mejora de las mismas, pues un 77% (frente al 62,7% de 2015), considera que en la actualidad las prácticas comerciales actuales son adecuadas.

### ■ Opinión sobre las prácticas comerciales actuales



	2015	
Base:	75	
Muy adecuadas	58,7%	<b>62,7%</b>
Adecuadas	4,0%	
Poco adecuadas	4,9%	<b>31,6%</b>
Nada adecuadas	26,7%	





- Son más adecuadas principalmente debido a una mayor “transparencia y cumplimiento de los acuerdos comerciales”, hay “más información debido a la Ley” o simplemente se sienten satisfechos sin argumentar la razón.
- Los que en cambio consideran que “no son adecuadas” (23%), opinan que se produce “desigualdad en el poder de las negociaciones frente a los más grandes”, que existe todavía una “estructura comercial anticuada”, “falta de objetividad en el establecimiento de los precios”, o “plazos de cobro muy largos”.
- La mayor insatisfacción sobre las prácticas comerciales actuales proviene de los eslabones iniciales de la cadena como los Productores y los Fabricantes. Por el contrario, la Distribución o los Mayoristas presentan opiniones más favorables y estables en ambos años.

### ■ Opinión sobre las prácticas comerciales actuales

	Productores		Fabricantes		Mayoristas		Minoristas		Distribuidores	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Base:	20	30	31	40	13	20	4	6	7	4
<b>Muy adecuadas</b>	-	<b>16,7%</b>	3,2%	<b>10,0%</b>	7,7%	<b>20,0%</b>	-	<b>33,3%</b>	14,3%	<b>25,0%</b>
<b>Adecuadas</b>	50,0%	<b>43,3%</b>	58,1%	<b>72,5%</b>	61,5%	<b>60,0%</b>	50,0%	<b>66,7%</b>	85,7%	<b>75,0%</b>
<b>Poco adecuadas</b>	30,0%	<b>20,0%</b>	32,3%	<b>15,0%</b>	23,1%	<b>10,0%</b>	25,0%	-	-	-
<b>Nada adecuadas</b>	20,0%	<b>20,0%</b>	3,2%	<b>2,5%</b>	7,7%	<b>10,0%</b>	25,0%	-	-	-



LA MAYOR INSATISFACCIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES ACTUALES PROVIENE DE LOS PRODUCTORES Y LOS FABRICANTES







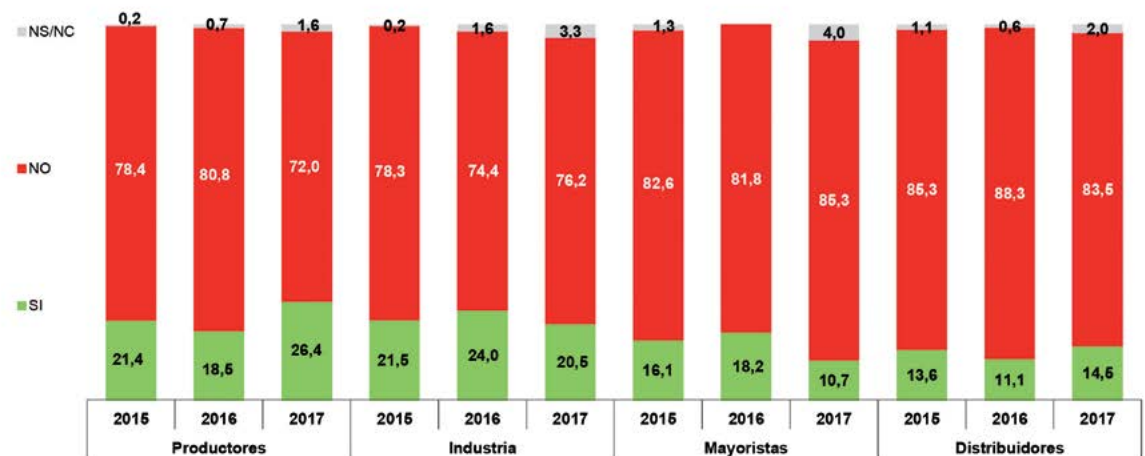
### 3 Monográfico Ley de Medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria

Durante el segundo **Pleno del Observatorio de 2017**, se presentó el tercer informe elaborado en el marco del Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario, de carácter cuantitativo, a través de un **Monográfico sobre la Ley de Medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria**, para el que se realizaron 2.700 entrevistas telefónicas entre representantes de cuatro eslabones de la cadena de valor alimentaria: productores, industria, mayoristas y distribuidores, que fue realizado a lo largo del tercer trimestre de 2017.

#### Principales conclusiones:

- El informe señala que el desconocimiento de la *Ley 12/2013 de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria* sigue siendo bastante elevado entre los agentes sectoriales. Hay un mayor conocimiento de la misma entre los productores (26%) y los profesionales de las industrias (20,5%), mientras que es menor entre los distribuidores (14,5%) y los mayoristas (10,7%). Con respecto a 2015 y 2016 mejoran los resultados de productores y distribuidores mientras que los de industrias y mayoristas empeoran.

#### ■ ¿Conoce la Ley?



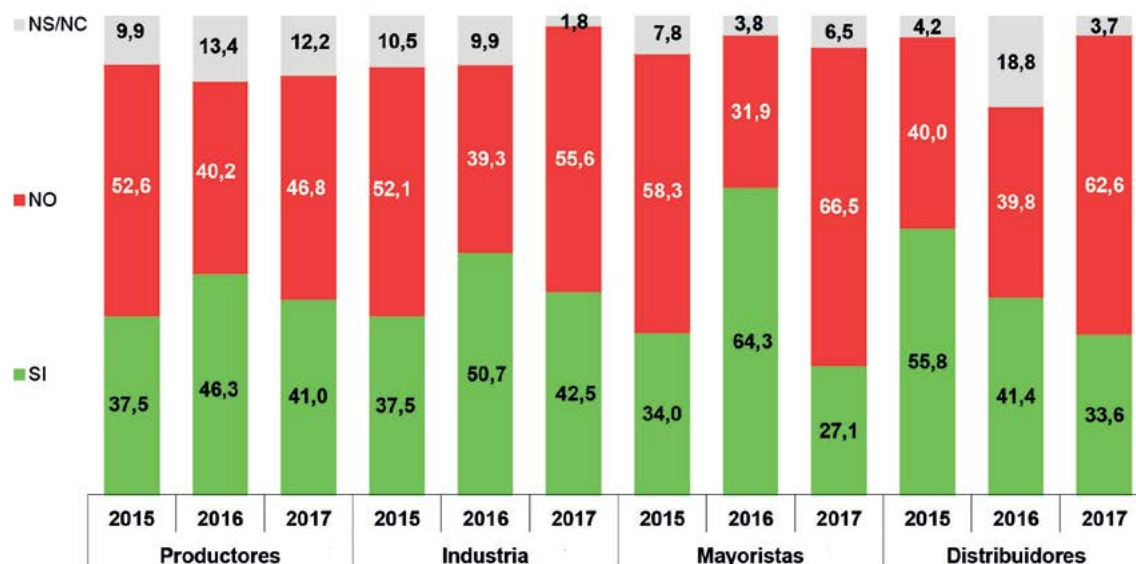
- La mayoría de industrias, mayoristas y distribuidores no creen que dicha Ley haya mejorado las relaciones comerciales. En el caso de los productores, disminuye el porcentaje de los que creen que la Ley ha mejorado las relaciones comerciales (46,3% en 2016 frente a 41,0% en 2017).
- La mayoría de los agentes no cree que su empresa esté expuesta a prácticas comerciales abusivas. Respecto a 2015 y 2016 los resultados mejoran en las cuatro tipologías de agentes.

LA MAYORÍA DE LOS AGENTES NO CREE QUE SU EMPRESA ESTÉ EXPUESTA A PRÁCTICAS COMERCIALES ABUSIVAS





■ ¿Cree que la Ley ha mejorado las relaciones comerciales?



## RESPECTO A LOS PLAZOS DE PAGO, LA MAYORÍA COBRA EN UN MÁXIMO DE 60 DÍAS A PARTIR DE LA FECHA DE ENTREGA DE LA MERCANCÍA

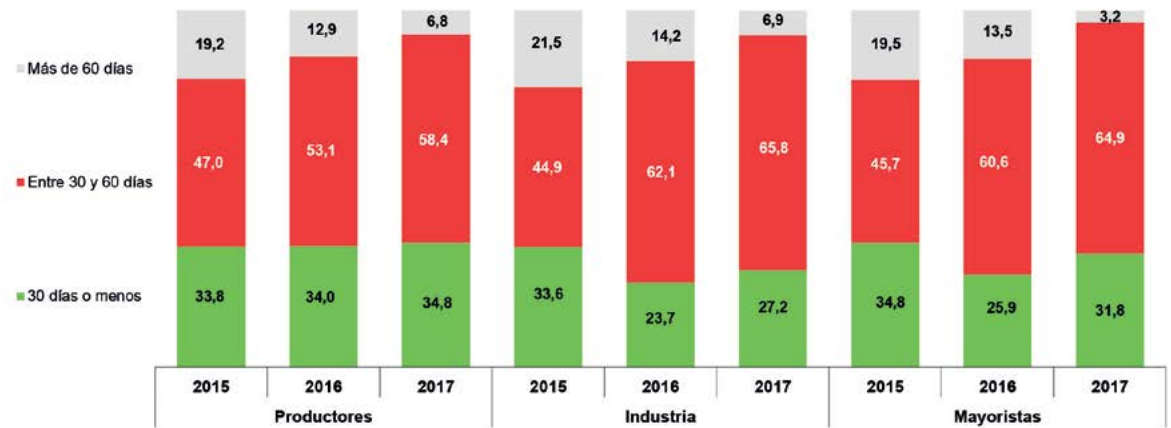


- En cuanto a la formalización de las relaciones comerciales, al igual que en años anteriores, la mayoría no tiene conflictos en este aspecto. Los distribuidores son los que menor dificultad tienen para hacerlo con sus proveedores. En la mayoría de los casos, se formalizan mediante acuerdos verbales y contratos por escrito. Estos últimos han experimentado un incremento notable en relación a 2015 y 2016.
- La gran mayoría de agentes considera que tiene capacidad para pactar libremente con sus clientes las condiciones del contrato, pero un 8,3% de los productores, un 6,1% de las industrias, un 3,9% de los mayoristas y un 8,8% de los distribuidores manifiestan que no. Respecto a 2016 mejoran los resultados de productores y mayoristas y empeoran ligeramente los de industrias y distribuidores. En la inmensa mayoría de los casos se cumplen las condiciones establecidas en el contrato.
- Respecto a los plazos de pago, la mayoría cobra en un máximo de 60 días a partir de la fecha de entrega de la mercancía, pero un 6,8% de los productores afirma cobrar en un plazo superior. Este porcentaje se sitúa en un 6,9% en el caso de la industria y en un 3,2% en el caso de los mayoristas. Los resultados de las tres tipologías de agentes mejoran sobre los obtenidos en 2015 y 2016.





■ ¿En cuánto tiempo le pagan a usted a partir de la fecha de entrega de la mercancía?



## LA GRAN MAYORÍA DE AGENTES MANIFIESTA QUE LAS CONDICIONES DEL CONTRATO NO SE SUELEN MODIFICAR SIN SU CONSENTIMIENTO



### En lo que se refiere a los contratos:

- No siempre recogen las cláusulas/condiciones relativas a su modificación. Entre los productores, un 20,3% manifiesta que nunca aparecen, porcentaje que se sitúa en un 19,7% entre las industrias; un 17,7% entre los mayoristas; y un 20,1% entre los distribuidores. En todo caso, los datos mejoran con respecto a 2015 y 2016 y además la gran mayoría de agentes manifiesta que las condiciones del contrato no se suelen modificar sin su consentimiento.
- Disminuye el número de agentes que manifiesta que no se especifica la información que las partes deben proporcionarse para poder cumplir con las respectivas obligaciones contractuales (16,4% entre los productores, 18,7% industrias, 24,9% mayoristas y 25,6% distribuidores).
- La mayoría de agentes (55,7% de productores, 60,6% de industrias, 65,9% de mayoristas y 67,3% de distribuidores) manifiesta que otros operadores nunca le exigen información comercial sensible sobre sus productos o documentos que verifiquen la información sin que conste en el acuerdo. Los resultados en este aspecto mejoran en industria, mayoristas y distribuidores y empeoran en el caso de los productores.





# DIAGRAMAS DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO Y DISTRIBUCIÓN DE DETERMINADOS PRODUCTOS

## A MARCO LEGAL

El artículo 20 de la *Ley 12/2013 de 2 de agosto*, encomienda al **Observatorio de la Cadena Alimentaria**: *“Analizar y estudiar de forma continuada la estructura básica de los costes y de los precios percibidos y pagados, así como los factores causantes de su evolución en los productos de mayor importancia estratégica para el sector agroalimentario español”*.

En el marco de esta función, y con objeto de dotar de una mayor transparencia al mercado de los productos de mayor

importancia estratégica para el sector agroalimentario español, el Observatorio realiza estudios de cadenas de suministro y distribución que permiten disponer de información periódica y actualizada acerca de las interrelaciones entre las fases de la cadena de comercialización del producto en estudio.

Hasta la fecha se han iniciado los trabajos para el desarrollo de los diagramas de las cadenas de suministro y distribución de la carne de pollo, conejo y de la leche líquida.

EL OBSERVATORIO REALIZA ESTUDIOS QUE PERMITEN DISPONER DE INFORMACIÓN ACERCA DE LAS INTERRELACIONES ENTRE LAS FASES DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE UN PRODUCTO





## B FICHA TÉCNICA

Estos estudios tienen como objetivo ilustrar sobre la cadena de comercialización de los principales productos agrícolas, ganaderos y pesqueros, mediante un diagrama de bloques en el que figuran todos los agentes, las fases y los flujos principales. Asimismo, incluyen volúmenes y precios pagados y percibidos en

cada fase. Dichos datos proceden de estadísticas oficiales (MAPA, DATACOMEX, FEGA, INE, etc.).

Las fases incluidas en los estudios han sido, al menos, las enumeradas a continuación, si bien se han adaptado a la idiosincrasia de cada cadena:

- Producción primaria
- Importación y exportación
- Industria
- Distribución mayorista y minorista
- Consumidor
- Canal HORECA
- Desperdicio

Los citados estudios se someterán a valoración del Observatorio mediante el desarrollo de jornadas de Grupos de Trabajo específicos y posteriormente se aprobarán en el Pleno del Observatorio.

## C PRINCIPALES AVANCES REALIZADOS

Durante el año 2017 se ha trabajado en el desarrollo, diseño e implantación de una solución analítica que permita integrar de forma automatizada y analizar las distintas fuentes de datos de origen sobre la cadena alimentaria de la leche líquida, del pollo y el conejo. El objetivo

es la identificación de las principales ineficiencias o mal funcionamiento en la cadena alimentaria, así como las correlaciones entre distintas variables para añadir al análisis de tipo exploratorio algunas capacidades predictivas o de simulación de escenarios.





Las **principales ventajas o mejoras** que se persiguen con este proyecto son:

- 1 Mayor facilidad y automatización en la incorporación de datos internos o externos que permitan una mayor riqueza en el análisis del funcionamiento de la cadena agroalimentaria.
- 2 Disponer de información fiable, segura y muy cercana a tiempo real para ayudar a tomar decisiones.
- 3 Reducir los costes, esfuerzos, tareas manuales y plazos para la obtención de informes analíticos.
- 5 Contar con herramientas analíticas de descubrimiento de datos que permitan conocer mejor las correlaciones entre variables, ineficiencias o distorsiones en la cadena alimentaria, sus costes y los procesos de formación de precios.
- 5 Generación de informes con elevada riqueza de visualización y capacidad de exportación a entornos ofimáticos.
- 6 Posibilidad de evolucionar a futuro hacia la gestión de grandes volúmenes de datos de carácter histórico, así como de ir incorporando nuevas fuentes y orígenes de datos para el análisis.

Los productos objeto de estos estudios son los siguientes: ajo, calabacín, cebolla, judía verde, lechuga, limón, mandarina, manzana, naranja dulce, patata, pera, pimiento, plátano, tomate, zanahoria, aceite de oliva, vino, porcino, huevo, ovino, pescado, pollo, vacuno, miel.





# INFORMES PRECIOS ORIGEN-MAYORISTA-DESTINO (O-M-D)

El sistema de información de precios en origen-mayorista-destino posibilita el seguimiento de la evolución semanal de los precios de 35 productos alimentarios (carnes, pescados, frutas y hortalizas) en los tres niveles comerciales más significativos.

Las operaciones estadísticas están sustentadas por distintas unidades gestoras pertenecientes a los Ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación y de Industria, Comercio y Turismo, así como de la empresa nacional MERCASA.

Los valores son precios medios nacionales ponderados.

Fuentes de los precios:

## A Origen

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, (MAPA), a través de la Subdirección General de Análisis, Coordinación y Estadística, junto a la Subdirección General de Acuicultura y Comercialización Pesquera.

[https://www.mapa.gob.es/app/precios-medios-nacionales/pmn\\_tabla.asp](https://www.mapa.gob.es/app/precios-medios-nacionales/pmn_tabla.asp)

The screenshot displays the 'Precios Medios' (Average Prices) section of the MAPA website. It features a table titled 'PRECIOS MEDIOS NACIONALES' with the following data:

PRODUCTO Y ESPECIFICACIONES	UNIDAD	POSICIÓN COMERCIAL	SEMANA		VARIACIÓN
			30/04-06/05/2018	07-13/05/2018	
Trigo blando panificable R. (UE) 2017/1185 Comisión. Art. 11, Anexo I.1	Tonelada	Entrada industria transformadora	180,00	181,20	0,30
Cebada panable R. (UE) 2017/1185 Comisión. Art. 11, Anexo I.1	Tonelada	Entrada industria transformadora	178,22	178,95	0,73
Mil. grano R. (UE) 2017/1185 Comisión. Art. 11, Anexo I.1	Tonelada	Entrada industria transformadora	178,88	178,95	0,13
Aceite sésame R. (UE) 2017/1185 Comisión. Art. 11, Anexo I.2	Tonelada	Sobre almacén agricultor	308,91	320,04	11,13
Yas. Negro sin DO/DOP R. (UE) 2017/1185 Comisión. Art. 11, Anexo I.3	hectolitro	Grané salida bodega	54,10	53,20	-0,94





## B Mayorista

Empresa Nacional de Mercados de Abastecimiento (MERCASA).

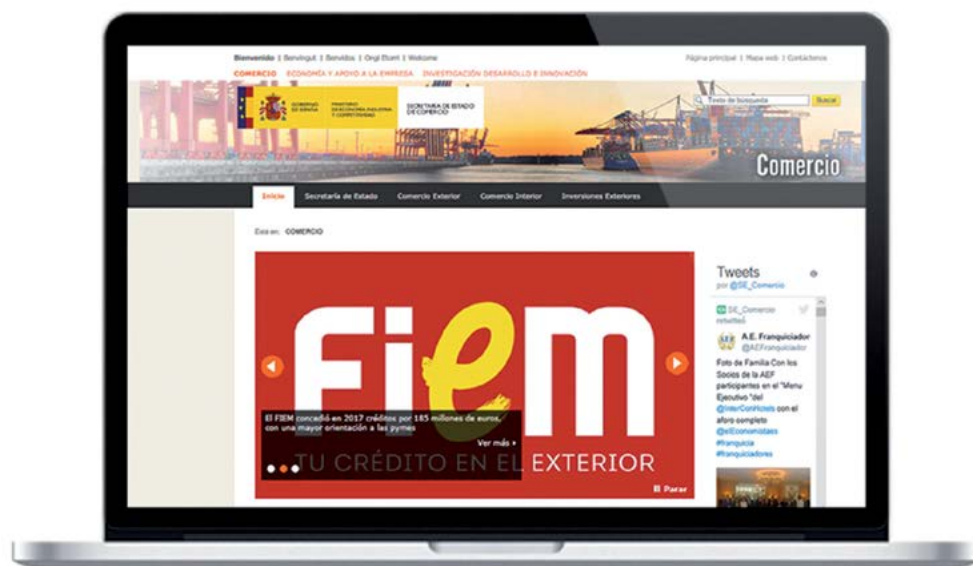
<https://www.mercasa.es/red-de-mercados/precios-y-mercados-mayoristas>

Frutas	Mercamadrid	Mercabarna	Mercabillbao	Mercasevilla	Mercavalencia
Prodachos	15,05*	15,05*	15,05	15,05	15,05
Abarbiques	2,82	1,96	3,50	3,50	2,30
			1,70	2,89	2,89
				2,40	2,40

## C Destino

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, (MINETUR). Subdirección General de Canales de Comercialización y Relaciones Institucionales.

<http://www.comercio.gob.es/es-ES/Paginas/default.aspx>



La información sobre precios en origen, comercio mayorista y comercio minorista recoge los datos elaborados por cada una de las fuentes con sus propias especificaciones y, por lo tanto, no son magnitudes homogéneas a la hora de establecer comparaciones; aunque, lógicamente, son de una gran utilidad para evaluar tendencias dentro de cada canal y en la cadena comercial en su conjunto.

Esta información se ha elaborado puntual y semanalmente y ofreciéndose al público a través de la web: <https://www.mapa.gob.es/es/>





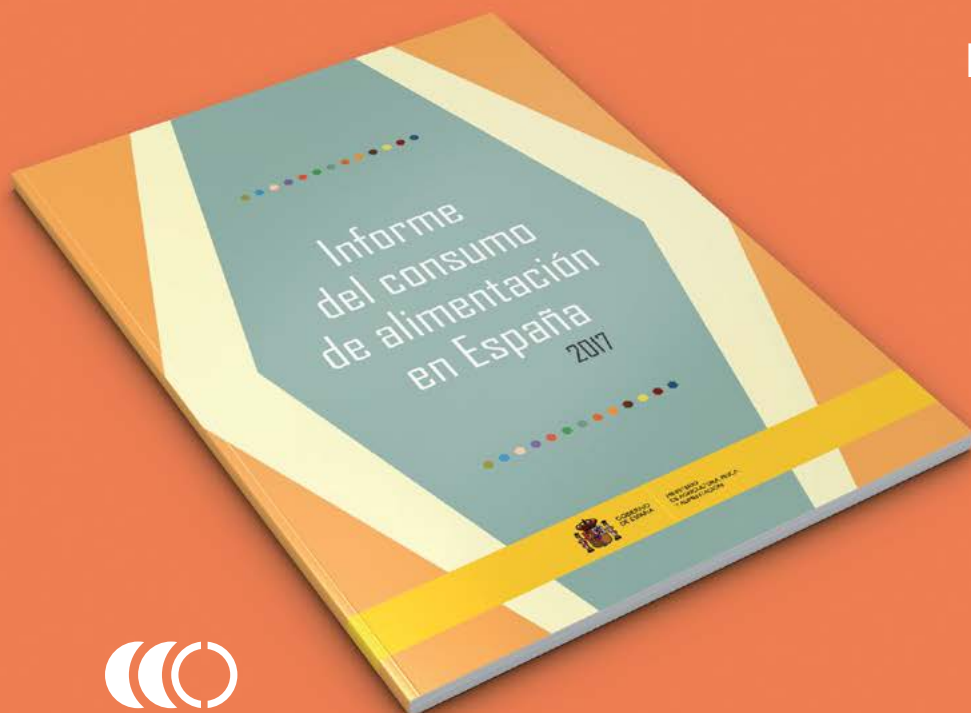
## II·IV

# CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA 2017

## 1 INTRODUCCIÓN

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha elaborado el *'Informe del Consumo de Alimentación en España 2017'*, que analiza los factores con mayor influencia en la dimensión del consumo alimentario y su evolución, y realiza una fotografía completa de los alimentos y bebidas que consumimos los residentes en España, tanto en el hogar, como fuera del mismo. Hay que tener en cuenta que no se contabiliza, pues, el consumo del turismo; y que, por razones operativas, en el caso del consumo fuera del hogar tampoco se incluye el realizado en las Islas Canarias.

El informe se estructura de más a menos, indicando en un primer capítulo la coyuntura actual y los datos generales agregados del consumo del total de alimentos y bebidas tanto dentro como fuera de los hogares. A continuación presenta los datos del consumo doméstico, en el que se detalla producto a producto la información disponible en este último período. Posteriormente analiza el consumo fuera del hogar, con los principales datos disponibles y análisis de la evolución en aquellos casos en los que sea posible. Por último, y como complemento a todo lo anterior, el informe además incluye los últimos datos disponibles del desperdicio alimentario generado en los hogares españoles así como información detallada de los usos de los alimentos y los principales hábitos de compra.



EL INFORME REALIZA  
UNA FOTOGRAFÍA  
COMPLETA DE  
LOS ALIMENTOS  
Y BEBIDAS QUE  
CONSUMIMOS LOS  
RESIDENTES EN  
ESPAÑA, TANTO EN  
EL HOGAR, COMO  
FUERA DEL MISMO



## II·IV

## 2 ASPECTOS GENERALES Y VISIÓN GLOBAL DEL CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El análisis de la evolución de la población española, el turismo y el número de hogares constata una disminución de la población en los últimos seis años del 1%, pasando de 47.021.031 personas en 2010 a 46.528.024 en 2017. Respecto al número de turistas extranjeros que visitaron España, en 2017 pernoctaron en nuestro país 81.786.364 millones de turistas extranjeros, lo que supuso un 8,24% más respecto a la cifra del año 2016. También se aprecia, como en años anteriores, un incremento significativo de hogares de menor tamaño, unipersonales formados por un joven o un adulto independiente.

Una menor población global junto a una mayor proporción de hogares de menor tamaño y sin hijos hace que el consumo dentro del hogar no crezca. Asimismo, la reducción del desperdicio alimentario y un mayor consumo fuera de casa podrían también explicar la menor compra de alimentos por parte de los hogares.

En esta coyuntura, **sumando el consumo dentro y fuera del hogar, durante el año 2017 cada español ingirió como media en torno a 751,4 kilos-litros de alimentos y bebidas**, lo



que ha supuesto un **gasto total de 102.584,72 millones de euros**. De estos, el 80,4% está dedicado a la compra de alimentos, con un valor de 82.528 millones de euros. De esta forma, el 19,6% restante es compartido entre bebidas frías (13,3%) y bebidas calientes (6,3%), que suman un total de 13.276,7 millones de euros. Estos datos indican un incremento del gasto total en alimentación de un 1,6% respecto de los datos de 2015, por lo que se mantiene la tendencia de recuperación iniciada en ese año, tras varios ejercicios de reducción progresiva a causa de la crisis.

Por lo que respecta al volumen, el consumo de alimentos ascendió a 440,9 kg-l por persona y año. La gran mayoría, 394,3 kg-l, se consumieron en los hogares. Los alimentos que suponen un mayor volumen son las verduras y hortalizas, con un consumo per cápita de 101,2 kg por persona y año. Les siguen la fruta, consumida principalmente en casa, con 96,4 kg por persona anuales; y en tercer lugar la carne, con 42,6 kg/persona/año.

Por su parte, el gasto total en bebidas supuso 13.276,7 millones de euros. La gran mayoría se consumen dentro del hogar, un 82,4%. Y en este caso la distribución del valor se invierte, pues el 55,7% del gasto en bebidas se realiza fuera de casa. Las bebidas más consumidas son el agua embotellada, con 81,95 litros por persona y año; la cerveza, con 42,04 litros por persona y año, las bebidas refrescantes, con 49,43 litros por persona al año; y el café, con 23 litros per cápita en total.

Comparando el consumo dentro y fuera de los hogares, **el 88,2% del volumen de alimentos y bebidas se consumen en casa**, con sólo el 11,8% del total consumido fuera del hogar. En cuanto a la distribución del valor, la diferencia es menor, pues **el consumo fuera del hogar alcanza el 34,21% del gasto total**.

EL GASTO TOTAL EN BEBIDAS SUPUSO 13.276,7 MILLONES DE EUROS. LA GRAN MAYORÍA SE CONSUMEN DENTRO DEL HOGAR, UN 82,4

## II·IV

## 3 EL CONSUMO EN LOS HOGARES

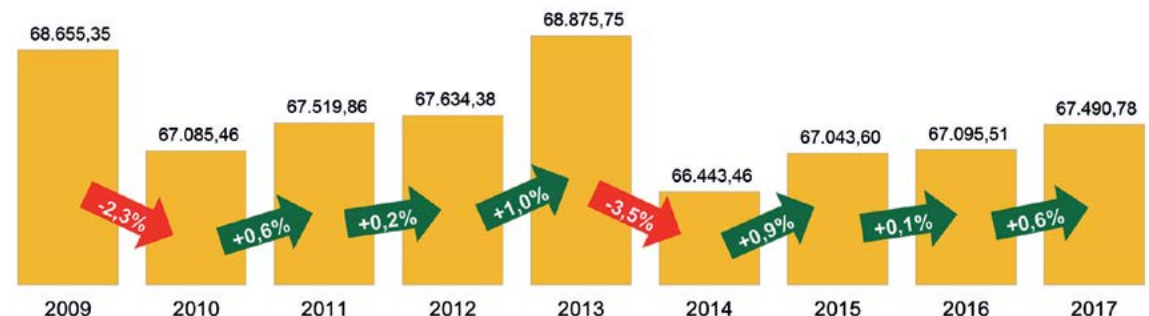
El gasto total de los hogares españoles en alimentación ha ascendido a 67.490,78 millones de euros, lo que supone un incremento del 0,6% respecto al año anterior. Este aumento se debe en buena parte al incremento del precio medio en un 1,3%, ya que el volumen total consumido decreció un 0,7%.

■ Gasto en alimentación (millones €) en los hogares españoles. (Año 2017)

## 67.490,78 Millones de Euros



■ Evolución del gasto en alimentación (millones €) en los hogares españoles. (Desde año 2009 hasta año 2017)



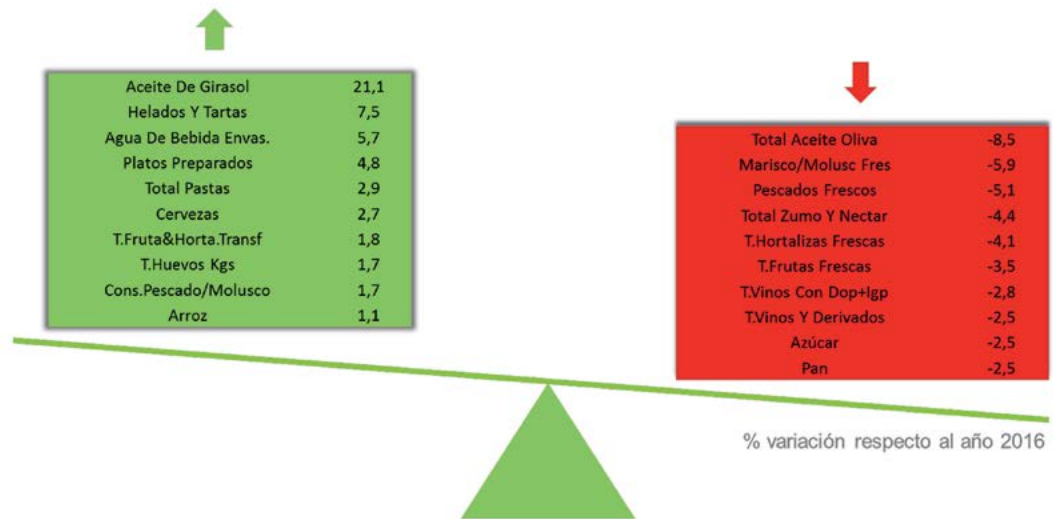
Por categorías, destaca la importancia de los productos frescos en la alimentación de los hogares, que suponen el 39,9% del volumen y el 43,8% del presupuesto total destinado a la alimentación. El descenso de volumen de alimentación fresca (-3,3%) explica la ligera reducción del consumo alimentario (-0,7%) que no ha podido compensar la buena evolución del resto de alimentación (1,1%).

Por tipos de productos, destaca el crecimiento del consumo de alimentos como: aceite de girasol (+21,1%), platos preparados (+4,8%), legumbres (+4,7%), pastas (+2,9%), y arroz (+1,1%), entre otros.



## II·IV

■ Evolución de las compras de los principales productos sobre el total alimentación (% en volumen)



Sin embargo, se constata un descenso de consumo con respecto a 2016 en otros alimentos como el aceite de oliva, los mariscos y moluscos frescos, los pescados frescos, las hortalizas frescas y alimentos básicos de alimentación como el azúcar o el pan.

En cuanto a las bebidas, los datos muestran un aumento en el consumo del agua envasada y las cervezas, y un descenso en el caso de las bebidas refrescantes, los zumos y néctares y las bebidas espirituosas, así como los vinos con DOP/IGP.

En lo que se refiere a los establecimientos, el supermercado es el canal preferido por los consumidores para realizar las compras, representando el 47,3% de las ventas de productos de alimentación. Sin embargo, los hogares prefieren acudir al comercio especializado para adquirir productos frescos. La compra por Internet de productos de alimentación se sitúa en el 1,2% del volumen de las compras totales de alimentación para el hogar, por tanto, es un canal con alto potencial de desarrollo, teniendo en cuenta además su baja participación dentro de los productos frescos.



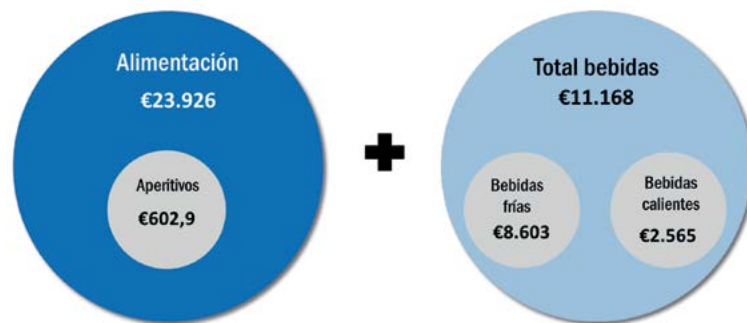
II·IV

## 4 EL CONSUMO FUERA DE LOS HOGARES

Durante el año 2017, el **gasto en alimentos, bebidas frías, bebidas calientes y aperitivos fuera del hogar** ascendió a **35.094,2 millones de euros**, que en volumen se tradujeron en 3.896,6 millones de kg-litros y cerca de 8.327,5 millones de consumiciones en términos más generales.

■ Gasto en alimentación y bebidas fuera del hogar (Año 2017)

**35.094,3 millones de €**



El comportamiento es muy diverso según el grupo de productos contemplado, pues la elección varía enormemente en función de la ocasión de consumo (comidas principales, entre horas...), el entorno (solos, con amigos, con familia, con compañeros de trabajo), el grupo de edad, etc.

En todo caso podemos destacar un **gasto por persona fuera del hogar de 1.045,9 euros**, repartidos en un 68,2% en alimentos, un 24,5% a bebidas frías y un 7,3% en bebidas calientes. Teniendo en cuenta el número de ocasiones en los que son elegidos, los principales alimentos vendidos fuera de casa serían las verduras y hortalizas, que se consumen en el 30,5% de las ocasiones, seguidas del pan (12,9%), la carne (12,1%)

y los pescados y mariscos (8,6%), consumidos mayoritariamente en las comidas principales.

En el caso de las bebidas, es reseñable la buena evolución en general de bebidas frías como la cerveza y el agua, mientras que hay productos, como vinos y cavas, que durante el año 2017 pierden intensidad de consumo. En el consumo extradoméstico de bebidas destaca la elección de aguas envasadas y cervezas, ya que entre ambas suman el 70,7% del volumen total, seguidas de las bebidas refrescantes, así como de la leche cuando se escogen bebidas calientes. En cambio, el mayor valor del total del consumo de bebidas frías lo aportarían las cervezas, con el 38% de la facturación total por sí solas, seguidas por las bebidas espirituosas (18,6%) y los vinos y espumosos (17,8%). Por su parte el café, con sólo el 30,4% del volumen de consumo de bebidas calientes, acumula el 81,9% de la facturación.

**EN EL CONSUMO  
EXTRADOMÉSTICO DE  
BEBIDAS DESTACA  
LA ELECCIÓN DE  
AGUAS ENVASADAS Y  
CERVEZAS**



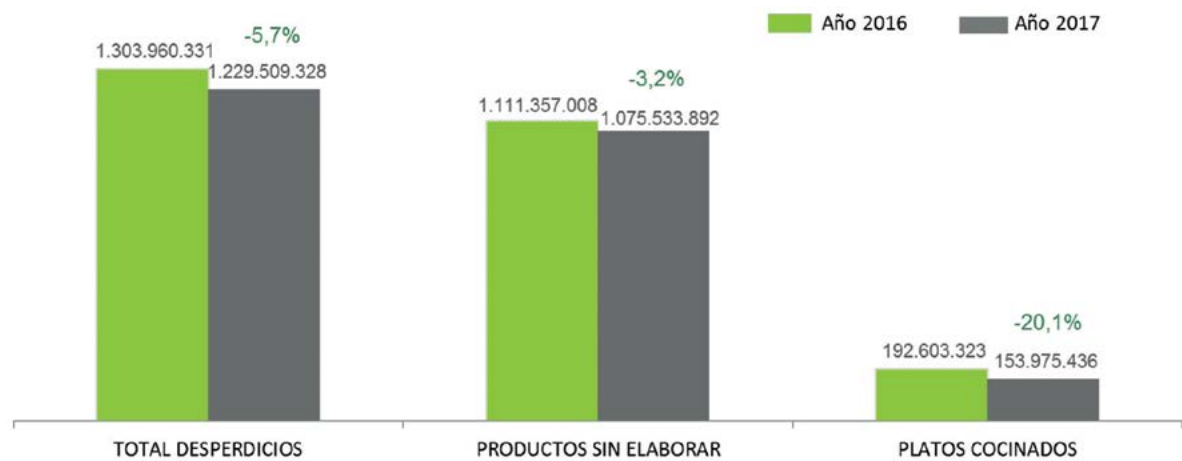
## II·IV

## 5 EL DESPERDICIO ALIMENTARIO GENERADO EN LOS HOGARES ESPAÑOLES

Durante el periodo comprendido entre enero 2017 y diciembre 2017, los hogares españoles tiraron a la basura 1.229 millones de kilos de alimentos en condiciones de ser consumidos (23,6 millones de kilos semanales), lo que

constata una mayor concienciación de las familias en la lucha contra el desperdicio alimentario, ya que esta cifra supone una reducción del 5,7% respecto al período anterior, es decir, se tiraron a la basura 74,5 millones de kilos menos.

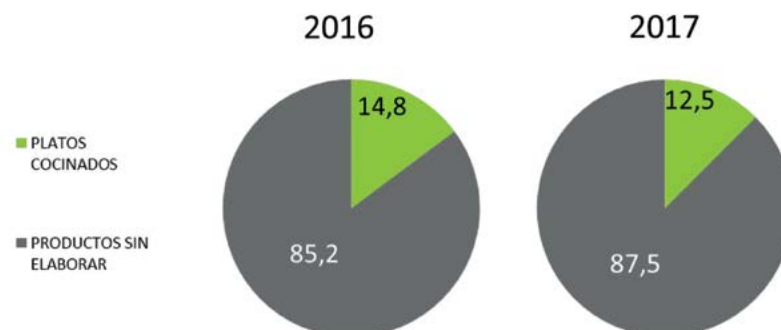
### ■ Volumen (kg-l) de alimentos y bebidas tirado a la basura 2017 vs. 2018



Con estos datos, el desperdicio en los hogares españoles supone el 4,3% del total de los alimentos y bebidas adquiridos, aunque existen diferencias significativas por productos. Así, el 87,5% del total de alimentos tirados a la basura se corresponde con productos sin

procesar que se arrojan tal cual fueron comprados. Frutas, verduras/hortalizas y pan son los alimentos más desechados. Con la excepción de frutas, de forma generalizada los hogares reducen la cantidad que tiran a la basura de todos los productos.

### ■ % Cuota volumen sobre total desperdicios



## II·IV

Por otro lado, el 12,5% del total de alimentos tirados a la basura se corresponde con las recetas cocinadas en el propio hogar y tiradas directamente del plato o de la nevera. Los platos base legumbre, base carne y las sopas/cremas/purés son los que más terminan en la

basura. Con la excepción de los platos base verdura y base carne, se reduce la cantidad de recetas tiradas a la basura, constatándose también en este caso la mayor conciencia sobre estos temas por parte de los hogares.

## 6 USOS, HÁBITOS Y TENDENCIAS DEL CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El **Panel de uso** es un estudio puesto en marcha en 2016 cuyo objetivo es conocer las recetas que los hogares elaboran cada día, y del que se extraen algunas conclusiones de interés:

- Constata que los cambios y la simplificación del menú construye un nuevo contexto en las comidas y en las cenas, donde la versatilidad es la clave en el consumo.
- La irrupción del desayuno salado ofrece un nuevo panorama competitivo para las categorías de desayuno tradicional, que deben adaptarse a la nueva realidad para poder crecer en el primer momento del día.
- El deporte gana relevancia en nuestra sociedad, y se convierte en una oportunidad de valor para el mercado, pues siguen creciendo las ocasiones de consumo entre los deportistas, así como las preparaciones rápidas y saludables.

En cuanto a los hábitos de compra, las encuestas del *Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario* indican que los consumidores siguen eligiendo los *establecimientos donde comprar alimentos y bebidas en función de su cercanía, la calidad de los productos y los buenos precios* además de por las ofertas. Se observa un ligero aumento de la presencia de marcas del distribuidor en detrimento de las marcas

de fabricante, aunque el cambio se ve generalmente por los consumidores como positivo o les resulta indiferente y no suelen dejar de comprar en un establecimiento porque haya eliminado determinadas marcas.

La proporción de consumidores que elaboran listas de la compra se mantiene en valores similares a años anteriores, aunque se aprecia una tendencia ligeramente decreciente en lo que respecta a comprar solo los productos incluidos en la lista al hacer la compra.



## II.V

# ÍNDICE DE PRECIOS DE CONSUMO (IPC)

## II.V.I Evolución de precios hasta mayo de 2017

- En mayo, el IPC general mensual disminuyó un -0,1%. La tendencia positiva de los precios de la alimentación, que registraron un aumento del 0,3%, ha repercutido 0,058 puntos.

### ■ Índice de Precios de Consumo. Base 2016

#### Mayo 2017

##### 1. Índices nacionales: general y de grupos

Grupo	Índice	% Variación			Repercusión	
		Mensual	En lo que va de año		Mensual	En lo que va de año
			Anual			
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	102,0	-0,1	0,0	1,9		
1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	101,0	0,3	0,7	1,1	0,058	0,146
2. Bebidas alcohólicas y tabaco	101,7	0,1	1,2	1,5	0,003	0,036
3. Vestido y calzado	107,2	2,4	-2,1	0,1	0,157	-0,140
4. Vivienda	102,8	0,3	-1,4	5,4	0,033	-0,186
5. Menaje	100,0	0,3	-0,3	-0,4	0,016	-0,020
6. Medicina	100,9	0,2	0,7	0,9	0,007	0,027
7. Transporte	103,5	-1,1	0,1	3,4	-0,166	0,013
8. Comunicaciones	101,9	0,5	1,1	2,0	0,020	0,040
9. Ocio y cultura	99,5	-2,3	-2,1	1,2	-0,194	-0,182
10. Enseñanza	100,7	0,0	0,1	1,0	0,000	0,001
11. Hoteles, cafés y restaurantes	101,8	0,0	1,7	1,8	0,005	0,207
12. Otros bienes y servicios	100,9	0,0	0,3	1,1	0,001	0,021

- La reducción de siete décimas de la tasa anual del IPC en mayo se debe, sobre todo, a los carburantes y el turismo. La alimentación apenas afecta a esa tendencia negativa, ya que su influencia en el IPC general es de -0,004.
- Por componentes, las carnes y los aceites han incidido de forma positiva, mientras que las legumbres y hortalizas repercutieron negativamente en este comportamiento.

#### Productos con mayor repercusión positiva

ALIMENTACIÓN	Varmens	Repercusión
* Frutas frescas	5,2	0,098
* Carne	0,5	0,026
* Aceites y grasas	2,3	0,013

#### Productos con mayor repercusión negativa

ALIMENTACIÓN	Varmens	Repercusión
* Legumbres y hortalizas	-3,8	-0,075
* Pescado y marisco	-0,5	-0,012

- Por tipo de productos, los alimentos frescos han tocado máximos en febrero (5,4%) y se mantiene en tasas por encima del 2%. Los elaborados se mantienen en torno al cero (por debajo muchos meses), con una clara estabilidad.





## II.V

## II.V.II Evolución de precios hasta nov. de 2017

- En noviembre, el IPC general mensual aumentó un 0,5%. La tendencia negativa de los precios de la alimentación, que registraron una disminución del -0,2%, ha repercutido -0,049.

## ■ Evolución de precios hasta noviembre de 2017

## 1. Índices nacionales: general y de grupos

Grupo	Índice	% Variación			Repercusión	
		Mensual	En lo que va de año	Anual	Mensual	En lo que va de año
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	103,1	0,5	1,1	1,7		
1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	102,0	-0,2	1,8	2,2	-0,049	0,347
2. Bebidas alcohólicas y tabaco	101,9	0,1	1,5	1,9	0,004	0,045
3. Vestido y calzado	112,3	5,0	2,6	0,4	0,329	0,172
4. Vivienda	105,5	0,9	1,1	2,5	0,120	0,152
5. Menaje	99,9	0,3	-0,5	-0,5	0,016	-0,027
6. Medicina	100,6	-0,1	0,4	0,4	-0,004	0,015
7. Transporte	105,3	0,9	1,8	3,5	0,134	0,261
8. Comunicaciones	101,4	0,0	0,6	0,6	0,001	0,023
9. Ocio y cultura	99,6	-0,1	-2,0	1,2	-0,011	-0,171
10. Enseñanza	101,4	0,0	0,7	0,8	0,000	0,012
11. Hoteles, cafés y restaurantes	101,8	-0,7	1,7	1,8	-0,086	0,207
12. Otros bienes y servicios	101,0	0,0	0,4	0,5	0,002	0,029

- El aumento de una décima de la tasa anual del IPC en noviembre se debe, sobre todo, a los carburantes y los combustibles líquidos. La alimentación afecta a esa tendencia con su influencia en el IPC general negativa de -0,026.
- Por componentes, las carnes han incidido de forma positiva, mientras que las legumbres, hortalizas y frutas repercutieron negativamente en este comportamiento.



ALIMENTACIÓN	Influencia
Carne	0,014238
Legumbres y hortalizas	-0,010569
Frutas	-0,044973
RESTO	Influencia
Carburantes y lubricantes para vehículos personales	0,194000
Combustibles líquidos	0,029349
Servicios recreativos y deportivos	-0,010832
Automóviles	-0,010896
Paquetes turísticos	-0,017033
Servicios de alojamiento	-0,037711
Prendas de vestir	-0,055820

- Por tipo de productos, los alimentos frescos han registrado una tasa del 4,3%, mientras que los elaborados tienen una tasa anual del 0,9%.







III  
CÓDIGO DE  
BUENAS PRÁCTICAS  
MERCANTILES EN LA  
CONTRATACION  
ALIMENTARIA





# INFORME DE SITUACIÓN DEL CÓDIGO

## 1 DATOS AGREGADOS

Tras un largo periodo de reuniones y negociaciones, el 24 de noviembre de 2015 el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y las organizaciones y asociaciones representativas de la producción, la industria y la distribución acordaron el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria. En el acuerdo también participaron el Ministerio de Economía y Competitividad y las Comunidades Autónomas, con el fin de promover un Código de aplicación uniforme en todo el territorio español.

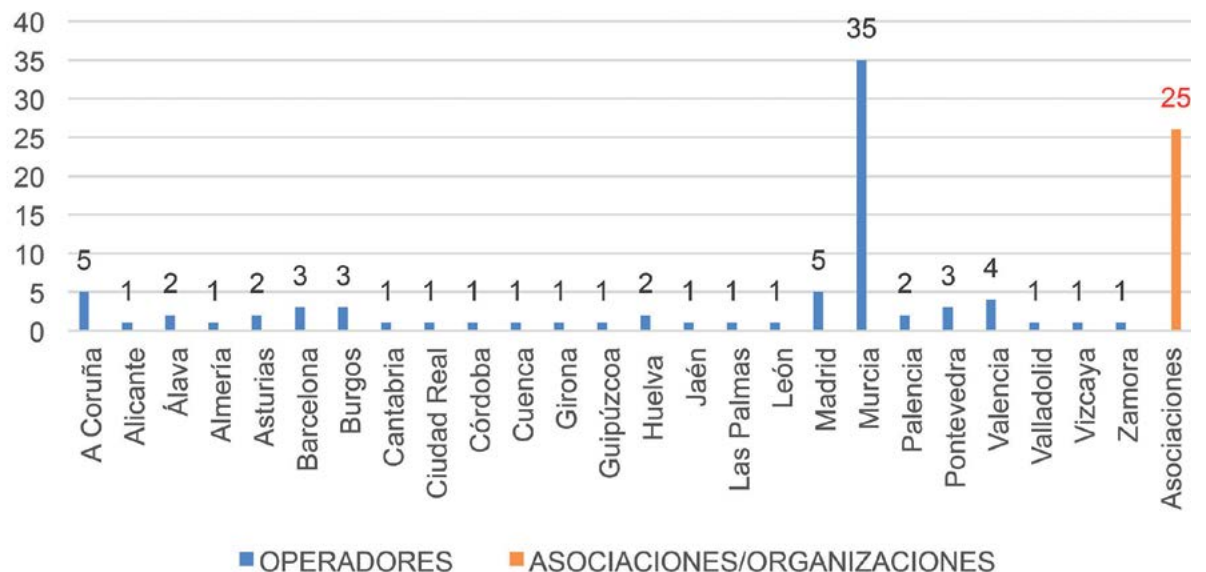
Una vez aprobado dicho Código y, teniendo en cuenta la necesidad de que recibiera la más amplia difusión por la trascendencia que para el conjunto de la cadena alimentaria tenían las actuaciones que en el mismo se contemplan, se resolvió su publicación, en el BOE, lo cual se hizo mediante la Resolución de 10 de diciembre de 2015, de la **Dirección General de la Industria Alimentaria, por la que se publica el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria.**

<https://www.boe.es/boe/dias/2015/12/18/pdfs/BOE-A-2015-13856.pdf>

El año 2017 concluyó con la cifra de 105 adheridos al Código entre operadores y asociaciones de los distintos eslabones de la cadena alimentaria: producción, industria, mayoristas, tiendas tradicionales o especializadas y distribución organizada.

### Ámbito geográfico

Hasta un total de 25 provincias cuentan con la sede social de empresas adheridas, entre las que destaca Murcia. Así mismo, hay 26 asociaciones de ámbito nacional que en 2017 se habían adherido al Código.



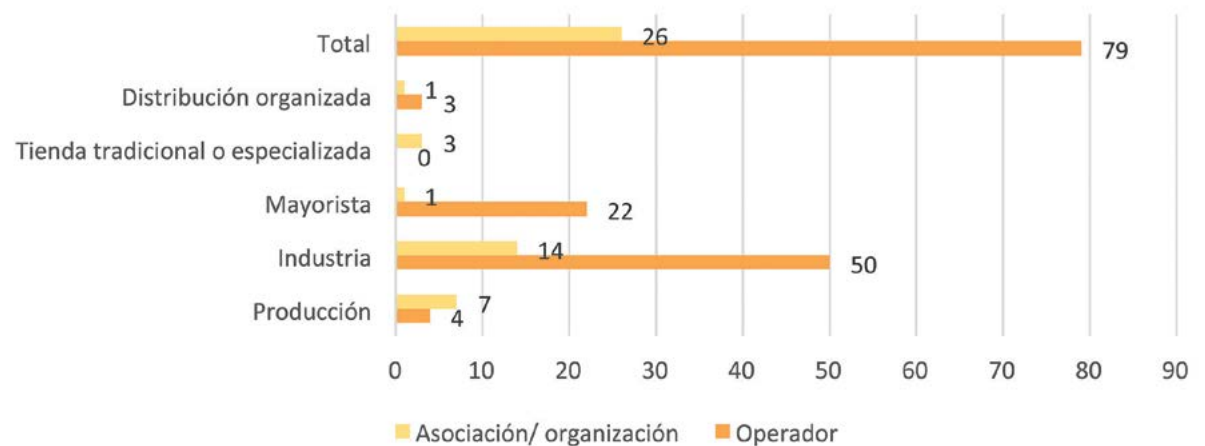


## 2 DATOS DESAGREGADOS

### Eslabón de la cadena y tipo de entidad

El eslabón con mayor número de operadores adheridos es el de la industria, con 64. Le siguen los mayoristas (23) y la rama productora, con 11.

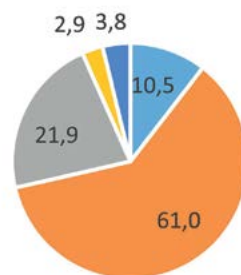
#### ■ Eslabón de la cadena y tipo de entidad



De esta forma, la industria concentra el 61% del total de los operadores y asociaciones adheridos, seguido por los mayoristas (22%) y la producción (10,5%).

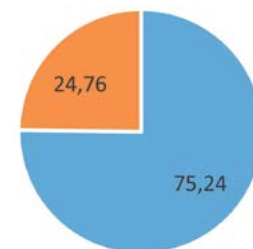
Por tipo de entidad, aproximadamente las tres cuartas partes de las adhesiones están conformadas por operadores del sector agroalimentario. El restante 26,4% se corresponde con asociaciones y organizaciones. La cifra de cooperativas adheridas es del 11% del total.

#### ■ Eslabón de la cadena %



- Producción
- Mayorista
- Distribución organizada
- Industria
- Tienda tradicional o especializada

#### GRÁFICO Sectores productivos %



- Operador
- Asociación/ organización



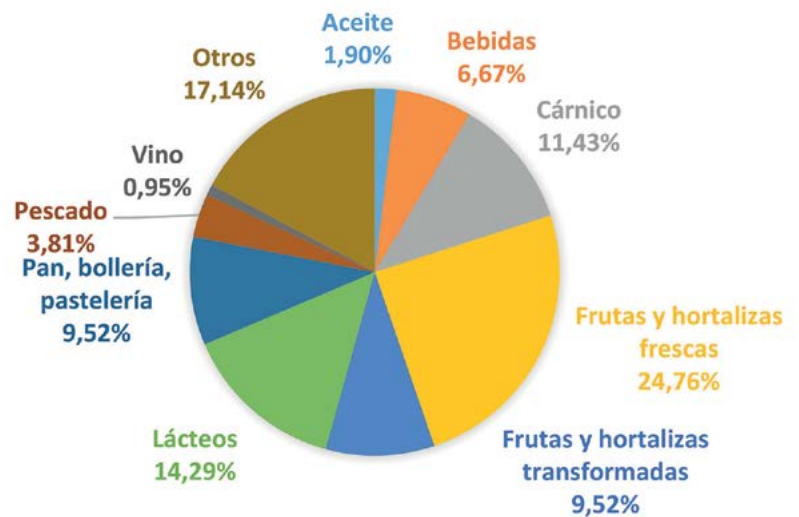


De entre todos los sectores representados por los operadores y asociaciones adheridos, aquellos que tienen un mayor peso son frutas y hortalizas frescas y lácteas, con un 24,7% y un 14,2% respec-

tivamente. El sector cárnico merece una especial mención dado que supera el 10 %, rozando de cerca esta cifra los sectores "pan, bollería, pastelería" y "frutas y hortalizas transformadas".

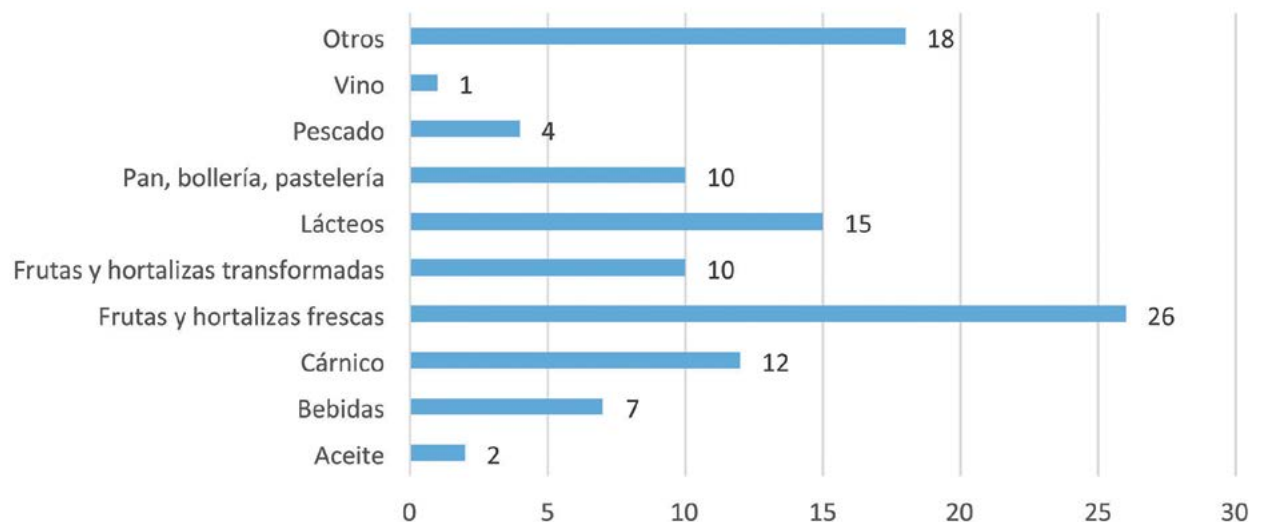


#### ■ Sectores productivos (%)



A continuación se pueden observar las cifras absolutas de adhesiones para los sectores productivos más relevantes

#### ■ Sectores (cifras absolutas)



## III·II

# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD DEL CÓDIGO

El Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria establece los principios sobre los que han de fundamentarse las relaciones comerciales entre los diferentes operadores que intervienen en la cadena alimentaria, con el objeto de facilitar el desarrollo de sus relaciones contractuales, la observancia de las mejores prácticas en el desarrollo de dichas relaciones y su adecuación a las normas y preceptos.

La estrategia de comunicación trata de visibilizar y difundir ante sus objetivos la aportación del Código a la mejora de las relaciones en la cadena alimentaria, destacando los valores y principios por los que se rige, entre los que destacan:

- Confianza
- Lealtad
- Transparencia
- Eficiencia
- Compromiso
- Sostenibilidad
- Calidad
- La libertad de pactos
- Interés mutuo
- Distribución equitativa de riesgos y responsabilidades
- Cooperación
- Respeto a la libre competencia en el mercado



La estrategia de comunicación se marca 4 objetivos principales:

- **Difundir las características del Código**, las ventajas para los operadores que se adhieran al mismo y los beneficios para el consumidor.
- Otorgar **reconocimiento público a los operadores** adheridos al Código como social y comercialmente responsables.
- Contribuir a través de las herramientas de la comunicación al objetivo de **ganar "asociados"**.
- Implicar a las principales organizaciones y operadores firmantes como **colaboradores en la difusión de las ventajas** del Código.

## ■ Objetivos





## IDENTIDAD VISUAL DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

El primer reto que se ha afrontado en el ámbito de la comunicación con respecto al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria, ha sido el de dotarle de una identidad visual propia y diferenciada que reflejase tanto los principios y valores del Código como la 'personalidad' con la que se quiere asociar al Código: confiable, leal, comprometida, segura, optimista y cercana.



LA FIGURA DE LA MANO ABIERTA, SIMBOLIZA LA TRANSPARENCIA Y LAS BUENAS PRÁCTICAS, LA LEALTAD, LA COLABORACIÓN, EL ACUERDO

El logotipo del Código tiene la doble función de ser el identificador visual principal y de actuar (si así se desea) como sello distintivo de aquellos agentes de la cadena que cumplen con las normas del Código.

El diseño parte del uso de las siglas del Código de Buenas Prácticas en la Cadena Alimentaria -prescindiendo a efectos de creatividad del término 'Mercantiles'- y de un símbolo (isotipo) compuesto por una marca de verifica-

ción o *checkmark* (que refleja el cumplimiento de las normas del Código) y de unas líneas paralelas al mismo (que expresa la idea de 'avanzar') que en su conjunto construyen la forma de una mano en una interpretación gráfica minimalista. Los colores representan la diversidad del sector alimentario, así como la vitalidad y el optimismo de la 'marca CBPCA'.

La figura de la mano abierta, simboliza la transparencia y las buenas prácticas, la lealtad, la colaboración, el acuerdo o trato, la confianza y el compromiso.

El Manual de Identidad Corporativa fija las normas de aplicación, sus posibilidades cromáticas, la tipografía y todo lo relacionado con el uso del logotipo, y establece una triple distribución del nombre:



CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN LA CONTRATACIÓN ALIMENTARIA



CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN LA CONTRATACIÓN ALIMENTARIA



CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN LA CONTRATACIÓN ALIMENTARIA







## MATERIALES CORPORATIVOS DEL CÓDIGO

En el año 2017 se elaboraron diversos materiales para facilitar las labores de información, comunicación y difusión sobre el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria:

### Materiales informativos

- Decálogos informativos
- Dossier de prensa
- Folleto FAQs
- Carteles
- Vídeo

### Materiales corporativos

- Carpetas
- Folios
- Bolígrafos
- Diplomas
- Roll-ups

### Materiales digitales

- Banners
- Infografías





## Código de Buenas Prácticas en la Contratación Alimentaria (CBPCA)

Es el distintivo que reconoce a los operadores de la cadena alimentaria comprometidos con el cumplimiento de una serie de requisitos cuyo objetivo es **mejorar las relaciones comerciales** para lograr un mayor equilibrio y transparencia en beneficio de todo el sector y, muy especialmente, del CONSUMIDOR.

1

### COOPERACIÓN

Es fruto de la **COOPERACIÓN** entre todos los operadores de la cadena alimentaria para **favorecer relaciones comerciales más justas, equilibradas y leales**.



Producción, Comercialización, Industria y Distribución colaborando por las **BUENAS PRÁCTICAS DE LA CADENA** y en **DEFENSA** del Consumidor.

2

### TRANSPARENCIA

Confiere **TRANSPARENCIA** en las relaciones y en los contratos de compra-venta suscritos.



Escritos, claros, sencillos y concretos. Derechos y obligaciones perfectamente reflejados.

3

### COMPROMISO

Los operadores **SE COMPROMETEN** a cumplir con los contratos, acuerdos comerciales y plazos establecidos.



Las condiciones se pactan previamente entre vendedor y comprador.

4

### LIBRE COMPETENCIA

Conlleva respeto a la **LIBRE COMPETENCIA** en el mercado. Libertad de pactos, buena fe e interés mutuo.



Cláusulas de respeto entre los operadores.

5

### GARANTÍA DE CALIDAD

Es **GARANTÍA DE CALIDAD**: mejora la percepción que tiene el consumidor de los alimentos como productos de alto valor nutritivo y de calidad mediante los instrumentos promocionales adecuados.



Tranquilidad para los **CONSUMIDORES**.

6

### CUMPLIMIENTO

Asegura el **CUMPLIMIENTO** de las condiciones de suministro y de entrega de productos.



Busca la **EFICIENCIA** y la optimización de todos los recursos.

7

### EQUILIBRIO

Entre sus principios básicos destacan el **EQUILIBRIO** y la justa reciprocidad entre las partes.



Equitativa distribución de riesgos y responsabilidades.

8

### SOSTENIBILIDAD

Establece unas relaciones comerciales basadas en la **SOSTENIBILIDAD** general de la cadena alimentaria.



Mejora continua del comportamiento de los productos y procesos.

9

### INNOVACIÓN

Impulsa y extiende la **I+D+i** para contribuir a una mayor presencia de innovaciones relevantes en la cadena alimentaria.



Incremento progresivo de **INNOVACIONES RELEVANTES** a disposición del consumidor.

10

### RESPONSABILIDAD SOCIAL

**CONFIANZA** para el consumidor, **TRANSPARENCIA** y **TRANQUILIDAD** en las relaciones entre operadores de la cadena alimentaria, potenciación de la **INNOVACIÓN** y mejora de la **CALIDAD**.



**RESPONSABILIDAD SOCIAL**, ventajas para todos.

[www.mapama.es/codigobuenaspracticas](http://www.mapama.es/codigobuenaspracticas) | PP Infancia Isabel, 1-28014 Madrid | Tel. 91 347 51 64 | [sgcaden@mapama.es](mailto:sgcaden@mapama.es)

Subdirección General de Estructura de la Cadena Alimentaria  
Dirección General de la Industria Alimentaria  
Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente



CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN LA CONTRATACIÓN ALIMENTARIA





## JORNADAS DE DIFUSIÓN DEL CÓDIGO

Para dar a conocer el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria se han previsto diferentes Jornadas de Difusión, la primera de las cuales se celebró el 13 de diciembre de 2017 en Valladolid, en un acto organizado por la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB). El objetivo de estas Jornadas es sensibilizar acerca de la importancia de incorporarse al Código como herramienta para garantizar el equilibrio de la cadena agroalimentaria.

El acto contó con la participación del Director General de la Industria Agroalimentaria del MAPAMA, Fernando Burgaz, de la Consejera de Agricultura y Ganadería de Castilla y León, Milagros Marcos, y del Director General de FIAB, Mauricio García de Quevedo, así como de representantes de la cadena agroalimentaria, de empresas de producción y de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS) por parte de la distribución.







**IV**  
**PANORAMA**  
**COMUNITARIO DE**  
**LAS PRÁCTICAS**  
**COMERCIALES**  
**DESLEALES EN LA**  
**CADENA ALIMENTARIA**



## IV·I

## ANTECEDENTES

Tal como se determinó en el Programa de trabajo de la Comisión para 2017, se consideró necesaria una acción a nivel de la UE para abordar las prácticas anticompetitivas causadas por la posición más débil de los agricultores y las PYMES en la cadena de suministro de alimentos, frente a otros niveles de la cadena.

Existe un amplio consenso a la hora de reconocer que a lo largo de toda la cadena de suministro alimentario se producen prácticas comerciales desleales (PCD). 20 Estados Miembro han adoptado una normativa específica sobre PCD, lo cual da fe de la considerable preocupación que esas prácticas suscitan a nivel nacional. No obstante, el problema de las PCD se aborda de una manera extremadamente heterogénea en cada uno de los Estados Miembro. En algunos la protección que se brinda específicamente contra esas prácticas es nula o ineficaz. Por ello, el legislador europeo expresó la necesidad de considerar la acción de la UE con el objetivo de abordar las prácticas comerciales desleales. Por tanto, en junio de 2016, el Parlamento Europeo, en una resolución<sup>1</sup>, pidió a la Comisión que presentara una propuesta sobre un marco jurídico



de la Unión en relación con las prácticas comerciales desleales.

En diciembre de 2016, el Consejo invitó a la Comisión a que llevara a cabo, de manera oportuna, una evaluación de impacto con miras a proponer un marco legislativo o medidas no legislativas de la UE para hacer frente a las prácticas comerciales desleales<sup>2</sup>. En septiembre de 2016, el Comité Económico y Social Europeo publicó un informe en el que instaba a la Comisión y a los Estados Miembro a tomar medidas con prontitud para evitar las prácticas comerciales desleales y crear una Red armonizada de organismos de control del cumplimiento a escala de la UE consagrados a este ámbito, con el objetivo de establecer la igualdad de condiciones en el mercado único<sup>3</sup>.

Para ello, y en línea con el Programa de Readaptación y Rendimiento Regulatorio de la Comisión Europea (REFIT), la Comisión evaluó y resumió todas las pruebas pertinentes disponibles y estableció la necesidad de una acción de la UE, incluso a través de una iniciativa legislativa, por medio de una estrategia de consulta.

1. Resolución del Parlamento Europeo, de 7 de junio de 2016, sobre prácticas comerciales desleales en la cadena de suministro alimentario [2015/2065(INI)].
2. [Conclusiones del Consejo](#) de 12 de diciembre de 2016 sobre el refuerzo de la posición de los agricultores en la cadena de suministro alimentario y la lucha contra las prácticas comerciales desleales.
3. [COM\(2016\) 32 final](#) de 30 de septiembre de 2016.

## PROCESO DE CONSULTA CON LAS PARTES INTERESADAS

El proceso de consulta se llevó a cabo entre el 17 de julio y el 6 de diciembre de 2017. Se invitó a las partes interesadas a formular sus comentarios y presentar elementos de prueba sobre la definición del problema, los objetivos y opciones políticas y su posible repercusión, la necesidad de la actuación a nivel de la UE, las cuestiones relacionadas con la aplicación, incluidos el seguimiento y el control del cumplimiento.



## IV·I

# RESUMEN DE LOS RESULTADOS CON LAS PARTES INTERESADAS

## 1 EVALUACIÓN INICIAL DE IMPACTO

La evaluación inicial de impacto atrajo una atención considerable y obtuvo un total de 66 contribuciones de diversas partes interesadas. De las contribuciones, el 33% fue de agentes u organizaciones del sector agrario; el 17%, de autoridades de los Estados Miembro; el 15%, de organizaciones no gubernamentales (ONG); el 11%, de transformadores y sus organizaciones; el 8%, de minoristas y sus organizaciones, y el 17%, de otros participantes (ámbito universitario, sindicatos, intermediarios y anónimos). Cabe precisar que el sistema de obtención de información para la evaluación inicial de impacto no se estructuró a modo de cuestionario. En su lugar, se hizo una criba sistemática a posteriori del texto de las contribuciones para extraer la información pertinente.

Solo el 5% de los participantes formuló observaciones sobre la inclusión o exclusión de los productos alimenticios en el ámbito de aplicación de la iniciativa, y de este porcentaje, una amplia mayoría se declaró a favor de la inclusión. El 41% de los participantes mencionó el grado en que se debería incluir a los agentes de la cadena de suministro alimentario, con un 82% a favor de que se contemple la totalidad de la cadena (la excepción es el sector de la transformación: únicamente el 57% comparte esta opinión).

El 20% de los participantes habló del factor miedo, que en general se considera un efecto real y de una importancia considerable. El 62% cree que debería ser posible presentar denuncias anónimas, mientras que el 38% opina lo contrario. El 92% considera que debería haber sanciones para quienes ejerzan PCD; el 8% cree que no. El 17% de los participantes hizo referencia a la cooperación entre las autoridades de los Estados Miembro, cooperación que la mayoría de estos participantes apoya.

EL 71% DE LOS  
PARTICIPANTES  
CONSIDERA  
NECESARIA LA  
ACTUACIÓN DE  
LA UE

El 91% de los participantes reconoce que se producen PCD en la cadena de suministro alimentario (un 5% no contestó y el resto no manifestó una postura clara). El 76% de los participantes declara que las PCD suponen un problema importante, y el 14% afirma lo contrario. El 5% de los participantes explica que las PCD existen, pero tienen un efecto global positivo en la cadena de suministro alimentario desde el punto de vista de la eficiencia.

Por su parte, el 71% de los participantes considera necesaria la actuación de la UE (desde el 64% del grupo «otros» al 90% de las ONG, pasando por el 82% de los agentes del sector agrario, el 73% de los Estados Miembro y el 71% de los transformadores). La excepción la constituyen los minoristas, de los que el 100% considera que la UE no debería actuar.



## IV·I

## 2 CONSULTA PÚBLICA ABIERTA

### 2.1 Visión general de los participantes

Los resultados de la consulta pública abierta (CPA) son coherentes con los de la evaluación inicial de impacto. La CPA estuvo activa durante tres meses, del 25 de agosto al 17 de noviembre, y obtuvo un total de 1.432 respuestas (el 56% de particulares, esto es, 803 respuestas, y el 44% de organizaciones, esto es, 628 respuestas). El 71% de los particulares indicó que

trabajaba en el sector agrario (570 respuestas) y el 29% que no (233 respuestas). Las contribuciones de organizaciones fueron principalmente de empresas privadas (38% del total), asociaciones empresariales y profesionales (31%) y ONG (20%). Por sector de actividad, las respuestas de las organizaciones corresponden a los productores agrarios (53% de las respuestas de las organizaciones), el sector agroalimenta-

rio (22%), el sector del comercio (7%), las organizaciones de la sociedad civil (7%), el sector minorista (4%), organismos de investigación (1%) y «otros» (6%).

El grupo «empresa privada» se puede subdividir a su vez según el tamaño de la empresa (número de empleados). En este sentido, el 81% de las respuestas de empresas privadas fue de pequeñas y medianas empresas (PYMES), y el 19% de grandes empresas (más de 250 empleados).

En cuanto al Estado Miembro de procedencia, los mayores porcentajes de participación corresponden a Alemania (29% del total), Austria (14%), Francia y España (7%). Los porcentajes más bajos son de Croacia, Luxemburgo y Chipre (una contribución cada uno).

LOS MAYORES PORCENTAJES DE PARTICIPACIÓN CORRESPONDEN A ALEMANIA (29), AUSTRIA (14%), FRANCIA Y ESPAÑA (7%)





## IV·I

## 2.2 Opinión de los participantes

## 1. Definición del problema

El 90% de los participantes está total o parcialmente de acuerdo en que hay prácticas en la cadena de suministro alimentario que se pueden considerar PCD. Estos resultados son, en general, similares para todos los grupos de partes interesadas, a excepción del sector minorista (el 12% está total o parcialmente de acuerdo en que se producen PCD en la cadena de suministro alimentario y el 88% está total o parcialmente en desacuerdo, siendo mayoría, con un 72%, quienes están parcialmente en desacuerdo).

A continuación, se preguntó a los participantes si una serie de prácticas podía considerarse PCD. Los porcentajes de participantes que indicaron estar total o parcialmente de acuerdo en que tales prácticas efectivamente son PCD se sitúan entre el 80% (plazos de pago superiores a 30 días para los productos agroalimenta-



que se producen rara vez (84). El 88% de los particulares afirma que las PCD se dan frecuentemente o muy frecuentemente.

Se pidió a los participantes que indicaran tres prácticas que considerasen que son PCD y tienen unas repercusiones más graves. De las principales ocho prácticas señaladas, seis figuran en el documento sobre los principios de buenas prácticas de la iniciativa de la cadena de suministro (ICS) y siete están catalogadas como PCD en el informe del Grupo Operativo sobre Mercados Agrícolas (AMTF) («plazos de pago superiores a 30 días» aparece dos veces, para los productos perecederos y para los productos agroalimentarios en general).

En el cuestionario también se pedía a los participantes que identificaran a los agentes de la cadena de suministro alimentario a quienes las PCD pueden perjudicar sensiblemente. El 94% de los participantes está total o parcialmente de acuerdo en que se trata de los agricultores y ganaderos. El 83% de los participantes señala a los transformadores; el 66%, a las PYMES; el 60%, a los consumidores; el 55%, a los agentes de terceros países que producen para el mercado de la UE; el 39%, a los intermediarios; y el 35%, a los minoristas. Asimismo, se preguntó a los participantes si pensaban que las PCD pueden tener efectos perjudiciales indirectos para estos grupos, pregunta que obtuvo unos resultados muy similares.

EL 90% DE LOS PARTICIPANTES ESTÁ TOTAL O PARCIALMENTE DE ACUERDO EN QUE HAY PRÁCTICAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO QUE SE PUEDEN CONSIDERAR PCD

rios en general) y el 93% (cambios unilaterales y retroactivos en los contratos). En cuanto a la asiduidad con que las PCD se producen en la cadena de suministro alimentario, el 87% declara que tienen lugar frecuentemente o muy frecuentemente. Todos los participantes coinciden en que se producen frecuentemente o muy frecuentemente, salvo el sector minorista, que afirma que no se producen nunca o



## IV·I

## 2. Necesidad de actuar

A la pregunta de si deberían adoptarse medidas para hacer frente a las PCD en la cadena de suministro alimentario, el 95% de los participantes contestó estar total o parcialmente de acuerdo en que sí. Si la respuesta era afirmativa, se pedía entonces a los participantes que especificaran quién debería adoptar tales medidas:

- El 87% cree que debería ser la Unión Europea (en colaboración con los Estados Miembro el 58%, la UE por sí sola, el 29%).
- El 8% considera que deberían ser los Estados Miembro por sí solos.
- El 4%, que se debería actuar a través de iniciativas voluntarias (el 54% de estas respuestas corresponde a organizaciones de minoristas).

Del 87% de participantes que cree que la UE debería adoptar medidas, el 51% ve la legislación como la solución adecuada, el 46% opta por una combinación de medidas legislativas y no legislativas, y el 2% se decanta por las medidas no legislativas.

El 97% de estos participantes considera que la actuación por parte de la UE contribuiría a mejorar el control del cumplimiento de las normas; el 95%, que la actuación de la UE aportaría mayor seguridad jurídica para las empresas; el 94%, que equipararía las condiciones de competencia en el mercado interior; el 84%, que sería beneficiosa para las transacciones transfronterizas dentro de la UE; el 84%, que reduciría el desperdicio de alimentos; el 80%, que daría

lugar a un mayor grado de innovación, y el 75%, que ampliaría el rango de posibilidades de elección de los consumidores.

El 67% prefiere que haya tanto una definición armonizada como una lista de PCD específicas; el 21%, una lista de PCD específicas; el 11%, principios generales, y el 1%, nada de lo anterior.

Por último, se preguntó a los participantes si consideraban que la iniciativa voluntaria de la cadena de suministro es suficiente para hacer frente a las PCD. El 75% dijo estar total o parcialmente en desacuerdo, y el 22%, total o parcialmente de acuerdo. En general, todos los tipos de organizaciones se mostraron total o parcialmente en desacuerdo, salvo las organizaciones de minoristas (el 88% indicó estar total o parcialmente de acuerdo en que esta iniciativa es suficiente).

En el caso de las organizaciones agroalimentarias y de comercio, hay unos porcentajes relativamente altos de «total o parcialmente de acuerdo», incluso a pesar de que, en general, no sea la opción preferida (43% y 40% respectivamente). El 81% de los particulares que trabajan en el sector agrario y el 69% de los otros particulares están total o parcialmente en desacuerdo.

## 3. Control de cumplimiento

El 92% de los participantes está total o parcialmente de acuerdo en que debería haber unos mínimos que se apliquen al control del cumplimiento de las normas sobre PCD en la UE. El apoyo a unas normas mínimas de control del cumplimiento oscila entre el 20% por parte de las organizaciones de minoristas y el 100% por parte de las organizaciones de la sociedad civil (el 96% en el caso de las organizaciones agrarias; el 87% de las organizaciones agroalimentarias está total o parcialmente de acuerdo).

A continuación, se preguntó a los participantes por los elementos que consideraban que constituyen una parte importante de un control público eficaz del cum-

plimiento de las normas sobre PCD. El 94% señaló la transparencia de las investigaciones y los resultados; el 93%, la posibilidad de multas en caso de infracción de las normas; el 92%, la posibilidad de presentar denuncias colectivas; el 89%, la capacidad para recibir y tramitar denuncias confidenciales; el 89%, la designación de una autoridad competente; el 73%, la capacidad de llevar a cabo investigaciones por iniciativa propia; y el 36%, otros aspectos. Los diversos tipos de organizaciones y los particulares declararon en su mayoría estar total o parcialmente de acuerdo con estos elementos, salvo el sector minorista, que está total o parcialmente en desacuerdo con los distintos elementos en porcentajes que oscilan entre el 72% y el 80%.



## IV·I

## 4. Cuestionario específico para empresas

El cuestionario específico para empresas estuvo disponible entre el 6 de noviembre y el 10 de diciembre, y recibió un total de 122 respuestas. El 35% de los participantes se dedicaba al sector agrario; el 48%, a la transformación; el 10%, a la venta al por menor, y el 4 %, a la venta al por mayor (el resto de las respuestas no está clasificado). En cuanto al tamaño, el 70% de los participantes fueron PYMES. El 7% de los participantes se identificó como compradores; el 49 %, como proveedores, y el 40%, como ambos. Gran parte de las respuestas proceden de Bélgica, Francia, Italia, España y el Reino Unido (18 Estados Miembro tienen tres o menos respuestas).

El 54% de las empresas que ejercen de compradores y el 89% de los proveedores afirman que se dan casos de morosidad en las transacciones comerciales. Entre el 14% y el 30% de quienes ejercen de compradores declara haber impuesto otras PCD en una transacción comercial. En el caso de las empresas que ejercen de proveedores, entre el 44% y el 82% afirma haber sido objeto de una PCD según lo descrito anteriormente.

EL OBJETIVO ERA DETERMINAR,  
DE ACUERDO A LAS MISMAS,  
SI LAS PCD DE LA CADENA DE  
SUMINISTRO ALIMENTARIO LES  
AFECTAN Y DE QUÉ MODO

Al 30% de las empresas que ejercen de proveedores se les ha denegado la formalización de un contrato por escrito tras solicitarlo. Se pidió a los proveedores que reflexionaran sobre si habían sido víctimas de alguna PCD cuando los compradores están establecidos en otro Estado Miembro. El 24% de los participantes dice que esta situación se produce «a menudo o en un número considerable de ocasiones». El 19% de los proveedores afirma que tratar con un comprador extranjero afecta negativamente a su capacidad para luchar contra las PCD.



El 60% de los proveedores declara que los costes relacionados con las PCD suponen más del 0,5% de su volumen anual de negocios. En función de la ponderación asignada a cada categoría de respuesta, la relevancia comercial ponderada de los costes derivados de las PCD con respecto al volumen de negocios se puede estimar entre el 1,8% (si se tienen en cuenta las 94 respuestas de proveedores) y el 1,5% (si no se consideran las respuestas extremas, esto es, las que indican que no hay coste alguno o que los costes superan el 5%). El 44% de los compradores considera los costes de cumplimiento «elevados o moderados».



## IV·I

## 5. Cuestionario específico para las organizaciones de consumidores

En la consulta a las organizaciones representativas de consumidores se obtuvieron tres contribuciones. El objetivo era determinar, de acuerdo a las mismas, si las PCD de la cadena de suministro alimentario les afectan y de qué modo.

Las organizaciones participantes no están de acuerdo en que la introducción de medidas legislativas en materia de PCD vaya a provocar un incremento de los precios al consumo, pero sí en que contribuiría a aumentar la confianza en la cadena de suministro alimentario y sería beneficiosa para las inversiones. Dos están de acuerdo en que mejorarían las condiciones para los empleados en la cadena de suministro alimentario (una no se pronunció al respecto). Las tres organizaciones coinciden en que la introducción de normas en materia de PCD a nivel de la UE beneficiaría a los consumidores a largo plazo. Dos están totalmente de acuerdo y una está parcialmente en desacuerdo con respecto a que pueda haber beneficios a corto plazo.

Una de las organizaciones está de acuerdo en que la introducción de normas sobre PCD en su propio país ha supuesto el aumento de las posibilidades de elección de los consumidores y de la confianza, así como la mejora de las condiciones de inversión para los agentes y las condiciones de los empleados en la cadena de suministro alimentario. En cambio, esta organización no considera que haya provocado un incremento de los precios al consumo (las otras dos organizaciones no opinaron al respecto). Dos de las organizaciones están totalmente en desacuerdo y una está parcialmente en desacuerdo con respecto a que las iniciativas de autorregulación sean suficientes. Dos no están de acuerdo y la tercera sí está de acuerdo en que los posibles efectos negativos para los consumidores derivados de la legislación sobre PCD pesan más que los posibles beneficios (a nivel de la UE).

En el caso de las organizaciones agroalimentarias y de comercio, hay unos porcentajes relativamente altos de «total o parcialmente de acuerdo», incluso a pesar de que, en general, no sea la opción preferida (43% y 40% respectivamente). El 81% de los particulares que trabajan en el sector agrario y el 69% de los otros particulares están total o parcialmente en desacuerdo.



## 6. Cuestionario para las autoridades públicas de los Estados Miembro

Se consultó a las autoridades de los Estados Miembro a través de un conjunto de cuestionarios en los que se pedía información sobre los costes administrativos reales o estimados de la ejecución de nuevas medidas legislativas en materia de PCD en determinadas condiciones; una actualización de la información presentada anteriormente (2015) sobre la situación de las normas en materia de PCD en sus jurisdicciones nacionales, incluidos los aspectos relativos al control del cumplimiento; e información

sobre las evaluaciones de impacto y otros estudios a este respecto disponibles. Estos datos han servido de base para un estudio realizado por expertos externos y se han utilizado directamente en el presente informe de evaluación de impacto. El cuestionario para los Estados Miembro estuvo oficialmente disponible entre el 2 de octubre de 2017 y el 3 de noviembre de 2017, aunque se aceptaron contribuciones posteriores para su uso en el estudio elaborado por los expertos externos.



IV·I



## 7. Taller de ámbito universitario organizado por el Centro Común de Investigación sobre las PCD en la cadena de suministro alimentario

Los días 17 y 18 de julio de 2017 se celebró en Bruselas un taller organizado conjuntamente por la Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural y el Centro Común de Investigación (JRC), en el que se dieron cita varios expertos internacionales con el objetivo de analizar la bibliografía científica sobre metodología, repercusiones y aspectos reglamentarios de las PCD. De la misma, se ha publicado un informe elaborado por varios expertos y editado por el JRC.

## 8. Reuniones *ad hoc* con partes interesadas de la cadena de suministro alimentario

Durante el año 2017 se organizaron varias reuniones bilaterales con partes interesadas a petición de estas. Así pues, se mantuvieron reuniones con *Independent Retail Europe*, *FoodDrinkEurope*, *EuroCommerce*, la Asociación Europea de Marcas, la Cámara de Comercio de Dinamarca, la Federación de Minoristas de Alemania, el Centro de Enlace de la Industria de Transformación Cárnica de la Unión Europea (CLITRAVI), la Unión Europea del Comercio de Ganado y Asuntos Cárnicos (UECBV), Edeka, REWE, la *Fédération du Commerce et de la Distribution*, la Asociación Europea de

Industrias Lácteas, la Federación Internacional de Lechería, la *National Federation of Meat and Food Traders* del Reino Unido, *Europatat* y *Euro Fresh Foods*. Las reuniones se centraron en dar respuesta a las preguntas de las partes interesadas acerca del proceso y el contenido de la evaluación de impacto para que pudieran manifestar su apoyo u oposición a la iniciativa y plantear cuestiones de interés para sus respectivos sectores.

## 9. Grupos de diálogo civil

Hubo dos presentaciones, con sendos intercambios de puntos de vista, en dos grupos de diálogo civil (GDC) de la política agrícola común, en los que están representados varios grupos de partes

interesadas. Las presentaciones tuvieron lugar el 6 de noviembre de 2017 (GDC Aceituna) y el 22 de noviembre de 2017 (GDC Horticultura/Frutas y Hortalizas).



## IV·II

# PROPUESTA DE MARCO LEGISLATIVO SOBRE PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES A NIVEL COMUNITARIO

## A NECESIDAD DE ACTUAR

### ¿Cuál es el problema y por qué es un problema a escala de la UE?

- El poder de negociación difiere entre los distintos agentes de la cadena de suministro alimentario (CSA). Así pues, las partes más débiles (por ejemplo, agricultores y ganaderos) son víctimas de las prácticas comerciales desleales (PCD). Los regímenes nacionales sobre PCD varían, y la coordinación entre los Estados Miembro es escasa. En consecuencia, los agentes de algunos estados se encuentran desprotegidos, las condiciones comerciales varían de un Estado a otro y hay incertidumbre de cara al comercio transfronterizo.

### ¿Qué se pretende conseguir?

- La lucha contra las PCD favorece la creación de unas condiciones de competencia equitativas y ofrece vías de recurso eficaces a los agentes que se enfrentan a este tipo de prácticas, lo que a su vez contribuye a la realización de los objetivos de la PAC de garantizar un nivel de vida equitativo a las personas que se dedican a actividades agrarias, reforzar la resiliencia de los agentes más débiles y mejorar el funcionamiento de la CSA.

### ¿Cuál es el valor añadido de la actuación a nivel de la UE (subsidiariedad)?

- La actuación a nivel de la UE proporciona un marco común mínimo, mejora la protección frente a las PCD y reduce las repercusiones a lo largo de la CSA. Por otra parte, contribuye a garantizar un nivel de vida equitativo para la población agrícola (artículo 39 del TFUE), así como a la coordinación y el intercambio de mejores prácticas entre los EM. Todo ello sería difícil de conseguir sin la actuación de la UE.

## B SOLUCIONES

### ¿Cuáles son las distintas opciones posibles para alcanzar los objetivos? ¿Existe o no una opción preferida?

- Las opciones se desglosan por grado de armonización, alcance de las prohibiciones en materia de PCD, lista de productos cubiertos, agentes cubiertos, control del cumplimiento y coordinación de los EM. La opción preferida es la siguiente: armonización parcial de las normas sobre PCD, cobertura de los productos agrarios y transformados, protección de las PYMES, requisitos mínimos para el control del cumplimiento y un mecanismo de control del cumplimiento a escala de la UE.

### ¿Cuáles son las opiniones de las distintas partes interesadas? ¿Quién apoya cada opción?

- La mayoría de las partes interesadas que participaron en la consulta pública abierta apoya firmemente la actuación a nivel de la UE, incluido lo referente al control del cumplimiento. Los (grandes) minoristas no consideran que las PCD se produzcan de manera generalizada y se oponen a las medidas a nivel de la UE.



## IV·II

## C REPERCUSIONES DE LA OPCIÓN PREFERIDA

## ¿Cuáles son las ventajas de la opción preferida (si existe, o bien de las principales)?

- Los pequeños agentes se benefician de la protección a través de la legislación en materia de PCD, lo que aumenta su eficiencia. Se espera que estos beneficios generen repercusiones sociales y económicas positivas para la sociedad.

## ¿Cuáles son los costes de la opción preferida (si existe, o de las principales opciones, si no existe una preferida)?

- No se prevé que los costes de cumplimiento para las empresas sean significativos. En cuanto a las repercusiones sociales y medioambientales, se prevé que sean neutras o incluso positivas. Sí podría haber costes para las administraciones nacionales (véase más abajo).

## ¿Cuáles son las repercusiones en las PYMES y la competitividad?

- Las PYMES gozarían de una mejor protección, y se espera que aumente la competitividad global.

## ¿Habrá repercusiones significativas en los presupuestos y las administraciones nacionales?

- La mayoría de los EM ya cuenta con algún tipo de normas sobre PCD, de modo que para esta mayoría los costes administrativos serían mínimos, mientras que para el resto los costes serían algo más elevados. No obstante, la experiencia de los Estados Miembro con la legislación sobre PCD pone de manifiesto que los costes de aplicación son en general bajos y pueden ser absorbidos por las estructuras existentes.

## ¿Habrá otras repercusiones significativas?

- También afectará a los proveedores de terceros países.

## ¿Proporcionalidad?

- Solo se contemplan las PYMES, las PCD más perjudiciales y aquellos ámbitos en que los Estados Miembro no pueden alcanzar los objetivos por sí solos. Así pues, los costes previstos serían mínimos. Por otra parte, los Estados Miembro pueden mantener sus regímenes y legislar más allá del alcance de la propuesta de directiva.

## D SEGUIMIENTO

## ¿Cuándo se revisará la política?

- A partir de los informes de los EM, un grupo de expertos ad hoc hará un seguimiento anual de la política. Se llevará a cabo una revisión completa transcurridos cuatro años.









# ANEXOS





# ÍNDICE DE ANEXOS

## **ANEXO 1** 68

LEY DE LA CADENA ALIMENTARIA (BOE LEY 12/2013)

## **ANEXO 2** 102

INFORMES SOBRE PRÁCTICAS COMERCIALES  
EN LA CADENA ALIMENTARIA

MONOGRÁFICO LEY DE MEDIDAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE LA CADENA  
ALIMENTARIA 2016

PERCEPCIÓN BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES  
EN LA CADENA ALIMENTARIA

MONOGRÁFICO LEY DE MEDIDAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE LA CADENA  
ALIMENTARIA 2017

## **ANEXO 3** 161

ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMO

## **ANEXO 4** 176

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS MERCANTILES EN LA CONTRATACIÓN ALIMENTARIA (BOE  
RESOLUCIÓN 10/12/2015)

## **ANEXO 5** 192

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS  
PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA  
DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

## **ANEXO 6** 212

LISTADO DE OPERADORES ADHERIDOS AL CÓDIGO



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIA

## LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el  
funcionamiento de la cadena alimentaria.

Jefatura del Estado  
«BOE» núm. 185, de 3 de agosto de 2013  
Referencia: BOE-A-2013-8554

## ÍNDICE

<i>Preámbulo</i> .....	4
TÍTULO I. Disposiciones generales .....	9
Artículo 1. Objeto.. .....	9
Artículo 2. Ámbito de aplicación.. .....	9
Artículo 3. Fines.. .....	9
Artículo 4. Principios rectores. ....	10
Artículo 5. Definiciones. ....	10
Artículo 6. Colaboración entre Administraciones Públicas. ....	11
Artículo 7. Defensa de la competencia. ....	11
TÍTULO II. Régimen de contratación y prácticas comerciales abusivas. ....	11
CAPÍTULO I. Contratos alimentarios. ....	11
Artículo 8. Formalización de los contratos alimentarios. ....	11
Artículo 9. Condiciones contractuales. ....	11
Artículo 10. Realización de subastas electrónicas. ....	12
Artículo 11. Obligación de conservación de documentos. ....	12
CAPÍTULO II. Prácticas comerciales abusivas. ....	12
Artículo 12. Modificaciones unilaterales y pagos comerciales no previstos.. ..	12
Artículo 13. Suministro de información comercial sensible.. ..	13



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Artículo 14. Gestión de marcas. . . . .	13
TÍTULO III. Buenas Prácticas en la contratación alimentaria. . . . .	13
CAPÍTULO I. Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria . . . . .	13
Artículo 15. Finalidad, alcance y elaboración. . . . .	13
Artículo 16. Contenido. . . . .	14
Artículo 17. Registro Estatal. . . . .	15
CAPÍTULO II. Otros códigos de buenas prácticas mercantiles. . . . .	15
Artículo 18. Suscripción y promoción de otros códigos. . . . .	15
TÍTULO IV. Observatorio de la Cadena Alimentaria . . . . .	15
Artículo 19. Creación. . . . .	15
Artículo 20. Funciones. . . . .	16
Artículo 21. Composición y funcionamiento. . . . .	17
TÍTULO V. Potestad sancionadora . . . . .	17
CAPÍTULO I. Disposiciones generales. . . . .	17
Artículo 22. Principios generales. . . . .	17
CAPÍTULO II. Infracciones y sanciones . . . . .	17
Artículo 23. Infracciones en materia de contratación alimentaria. . . . .	17
Artículo 24. Sanciones. . . . .	18
Artículo 25. Graduación de las sanciones. . . . .	18
Artículo 26. Competencia. . . . .	18
TÍTULO VI. Mejora de la vertebración de la cadena alimentaria. . . . .	19
Artículo 27. Fomento de la integración y potenciación del desarrollo de la cadena de valor. . . . .	19
<i>Disposiciones adicionales.</i> . . . .	19
Disposición adicional primera. La Agencia de Información y Control Alimentarios. . . . .	19
Disposición adicional segunda. Laboratorios agroalimentarios para el control oficial dependientes funcionalmente del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. . . . .	23
Disposición adicional tercera. No incremento de gasto. . . . .	25
Disposición adicional cuarta. Realización y difusión de estudios y análisis comparativos. . . . .	25
Disposición adicional quinta. Relaciones contractuales de la Organización Común de Mercados de los productos agrarios. . . . .	26
Disposición adicional quinta [Sic]. Infracciones y sanciones en materia de trazabilidad de productos pesqueros no incluidos en el ámbito de aplicación de la Ley 3/2001, de 26 de marzo, de Pesca Marítima del Estado. . . . .	26



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

<i>Disposiciones transitorias.</i> . . . . .	26
Disposición transitoria primera. Contratos preexistentes. . . . .	26
Disposición transitoria segunda. Organizaciones Profesionales Agroalimentarias. . . . .	27
<i>Disposiciones derogatorias.</i> . . . . .	27
Disposición derogatoria única. Derogación normativa. . . . .	27
<i>Disposiciones finales.</i> . . . . .	27
Disposición final primera. Modificación de la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, Reguladora de las Organizaciones interprofesionales agroalimentarias. . . . .	27
Disposición final segunda. Modificación de la Ley 2/2000, de 7 de enero, Reguladora de los contratos-tipo de productos agroalimentarios. . . . .	32
Disposición final tercera. Títulos competenciales. . . . .	34
Disposición final cuarta. Facultad de desarrollo. . . . .	34
Disposición final quinta. Entrada en vigor. . . . .	34



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADATEXTO CONSOLIDADO  
Última modificación: 1 de julio de 2017

JUAN CARLOS I

REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.  
Sabed: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente ley.

## PREÁMBULO

I

La Alimentación en España es un signo de identidad que surge de la gran variedad y riqueza de las producciones agroalimentarias de este país que son consecuencia de la diversidad de sus tierras, mares, ecosistemas y tradiciones.

La importancia por tanto de todo lo relacionado con los alimentos, no deriva sólo de la necesidad de satisfacer una función primaria de todo ser humano, sino de la intrínseca relación que la alimentación ha venido tradicionalmente manteniendo con la sociedad, la economía y el medio rural en España.

Este vínculo inexorable ha ido consolidándose con el paso del tiempo y generando alrededor un sector de vital importancia, que tiene como fin último no sólo atender a las demandas de los consumidores, sino generar riqueza y contribuir de forma significativa al crecimiento económico y al desarrollo y progreso del medio rural español.

El sector agroalimentario en España tiene pues un valor estratégico innegable para la economía nacional, tal y como lo corroboran las magnitudes económicas sobre su participación en el PIB, en la balanza comercial, su dimensión, el número de empleos que genera o sus cotas de producción, que le sitúan como el primer sector manufacturero y uno de los que gozan de mayor proyección internacional.

No obstante, es un sector vulnerable en su conjunto por sus propias características, ya que integra a una amplia diversidad de agentes de los sectores de la producción, la transformación y la distribución, que a su vez se ven limitados individualmente por su idiosincrasia.

Con carácter general, el sector productor agrario se ve afectado por un alto nivel de atomización, en el que mayoritariamente se integran empresas de pequeña dimensión. La rigidez de la demanda, la estacionalidad y atomización de la oferta, la dispersión territorial o la generación de empleos vinculados al medio rural, son especificidades propias del sector agrario que le diferencian claramente de otros sectores económicos, tal y como lo demuestra el tratamiento que ha recibido en el Tratado Constitutivo de la Unión Europea a través de la Política Agraria Común (PAC).

Por su parte, la industria agroalimentaria está integrada mayoritariamente por pequeñas y medianas empresas, junto con grandes grupos industriales españoles e internacionales.

El sector de la distribución alimentaria se encuentra dividido en dos tipos de canales de venta. El canal de venta organizado que está muy concentrado en empresas con superficies de venta de mediano y gran tamaño que ofertan una amplia gama de productos que, normalmente, pertenecen a grandes grupos de distribución minorista que concentran la demanda de los distintos puntos de venta, lo que les confiere un gran poder de negociación frente a los proveedores. El otro canal de venta es el del comercio especializado, formado por empresas con superficies de venta al público de reducido tamaño de tipo familiar, ubicadas en mercados municipales, galerías comerciales o instalaciones de venta propias.

Esta heterogeneidad ha condicionado sin duda el funcionamiento y las relaciones de los agentes que operan a lo largo de la cadena alimentaria, evidenciando deficiencias que se han visto agravadas en el contexto de la actual crisis económica global. La volatilidad de los



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

precios percibidos por los productores, el alto coste de los insumos y la inestabilidad de los mercados internacionales, son factores coyunturales que han mermado la competitividad y rentabilidad del sector agroalimentario.

Un análisis de la situación actual de la cadena de valor evidencia la existencia de claras asimetrías en el poder de negociación que pueden derivar, y en ocasiones derivan, en una falta de transparencia en la formación de precios y en prácticas comerciales potencialmente desleales y con prácticas contrarias a la competencia que distorsionan el mercado y tienen un efecto negativo sobre la competitividad de todo el sector agroalimentario.

El correcto funcionamiento de la cadena alimentaria resulta indispensable para garantizar un valor añadido sostenible para todos los operadores que contribuya a aumentar su competitividad global y revierta igualmente en beneficio de los consumidores. Por tanto, se hace imprescindible atajar esta problemática desde una perspectiva de conjunto que alcance a todos los agentes que se interrelacionan a lo largo de la cadena alimentaria de manera que se garantice la unidad de mercado para que el sector agroalimentario pueda desarrollarse plenamente y desplegar todo su potencial.

La garantía de la unidad de mercado en el ámbito de la cadena alimentaria es un factor clave de competitividad que permitirá un mayor aprovechamiento de las economías de escala, la división del trabajo y la intensidad de la competencia, lo que reducirá los costes de producción, mejorará la productividad y permitirá alcanzar mayores niveles de empleo y de bienestar.

## II

La sociedad española y europea, así como las instituciones nacionales y comunitarias, no han permanecido ajenas a la situación que afecta a todo el sector agroalimentario derivada de los desequilibrios existentes entre los distintos eslabones de la cadena.

Desde que la Comisión Europea publicó su «Comunicación sobre la mejora en el funcionamiento de la cadena agroalimentaria» en 2009, se han multiplicado las iniciativas que han ido profundizando en el análisis y en la identificación de los problemas reales que están afectando a su desarrollo.

A las diferentes iniciativas de la Comisión, se han sumado otras instituciones comunitarias: los Consejos de Ministros de Competitividad y Agricultura, el Parlamento Europeo y el Comité Económico y Social, que mediante declaraciones, resoluciones e informes han evidenciado la gravedad y extensión global de este problema, subrayando la necesidad de que los Estados adopten medidas para solucionar este problema social y económico.

La constitución del Foro de Alto Nivel sobre la Mejora del Funcionamiento de la Cadena Alimentaria, a finales de 2011, es el último paso dado por la Unión Europea para buscar soluciones que permitan garantizar una mayor transparencia de los precios, mejorar la competencia, evitar el abuso de poder en la negociación y contratación, prohibir la especulación y fomentar la autorregulación.

Paralelamente, en España, el Congreso de los Diputados ha llevado a cabo varias iniciativas para instar al Gobierno a promover políticas orientadas a conseguir que los operadores de la cadena de valor, especialmente los agricultores y ganaderos, perciban la contraprestación suficiente y, en consecuencia, obtengan un beneficio adecuado a su actividad. En cumplimiento de esta proposición se impulsó la creación en el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente del Observatorio de Precios de los Alimentos, con el fin de contribuir a dotar de mayor transparencia a los mercados.

Estos debates y análisis de la situación que afecta a la cadena alimentaria, se han extendido también a nivel interno en la mayoría de los Estados miembros, donde se van implementado diversas medidas de variado alcance pero que comparten una misma finalidad.

El objetivo común de todas estas iniciativas comunitarias y nacionales mencionadas en los párrafos anteriores, es lograr el equilibrio de la cadena alimentaria y poder garantizar una competencia justa, leal y efectiva manteniendo un adecuado nivel de precios e informando de forma adecuada a los consumidores.





## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

## III

En el marco expuesto, la presente ley tiene como finalidad mejorar el funcionamiento y la vertebración de la cadena alimentaria de manera que aumente la eficacia y competitividad del sector agroalimentario español y se reduzca el desequilibrio en las relaciones comerciales entre los diferentes operadores de la cadena de valor, en el marco de una competencia justa que redunde en beneficio no sólo del sector, sino también de los consumidores.

Para el cumplimiento de este objetivo, la ley se estructura del modo siguiente:

Un Título I de «Disposiciones generales» que regula el objeto y ámbito de aplicación de la Ley, sus fines, algunas definiciones y la colaboración que habrá de regir las relaciones de las Administraciones públicas competentes en el ejercicio de las actuaciones que realicen en el marco de lo dispuesto en esta Ley.

El ámbito de aplicación de la Ley se extiende a las relaciones comerciales entre todos los operadores que intervienen en la cadena alimentaria desde la producción a la distribución de alimentos o productos alimenticios.

Quedarán excluidas de la aplicación de esta ley las entregas de producto que se realicen a cooperativas agroalimentarias o entidades asociativas, por parte de los socios de las mismas.

Sin embargo, serán también operaciones comerciales sujetas a lo dispuesto en esta ley, las que se realicen entre operadores de la cadena agroalimentaria en los procesos de envasado, transformación o acopio para su posterior comercialización, y en todo caso, las compras de los animales vivos, los piensos y todas las materias primas e ingredientes utilizados para alimentación animal. Por tanto, no será de aplicación esta ley a las relaciones comerciales que afecten a los restantes insumos agroalimentarios.

Asimismo, el ámbito de aplicación del capítulo I del título II de esta ley se circunscribe a las relaciones comerciales de los operadores que realicen transacciones comerciales, continuadas o periódicas, cuyo precio sea superior a 2.500 euros, siempre que estos se encuentren en alguna de las siguientes situaciones de desequilibrio:

- a) Que uno de los operadores tenga la condición de PYME y el otro no.
- b) Que, en los casos de comercialización de productos agrarios no transformados, perecederos e insumos alimentarios, uno de los operadores tenga la condición de productor primario agrario, ganadero, pesquero o forestal o una agrupación de los mismos y el otro no la tenga.
- c) Que uno de los operadores tenga una situación de dependencia económica respecto del otro operador, entendiéndose por tal dependencia, que la facturación del producto de aquél respecto de éste sea al menos un 30% de la facturación del producto del primero en el año precedente.

Finalmente, de acuerdo con la definición de cadena alimentaria que se incluye en el artículo 5, quedan excluidos del ámbito de aplicación de la ley las actividades del transporte, así como las relaciones comerciales con las empresas que operan en el canal de hostelería, tales como los puntos de venta o establecimientos minoristas como hoteles, restaurantes, bares y cafeterías.

En este Título es importante destacar el artículo 6, que está dedicado a la colaboración entre las Administraciones Públicas, que será determinante para garantizar el adecuado cumplimiento del contenido de esta ley y del principio de unidad de mercado.

Un Título II con un Capítulo I que regula los contratos alimentarios que se suscriban entre los operadores de la cadena alimentaria. La novedad más significativa, para garantizar la seguridad jurídica y la equidad en las relaciones comerciales, es el establecimiento de la obligación de formalizarlos por escrito que afectará al contrato de suministro, el de compraventa y el de integración. Asimismo, se establece la obligación de incorporar expresamente en estos contratos escritos los elementos esenciales de los mismos (identificación de las partes, objeto, precio, condiciones del pago, entrega de productos, derechos y obligaciones, duración y causas y efectos de la extinción) pactados libremente por las partes conforme a los principios rectores de esta Ley. En ningún caso, el requisito de forma exigido lo es de existencia y validez del contrato.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Por último, se regulan asimismo las subastas electrónicas y la obligación de conservación de documentos por los operadores durante un período de dos años a efectos de los controles que resulten pertinentes.

Con la regulación de los contratos alimentarios también se pretende conseguir una mayor transparencia (afloramiento de economía sumergida) en las relaciones comerciales del ámbito de la cadena alimentaria.

En el Capítulo II se regulan las prácticas comerciales abusivas. Se prohíben las modificaciones de las condiciones contractuales establecidas en el contrato, salvo que se realicen por mutuo acuerdo de las partes. Los contratos alimentarios deberán contener las correspondientes cláusulas en las que se prevea el procedimiento para su posible modificación y, en su caso, para la determinación de su eficacia retroactiva.

Por lo que se refiere a los llamados pagos comerciales, se prohíben todos los pagos adicionales más allá del precio pactado, salvo en dos supuestos específicos y bajo condiciones restrictivas.

En relación con la información comercial sensible, no se podrá exigir a otro operador información sobre sus productos más allá de la que resulte justificada en el contexto de su relación comercial. Además la información obtenida sólo podrá destinarse a los fines para los que fue facilitada, respetándose la confidencialidad de la información.

Finalmente, se incluye un precepto sobre gestión de marcas que establece la obligación de los operadores de gestionar las marcas de productos alimentarios que ofrezcan al consumidor, tanto las propias como las de otros operadores, evitando prácticas contrarias a la libre competencia o que constituyan actos de competencia desleal de acuerdo con lo previsto en la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia y en la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, así como actos de publicidad ilícitos de conformidad con la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Asimismo, se prohíbe el aprovechamiento indebido por parte de un operador y en beneficio propio de la iniciativa empresarial ajena, así como las que constituyan publicidad ilícita por reputarse desleal mediante la utilización, ya sea en los envases, en la presentación o en la publicidad del producto o servicio de cualesquiera elementos distintivos que provoquen riesgo de asociación o confusión con los de otro operador o con marcas o nombres comerciales de otro operador en los términos definidos en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre de Marcas y sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos 11 y 12 de la Ley de Competencia Desleal.

En el Título III regula las buenas prácticas en la contratación alimentaria. El Capítulo I se centra en la regulación del Código de buenas prácticas mercantiles en la contratación alimentaria que impulsaría el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, junto con el Ministerio de Economía y Competitividad, las Comunidades Autónomas y las organizaciones y asociaciones representativas de la producción, la transformación, la industria o distribución, cuya adhesión será voluntaria por los operadores de la cadena.

A estos efectos, se ha previsto crear un Registro estatal, como instrumento público que agruparía a todos aquellos operadores de la cadena alimentaria que se adscriban al Código citado anteriormente.

También se prevé que la inscripción de los operadores en el Registro se tenga en cuenta en la normativa reguladora de las ayudas y subvenciones que en relación con la alimentación y la cadena alimentaria se promuevan por parte del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Por su parte, en el Capítulo II se prevé la posibilidad de que existan otros códigos de buenas prácticas comerciales impulsados por los propios operadores de la cadena, que también podrían inscribirse, así como sus operadores, en el Registro.

A continuación se regula el Título IV de la Ley en el que se crea el Observatorio de la Cadena Alimentaria, como órgano colegiado adscrito al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Este nuevo órgano sustituye al Observatorio de Precios de los Alimentos cuya normativa de creación se deroga por la presente ley, para asumir nuevas funciones relacionadas con el funcionamiento de la cadena alimentaria y continuar ejerciendo las relacionadas con los precios de los alimentos.

Con carácter general, serán funciones del Observatorio de la Cadena Alimentaria el seguimiento, asesoramiento, consulta, información y estudio del funcionamiento de la cadena alimentaria y de los precios de los alimentos. Asimismo, informará la propuesta de



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria regulado en esta Ley, facilitará su conocimiento entre los operadores de la cadena y promoverá su adhesión y conocerá de los resultados de la aplicación del mismo para, en su caso, proponer las medidas de mejora o actualización que sean necesarias. Finalmente, también podrá dar traslado a la autoridad competente de aquellos incumplimientos de la ley que haya detectado en el ejercicio de sus funciones.

Su composición y funcionamiento se desarrollará reglamentariamente.

En el Título V se regula la potestad sancionadora que se aplicará por el incumplimiento de lo dispuesto en la presente ley, tipificando las infracciones y sanciones y delimitando las autoridades competentes que en cada caso corresponda ejercer dicha potestad.

Cabe destacar, en relación con la responsabilidad por incumplimiento de la obligación de formalizar por escrito los contratos, que se ha incluido la presunción, que admite prueba en contrario, de la autoría de los operadores que se encuentran en posición de mayor fuerza económica en la relación contractual por las infracciones de incumplimiento de las obligaciones de formalizar por escrito los contratos y de no inclusión de los extremos que como mínimo deben contener.

Asimismo, para garantizar una aplicación homogénea en todo el territorio del Estado del régimen sancionador previsto en esta ley, se prevé que el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente promueva, a través de la Conferencia Sectorial que corresponda por razón de la materia, la elaboración y aprobación de unas directrices comunes.

En el Título VI se incluyen medidas para mejorar la vertebración de la cadena alimentaria mediante el fomento de la integración y otras medidas que ayuden a mejorar la competitividad de sus operadores.

Asimismo, se incluyen cuatro disposiciones adicionales.

La Disposición adicional primera procede a la modificación del organismo autónomo Agencia para el Aceite de Oliva que pasará a denominarse Agencia de Información y Control Alimentarios, asumiendo además de las funciones que venía ejerciendo, aquellas nuevas relacionadas con el control del cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley.

La Disposición adicional segunda regula los Laboratorios agroalimentarios para el control oficial dependientes funcionalmente del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y establece la tasa que podrá exigirse por la prestación de sus servicios.

La Disposición adicional tercera señala expresamente que lo dispuesto en esta ley se efectuará con los medios materiales y personales destinados al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y a sus organismos dependientes, sin que suponga incremento neto de gasto, en especial, en relación a los gastos de personal.

Se incluyen también dos disposiciones finales de modificación normativa.

La Disposición final primera, procede a la reforma de la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, Reguladora de las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias. Con la nueva redacción quedan solucionados los problemas recientes del impago de la extensión de norma de interprofesionales de ámbito regional y de figuras de calidad. También se incluyen nuevas funciones (entre ellas la posibilidad de hacer previsiones estadísticas, regulación de oferta y negociación colectiva de precios) que deberán en todo caso someterse a lo previsto en la normativa de competencia nacional y comunitaria. Finalmente, actualiza el sistema de infracciones y sanciones.

Por lo que se refiere, a la Disposición final segunda, modifica la Ley 2/2000, de 7 de enero, Reguladora de los contratos-tipo de productos agroalimentarios. Esta modificación responde a la necesidad de mejorar estos instrumentos esenciales en la construcción de un sector agroalimentario competitivo, eficaz y transparente. Por este motivo, es necesario actualizar el régimen de contratos-tipo en el ámbito agroalimentario, para dotar de una mayor estabilidad a los mercados, adaptando las producciones en cantidad y calidad a las demandas de los mercados exterior e interior y mejorando la transparencia y la competencia del mercado.

Las principales modificaciones al texto de esta ley se refieren a la posibilidad de tener en cuenta, en su caso, a la hora de fijar el precio, indicadores de precios o costes, siendo, en cualquier caso, el precio a percibir así como los indicadores que se apliquen, libremente fijados entre las partes. Estos indicadores deberán ser objetivos, transparentes y verificables, y no manipulables y se fijarán teniendo en cuenta la normativa sobre competencia.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Asimismo, se procede a actualizar las infracciones y sanciones aplicables por incumplimiento de lo dispuesto en la ley.

## TÍTULO I

## Disposiciones generales

**Artículo 1. Objeto.**

Esta Ley tiene por objeto establecer medidas de mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria para la consecución de los fines establecidos en el artículo 3.

**Artículo 2. Ámbito de aplicación.**

1. La presente ley es de aplicación a las relaciones comerciales que se produzcan entre los operadores que intervienen en la cadena alimentaria desde la producción a la distribución de alimentos o productos alimenticios.

A los efectos de esta Ley, no tendrán la consideración de relaciones comerciales y, por tanto, quedan excluidas de su ámbito de aplicación, las entregas de producto que se realicen a cooperativas agrarias y otras entidades asociativas, por parte de los socios de las mismas, siempre que, en virtud de sus estatutos, vengan obligados a su realización.

2. Serán también operaciones comerciales además de las previstas en el apartado anterior, las que se realicen entre operadores de la cadena agroalimentaria en los procesos de envasado, transformación o acopio para su posterior comercialización, y en todo caso, las compras de animales vivos, los piensos y todas las materias primas e ingredientes utilizados para alimentación animal.

3. El ámbito de aplicación del capítulo I del título II de esta ley se circunscribe a las relaciones comerciales de los operadores que realicen transacciones comerciales cuyo precio sea superior a 2.500 euros, siempre que estos se encuentren en alguna de las siguientes situaciones de desequilibrio:

- a) Que uno de los operadores tenga la condición de PYME y el otro no.
- b) Que, en los casos de comercialización de productos agrarios no transformados, perecederos e insumos alimentarios, uno de los operadores tenga la condición de productor primario agrario, ganadero, pesquero o forestal o una agrupación de los mismos y el otro no la tenga.
- c) Que uno de los operadores tenga una situación de dependencia económica respecto del otro operador, entendiéndose por tal dependencia, que la facturación del producto de aquél respecto de éste sea al menos un 30% de la facturación del producto del primero en el año precedente.

4. Será obligatoria la existencia de un contrato formalizado por escrito en el caso de las operaciones de compra-venta a futuro o con precio diferido, excepto en aquellos casos en los que, con carácter previo se pueda estimar que el precio del contrato será en todo caso inferior a 2.500 euros.

**Artículo 3. Fines.**

Son fines de la Ley:

a) Aumentar, en beneficio de la sociedad y de los consumidores, la eficacia y la competitividad del sector alimentario globalmente considerado, así como fomentar la creación o la mejora del empleo, dada su importancia para el conjunto de la sociedad, el medio rural y la economía nacional.

b) Mejorar el funcionamiento y la vertebración de la cadena alimentaria, en beneficio tanto de los consumidores como de los operadores que intervienen en la misma, garantizando a la vez una distribución sostenible del valor añadido, a lo largo de los sectores que la integran.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

c) Favorecer la introducción de la innovación y las tecnologías de la información y comunicación en la cadena y el desarrollo de nuevos canales de distribución de los productos alimentarios.

d) Conseguir un mayor equilibrio y transparencia en las relaciones comerciales entre los diferentes operadores, mejorando el acceso a la información y trazabilidad de la cadena alimentaria, regulando las prácticas comerciales y promoviendo códigos de buenas prácticas comerciales entre los operadores.

e) Fortalecer el sector productor y potenciar las actividades de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias.

f) Mejorar la competitividad, eficiencia y capacidad de innovación de la producción agraria, la industria y la transformación alimentaria.

g) Favorecer el desarrollo de las tareas que corresponden a las empresas de la distribución, en un marco de competitividad y de respeto a las normas de competencia.

h) Contribuir a garantizar los derechos del consumidor en lo que respecta a la mejora de una información completa y eficaz sobre los alimentos y su calidad, a la transparencia en el funcionamiento de la cadena de suministro, así como a la disponibilidad de alimentos suficientes y de calidad.

i) Garantizar la unidad de mercado para la mejora de la competitividad de la cadena alimentaria.

j) Favorecer la generalización de la cultura de la sostenibilidad en la cadena alimentaria como factor de compromiso social empresarial, de incremento de la competitividad y de contribución a la mejora de la calidad de la producción agroalimentaria.

**Artículo 4. Principios rectores.**

Las relaciones comerciales sujetas a esta Ley se regirán por los principios de equilibrio y justa reciprocidad entre las partes, libertad de pactos, buena fe, interés mutuo, equitativa distribución de riesgos y responsabilidades, cooperación, transparencia y respeto a la libre competencia en el mercado.

**Artículo 5. Definiciones.**

A los efectos de esta Ley, se establecen las siguientes definiciones:

a) Cadena alimentaria: Es el conjunto de actividades que llevan a cabo los distintos operadores que intervienen en la producción, transformación y distribución de alimentos o productos alimenticios, excluyendo las actividades de transporte y de la hostelería y la restauración.

b) Sector alimentario: El conjunto de los sectores productivos agrícola, ganadero, forestal y pesquero, así como los de transformación y distribución de sus productos.

c) Operador: La persona física o jurídica del sector alimentario, incluyendo una agrupación, central o empresa conjunta de compra o de venta, que realiza alguna actividad económica en el ámbito de la cadena alimentaria. Los consumidores finales no tendrán la condición de operadores de la cadena alimentaria.

d) Productor primario: Persona física o jurídica cuya actividad principal la ejerce en la producción agrícola, ganadera, forestal o en la pesca.

e) Alimento o producto alimenticio: Cualquier sustancia o producto destinados a ser ingeridos por los seres humanos o con probabilidad razonable de serlo, tanto si han sido transformados entera o parcialmente como si no. Incluye las bebidas, la goma de mascar y cualquier sustancia, incluida el agua, incorporada voluntariamente al alimento durante su fabricación, preparación o tratamiento.

f) Contrato alimentario: Aquél en el que una de las partes se obliga frente a la otra a la venta de productos alimentarios o alimenticios e insumos alimentarios antes citados, por un precio cierto, bien se trate de una compraventa o de un suministro de forma continuada. Se exceptúan aquellos que tengan lugar con consumidores finales.

g) Contrato de integración: Es aquella modalidad de contrato alimentario en el que una de las partes, denominada integrador, se obliga frente a la otra parte denominado integrado, a proporcionar todos o parte de los productos, materias primas e insumos necesarios para la producción objeto del contrato, así como, en su caso, a ejercer la dirección técnica y a hacerse cargo de la producción al concluir el ciclo productivo. Por su parte, el integrado se



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

obliga frente al integrador, a aportar los terrenos, los espacios y las instalaciones, así como los medios y servicios complementarios que resulten necesarios para completar la producción y una vez obtenida ésta, a su entrega al integrador.

h) Información comercial sensible: Es aquel conjunto de conocimientos técnicos que no son de dominio público, que están referidos a la naturaleza, características o finalidades de un producto, a los métodos o procesos para su producción, o a los medios o formas para su distribución o comercialización, y cuyo conocimiento es necesario para la fabricación o comercialización del producto.

i) Trazabilidad previsible: Las etapas de producción, transformación y distribución de un alimento o producto alimenticio que entran dentro de las previsiones normales.

**Artículo 6. Colaboración entre Administraciones Públicas.**

1. Las distintas Administraciones públicas competentes ajustarán las actuaciones que desarrollen en el marco de lo previsto en esta Ley a los principios de información mutua, de cooperación y de colaboración.

2. Asimismo, las Administraciones públicas competentes garantizarán en la aplicación de la presente ley, el cumplimiento de la normativa vigente sobre garantía de la unidad de mercado, adoptando para ello las medidas normativas, de cooperación y de colaboración que resulten precisas en el ejercicio de sus competencias propias.

3. Cuando un operador considere que existe una actuación en el ámbito de aplicación de esta ley que pueda ser contraria al principio de unidad de mercado podrá utilizar los mecanismos de protección y, en su caso, de impugnación, previstos en la legislación vigente en materia de garantía de la unidad de mercado.

**Artículo 7. Defensa de la competencia.**

El contenido de las relaciones reguladas por la presente Ley, así como la aplicabilidad de los principios rectores en la ejecución e interpretación de tales relaciones, quedará sometido a la normativa de defensa de la competencia, sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa comunitaria.

## TÍTULO II

## Régimen de contratación y prácticas comerciales abusivas

## CAPÍTULO I

## Contratos alimentarios

**Artículo 8. Formalización de los contratos alimentarios.**

1. Los contratos alimentarios deberán formalizarse por escrito. Dicha formalización deberá realizarse antes del inicio de las prestaciones que tengan su origen en los mismos.

2. En ningún caso, el requisito de forma exigido lo es de existencia y validez del contrato.

3. No obstante, en las relaciones entre operadores de la cadena alimentaria cuando el pago del precio se realice al contado contra la entrega de los productos alimenticios, no será necesario suscribir un contrato alimentario, teniendo las partes la obligación de identificarse como operadores y documentar dichas relaciones comerciales mediante la expedición de la correspondiente factura con los requisitos establecidos en el Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.

**Artículo 9. Condiciones contractuales.**

1. Los contratos alimentarios regulados en este Capítulo, contendrán como mínimo los siguientes extremos:

- a) Identificación de las partes contratantes.
- b) Objeto del contrato.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

c) Precio del contrato, con expresa indicación de todos los pagos, incluidos los descuentos aplicables, que se determinará en cuantía fija o variable. En este último caso, se determinará en función únicamente de factores objetivos, verificables, no manipulables y expresamente establecidos en el contrato, tales como la evolución de la situación del mercado, el volumen entregado y la calidad o composición del producto, entre otros.

d) Condiciones de pago.

e) Condiciones de entrega y puesta a disposición de los productos.

f) Derechos y obligaciones de las partes contratantes.

g) Información que deben suministrarse las partes, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 13 de esta Ley.

h) Duración del contrato, así como las condiciones de renovación y modificación del mismo.

i) Causas, formalización y efectos de la extinción del contrato.

2. El contenido y alcance de los términos y condiciones del contrato serán libremente pactados por las partes, teniendo en cuenta los principios rectores recogidos en el artículo 4 de la presente Ley.

**Artículo 10. Realización de subastas electrónicas.**

1. Los operadores de la cadena alimentaria podrán celebrar ofertas públicas de contratación para la compra o venta de productos alimentarios, en los términos establecidos por las normas sobre la sociedad de la información entre sus participantes.

La organización de subastas electrónicas se someterá a los principios de transparencia, libre acceso y no discriminación.

2. Los organizadores de las subastas harán públicas las condiciones generales de acceso a la misma, los posibles costes de participación y los mecanismos de adjudicación.

3. Los organizadores de cada subasta harán pública, tras la adjudicación, la razón social del adjudicatario. Existirá la obligación de compra o venta por parte del organizador y de venta o compra por parte del que resulte adjudicatario de la totalidad del producto adjudicado, según las condiciones generales de acceso y salvo que exista en el pliego de condiciones la mención a un precio de reserva, por debajo del cual no se realizaría la compra o venta.

**Artículo 11. Obligación de conservación de documentos.**

1. Los operadores de la cadena alimentaria deberán conservar toda la correspondencia, documentación y justificantes, en soporte electrónico o en papel, relacionados con los contratos alimentarios que celebren en el marco de lo dispuesto en esta ley, durante un período de dos años.

2. Los organizadores de subastas electrónicas quedarán obligados a mantener durante dos años un archivo documental o electrónico de todas las subastas realizadas, incluyendo información sobre la identidad de los concursantes, sus ofertas y la formalización del contrato alimentario.

## CAPÍTULO II

## Prácticas comerciales abusivas

**Artículo 12. Modificaciones unilaterales y pagos comerciales no previstos.**

1. Se prohíben las modificaciones de las condiciones contractuales establecidas en el contrato, salvo que se realicen por mutuo acuerdo de las partes. Los contratos alimentarios deberán contener las correspondientes cláusulas en las que se prevea el procedimiento para su posible modificación y, en su caso, para la determinación de su eficacia retroactiva.

2. Se prohíben los pagos adicionales, sobre el precio pactado, salvo que se refieran al riesgo razonable de referenciación de un nuevo producto o a la financiación parcial de una promoción comercial de un producto reflejada en el precio unitario de venta al público y hayan sido pactados e incluidos expresamente en el correspondiente contrato formalizado



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

por escrito, junto con la descripción de las contraprestaciones a las que dichos pagos estén asociados.

3. El contrato deberá establecer los mecanismos de devolución de los pagos anteriores que hayan sido abonados, cuando las contraprestaciones o las actividades de promoción o análogas vinculadas a los mismos, no se hayan ejecutado en los plazos y condiciones pactados.

**Artículo 13. Suministro de información comercial sensible.**

1. En los contratos alimentarios deberá concretarse por escrito la información que las partes deban suministrarse para el efectivo cumplimiento de sus respectivas obligaciones contractuales, así como el plazo de entrega de dicha información, que en todo caso deberá ser proporcionada y estar justificada en razones objetivas relacionadas con el objeto del contrato, sin perjuicio de la aplicación de las normas en materia de defensa de la competencia.

2. En ningún caso un operador podrá exigir a otro operador de la cadena información comercial sensible sobre sus productos, ni tampoco los documentos que permitan verificar dicha información, salvo que así conste en el contrato escrito de acuerdo con lo dispuesto en el apartado anterior.

3. La información comercialmente sensible que se obtenga en el proceso de negociación o ejecución de un contrato alimentario, se destinará exclusivamente a los fines para los que le fue facilitada, respetándose en todo momento la confidencialidad de la información transmitida o almacenada.

4. Los operadores no podrán exigirse ni desvelar información comercial sensible sobre otros operadores y, en particular, documentos que permitan verificar dicha información comercial.

**Artículo 14. Gestión de marcas.**

1. Los operadores gestionarán las marcas de productos alimentarios que ofrezcan al consumidor, tanto las propias como de otros operadores, evitando prácticas contrarias a la libre competencia o que constituyan actos de competencia desleal de acuerdo con lo previsto en la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia y en la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, así como actos de publicidad ilícitos de conformidad con la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

2. Se prohíbe el aprovechamiento indebido por parte de un operador y en beneficio propio de la iniciativa empresarial ajena, así como las que constituyan publicidad ilícita por reputarse desleal mediante la utilización, ya sea en los envases, en la presentación o en la publicidad del producto o servicio de cualesquiera elementos distintivos que provoquen riesgo de asociación o confusión con los de otro operador o con marcas o nombres comerciales de otro operador en los términos definidos en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre de Marcas y sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos 11 y 12 de la Ley de Competencia Desleal.

## TÍTULO III

## Buenas Prácticas en la contratación alimentaria

## CAPÍTULO I

## Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria

**Artículo 15. Finalidad, alcance y elaboración.**

1. El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y las organizaciones y asociaciones de ámbito superior al de una comunidad autónoma, representativas de los operadores de la producción, la industria o la distribución, acordarán un Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria. Asimismo, participarán en el citado





## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

acuerdo el Ministerio de Economía y Competitividad y las Comunidades Autónomas con el objetivo de promover un código de aplicación uniforme en todo el territorio del Estado.

2. El Código establecerá los principios sobre los que han de fundamentarse las relaciones comerciales entre los diferentes operadores que intervienen en la cadena, con objeto de facilitar el desarrollo de sus relaciones contractuales, la observancia de las mejores prácticas en el desarrollo de dichas relaciones y su adecuación a las normas y principios contemplados en el artículo 4 de esta ley.

Asimismo, el Código detallará las prácticas mercantiles que fomenten relaciones justas, equilibradas y leales entre los operadores de la cadena alimentaria.

3. La adhesión al Código de buenas prácticas mercantiles será voluntaria por parte de los operadores de los distintos ámbitos de la cadena alimentaria mencionados en el apartado 1 de este artículo.

4. Desde la adhesión al Código, los operadores estarán obligados a que sus relaciones comerciales se ajusten a los principios y reglas que en el mismo se contengan y a la utilización de los sistemas de resolución de conflictos que puedan surgir en dichas relaciones, siguiendo los procedimientos que en el mismo se establezcan.

**Artículo 16. Contenido.**

1. El Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria contendrá el conjunto de principios mencionados en el apartado 2 del artículo 15 y, en particular, la obligación de los operadores que se adhieran voluntariamente al Código de someter la resolución de los problemas que puedan surgir en sus relaciones con otros operadores al sistema de resolución de conflictos que haya sido designado expresamente en el mismo.

Asimismo, incluirá la obligación de los operadores de hacer constar en todos los contratos que suscriban en el ámbito de sus relaciones comerciales el citado compromiso de someter la resolución de sus conflictos al sistema que haya sido establecido en el Código a tal efecto.

En todo caso, los operadores de la cadena alimentaria que decidan adherirse al Código se comprometen a aportar la información que se requiera para analizar el conflicto planteado.

Además, para cuando no hubiere acuerdo entre las organizaciones de productores y los compradores en el precio de los contratos alimentarios que tengan por objeto productos agrarios no transformados, en su primera venta, el Código incluirá la facultad de que cualquiera de las partes pueda solicitar una mediación. La mediación se realizará en los términos, en las condiciones y con los efectos que reglamentariamente se establezcan, garantizándose en todo caso un procedimiento neutral, imparcial y donde las partes intervengan con plena igualdad de oportunidades. El contenido de dicha mediación no tendrá carácter vinculante para las partes salvo que así lo hayan expresamente acordado con carácter previo a la misma.

2. El Código podrá contener, en caso de que se considere necesario, acuerdos específicos, de ámbito sectorial, con objeto de poder contemplar con mayor precisión los aspectos propios de aquellos sectores que lo requieran.

3. Con objeto de mantener actualizado el contenido del Código, se contemplará en el mismo la constitución de una Comisión de Seguimiento, integrada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, el Ministerio de Economía y Competitividad y representantes de las organizaciones y asociaciones representativas de los diferentes operadores de la cadena alimentaria.

A este fin, la Comisión se ocupará de analizar los resultados obtenidos en la aplicación del Código y proponer, en su caso, las modificaciones a introducir para su adaptación a la realidad del momento o la introducción de nuevos compromisos no contemplados anteriormente.

4. El contenido del Código respetará, en todo caso, la normativa de defensa de la competencia y al mismo se le dará una publicidad suficiente para su debido conocimiento por el conjunto de operadores implicados.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA**Artículo 17. Registro Estatal.**

1. Se crea en el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente el Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria como instrumento público que agrupará a todos aquellos operadores que interviniendo en la cadena alimentaria, se adhieran voluntariamente al Código al que hace referencia el artículo 15.

2. Los operadores que se adhieran voluntariamente al Código deberán comunicarlo a la Dirección General de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente que procederá a su inscripción.

Una vez inscritos, los operadores podrán utilizar la mención de «Acogido al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria».

3. Periódicamente se dará publicidad de los operadores que figuren inscritos en el Registro en la sede electrónica del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y en el Boletín Oficial del Estado.

Asimismo, dicho Ministerio realizará periódicamente campañas de promoción estatal para dar a conocer a los consumidores la importancia y significación de la firma del Código por parte de los distintos operadores de la cadena agroalimentaria que lo suscriban.

4. Reglamentariamente se regulará el procedimiento para la cancelación de la inscripción en el Registro.

5. La inscripción de los operadores en el Registro se tendrá en cuenta en la normativa reguladora de las ayudas y subvenciones que en relación con la alimentación y la cadena alimentaria se promuevan por parte del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

## CAPÍTULO II

## Otros códigos de buenas prácticas mercantiles

**Artículo 18. Suscripción y promoción de otros códigos.**

1. No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores del presente Título, los operadores de la cadena alimentaria podrán suscribir otros códigos de buenas prácticas mercantiles en la contratación alimentaria con mayor nivel de exigencia para los operadores que los suscriban que el establecido en el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria. Asimismo, las entidades representativas de los intereses de la cadena alimentaria, podrán promover la elaboración de este tipo de códigos para empresas que operen exclusiva o principalmente en su ámbito territorial. En ambos casos, dichos códigos deberán respetar lo dispuesto en el Título I y II de esta ley, así como en el resto del ordenamiento jurídico, especialmente en la normativa de defensa de la competencia.

2. Reglamentariamente se establecerán el procedimiento y los requisitos que habrán de reunir estos otros códigos de buenas prácticas, de ámbito nacional o suprarregional, para que puedan ser incluidos en el Registro Estatal creado en virtud del artículo 17. También se incluirán los operadores que suscriban estos códigos.

## TÍTULO IV

## Observatorio de la Cadena Alimentaria

**Artículo 19. Creación.**

Se crea el Observatorio de la Cadena Alimentaria como órgano colegiado, adscrito al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, a través de la Dirección General de la Industria Alimentaria del Departamento.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA**Artículo 20. Funciones.**

1. Con carácter general, serán funciones del Observatorio de la Cadena Alimentaria el seguimiento, asesoramiento, consulta, información y estudio del funcionamiento de la cadena alimentaria y de los precios de los alimentos.

Además de las anteriores, el Observatorio tendrá las funciones siguientes:

a) Informar la propuesta de Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria regulado en esta Ley.

b) Informar las propuestas de otros códigos de buenas prácticas mercantiles, que se presenten para su incorporación al Registro Estatal.

c) Conocer el resultado de los trabajos realizados por la comisión de seguimiento del Código, a la que se hace referencia en el apartado 3 del artículo 16, y proponer a la misma aquellas cuestiones que se consideren de interés para la mejora y actualización de los compromisos contemplados en el Código.

d) Facilitar el conocimiento del Código entre los operadores de la cadena y promover su adhesión al mismo.

e) Llevar a cabo el seguimiento y evaluación de las prácticas comerciales empleadas por los operadores de la cadena, mediante la realización de encuestas u otros sistemas de análisis del mercado, así como de la publicación de informes y recomendaciones.

En el caso de que se detecten incumplimientos de lo establecido en la ley, como consecuencia del resultado de los trabajos realizados, dará traslado a la autoridad competente. Asimismo, realizará informes y estudios explicativos, en su caso, de las situaciones de desequilibrio producidas en los mercados de origen y destino de los alimentos considerados, analizando especialmente los diversos factores que contribuyen a la formación de los precios de los productos estacionales.

f) Analizar la estructura básica de los precios y los factores causantes de su evolución, en los alimentos de mayor importancia relativa en la producción y el consumo, en los distintos escalones de su formación.

g) Fomentar la adopción de buenas prácticas y sistemas ágiles de resolución de conflictos en la negociación de los contratos relacionados con la primera compra de productos perecederos.

h) Realizar estudios de carácter regular, encaminados a establecer un seguimiento sistemático de la formación de los precios finales de los alimentos.

i) Favorecer el diálogo y la intercomunicación entre los representantes del sector productor, la industria, la distribución comercial y los consumidores, entre sí y con las Administraciones públicas, en orden a dotar de la mayor racionalidad y transparencia posibles el proceso de formación de precios de los alimentos, compatible con el marco de la economía de mercado, en un sistema de apertura a la competencia, en beneficio de la sociedad en su conjunto.

j) Elaborar propuestas de actuación de las Administraciones competentes y recomendaciones a los diversos agentes económicos intervinientes, empresas e instituciones públicas o privadas tendentes a mantener la necesaria estabilidad en un marco de desarrollo abierto a la competencia y equilibrio en los precios de los alimentos, compatible con el derecho comunitario.

k) Elaborar los informes sobre precios de los alimentos que le sean demandados por los Ministros de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y de Economía y Competitividad.

l) Analizar y estudiar de forma continuada la estructura básica de los costes y de precios percibidos y pagados así como los factores causantes de su evolución, en los productos de mayor importancia estratégica para el sector agroalimentario español.

2. Anualmente el Observatorio de la cadena alimentaria elaborará un informe de evaluación de los avances registrados y los resultados logrados en la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria y de la eficacia de las actuaciones desarrolladas, que será remitido a las Cortes Generales.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA**Artículo 21. Composición y funcionamiento.**

La composición, funcionamiento y, en su caso, supresión del Observatorio de la Cadena Alimentaria se determinarán reglamentariamente asegurando en su composición la inclusión de las Organizaciones y Asociaciones más representativas de la cadena alimentaria desde el productor hasta el consumidor final.

## TÍTULO V

## Potestad sancionadora

## CAPÍTULO I

## Disposiciones generales

**Artículo 22. Principios generales.**

1. A los efectos de esta ley, se consideran infracciones administrativas leves, graves y muy graves las que se tipifican en los artículos siguientes.

2. La instrucción de causa penal ante los Tribunales de Justicia o la incoación de expediente de infracción de las normas de defensa de la competencia, suspenderá la tramitación del expediente administrativo sancionador que hubiera sido incoado por los mismos hechos.

3. Serán de aplicación a las infracciones recogidas en esta Ley las reglas y principios sancionadores contenidos en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

4. En ningún caso se podrán imponer dos o más sanciones por los mismos hechos y en función de los mismos intereses públicos protegidos, si bien deberán exigirse las demás responsabilidades que se deduzcan de otros hechos o infracciones concurrentes.

5. Las personas de cualquier naturaleza jurídica que dispongan o tengan la obligación de disponer de información o documentación que pudiera contribuir al esclarecimiento de la comisión de las infracciones tipificadas en esta ley o a la determinación del alcance de la gravedad de las mismas, tienen el deber de colaborar con las autoridades competentes en materia de ordenación del comercio. A tal efecto, dentro de los plazos establecidos, facilitarán la información y los documentos que les sean requeridos por la autoridad competente en el ejercicio de sus funciones.

## CAPÍTULO II

## Infracciones y sanciones

**Artículo 23. Infracciones en materia de contratación alimentaria.**

1. Son infracciones leves en materia de contratación alimentaria, las siguientes:

- a) No formalizar por escrito los contratos alimentarios a los que se refiere esta Ley.
- b) No incluir los extremos que como mínimo deben contener los contratos alimentarios.
- c) No cumplir las condiciones y requisitos establecidos para la realización de subastas electrónicas.
- d) Incumplir las obligaciones de conservación de documentos.
- e) Realizar modificaciones de las condiciones contractuales que no estén expresamente pactadas por las partes.
- f) Exigir pagos adicionales, sobre el precio pactado en el contrato, salvo en los supuestos previstos en esta ley.
- g) Exigir o revelar información comercial sensible de otros operadores, que haya sido obtenida en el proceso de negociación o ejecución de un contrato alimentario, incumpliendo el deber de confidencialidad, así como utilizar dicha información para fines distintos a los expresamente pactados en el contrato.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

h) Incumplir la obligación de suministrar la información que le sea requerida por la autoridad competente en el ejercicio de sus funciones.

2. Se consideran infracciones graves la reincidencia por la comisión de dos o más infracciones leves en el plazo de dos años contados desde la sanción por resolución firme en vía administrativa de la primera de ellas.

Asimismo, se considera infracción grave el incumplimiento de los plazos de pago en las operaciones comerciales de productos alimentarios o alimenticios, conforme a lo establecido en la Ley 15/2010, de 5 de julio, de modificación de la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales.

3. Se consideran infracciones muy graves la reincidencia por la comisión de dos o más infracciones graves en el plazo de dos años contados desde la sanción por resolución firme en vía administrativa de la primera de ellas.

4. Se presume, salvo prueba en contrario, que son autores de las infracciones tipificadas en las letras a) y b) del apartado 1 de este artículo, los operadores que no tengan la condición de PYME, los que no tengan la condición de productor primario agrario, ganadero, pesquero o forestal o agrupación de los mismos y los operadores respecto de los cuales el otro operador que interviene en la relación se encuentre en situación de dependencia económica, cuando cualquiera de ellos se relacione con otros operadores que tengan la condición de PYME o de productor primario o agrupación de los mismos, o se encuentre en situación de dependencia económica.

5. Cuando, como consecuencia del incumplimiento de las obligaciones contenidas en esta ley, se afecte a la competencia efectiva de los mercados, resultarán de aplicación las disposiciones contenidas en la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

6. Las infracciones muy graves prescribirán a los tres años, las graves a los dos años y las leves al año. El término de la prescripción se computará desde el día en que se hubiera cometido la infracción o, en el caso de infracciones continuadas, desde el que hayan cesado.

**Artículo 24. Sanciones.**

1. Las infracciones en materia de contratación alimentaria previstas en esta norma serán sancionadas con multas de acuerdo con la siguiente graduación:

- a) Infracciones leves, hasta 3.000 euros.
- b) Infracciones graves, entre 3.001 euros y 100.000 euros.
- c) Infracciones muy graves, entre 100.001 y 1.000.000 euros.

2. La Administración pública competente para la imposición de la sanción principal podrá acordar, como sanción accesoria, la publicidad de las sanciones impuestas por infracciones muy graves que hayan adquirido firmeza en vía judicial, así como los nombres, apellidos, denominación o razón social de las personas físicas o jurídicas responsables y la índole y naturaleza de las infracciones.

**Artículo 25. Graduación de las sanciones.**

Las sanciones se graduarán especialmente en función del grado de intencionalidad o la naturaleza del perjuicio causado.

**Artículo 26. Competencia.**

1. Corresponde a la Administración General del Estado ejercer la potestad sancionadora prevista en esta ley, en los supuestos siguientes:

- a) Cuando las partes contratantes tengan sus respectivas sedes sociales principales en diferentes Comunidades Autónomas.
- b) Cuando el contrato afecte a un ámbito superior al de una Comunidad Autónoma en razón de la trazabilidad previsible de la mayor parte del alimento o producto alimenticio objeto del contrato.

2. Corresponderá a los órganos competentes de las Comunidades Autónomas ejercer la potestad sancionadora prevista en esta ley, en los restantes supuestos.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

3. Serán competentes para la imposición de las sanciones en materia de contratación alimentaria en el ámbito de la Administración General del Estado los siguientes órganos:

a) El Director General de la Industria Alimentaria, cuando la cuantía total de la sanción propuesta por el instructor del expediente no supere los 100.000 euros.

b) El Secretario General de Agricultura y Alimentación, cuando dicha cuantía exceda de 100.000 euros y no supere los 300.000 euros.

c) El Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, cuando dicha cuantía exceda de 300.000 euros y no supere 600.000 euros.

d) El Consejo de Ministros, cuando dicha cuantía exceda de 600.000 euros.

4. El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente promoverá, a través de la Conferencia Sectorial que corresponda por razón de la materia, la elaboración y aprobación de unas directrices que garanticen la aplicación uniforme del régimen sancionador en todo el territorio del Estado.

## TÍTULO VI

## Mejora de la vertebración de la cadena alimentaria

**Artículo 27.** *Fomento de la integración y potenciación del desarrollo de la cadena de valor.*

1. El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, de acuerdo con sus disponibilidades presupuestarias, con los requisitos y condiciones que se establezcan reglamentariamente, trabajará conjuntamente con las Comunidades Autónomas para fomentar una mayor integración de los operadores que intervienen en la cadena alimentaria, con objeto de facilitar una mayor eficiencia y rentabilidad en los distintos sectores que la integran.

2. En colaboración con otros Departamentos y con las organizaciones del sector productor implicados y las Comunidades Autónomas, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente trabajará para identificar y favorecer el desarrollo e implantación de nuevos canales de comercialización interior y exterior de alimentos o productos alimenticios, que permitan generar mayor eficiencia en las operaciones de la cadena de valor. Se favorecerán las iniciativas que faciliten la introducción de la innovación y las tecnologías de la información y comunicación en la cadena, así como las encaminadas al desarrollo de los canales cortos de comercialización, que permitan una mayor repercusión del valor añadido en los productores y elaboradores.

3. Asimismo, para conseguir la mejora de la competitividad de la producción agraria, se apoyará el desarrollo de medidas y programas de fomento de la calidad, de mejora de la eficiencia logística y de fomento de la innovación y utilización de las nuevas tecnologías.

4. Se fomentará la participación de las Asociaciones de Consumidores en las acciones previstas en este artículo.

**Disposición adicional primera.** *La Agencia de Información y Control Alimentarios.*

1. Se crea la Agencia de Información y Control Alimentarios, con naturaleza de organismo autónomo, de acuerdo con lo previsto en la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado, con personalidad jurídico-pública diferenciada y plena capacidad de obrar, que se regirá por lo dispuesto en esta ley y las demás normas de aplicación.

La Agencia de Información y Control Alimentarios sustituye en el ejercicio de sus funciones a la Agencia para el Aceite de Oliva. En consecuencia, las menciones que la normativa vigente hace a la Agencia para el Aceite de Oliva, se entenderán hechas a la Agencia de Información y Control Alimentarios. Asimismo, la Agencia de Información y Control Alimentarios se subrogará en todos los convenios, derechos, obligaciones y demás negocios jurídicos relativos o suscritos por la Agencia para el Aceite de Oliva.

2. La Agencia de Información y Control Alimentarios se adscribe, a través de la Secretaría General de Agricultura y Alimentación, al Ministerio de Agricultura, Alimentación y



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Medio Ambiente al que corresponde su dirección estratégica y la evaluación y el control de los resultados de su actividad.

3. A la Agencia, dentro de la esfera de sus competencias, le corresponden ejercer las potestades administrativas para el cumplimiento de sus fines de acuerdo con la legislación aplicable.

4. En el ejercicio de sus funciones públicas, la Agencia actuará de acuerdo con lo previsto en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

5. Los fines generales de la Agencia serán:

a) La gestión de los sistemas de información y control de los mercados oleícolas, lácteos y la de aquellos otros que se determinen reglamentariamente.

b) Desarrollar las funciones que reglamentariamente se determinen de control oficial antes de la comercialización de las Denominaciones de Origen Protegidas y de las Indicaciones Geográficas Protegidas, cuyo ámbito territorial se extienda a más de una Comunidad Autónoma.

c) El control del cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

6. Para el cumplimiento de los fines fijados en el apartado anterior, la Agencia desarrollará las siguientes funciones:

a) Gestionar y mantener los sistemas de información, seguimiento y análisis de los mercados oleícolas (aceites de oliva y aceitunas de mesa) y lácteos y el análisis y difusión de sus resultados. Para los sectores o mercados alimentarios que el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente considere especialmente sensibles y/o estratégicos se creará un sistema de información, seguimiento y análisis específico.

b) **(Anulada)**

c) **(Anulada)**

d) Iniciar e instruir, de acuerdo a su propio régimen, los expedientes sancionadores por incumplimientos en el pago de las aportaciones obligatorias a las organizaciones interprofesionales o de productores, reconocidas por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente en los productos o sectores a que se refiere la letra a), formulando a las autoridades competentes las propuestas de resolución que correspondan.

e) **(Anulada)**

f) Realizar las comprobaciones que corresponda de las denuncias por incumplimientos de lo dispuesto en esta ley que les sean presentadas e instruir el correspondiente procedimiento sancionador para formular la propuesta de resolución que proceda a la autoridad competente del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, o trasladarlas a la Comisión Nacional de la Competencia junto con las actuaciones realizadas.

g) Iniciar de oficio el procedimiento sancionador que corresponda por las irregularidades que constare en el ejercicio de sus funciones que supongan incumplimientos de lo dispuesto en esta ley y, tras la correspondiente instrucción, proponer a la autoridad competente la resolución que proceda o, en su caso, formular denuncia ante la Comisión Nacional de la Competencia debidamente documentada.

Téngase en cuenta que se declara la constitucionalidad de la letra g), interpretada en los términos del fundamento jurídico 6, por Sentencia del TC 66/2017, de 25 de mayo. [Ref. BOE-A-2017-7642](#)

h) Colaborar con el Observatorio de la Cadena Alimentaria en la realización de los trabajos, estudios e informes que, sobre los productos, mercados y sectores a que se refiere el apartado cinco, resulten necesarios para el ejercicio de las funciones que el Observatorio tiene encomendadas.

i) Gestionar y mantener el Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

j) Establecer y desarrollar el régimen del control oficial de los operadores acogidos a Denominaciones de Origen Protegidas o a Indicaciones Geográficas Protegidas, cuyos ámbitos territoriales se extiendan a más de una comunidad autónoma, y el de sus respectivas entidades de gestión; iniciando e instruyendo, conforme a su propio régimen, los procedimientos sancionadores por los incumplimientos a la Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico y formulando a las autoridades competentes las propuestas de resolución que correspondan.

k) Colaborar con organizaciones sectoriales, de productores e interprofesionales relacionadas con las materias de su competencia.

l) Cualesquiera otras funciones que reglamentariamente se le atribuyan para el cumplimiento de sus fines generales.

7. Las actuaciones de control e inspección que lleve a cabo la Agencia se realizarán por funcionarios públicos que, en el ejercicio de sus funciones, tendrán la condición de agentes de la autoridad.

Las actas levantadas por los inspectores de la Agencia tendrán el carácter de documento público y, salvo que se acredite lo contrario, harán prueba de los hechos que en ellas se recojan.

8. Los funcionarios de la Agencia de Información y Control Alimentarios, que estén debidamente acreditados por su Director, realizarán las actuaciones de inspección y control a las entidades y operadores que les ordene, y en su actuación tendrán las siguientes facultades:

a) Acceder a cualquier local, terreno, instalación o medio de transporte utilizados por las personas físicas o jurídicas sometidas a control.

b) Verificar las existencias de sus almacenes, los productos obtenidos, los procesos que aplican y las instalaciones, maquinaria y equipos utilizados.

c) Acceder a los libros y documentos relativos a la actividad de la entidad, cualquiera que sea su soporte material y, en particular, a todos los que acrediten el origen de sus compras y el destino de sus ventas y sus respectivos precios y valores, así como obtener copias o extractos, en cualquier formato y soporte, de dichos libros y documentos.

d) Retener por un plazo máximo de cinco días los libros o documentos mencionados en la letra c) de este apartado. Excepcionalmente se entregarán los originales cuando no se pueda entregar copia autenticada de los mismos.

e) Precintar almacenes, instalaciones, depósitos, equipos, vehículos, libros o documentos y demás bienes de la entidad durante el tiempo y en la medida que sea necesario para la inspección.

f) Requerir a cualquier representante o miembro del personal al servicio de la persona objeto de control, las explicaciones que considere necesarias sobre las actividades, procesos, materiales o documentos relacionados con el objeto y finalidad de la inspección y guardar constancia de sus respuestas.

g) Tomar muestras de materias primas, productos intermedios y terminados para determinar su composición y características, así como de los subproductos generados.

h) Levantar acta en la que se reflejen las actuaciones realizadas, la información requerida y la obtenida y los hechos constatados.

El ejercicio de las facultades descritas en las letras a) y e) requerirá el previo consentimiento expreso del afectado o, en su defecto, la correspondiente autorización judicial.

En cualquier momento del procedimiento, se podrá ordenar, de oficio o a instancia de parte, que se mantengan secretos los datos o documentos que se consideren confidenciales, formando con ellos pieza separada.

9. Todos los que tomen parte en las actuaciones de control, inspección o tramitación de los expedientes sancionadores deberán guardar secreto sobre los hechos y de cuantas informaciones de naturaleza confidencial hayan tenido conocimiento. Asimismo, deberán guardar secreto sobre dichas actuaciones, los que las conociesen por razón de profesión, cargo o intervención como parte, incluso después de cesar en sus funciones.





## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

10. Toda persona física o jurídica queda sujeta al deber de colaboración con la Agencia de Información y Control Alimentarios y está obligada a proporcionar, a requerimiento de ésta y en plazo, toda clase de datos e informaciones de que disponga y que puedan resultar necesarios con el objeto y finalidad de la inspección. Dicho plazo será de diez días, salvo que por la naturaleza de lo solicitado y las circunstancias del caso se fije de forma motivada un plazo diferente.

11. El régimen de personal de la Agencia se ajustará a lo dispuesto en el artículo 47.1 de la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado.

12. Los recursos económicos de la Agencia podrán provenir de cualquiera de los enumerados en el apartado 1 del artículo 65 de la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado.

13. En materia de contratación, de adquisición y de enajenación, la Agencia se rige por las normas generales de contratación de las Administraciones Públicas.

14. El régimen patrimonial de la Agencia de Información y Control Alimentarios se ajustará a las previsiones del artículo 48 de la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado.

15. Tasa por las actuaciones de inspección realizadas por la Agencia de Información y Control Alimentarios.

a) Establecimiento. Se crea la tasa por las actuaciones de inspección y control oficial que haya de realizar la Agencia de Información y Control Alimentarios en cumplimiento de la Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico que se regirá por lo dispuesto en esta ley y por las demás fuentes normativas que establece el artículo 9 de la Ley 8/1989, de 13 de abril, de Tasa y Precios Públicos.

b) Hecho Imponible. Constituye el hecho imponible de esta tasa las actuaciones de inspección y control oficial realizadas por la Agencia en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico.

c) Sujetos pasivos. Serán sujetos pasivos toda persona física o jurídica que esté obligada a someterse a las actuaciones de control oficial que desarrolle la Agencia en cumplimiento de la Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico, incluyendo productores, agentes operadores, entidades de gestión o aquellas otras que realicen actividades relativas a la calidad diferenciada regulada por dicha ley, ya tengan personalidad jurídica propia o carezcan de ella, así como las personas físicas o jurídicas a las que se refiere el apartado 4 del artículo 35 de la Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria.

d) Devengo. El devengo de la tasa se producirá cuando los servicios de Inspección de la Agencia levanten acta de las inspecciones.

e) Base Imponible. La Base imponible de la tasa se calculará en base al valor de las ventas, excluidos los impuestos indirectos, de los productos o servicios objeto de control, realizadas en el año natural previo al de inicio de la inspección.

f) Cuantía de la tasa. La cuantía de la tasa se calculará aplicando a la base imponible un tipo del 0,15 por ciento. En el caso de los productores, agentes, operadores y demás entidades sujetos a actuaciones de inspección en ningún caso la cuantía podrá ser inferior a 50 euros sin que exceda de 1.500 euros. En las entidades de gestión la cuantía de la tasa tendrá una cuota fija de 1.200 euros por cada inspección.

g) Gestión y liquidación. La Agencia liquidará la tasa, cuya orden de pago se notificará al sujeto pasivo para que su ingreso se realice en los plazos establecidos en el apartado 2 del artículo 62 de la Ley General Tributaria. En su defecto se procederá a su recaudación ejecutiva, en los términos que establece el Reglamento General de Recaudación. Reglamentariamente se establecerá la gestión de la tasa.

h) Afectación presupuestaria. El importe de lo recaudado por esta tasa constituye un recurso propio de la Agencia y se ingresará en su presupuesto.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

**Disposición adicional segunda.** *Laboratorios agroalimentarios para el control oficial dependientes funcionalmente del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*

Uno. Laboratorios agroalimentarios del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Los laboratorios agroalimentarios del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, con el fin de homogeneizar los criterios aplicados en la realización de los controles analíticos oficiales y mejorar la calidad de los resultados, coordinarán, colaborarán y cooperarán con los laboratorios agroalimentarios designados por las autoridades competentes de las comunidades autónomas para realizar el análisis de las muestras tomadas en dichos controles, desarrollando principalmente las siguientes funciones:

- Armonizar los criterios para la adopción de métodos analíticos en los laboratorios oficiales y proponer su modificación, extinción o establecimiento de nuevos.
- Facilitar la transferencia de métodos analíticos entre los laboratorios agroalimentarios de las Comunidades Autónomas y del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y difundir la oferta y capacidad analítica de dichos laboratorios.
- Organizar y desarrollar el funcionamiento de los Grupos de Trabajo Sectoriales, en los que participen representantes técnicos de las diferentes Administraciones públicas y del sector.
- Facilitar la formación del personal técnico de los laboratorios responsable de los análisis de los productos agroalimentarios.
- Establecer un marco de relación institucional común entre los laboratorios y la Entidad Nacional de Acreditación.

La designación, por parte de las autoridades competentes de las comunidades autónomas de los laboratorios para hacer el control analítico oficial, tendrá validez para todo el territorio del Estado y los laboratorios designados formarán parte de la Red de Laboratorios Agroalimentarios del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, lo que permitirá una coordinación más eficaz del soporte analítico del control oficial. Este soporte se llevará a cabo por laboratorios acreditados que tengan implantados sistemas de control de la calidad de acuerdo con lo que establezca la normativa comunitaria, de modo que los resultados de los análisis presenten una elevada calidad y uniformidad.

Dos. Red de Laboratorios Agroalimentarios.

La Red de Laboratorios Agroalimentarios que coordinará el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente tiene como fin compartir y fomentar la acreditación de laboratorios de ensayo y métodos analíticos para el control oficial. Formarán parte de dicha red los laboratorios, públicos o privados, que participen en trabajos de control oficial por designación de las autoridades competentes de las comunidades autónomas o de la Administración General del Estado. Las distintas autoridades competentes deberán facilitar al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente la información relativa a dichos laboratorios y su cartera de servicios. El funcionamiento de la red se establecerá de forma reglamentaria.

Tres. Coordinación de los Grupos de Trabajo.

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente coordinará los grupos de trabajo que se establezcan en el seno de la red, para su desarrollo.

Cuatro. Especialización en técnicas acreditadas.

En colaboración con las Comunidades Autónomas y al objeto de optimizar los recursos disponibles, se promoverá la especialización de los laboratorios en determinadas técnicas acreditadas específicas, de manera que puedan realizar los análisis solicitados por el conjunto de las Administraciones públicas que así lo requieran en el ejercicio de sus competencias de control oficial.

Cinco. Designación de laboratorios de referencia.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, en coordinación con las Comunidades Autónomas, designará los laboratorios nacionales de referencia, en el ámbito agroalimentario y de piensos, cuyo carácter será necesariamente público.

Seis. Tasa por los servicios de análisis oficiales realizados por los laboratorios alimentarios del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

1. La Tasa por la realización de servicios de análisis oficiales de muestras efectuados por los laboratorios alimentarios que dependan funcionalmente del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, se regirá por la presente Ley y por las demás fuentes normativas previstas en el artículo 9 de la Ley 8/1989, de 13 de abril, de Tasas y Precios Públicos.

2. Constituye el hecho imponible, la realización de servicios de análisis oficiales de muestras por los laboratorios alimentarios que dependan funcionalmente del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. No se devengará esta tasa en los casos de estudios, caracterización de productos agroalimentarios o desarrollo de métodos analíticos.

3. Serán sujetos pasivos, las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que soliciten la prestación de cualquiera de los servicios que constituyen el hecho imponible.

4. Estarán exentas del pago de la tasa, la Administración General del Estado y aquellas otras Administraciones Públicas con las que, a condición de reciprocidad, así se conviniere.

5. El devengo se producirá en el momento en que se presente la solicitud para el inicio de la prestación de los servicios.

6. La cuantía de las tasas por la realización de servicios de análisis de muestras de los laboratorios alimentarios que dependan funcionalmente del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, serán los siguientes:

a) Análisis consistentes en mediciones directas con instrumental sencillo, reacciones cualitativas, cálculos aritméticos y determinaciones físicas. Por cada muestra: 15 euros.

b) Preparación de muestras:

1.º Para análisis con operaciones básicas o cuantificación de análisis, consistentes en operaciones convencionales de laboratorio (extracciones, destilaciones, mineralizaciones). Por cada muestra y cada determinación: 10 euros.

2.º Para procesos intermedios de mayor complejidad: 25 euros por cada muestra.

c) Preparación de una muestra para análisis isotópico: 36 euros.

d) Identificación y/o cuantificación de una sustancia mediante técnicas no instrumentales: 15 euros.

e) Identificación y/o cuantificación de una sustancia mediante kits enzimáticos y técnicas espectrofotométricas (ultravioleta visible, infrarrojo, absorción atómica de llama o con cámara de grafito o por generación de hidruros o por vapor frío): 29 euros.

f) Identificación y/o cuantificación de un grupo de elementos por ICP óptico o ICP masas:

1.º Un elemento 20 euros, hasta 4 elementos 40 euros y más de 4 elementos: 100 euros.

2.º En el caso del «Br», «Rb», «Sr» e «I», por cada elemento y muestra 32 euros.

g) Determinación y cuantificación de Hg por espectrometría de absorción atómica con analizador directo: 28 euros.

h) Identificación y/o cuantificación de una sustancia, o grupo de sustancias, mediante técnicas instrumentales separativas (cromatografía de gases, de líquidos, electroforesis capilar): Por una sustancia 30 euros, entre dos y quince sustancias 40 euros, y más de quince sustancias 65 euros.

i) Identificación y/o cuantificación de una sustancia, o grupos de sustancias, mediante cromatografía de gases/espectrometría de masas y/o cromatografía de líquidos/masas: 80 euros.

j) Identificación y/o cuantificación de residuos de pesticidas:

1.º Organofosforados, organoclorados y otros grupos 45 euros.

2.º Confirmación de los compuestos del apartado a) mediante cromatografía de gases/espectrofotometría de masas y/o cromatografía de líquidos masas 35 euros.

3.º Métodos específicos para un pesticida 50 euros.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

- k) Medidas isotópicas por espectrometría de masas de <sup>13</sup>C, <sup>18</sup>O y <sup>2</sup>H, por cada isótopo: 60 euros.
- l) Medidas isotópicas de la relación D/H por resonancia magnética nuclear: 100 euros.
- m) Medida por centelleo líquido de <sup>14</sup>C y/o <sup>3</sup>H, por cada muestra: 100 euros.
- n) Análisis sensorial cuyo resultado se obtenga mediante el dictamen de un panel de cata. Por cada muestra: 75 euros.
- o) Análisis polínico y otros análisis micrográficos: Por cada muestra: 70 euros.
- p) Recuentos de mohos y levaduras por Howard: Por cada muestra: 15 euros.
- q) Prueba biológica de antifementos, por cada muestra: 15 euros.
- r) Determinación de una sustancia mediante kits específicos para radioinmunoensayo: 57 euros.
- s) Determinaciones realizadas mediante inmunoensayo (ELISA): 80 euros.
- t) Determinación del contenido de gluten en alimentos por Western immunoblotting: 50 euros.
- u) Identificación y/o cuantificación de sustancias mediante la concurrencia de técnicas definidas en los diferentes epígrafes precedentes: se valorará mediante la suma de los mismos.
- v) Análisis microbiológicos:
- 1.º Recuento de una especie de microorganismos: 25 euros.
  - 2.º Aislamiento e identificación de microorganismos por especie: 25 euros.
  - 3.º Prueba microbiológica de cribado de inhibidores del crecimiento bacteriano: 15 euros.
  - 4.º Análisis microbiológico por PCR: 70 euros.
  - 5.º Estudios serológicos de patógenos: 50 euros.
- w) Análisis por PCR de Organismos Modificados Genéticamente:
- 1.º Análisis de screening (detección de controles internos de planta, y de secuencias reguladoras o de selección) por gen analizado: 50 euros.
  - 2.º Análisis de detección e identificación por PCR a tiempo real de secuencias específicas por gen analizado: 60 euros.
  - 3.º Análisis cuantitativo por PCR a tiempo real: por OMG (están incluidas las operaciones descritas en 1.º y 2.º): 180 euros.
- x) Emisión de certificado sobre un análisis practicado: 8 euros.
- y) Emisión de informe sobre un análisis practicado: 36 euros/hora o fracción.
7. Las tasas serán objeto de autoliquidación por el sujeto pasivo en los términos que reglamentariamente se establezcan.
8. La gestión de la tasa le corresponde al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

**Disposición adicional tercera.** *No incremento de gasto.*

La ejecución de lo dispuesto en esta ley se efectuará con los medios materiales y personales destinados al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y a sus organismos dependientes, sin que suponga incremento neto del gasto, en especial, en relación a los gastos de personal.

**Disposición adicional cuarta.** *Realización y difusión de estudios y análisis comparativos.*

1. Cuando a iniciativa de cualquier persona física o jurídica se realicen estudios y análisis comparativos en productos alimenticios dispuestos para su venta al consumidor final, y cuyos resultados se destinen a su difusión se deberán observar los principios de veracidad, rigor técnico y analítico y cumplir con todas las garantías contempladas en la normativa nacional o comunitaria en materia de análisis.

2. Todas las pruebas o análisis en que se basen los estudios, informes y análisis deberán ser realizadas por un laboratorio que posea una acreditación equivalente a la exigida a los laboratorios autorizados para intervenir en el control oficial de alimentos.

3. Una vez obtenido el resultado de la prueba, éste se comunicará al fabricante o titular del establecimiento, según el procedimiento que se establecerá reglamentariamente.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Cuando del resultado del análisis se derive un incumplimiento legal, el fabricante o, envasador o responsable del producto, cuyo nombre figura en el etiquetado, podrá realizar un análisis contradictorio. En caso de discrepancia entre los resultados de ambos análisis, se realizará un tercer análisis, que será dirimente. El procedimiento en ambos casos se desarrollará reglamentariamente.

Reglamentariamente se establecerá el procedimiento al que tendrán que ajustarse los estudios, informes o análisis, en relación con la ficha técnica, el procedimiento de compra de los productos a analizar, los requisitos aplicables a la toma de muestras y el procedimiento de comunicación de resultados a los afectados.

4. Los estudios, informes y análisis no deberán inducir a error al consumidor respecto a la seguridad, calidad de los productos o al cumplimiento de la legislación alimentaria que le sea de aplicación.

5. El incumplimiento de los principios y requisitos aplicables a los estudios, informes y análisis llevados a cabo por entidades de carácter público o privado destinados a su difusión pública, contenidos en esta Disposición podrá ser considerado como un comportamiento objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe, de acuerdo con lo dispuesto en el Capítulo II de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

**Disposición adicional quinta.** *Relaciones contractuales de la Organización Común de Mercados de los productos agrarios.*

Lo dispuesto en la presente Ley se entiende sin perjuicio de la regulación específica del sector lácteo contenida en el Real Decreto 1363/2012, de 28 de septiembre, por el que se regula el reconocimiento de las organizaciones de productores de leche y de las organizaciones interprofesionales en el sector lácteo y se establecen sus condiciones de contratación, o demás disposiciones que el Estado, previa justificación de su necesidad y proporcionalidad y siempre que no obstaculicen el correcto funcionamiento del mercado interior, pueda dictar al amparo de los artículos 148 y 149, o de la sección 5.ª del Capítulo III del Título II de la Parte II, del Reglamento 1308/2013, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios y por el que se derogan los Reglamentos (CEE) n.º 922/72, (CEE) n.º 234/79, (CE) n.º 1037/2001 y (CE) n.º 1234/2007, las cuales prevalecerán en caso de conflicto con esta Ley.

**Disposición adicional quinta [Sic].** *Infracciones y sanciones en materia de trazabilidad de productos pesqueros no incluidos en el ámbito de aplicación de la Ley 3/2001, de 26 de marzo, de Pesca Marítima del Estado.*

La tenencia, consignación, transporte, tránsito, almacenamiento, transformación, exposición y venta, en cualquiera de las formas previstas legalmente, de productos pesqueros no incluidos en el ámbito de aplicación de la Ley 3/2001, de 26 de marzo, de Pesca Marítima del Estado, que no cumplan los requisitos de trazabilidad, etiquetado, higiene o información al consumidor exigidos por la normativa vigente será tipificada como infracción grave y castigada con sanción pecuniaria de 601 a 60.000 euros.

Téngase en cuenta esta disposición se añade por la disposición final 2 de la Ley 28/2015, de 30 de julio. [Ref. BOE-A-2014-7286.](#), pero la disposición final 1 de la Ley 12/2014, de 9 de julio. [Ref. BOE-A-2014-7286.](#) ya añadió la disposición adicional quinta, por lo que aparece duplicada.

**Disposición transitoria primera.** *Contratos preexistentes.*

La presente Ley se aplicará a los contratos perfeccionados con posterioridad a su entrada en vigor, así como a las renovaciones, prórrogas y novaciones de contratos perfeccionados anteriormente, cuyos efectos se produzcan tras la entrada en vigor de esta ley.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA**Disposición transitoria segunda.** *Organizaciones Profesionales Agroalimentarias.*

Quedarán exceptuadas de las novedades introducidas en esta ley sobre el requisito exigido para el reconocimiento de organizaciones interprofesionales agroalimentarias de acreditar que representan, en su ámbito territorial y en su sector al menos el 51 por 100 de las producciones afectadas en todas y cada una de las ramas profesionales, aquellas organizaciones interprofesionales agroalimentarias que ya se encuentren reconocidas por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

**Disposición derogatoria única.** *Derogación normativa.*

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango que se opongan o resulten incompatibles con lo establecido en la presente Ley y en particular:

- La Ley 28/1987, de 11 de diciembre, por la que se crea la Agencia para el Aceite de Oliva, y
- el Real Decreto 509/2000, de 14 de abril, por el que se crea el Observatorio de Precios de los Alimentos.

**Disposición final primera.** *Modificación de la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, Reguladora de las Organizaciones interprofesionales agroalimentarias.*

Se modifica la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias, en la forma que a continuación se indica.

Uno. Se da nueva redacción al artículo 2.

**«Artículo 2.** *Concepto de organizaciones interprofesionales agroalimentarias.*

Por organización interprofesional agroalimentaria se entenderá, a los efectos de la presente Ley, aquella, de ámbito estatal o superior al de una Comunidad Autónoma, que esté constituida por organizaciones representativas cualquiera que sea la naturaleza jurídica empresarial de sus representados, de la producción, de la transformación y en su caso de la comercialización y distribución agroalimentaria.»

Dos. Se da nueva redacción al artículo 3.

**«Artículo 3.** *Finalidades de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias.*

Las organizaciones interprofesionales agroalimentarias se constituirán con todas o algunas de las siguientes finalidades:

- a) Velar por el adecuado funcionamiento de la cadena alimentaria y favorecer unas buenas prácticas en las relaciones entre sus socios en tanto que son partícipes de la cadena de valor.
- b) Llevar a cabo actuaciones que permitan mejorar el conocimiento, la eficiencia y la transparencia de los mercados, en especial mediante la puesta en común de información y estudios que resulten de interés para sus socios.
- c) Desarrollar métodos e instrumentos para mejorar la calidad de los productos en todas las fases de la producción, la transformación, la comercialización y la distribución.
- d) Promover programas de investigación y desarrollo que impulsen los procesos de innovación en su sector y que mejoren la incorporación de la tecnología, tanto a los procesos productivos como a la competitividad de los sectores implicados.
- e) Contribuir a mejorar la coordinación de los diferentes operadores implicados en los procesos de puesta en el mercado de nuevos productos, en particular, mediante la realización de trabajos de investigación y estudios de mercado.
- f) Realizar campañas para difundir y promocionar las producciones alimentarias, así como llevar a cabo actuaciones para facilitar una información adecuada a los consumidores sobre las mismas.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

g) Proporcionar información y llevar a cabo los estudios y acciones necesarias para racionalizar, mejorar y orientar la producción agroalimentaria a las necesidades del mercado y las demandas de los consumidores.

h) Proteger y promover la agricultura ecológica, la producción integrada y cualquier otro método de producción respetuoso con el medio ambiente, así como las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas protegidas y cualquier otra forma de protección de calidad diferenciada.

i) Elaboración de contratos tipo agroalimentarios compatibles con la normativa de competencia nacional y comunitaria.

j) Promover la adopción de medidas para regular la oferta, de acuerdo con lo previsto en la normativa de competencia nacional y comunitaria.

k) La negociación colectiva de precios cuando existan contratos obligatorios en los términos previstos en la normativa comunitaria.

l) Desarrollar métodos para controlar y racionalizar el uso de productos veterinarios y fitosanitarios y otros factores de producción, para garantizar la calidad de los productos y la protección del medio ambiente.

m) Realizar actuaciones que tengan por objeto una mejor defensa del medio ambiente.

n) Promover la eficiencia en los diferentes eslabones de la cadena alimentaria mediante acciones que tengan por objetivo mejorar la eficiencia energética, reducir el impacto ambiental, gestionar de forma responsable los residuos y subproductos o reducir las pérdidas de alimentos a lo largo de la cadena.

ñ) Diseño y realización de acciones de formación de todos los integrantes de la cadena para garantizar la competitividad de las explotaciones agrarias, empresas y trabajadores, así como la incorporación a la cadena de jóvenes cualificados.

o) La realización de estudios sobre los métodos de producción sostenible y la evolución del mercado, incluyendo índices de precios y costes objetivos, transparentes, verificables y no manipulables, que puedan ser usados de referencia en la fijación del precio libremente pactado en los contratos, siempre teniendo en cuenta lo establecido al respecto por la normativa sectorial comunitaria.

p) Desarrollar e implementar la formación necesaria para la mejora de la cualificación profesional y empleabilidad de los profesionales de los sectores agroalimentarios.

q) Cualquier otra que le atribuya la normativa comunitaria.»

Tres. Se da nueva redacción a las letras b) del apartado 1 y a) y c) del apartado 2 del artículo 4.

**«Artículo 4. Reconocimiento de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias.**

1.

b) Acrediten representar, en su ámbito territorial y en su sector, al menos el 51 por 100 de las producciones afectadas en todas y cada una de las ramas profesionales.

2.

a) Regularán las modalidades de adhesión y retirada de los miembros que las conforman, garantizando la pertenencia a la misma de toda organización representativa de ámbito nacional que se comprometa al cumplimiento de los mismos, siempre que acredite representar, al menos, al 10 por 100 de la rama profesional a la que pertenece.

Asimismo, tendrá garantizada su presencia toda organización de ámbito autonómico que acredite representar al menos el 50 por 100 de la rama profesional correspondiente a su ámbito territorial, siempre que el sector o producto de que se trate suponga al menos un 3 por 100 de la producción final agraria pesquera o agroalimentaria a nivel nacional, o el 8 por 100 de la producción final agraria a nivel de Comunidad Autónoma.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Regularán igualmente, la duración del período de representatividad de las organizaciones miembro, los procedimientos para su renovación y una previsión sobre el estado de dicha representatividad, en caso de que por falta de acuerdo entre sus miembros se sobrepasase dicho período.

c) Regularán la participación paritaria en la gestión de la organización interprofesional agroalimentaria del sector productor de una parte, y del sector transformador y comercializador de otra. En función de la representación de intereses así como del objeto social para el que han sido constituidas, las organizaciones de cooperativas agrarias podrán encuadrarse en el sector de la producción, de la transformación y de la comercialización, o en todos ellos simultáneamente.»

Cuatro. Se da nueva redacción a los apartados 1 y 2 del artículo 5.

**«Artículo 5. Número de organizaciones interprofesionales agroalimentarias.**

1. Sólo se reconocerá una única organización interprofesional agroalimentaria por sector o producto, salvo lo dispuesto en los apartados siguientes del presente artículo.

2. Los productos agrarios y alimentarios con derecho al uso de figuras de protección de la calidad diferenciada podrán ser considerados, a los efectos del presente artículo, como sectores o productos diferenciados del de carácter general considerado en el apartado anterior, o de otros de igual o similar naturaleza.»

Cinco. Se da nueva redacción al apartado 2 del artículo 6.

«2. Las organizaciones interprofesionales agroalimentarias deberán remitir al Registro de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, antes del 30 de abril de cada año, la Memoria anual de actividades del año anterior, el estado de representatividad al cierre del ejercicio, las cuentas anuales y la liquidación del último ejercicio debidamente auditado y el presupuesto anual de ingresos y gastos del ejercicio corriente.»

Seis. Se modifica el párrafo primero del artículo 7.

**«Artículo 7. Acuerdos de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias.**

Las organizaciones interprofesionales agroalimentarias se ajustarán, para la adopción de sus acuerdos y en su funcionamiento, a las normas y principios recogidos en la normativa de defensa de la competencia nacional y comunitaria.»

Siete. Se da nueva redacción al artículo 8.

**«Artículo 8. Extensión de normas.**

1. Adoptado un acuerdo en la organización interprofesional agroalimentaria, se elevará al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente para la aprobación, en su caso, mediante orden ministerial de la propuesta de extensión de todas o algunas de sus normas al conjunto total de productores y operadores del sector o producto.

Las propuestas de extensión de normas deberán referirse a actividades relacionadas con las definidas en el artículo 3 como finalidades de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias, así como cualquier otra que le atribuya la normativa comunitaria.

2. Solo podrá solicitarse la extensión de norma regulada en el apartado anterior en el seno de una organización interprofesional, en las condiciones que se establezcan por vía reglamentaria, cuando concurra que:

a) El acuerdo es respaldado por al menos el 50% de cada una de las ramas profesionales implicadas y,





## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

b) la organización interprofesional agroalimentaria represente como mínimo al 75% de las producciones afectadas.

3. Reglamentariamente se establecerán los mecanismos de control y seguimiento del cumplimiento de los acuerdos de extensión de normas.

4. El contenido de este artículo se entiende, en todo caso, sin perjuicio de la aplicación de las disposiciones contenidas en la normativa vigente de defensa de la competencia y en la normativa comunitaria.

5. En el caso de que dentro de un sector determinado existan varias organizaciones interprofesionales agroalimentarias reconocidas, éstas se verán vinculadas a los acuerdos de extensión de norma, aprobados y publicados, de otra organización interprofesional agroalimentaria reconocida para el mismo sector o producto de carácter general y estatal, en el que queden sectorialmente incluidas.

6. La Orden reguladora correspondiente fijará la duración de los acuerdos, no superior a cinco años o campañas, para los que se solicita la extensión de normas con base en la normativa nacional y comunitaria.

7. En el procedimiento de elaboración de la Orden de extensión, que se ajustará a lo previsto en el artículo 24 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, se acreditará la participación pública de los potenciales destinatarios, por periodo no inferior a quince días.»

Ocho. El artículo 9 quedará redactado de la siguiente forma:

**«Artículo 9. Aportación económica en caso de extensión de normas.**

Cuando, en los términos establecidos en el artículo anterior, se extiendan normas al conjunto de los productores y operadores implicados, las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias podrán proponer al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, para su aprobación, en su caso, la aportación económica por parte de aquéllos que no estén integrados en las mismas, de acuerdo con los principios de proporcionalidad en la cuantía respecto a los costes de las acciones y de no discriminación con respecto a los miembros de las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias.

No se podrán repercutir gastos de funcionamiento de la Organización Interprofesional Agroalimentaria que no correspondan al coste de las acciones.»

Nueve. Se suprime el artículo 10.

Diez. Se da una nueva redacción al artículo 11.

**«Artículo 11. Revocación del reconocimiento de organizaciones interprofesionales agroalimentarias.**

1. El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente revocará el reconocimiento a todas aquellas organizaciones interprofesionales agroalimentarias que dejen de cumplir alguna de las condiciones establecidas en el artículo 4 de esta Ley.

2. Podrá revocarse el reconocimiento de aquellas organizaciones interprofesionales agroalimentarias que hayan permanecido inactivas, sin desarrollar ninguna de las finalidades establecidas en el artículo 3 de la presente ley, durante un periodo ininterrumpido de tres años.

3. La revocación del reconocimiento se efectuará previa audiencia de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias afectadas y se inscribirá en el Registro regulado en el artículo 14 de la presente Ley.»

Once. Se da nueva redacción al artículo 12.

**«Artículo 12. Tipificación de infracciones.**

1. Las infracciones administrativas a lo dispuesto en la presente Ley se clasificarán en leves, graves y muy graves.

2. Constituirán infracciones leves las siguientes:



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

a) El retraso injustificado en el envío al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de cualquiera de los documentos mencionados en los artículos 6 y 7 sobre documentación y acuerdos de las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias de la presente Ley.

b) El incumplimiento por los obligados al pago de la aportación económica obligatoria o de las cuotas en que se desglose, en los supuestos de extensión de norma aprobada por la autoridad competente, cuando su cuantía no supere 6.000 euros.

3. Constituirán infracciones graves las siguientes:

a) La comisión, en el término de un año, de más de dos infracciones leves, cuando así haya sido declarado por resolución firme.

b) La no remisión al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, por parte de las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias de los acuerdos adoptados en su seno.

c) La no remisión al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de las cuentas anuales y la liquidación del último ejercicio debidamente auditado, por parte de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias, cuando a lo largo del período anual éstas hayan percibido aportaciones económicas obligatorias de todo el sector en virtud de una orden de extensión de norma aprobada por la autoridad competente.

d) El incumplimiento por los obligados al pago de la aportación económica obligatoria o de las cuotas en que se desglose, en los supuestos de extensión de norma aprobada por la autoridad competente, cuando su cuantía supere 6.000 euros y no exceda de 60.000 euros.

4. Constituirán infracciones muy graves:

a) La comisión, en el término de un año, de más de una infracción grave de la misma naturaleza, cuando así haya sido declarado por resolución firme.

b) El desarrollo de actuaciones cuya finalidad sea contraria a las establecidas en el artículo 3 de esta Ley.

c) El incumplimiento de alguno de los requisitos establecidos para el reconocimiento de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias en el artículo 4 de esta Ley.

d) La denegación de la adhesión como miembro de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias de aquellas organizaciones sectoriales de ámbito nacional o autonómico que acrediten tener la representatividad mínima establecida en el artículo 4.2 a) de esta Ley.

e) La aplicación del régimen de aportaciones económicas por extensión de normas de la presente Ley en términos distintos a los contenidos en la correspondiente Orden Ministerial.

f) El incumplimiento por los obligados al pago de la aportación económica obligatoria o de las cuotas en que se desglose, en los supuestos de extensión de norma aprobada por la autoridad competente, cuando su cuantía exceda de 60.000 euros.

5. En las infracciones relativas al incumplimiento del pago de la aportación económica obligatoria o de las cuotas en que se desglose, en los supuestos de extensión de norma aprobada por la autoridad competente, el impago deberá ser denunciado por la organización interprofesional ante la autoridad competente, acompañando la documentación que acredite haber requerido el pago a los deudores, así como la admisión a trámite de la correspondiente demanda judicial o, en su caso, de la solicitud de laudo arbitral.

No obstante, cuando la aportación económica impagada o las cuotas en que se desglose se calculen sobre datos incluidos en declaraciones oficiales a la administración competente o constatados en sus actuaciones de control, no será



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

necesario acreditar la presentación de la documentación mencionada en el párrafo anterior.»

Doce. Se da nueva redacción al artículo 13.

**«Artículo 13. Sanciones.**

1. Las infracciones administrativas enumeradas en el artículo anterior se sancionarán:

- a) Las infracciones leves con apercibimiento o multa de hasta 3.000 euros.
- b) Las infracciones graves con multa comprendida entre 3.001 euros y 150.000 euros.

Además podrá ordenarse la suspensión temporal del reconocimiento de la organización interprofesional agroalimentaria, a efectos de lo establecido en la presente Ley, por plazo no superior a un año.

- c) Las infracciones muy graves con multa comprendida entre 150.001 euros y 3.000.000 de euros.

Además podrá ordenarse la suspensión temporal del reconocimiento de la organización interprofesional agroalimentaria, a efectos de lo establecido en la presente Ley, por un plazo comprendido entre un año y un día y tres años.

Asimismo, se podrá ordenar la retirada definitiva del reconocimiento a la organización interprofesional agroalimentaria, a los efectos previstos en esta Ley.

2. Los criterios para la graduación de la sanción a aplicar serán los que determina la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

3. La resolución del procedimiento sancionador será competencia de:

- a) El Director General de la Industria Alimentaria, cuando la cuantía total de la sanción propuesta por el instructor del expediente no supere los 100.000 euros.
- b) El Secretario General de Agricultura y Alimentación, cuando dicha cuantía exceda de 100.000 euros y no supere los 300.000 euros.
- c) El Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, cuando dicha cuantía exceda de 300.000 euros y no supere 600.000 euros.
- d) El Consejo de Ministros, cuando dicha cuantía exceda de 600.000 euros o cuando se proponga como sanción la suspensión temporal o definitiva del reconocimiento de la organización interprofesional agroalimentaria.»

Trece. Se da nueva redacción al apartado 2 del artículo 15.

**«Artículo 15. Consejo General de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias.**

2. El Consejo General de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias actuará en Pleno y en Comisión Permanente. El Pleno estará presidido por el Secretario General de Agricultura y Alimentación, y estará compuesto, en la forma en que se determine reglamentariamente, por representantes de los Ministerios de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, de Economía y Competitividad y de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, de las Comunidades Autónomas, de las organizaciones profesionales agrarias, organizaciones de cooperativas agrarias y pesqueras, organizaciones de productores pesqueros reconocidas, organizaciones de la industria y del comercio alimentario y de las organizaciones de consumidores.»

**Disposición final segunda. Modificación de la Ley 2/2000, de 7 de enero, Reguladora de los contratos-tipo de productos agroalimentarios.**

Se modifica la Ley 2/2000, de 7 de enero, reguladora de los contratos-tipo de productos agroalimentarios, en la forma que a continuación se indica:

Uno. Se da nueva redacción al apartado 2 del artículo 2.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA**«Artículo 2. El contrato-tipo agroalimentario.»**

2. Se entiende por sistema agroalimentario, a los efectos de lo establecido en esta Ley, el conjunto de los sectores productivos agrícolas, ganadero, forestal y pesquero, así como los de transformación y comercialización de sus productos.»

Dos. Se da una nueva redacción al apartado d) del artículo 3:

**«Artículo 3. Contenido de los contratos.»**

d) Precios y condiciones de pago. El precio a percibir y los criterios para su actualización serán libremente fijados por las partes signatarias del contrato, las cuales podrán tener en cuenta, en su caso, indicadores de precios o costes. Estos indicadores deberán ser objetivos, transparentes y verificables, y no manipulables. En la fijación de los precios y condiciones de pago se tendrá en cuenta lo establecido al respecto por la normativa sectorial comunitaria.»

Tres. Se suprime el artículo 8.

Cuatro. Se da nueva redacción al segundo párrafo del artículo 10.

**«Artículo 10. Controversias.»**

En caso de que por la comisión de seguimiento, en el plazo y forma que reglamentariamente se establezca, no se logre una solución al conflicto, o en el de discrepancia con la solución propuesta, las partes podrán recurrir a procedimientos arbitrales.»

Cinco. Se da nueva redacción al artículo 11.

**«Artículo 11. Infracciones y sanciones.»**

1. Se consideran infracciones leves:

- a) La no remisión al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de los resultados de la auditoría externa en el plazo reglamentariamente establecido.
- b) La no remisión al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de los datos a los que se refiere el artículo 4.1 de esta Ley.

2. Se consideran infracciones graves:

- a) La no constitución por los proponentes del contrato tipo homologado de la comisión de seguimiento en el plazo reglamentariamente previsto.
- b) El no cumplimiento de todos o alguno de los fines de la comisión de seguimiento.
- c) La no realización de la auditoría externa establecida en la presente Ley.
- d) La no remisión de información, o la remisión de datos falsos a la autoridad competente dentro del plazo fijado.
- e) La reincidencia en una infracción leve de igual naturaleza en el mismo año contado desde la sanción por resolución firme en vía administrativa de la infracción anterior.

3. Se consideran infracciones muy graves.

- a) La aplicación de las aportaciones económicas a destinos distintos de los contenidos en la memoria complementaria a que se refiere el artículo 5.3 de la presente Ley.
- b) Acordar o realizar actividades con ánimo de lucro por la comisión de seguimiento.
- c) La negativa absoluta a la actuación de los servicios públicos de inspección.
- d) La reincidencia en una infracción grave de igual naturaleza en el mismo año contado desde la sanción por resolución firme en vía administrativa de la infracción anterior.



## ANEXO 1

LEY DE LA  
CADENA  
ALIMENTARIABOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO  
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

4. Las infracciones enumeradas en los apartados anteriores serán sancionadas:

- a) Las infracciones leves con apercibimiento o multa de hasta 3.000 euros.
- b) Las infracciones graves con multa comprendida entre 3.000 y 150.000 euros.
- c) Las infracciones muy graves con multa comprendida entre 150.000 euros y 3.000.000 de euros.

5. Los criterios para la graduación de la sanción a aplicar serán los que determina la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.»

Seis. Se da nueva redacción al artículo 12.

**«Artículo 12. Órganos competentes.**

La resolución del procedimiento sancionador será competencia de:

- a) El Director General de la Industria Alimentaria, cuando la cuantía total de la sanción propuesta por el instructor del expediente no supere los 100.000 euros.
- b) El Secretario General de Agricultura y Alimentación, cuando dicha cuantía exceda de 100.000 euros y no supere los 300.000 euros.
- c) El Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, cuando dicha cuantía exceda de 300.000 euros y no supere 600.000 euros.
- d) El Consejo de Ministros, cuando dicha cuantía exceda de 600.000 euros.»

**Disposición final tercera. Títulos competenciales.**

La presente Ley se dicta al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.1.13.ª de la Constitución, que atribuye al Estado competencia sobre bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica.

Se exceptúa de lo anterior lo dispuesto en las letras f) y g) del artículo 5, el Título II y la disposición transitoria primera, que se amparan en las reglas 6.ª y 8.ª del artículo 149.1, que atribuyen al Estado la competencia exclusiva sobre legislación mercantil y legislación civil.

Constituyen legislación en materia de Hacienda general dictada al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.1.14.ª de la Constitución, lo dispuesto en la disposición adicional primera, apartado 15.f), de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

**Disposición final cuarta. Facultad de desarrollo.**

Se habilita al Gobierno a dictar cuantas disposiciones sean precisas para el desarrollo y aplicación de esta ley.

**Disposición final quinta. Entrada en vigor.**

La presente ley entrará en vigor a los cinco meses de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Por tanto,

Mando a todos los españoles, particulares y autoridades, que guarden y hagan guardar esta ley.

Madrid, 2 de agosto de 2013.

JUAN CARLOS R.

El Presidente del Gobierno,  
MARIANO RAJOY BREY

Este texto consolidado no tiene valor jurídico.  
Más información en [info@boe.es](mailto:info@boe.es)



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016



Barómetro del Clima de Confianza  
del Sector Agroalimentario

MONOGRÁFICO LEY DE MEDIDAS PARA MEJORAR EL  
FUNCIONAMIENTO DE LA CADENA ALIMENTARIA  
(Productores, Industria, Mayoristas y Distribuidores)

Tercer Trimestre 2016

Monográfico

Productores – Industria – Mayoristas – Distribuidores



Instituto  Cerdá

- ESTA INVESTIGACIÓN HA SIDO REALIZADA POR EL **INSTITUTO CERDÁ** PARA EL **MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE**.

**DERECHO DE USO:** TODOS LOS DERECHOS QUEDAN RESERVADOS. LAS FOTOGRAFÍAS, DISEÑOS, TEXTOS Y DEMÁS MEDIOS QUE COMPONEN EL PRESENTE DOCUMENTO SON PROPIEDAD DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE Y NO PODRÁN SER OBJETO DE REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL, TRATAMIENTO INFORMÁTICO NI TRANSMISIÓN DE NINGUNA FORMA O POR CUALQUIER MEDIO, YA SEA ELECTRÓNICO, MECÁNICO, POR FOTOCOPIA, REGISTRO O CUALQUIER OTRO. ASIMISMO TAMPOCO PODRÁ SER OBJETO DE CUALQUIER FORMA DE CESIÓN DE USO SIN EL PERMISO PREVIO Y POR ESCRITO DEL TITULAR DEL COPYRIGHT.



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016

## ÍNDICE

▪ <b>Objetivos</b> .....	4
▪ <b>Agentes Entrevistados</b> .....	5
▪ <b>Ficha Técnica</b> .....	8
▪ <b>Conclusiones</b> .....	16
▪ <b>Resultados Monográfico Ley de Medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria</b> .....	23

## OBJETIVOS

- EL BARÓMETRO DEL CLIMA DE CONFIANZA AGROLIMENTARIO ES UNA ESTADÍSTICA OFICIAL PERTENECIENTE AL PLAN ESTADÍSTICO NACIONAL, QUE SE LLEVA REALIZANDO DESDE EL AÑO 2003. A PARTIR DE ENTREVISTAS A TODOS LOS AGENTES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO (PRODUCTORES, INDUSTRIAS, MAYORISTAS, DISTRIBUIDORES Y CONSUMIDORES) SE OBTIENE UN ÍNDICE DE CONFIANZA, UN INFORME SOBRE ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y MONOGRÁFICOS DE INTERÉS, TODO ELLO CON UNA PERIODICIDAD TRIMESTRAL.



## ANEXO 2

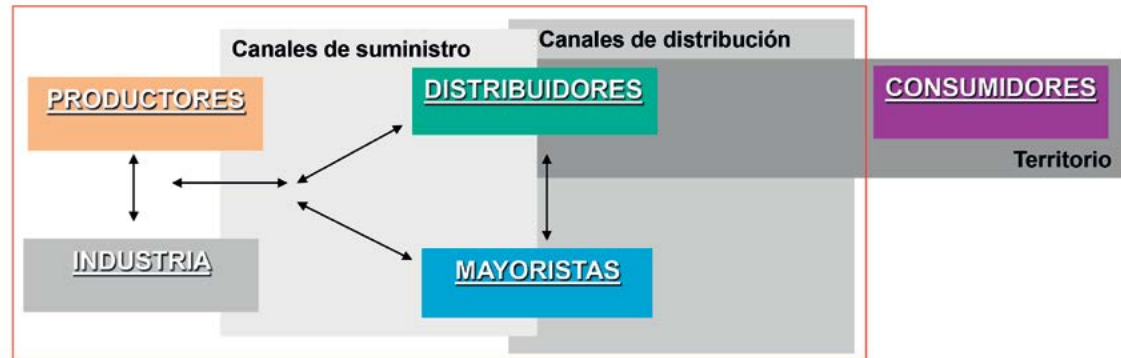
INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016

## AGENTES ENTREVISTADOS

- Entrevista a los principales participantes en el proceso de la comercialización agroalimentaria: **Productores, Industria, Mayoristas, Distribuidores y Consumidores** a través de llamadas **telefónicas** mediante el sistema **CATI** (Computer Assisted Telephone Interviewing) a una muestra aleatoria de cada uno de los agentes de la cadena.

## Estructura general del sistema agroalimentario español



- En el presente informe se muestran los resultados de los agentes que componen el canal de suministro y distribución.

## AGENTES ENTREVISTADOS

- Para cada tipología de agente se seleccionan los siguientes subsectores o tipologías de establecimientos.

PRODUCTORES	INDUSTRIA	MAYORISTAS	DISTRIBUIDORES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Hortalizas</li> <li>Frutas</li> <li>Cítricos</li> <li>Grasas y aceites</li> <li>Vitivinicola</li> <li>Porcino</li> <li>Aves + huevos</li> <li>Resto cárnicos</li> <li>Lácteos</li> <li>Pesca marítima</li> <li>Acuicultura</li> <li>Cereales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cárnico</li> <li>Pesca</li> <li>Aceite</li> <li>Lácteo</li> <li>Hortofrutícola</li> <li>Vitivinicola</li> <li>Otros <ul style="list-style-type: none"> <li>Pan y galletas</li> <li>Azúcar</li> <li>Chocolate</li> <li>Bebidas no alcoh.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cárnico</li> <li>Pesca</li> <li>Hortofrutícola</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tienda tradicional</li> <li>Mercados</li> <li>Auto/superservicio</li> <li>Tienda descuento</li> <li>Super 400-999 m2</li> <li>Super 1.000-2.499 m2</li> <li>Hipermercado</li> </ul>





## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016

## AGENTES ENTREVISTADOS

- Por cada tipología de agente se han realizado las siguientes entrevistas:

• Número de entrevistas por trimestre = 4.200



Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

7

## FICHA TÉCNICA

## DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

## PRODUCTORES

- Se ha fijado una cantidad mínima de entrevistas para cada subsector con el objetivo de obtener datos estadísticamente representativos para cada uno de ellos. Para analizar el conjunto del sector, los datos se reequilibrán mediante factores de ponderación, en función de la facturación de cada uno de los subsectores económicos.

	Hortalizas	Frutas	Citricos	Grasas y Aceites	Vitivinicola	Porcino	Aves + Huevos	Resto cárnico	Lácteo	Pesca marítima	Acuicultura	Cereales	Total
Andalucía	34	4	13	68	10	8	4	6	10	21	0	13	191
Aragón	1	6	0	6	7	25	7	4	3	0	0	12	71
Asturias (Principado de)	0	0	0	0	0	0	0	1	11	4	0	0	16
Baleares (Illes)	0	0	0	0	1	0	0	1	1	5	0	1	9
Canarias	2	4	0	0	3	0	2	0	0	11	0	0	22
Cantabria	0	0	0	0	0	0	0	1	9	2	0	0	12
Castilla y León	3	1	0	1	13	13	10	7	17	0	0	35	100
Castilla-La Mancha	10	1	0	28	51	6	16	5	5	0	0	19	141
Cataluña	2	8	1	10	10	28	5	2	14	11	1	9	99
Comunidad Valenciana	4	4	22	14	13	4	5	1	1	8	0	2	78
Extremadura	8	3	0	15	8	4	2	7	1	0	1	6	55
Galicia	3	3	0	0	15	4	3	2	52	63	18	1	164
Madrid (Comunidad de)	0	0	0	2	3	0	1	0	1	0	0	1	8
Murcia (Región de)	10	4	4	4	4	7	1	1	1	2	0	1	39
Navarra (C. Foral de)	2	1	0	1	3	2	2	1	5	0	0	4	21
País Vasco	0	0	0	0	2	0	2	1	4	3	0	0	12
Rioja (La)	1	1	0	1	7	1	0	0	0	0	0	1	12
Muestra Trimestral	80	40	40	150	150	100	60	40	135	130	20	105	1.050

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

8



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016



## FICHA TÉCNICA

## DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

## INDUSTRIA

- Se ha fijado una cantidad mínima de entrevistas para cada subsector con el objetivo de obtener datos estadísticamente representativos para cada uno de ellos. Para analizar el conjunto del sector, los datos se equilibran mediante factores de ponderación, en función de la facturación de cada uno de los subsectores económicos.

	Industria Cárnica	Transf. Pescado	Frutas y Hortalizas	Grasas y Aceites	Industrias Lácteas	Vitivinicola	Pan. Pastelería y Galletas	Azúcar, Chocolate y Confitería	Bebidas Alcohol. (exc. Vinos)	Agua y Resto de Bebidas	Total
Andalucía	15	11	25	47	10	5	23	8	4	5	153
Aragón	4	2	3	4	3	4	3	1	0	1	25
Asturias (Principado de)	2	3	0	0	6	0	2	1	6	1	21
Baleares (Illes)	2	0	1	1	3	2	2	0	1	2	14
Canarias	1	2	3	0	8	5	4	1	1	2	27
Cantabria	1	10	1	0	3	0	2	0	0	0	17
Castilla y León	20	2	6	2	10	15	10	3	2	3	73
Castilla-La Mancha	7	2	5	11	10	10	9	2	2	4	62
Cataluña	16	9	8	11	10	21	7	5	3	4	94
Comunidad Valenciana	6	9	11	8	5	5	7	4	2	3	60
Extremadura	6	1	8	6	6	2	5	1	0	1	36
Galicia	4	28	2	1	7	10	11	2	4	3	72
Madrid (Comunidad de)	6	6	4	4	4	1	5	2	1	2	35
Murcia (Región de)	3	3	11	2	3	2	4	2	1	1	32
Navarra (C. Foral de)	2	1	6	1	3	3	1	1	1	0	19
País Vasco	3	10	2	0	8	1	4	1	5	1	35
Rioja (La)	2	1	4	2	1	14	1	0	0	0	25
Muestra Trimestral	100	100	100	100	100	100	100	34	33	33	800

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

9

## FICHA TÉCNICA

## DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

## MAYORISTAS

- La muestra se distribuye proporcionalmente al número de empresas en cada Merca. Para cada Merca, las entrevistas se distribuyen diferenciando entre tres subsectores: cárnico, pesquero y frutas y hortalizas. Por subsector se ha fijado una cantidad mínima de entrevistas (30) con el objetivo de obtener datos estadísticamente representativos para cada uno de ellos.

	Frutas y hortalizas	Pescados	Carnes	TOTAL
MERCALGECIRAS	0	1	0	1
MERCALICANTE	2	0	0	2
MERCASTURIAS	1	0	0	1
MERCABADAJOS	0	0	0	0
MERCABARNA	12	7	7	26
MERCABILBAO	2	2	0	4
MERCACÓRDOBA	2	1	0	3
MERCAGALICIA	1	0	0	1
MERCAGRANADA	3	2	0	5
MERCAIRUÑA	1	1	0	2
MERCAJEREZ	1	0	0	1
MERCALASPALMAS	14	0	0	14
MERCALÉON	1	1	0	2
MERCAMADRID	12	15	11	38
MERCAMÁLAGA	4	2	0	6
MERCAMURCIA	4	1	5	10
MERCAPALMA	3	0	2	5
MERCASALAMANCA	1	0	0	1
MERCASANTANDER	1	0	0	1
MERCASEVILLA	6	4	0	10
MERCATENERIFE	3	0	0	3
MERCAVALENCIA	4	2	5	11
MERCZARAGOZA	2	1	0	3
TOTAL	80	40	30	150

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

10

## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016

## FICHA TÉCNICA

## DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

## DISTRIBUIDORES

- La muestra se distribuye en siete tipologías de establecimientos. La distribución se realiza a razón de 100 entrevistas por canal de compra, con la excepción de:
  - Supermercados de más de 1.000 m<sup>2</sup> e Hipermercados, que al tener un universo más reducido, tienen una muestra conjunta de 100 entrevistas.
  - Tiendas tradicionales en las que se realiza el doble de entrevistas, 200, que a su vez se distribuyen según el número de asalariados.

Muestra Distribución	Nº Entrevistas
Tienda Tradicional	200
Sin asalariados	95
De 1 a 9 asalariados	102
Más de 9 asalariados	3
Mercados de abastos	100
Tiendas Descuento	100
Auto/Superservicios (<400 m <sup>2</sup> )	100
Supermercados (400-999 m <sup>2</sup> )	100
Supermercados (1.000-2.499 m <sup>2</sup> )	60
Hipermercados	40

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

11

## FICHA TÉCNICA

## DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

## DISTRIBUIDORES

## VENTA ORGANIZADA

Muestra Venta Organizada	Hipermercados	Supermercados 1000-2499 m <sup>2</sup>	Supermercados 400-999 m <sup>2</sup>	Supermercados hasta 399 m <sup>2</sup>	Tiendas descuento	Total
Andalucía	7	10	14	24	20	75
Aragón	2	2	3	4	3	14
Asturias (Principado de)	1	2	4	1	2	10
Illes Balears	1	1	4	4	1	11
Canarias	3	3	6	5	1	18
Cantabria	0	1	2	2	1	6
Castilla y León	2	3	6	5	7	23
Castilla-La Mancha	2	2	3	7	5	19
Cataluña	5	9	16	16	17	66
Comunidad Valenciana	4	10	11	5	8	38
Extremadura	1	1	1	7	4	14
Galicia	3	4	9	6	7	29
Madrid (Comunidad de)	5	7	9	5	14	40
Murcia (Región de)	1	2	3	2	3	11
Navarra (Comunidad Foral de)	1	1	1	2	2	7
País Vasco	2	2	5	4	4	17
Riña (La)	0	0	0	1	1	2
Ceuta y Melilla	0	0	0	0	0	0
Total	40	65	100	100	100	400

TIENDA  
TRADICIONAL

Universos comercio especializado	Sin Asalariados	1-9 Asalariados	Más de 9 Asalariados	Total
Andalucía	22	18	0	40
Aragón	3	3	0	6
Asturias (Principado de)	2	2	0	4
Baleares (Illes)	1	2	0	3
Canarias	2	3	0	5
Cantabria	1	1	0	2
Castilla y León	6	6	0	12
Castilla-La Mancha	5	4	0	9
Cataluña	13	22	1	36
Comunidad Valenciana	10	11	1	22
Extremadura	3	2	0	5
Galicia	6	5	0	11
Madrid (Comunidad de)	10	11	1	22
Murcia (Región de)	2	3	0	5
Navarra (C. Foral de)	1	2	0	3
País Vasco	6	6	0	12
Riña (La)	1	1	0	2
Ceuta y Melilla	1	0	0	1
Total	85	102	3	200

## MERCADOS

Muestra Mercados (Paradas Mercados)	Nº Mercados (Ciudad)
Madrid	31
Barcelona	28
Sevilla	12
Valencia	10
Zaragoza	1
Vigo	3
Bilbao	5
Málaga	10
Total	100

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

12



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016

## FICHA TÉCNICA

## DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

## CONSUMIDORES

- La muestra se distribuye proporcionalmente teniendo en cuenta la población existente en cada hábitat y comunidad autónoma.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL
ANDALUCÍA	ALMERÍA	5	5	5	6	21
	CÁDIZ	3	10	13	15	41
	CÓRDOBA	7	8	0	10	25
	GRANADA	10	10	2	8	30
	HUELVA	5	7	0	5	17
	JÉN	8	8	2	4	22
	MÁLAGA	6	9	13	22	50
	SEVILLA	10	21	4	26	61
<b>Total</b>		<b>54</b>	<b>78</b>	<b>39</b>	<b>96</b>	<b>267</b>
ARAGON	HUESCA	3	2	2	0	7
	TERUEL	3	2	0	0	5
	ZARAGOZA	7	2	0	22	31
<b>Total</b>		<b>13</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>22</b>	<b>43</b>
ASTURIAS	ASTURIAS	4	9	4	16	33
<b>Total</b>		<b>4</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>33</b>
BALLEAR ILLES	BALLEAR ILLES	5	17		13	35
<b>Total</b>		<b>5</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>35</b>
C DE NAVARRA	NAVARRA	9	5	0	6	20
<b>Total</b>		<b>9</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>20</b>
C VALENCIANA	ALICANTE	8	20	13	18	59
	CASTELLÓ	5	7	2	6	20
	VALENCIA	15	32	9	25	81
<b>Total</b>		<b>28</b>	<b>59</b>	<b>24</b>	<b>49</b>	<b>160</b>
CANARIAS	LAS PALMAS	7	12	6	15	35
	STA CRUZ TENERFE	5	13	2	11	31
<b>Total</b>		<b>7</b>	<b>25</b>	<b>8</b>	<b>26</b>	<b>66</b>
CANTABRIA	CANTABRIA	6	5	2	6	19
<b>Total</b>		<b>6</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>19</b>
CASTILLA Y LEON	AVILA	3	0	2	0	5
	BURGOS	4	2	0	6	12
	LEON	7	3	2	4	16
	PALENCIA	3	0	3	0	6
	SALAMANCA	5	1	0	5	11
	SEGOVIA	3	0	2	0	5
	SORIA	2	1	0	0	3
	VALLADOLID	5	2	0	10	17
	ZAMORA	3	1	2	0	6
<b>Total</b>		<b>35</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>25</b>	<b>81</b>

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL
CASTILLA LA MANCHA	ALBACETE	4	4	0	5	13
	CIUDAD REAL	6	7	4	0	17
	CIENFUE	5	1	2	0	8
	GUADALAJARA	4	2	3	0	9
	TOLEDO	12	5	5	0	22
<b>Total</b>		<b>31</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>69</b>
CATALUÑA	BARCELONA	20	42	27	88	177
	GIRONA	9	12	3	0	24
	LLEIDA	8	2	0	4	14
	TARRAGONA	9	10	0	8	27
<b>Total</b>		<b>46</b>	<b>66</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	<b>242</b>
EXTREMADURA	BADAJOS	10	5	2	5	22
	CACERES	8	3	3	0	14
<b>Total</b>		<b>18</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>36</b>
GALICIA	CORUÑA	11	13	5	8	37
	LUGO	6	2	3	0	11
	OURENSE	6	2	0	3	11
	PONTEVEDRA	5	13	3	10	31
<b>Total</b>		<b>28</b>	<b>30</b>	<b>11</b>	<b>21</b>	<b>90</b>
LA RIOJA	LA RIOJA	4	2	0	5	11
<b>Total</b>		<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>11</b>
MADRID	MADRID	12	20	23	150	205
<b>Total</b>		<b>12</b>	<b>20</b>	<b>23</b>	<b>150</b>	<b>205</b>
MURCIA	MURCIA	2	19	5	21	47
<b>Total</b>		<b>2</b>	<b>19</b>	<b>5</b>	<b>21</b>	<b>47</b>
PAIS VASCO	ALAVA	2	1	0	8	11
	GUIPÚZCOA	5	10	2	5	23
	VIZCAYA	7	13	2	14	36
<b>Total</b>		<b>14</b>	<b>24</b>	<b>4</b>	<b>28</b>	<b>70</b>
CEUTA Y MELILLA	CEUTA	0	0	3	0	3
	MELILLA	0	0	3	0	3
<b>Total</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>6</b>
<b>Total General</b>		<b>316</b>	<b>402</b>	<b>188</b>	<b>594</b>	<b>1500</b>

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

13

## FICHA TÉCNICA

## ERROR MUESTRAL

- La tabla adjunta muestra los errores muestrales, por trimestre, de las diferentes muestras del barómetro.
- Los errores que se muestran son los errores muestrales máximos, con un 95,5% de confianza y en las condiciones estadísticas habituales de  $p=q=50$ .

Agentes	Nº Entrevistas	Error Trimestral
Productores	1.050	±3,1
Industria	800	±3,5
Mayoristas	150	±8,1
Distribuidores	700	±3,8
<b>Total Entrevistas a Empresas</b>	<b>2.700</b>	
Consumidores	1.500	±2,6
<b>Total Entrevistas (Empresas + Consumidores)</b>	<b>4.200</b>	

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

14



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016



## FICHA TÉCNICA

## TRABAJO DE CAMPO

- La persona entrevistada ha sido seleccionada por su condición de:
  - Productores - Industria - Mayoristas: gerente, propietario, responsable de departamento (marketing, institucional, etc.).
  - Distribuidores:
    - Para grandes superficies: jefes de sección, de Producto, de Compra, Director de Hipermercado.
    - Para medianas superficies: responsables de Compras, gerente del establecimiento o similar.
    - Para pequeñas y medianas superficies: propietario, gerente o similar.
  - Consumidores: responsable de realizar la compra de productos alimenticios en el hogar.
- El trabajo de campo se realizó entre los días 20 de julio y el 30 de septiembre de 2016.
- La revisión, depuración, supervisión y tabulación de los cuestionarios se efectuó entre los días 21 de julio y 30 de septiembre de 2016.

## CONCLUSIONES

## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016



## CONCLUSIONES

- El desconocimiento de la Ley 12/2013 de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena entre los agentes entrevistados es bastante elevado manteniéndose en los mismos niveles de 2015.
- Entre los que la conocen (18,5% de los productores, 24,0% de las industrias, 18,2% de los mayoristas y 11,1% de los distribuidores):
  - La mayoría de industrias y mayoristas creen que dicha Ley sí ha mejorado las relaciones comerciales.
  - Los distribuidores se mostraban más optimistas en 2015 que en 2016. En 2015 un 55,8% creía que la Ley sí había mejorado las relaciones comerciales, porcentaje que disminuye a un 41,4% este año.
  - En el caso de los productores, aumenta el porcentaje de los que creen que la Ley ha mejorado las relaciones comerciales (46,3% en 2016 frente a 37,5% en 2015).
- La mayoría de agentes no cree que su empresa esté expuesta a prácticas comerciales abusivas, pero un 22,2% de los productores, un 16,8% de las industrias, un 20,1% de los mayoristas y un 15,1% de los distribuidores cree que sí. Respecto a 2015, los resultados mejoran en las 4 tipologías de agentes.
- En cuanto a la formalización de relaciones comerciales, al igual que en 2015, la mayoría no tiene dificultad en este aspecto. Los distribuidores son los que menor dificultad tienen para formalizar las relaciones comerciales con sus proveedores. En la mayoría de los casos, las relaciones comerciales se formalizan mediante acuerdos verbales y contratos por escrito.
- La gran mayoría de agentes considera que tiene capacidad para pactar libremente con sus clientes las condiciones del contrato, pero un 9,5% de los productores, un 6,1% de las industrias, un 11,9% de los mayoristas y un 8,2% de los distribuidores manifiestan que no. Respecto a 2015 mejoran los resultados de productores, industrias y distribuidores y empeora ligeramente los de mayoristas.

## CONCLUSIONES

- En la inmensa mayoría de los casos se cumplen las condiciones establecidas en el contrato mejorando los resultados de todos los agentes respecto a 2015.
- Respecto a los plazos de pago, la mayoría cobra en un plazo máximo de 60 días a partir de la fecha de entrega de la mercancía, pero un 12,9% de los productores afirma cobrar en un plazo superior, este porcentaje se sitúa en un 14,2% en el caso de la industria y en un 13,5% en el caso de los mayoristas. Estos porcentajes disminuyen respecto a los datos de 2015.
- En cuanto a los contratos:
  - No siempre recogen las cláusulas/condiciones relativas a su modificación. Entre los productores, un 27,8% manifiesta que nunca aparecen, porcentaje que se sitúa en un 27,1% entre las industrias, un 27,7% entre los mayoristas y un 27,3% entre los distribuidores. Datos que mejoran respecto a 2015 con excepción de distribuidores que aumenta ligeramente. De cualquier manera, la gran mayoría de agentes manifiesta que las condiciones del contrato no se suelen modificar sin su consentimiento.
  - Aumenta, sin embargo, el número de agentes que manifiesta que no se especifica la información que las partes deben proporcionarse para poder cumplir con las respectivas obligaciones contractuales (20,2% entre los productores, 21,8% industrias, 25,8% mayoristas y 30,2% distribuidores)
  - La mayoría de agentes (63,2% de productores, 63,9% de industrias, 69,4% de mayoristas y 79,0% de distribuidores) manifiesta que nunca le exigen información comercial sensible sobre sus productos, otros operadores o documentos que verifiquen la información sin que conste en el acuerdo. Los resultados en este aspecto mejoran respecto a 2015.

## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016

## Resultados Monográfico Ley de Medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

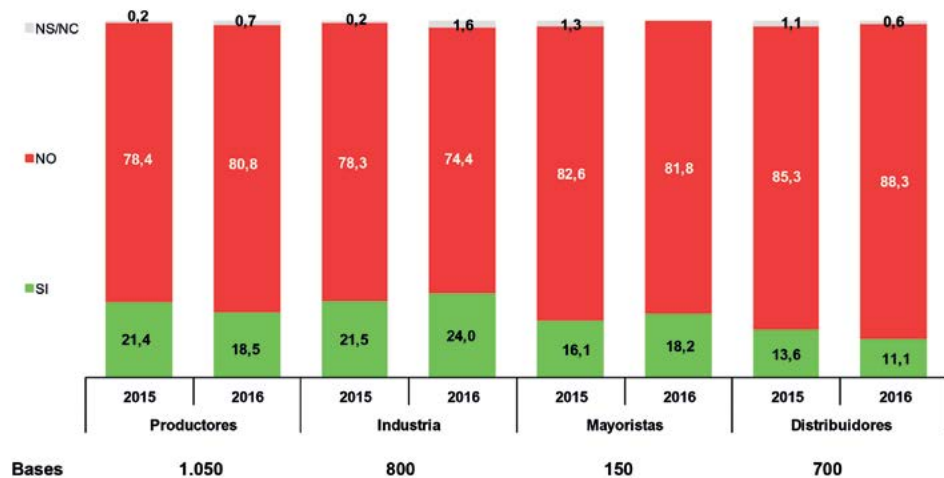
19

### CONOCIMIENTO DE LA LEY 12/2013

¿Conoce la Ley 12/2013 de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria?

(\*) Respuesta única.

%



Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

20



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

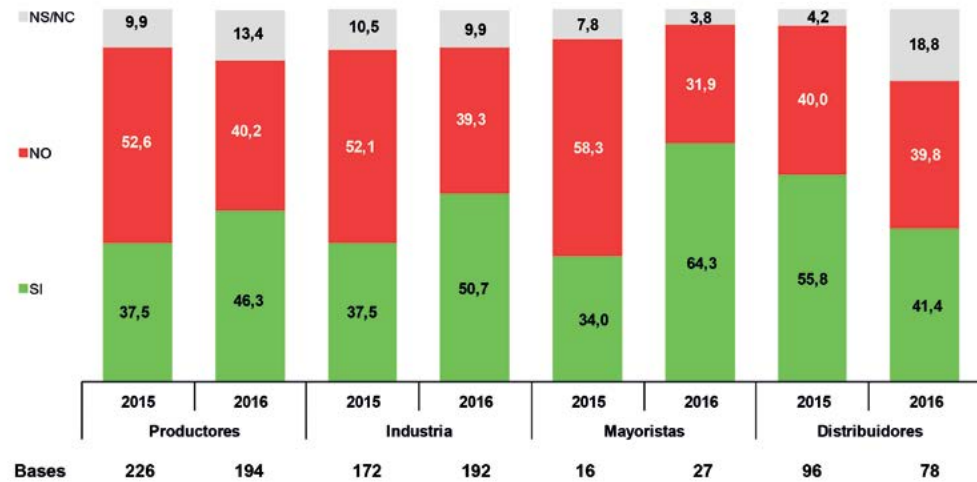
Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016

## EFECTIVIDAD DE LA LEY 12/2013

¿Cree que dicha Ley ha mejorado las relaciones comerciales?

(\*) Respuesta única.

%



Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

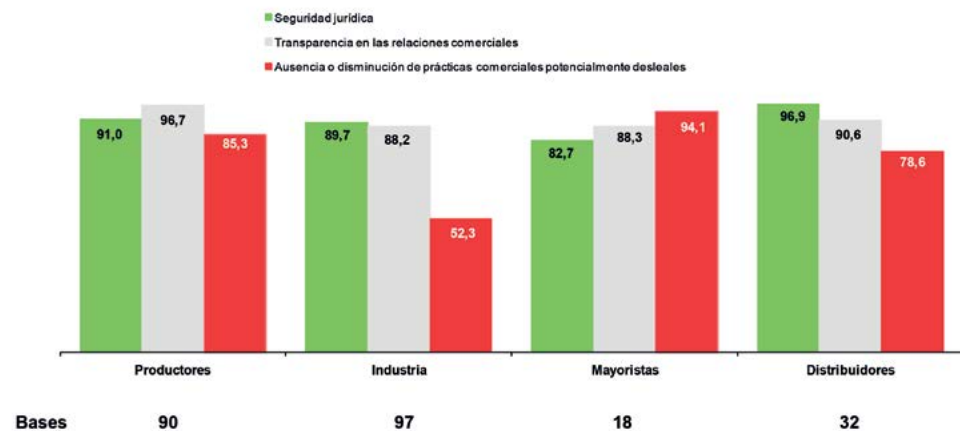
21

## MEJORA DE DIFERENTES ASPECTOS DE LA LEY

De los siguientes aspectos que le voy a leer, dígame si cree que ha mejorado o no

(\*) Respuesta única por ítem. Se reflejan los porcentajes de las respuestas afirmativas

%



Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

22





## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

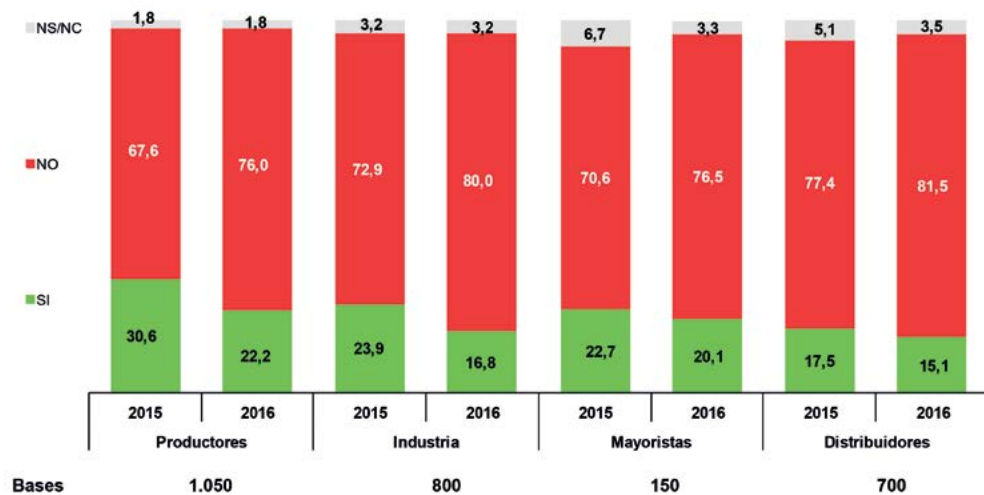
Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016

## PRACTICAS COMERCIALES ABUSIVAS

¿Considera que su empresa, actualmente, está expuesta a prácticas comerciales abusivas?

(\*) Respuesta única.

%



Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

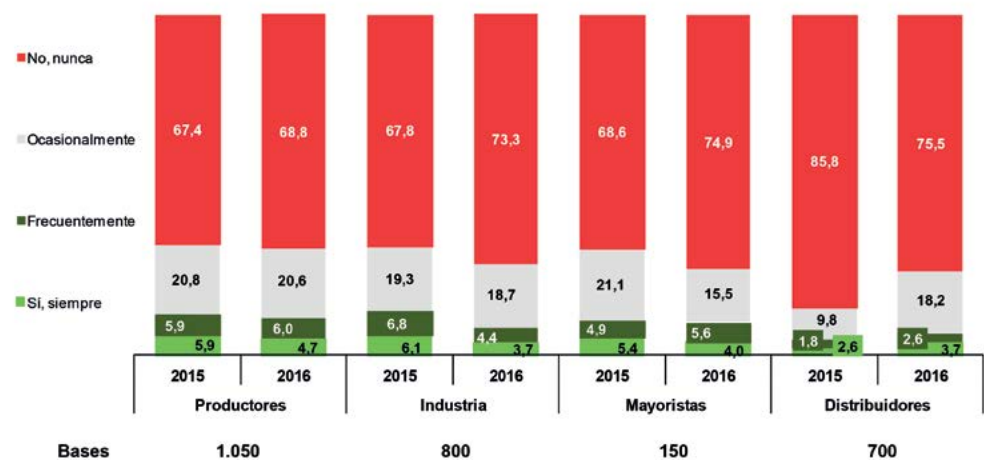
23

## FORMALIZACIÓN DE RELACIONES COMERCIALES

¿Tiene dificultad a la hora de formalizar las relaciones comerciales de venta con sus clientes?

(\*) Respuesta única.

%



(\*) En el caso de los distribuidores se pregunta por las relaciones comerciales con sus proveedores.

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

24



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016

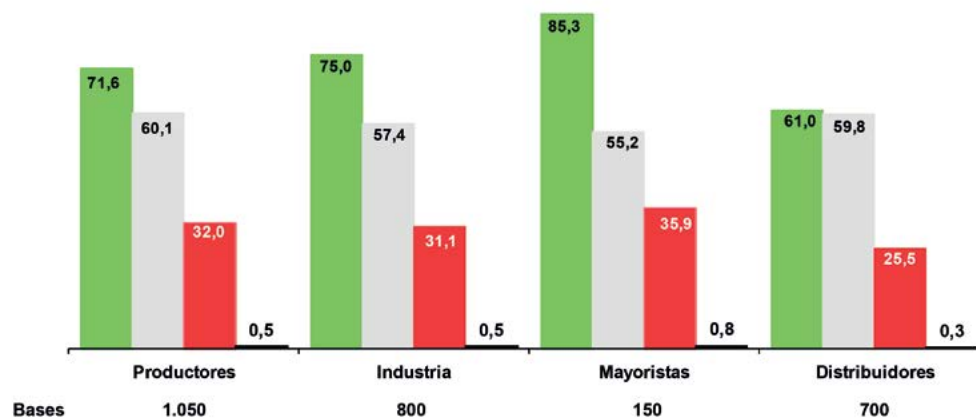
## FORMALIZACIÓN DE RELACIONES COMERCIALES

¿De qué manera formaliza las relaciones comerciales con sus clientes?

(\*) Respuesta múltiple. Sugerida.

%

■ Acuerdos verbales ■ Contratos por escrito ■ Operaciones de pago al contado ■ Otros



(\*) En el caso de los distribuidores se pregunta por las relaciones comerciales con sus proveedores.

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

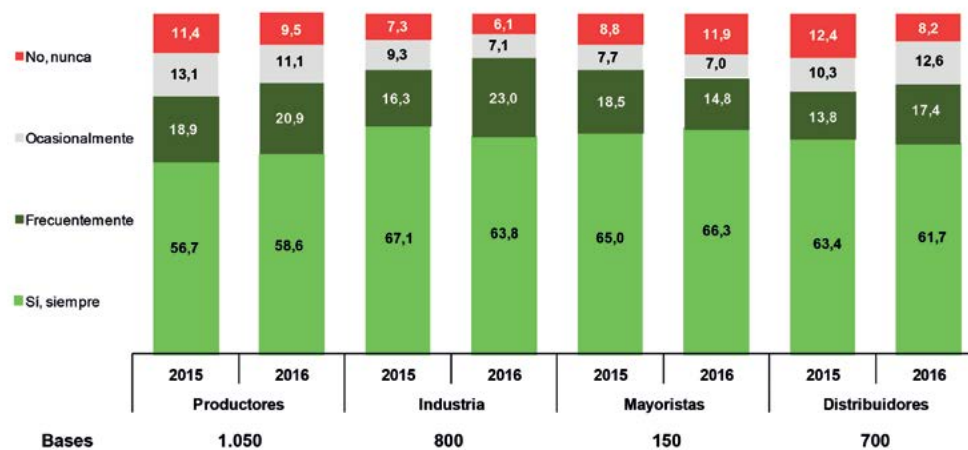
25

## CONDICIONES DEL CONTRATO

¿Considera que tiene capacidad para pactar libremente con sus clientes las condiciones del contrato?

(\*) Respuesta única.

%



(\*) En el caso de los distribuidores se pregunta por las relaciones comerciales con sus proveedores.

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

26

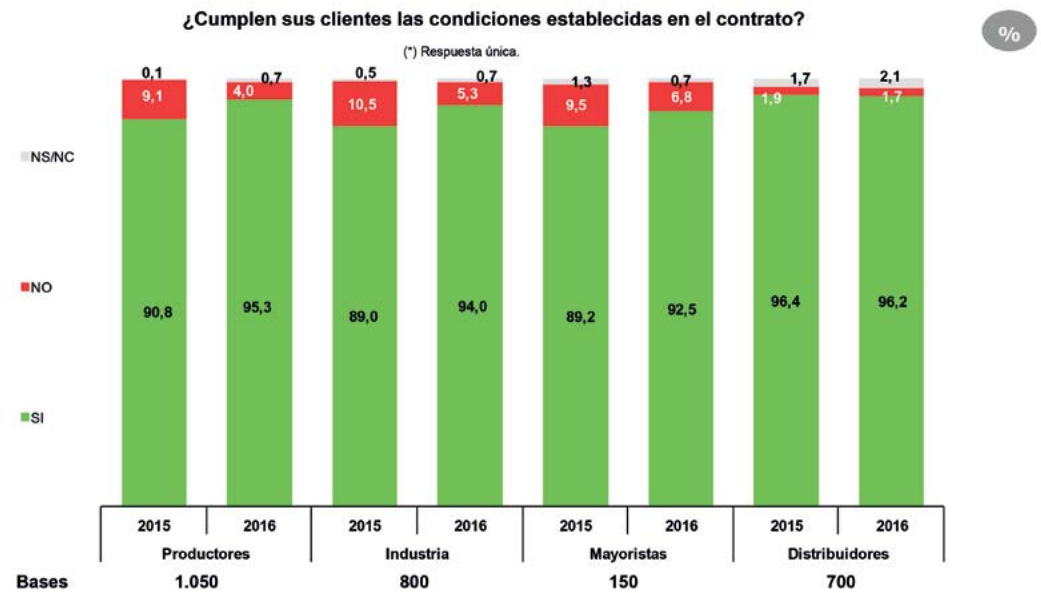


## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016

## CONDICIONES DEL CONTRATO



(\*) En el caso de los distribuidores se pregunta por las relaciones comerciales con sus proveedores.

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

27

## CONDICIONES DEL CONTRATO

## Indique cuáles si se cumplen y cuáles no

(\*) Respuesta única por ítem. Pregunta sugerida

	Productores		Industria		Mayoristas		Distribuidores	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015
Precio del contrato	97,6	95,3	98,2	96,3	97,9	98,7	99,4	98,1
Condiciones de pago	94,2	81,7	89,1	79,9	90,2	82,1	99,6	97,4
Condiciones de entrega y puesta a disposición de los productos	98,8	95,8	98,1	95,5	97,8	98,0	99,2	97,3
Derechos y obligaciones de las partes contratantes	98,7	95,9	98,5	94,2	96,6	90,3	99,7	97,9
Información que deben suministrarse las partes	99,2	97,3	98,9	97,1	96,9	96,7	99,7	96,9
Duración del contrato, condiciones de renovación y modificación del mismo	97,5	95,0	95,8	96,5	97,1	92,3	99,4	95,2
Causas, formalización y efectos de la extinción del contrato	96,8	95,0	93,1	94,8	97,1	91,7	97,5	94,8
Bases	1050		800		150		700	

(\*\*) La tabla refleja las respuestas afirmativas. En naranja las condiciones con menor porcentaje de cumplimiento en 2016

(\*) En el caso de los distribuidores se pregunta por las relaciones comerciales con sus proveedores.

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

28



ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

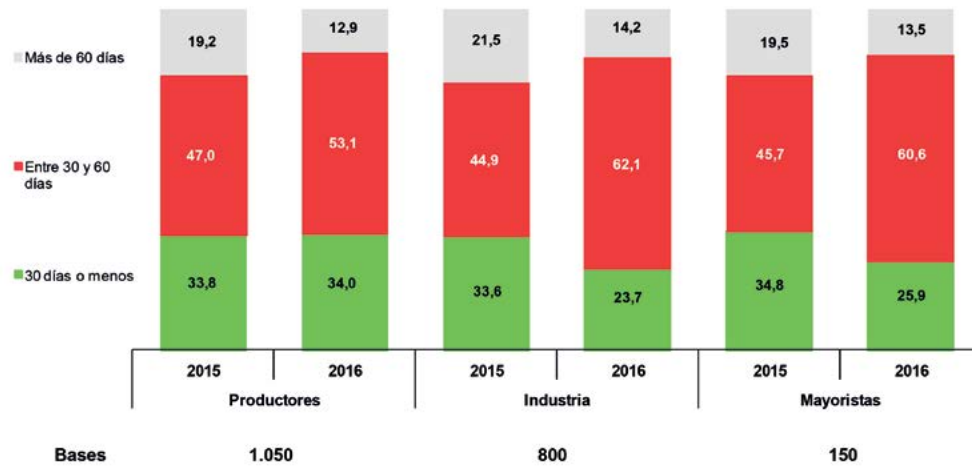
Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016

PLAZOS DE PAGO

¿En cuánto tiempo le pagan a usted, a partir de la fecha de entrega de la mercancía?

(\*) Respuesta única.

%



Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

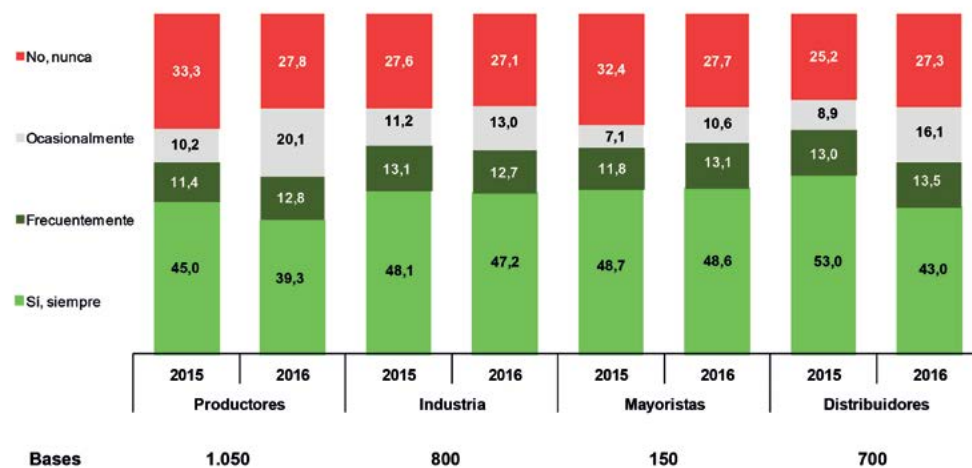
29

MODIFICACIÓN DEL CONTRATO

¿En los contratos aparecen las cláusulas/condiciones relativas a su modificación?

(\*) Respuesta única.

%



Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

30



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

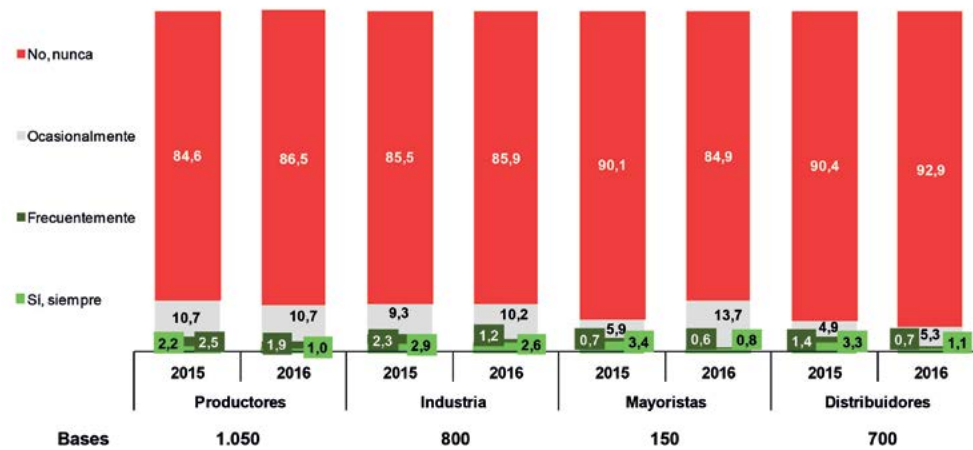
Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016

## MODIFICACIÓN DEL CONTRATO

¿Le modifican las condiciones del contrato sin su consentimiento?

(\*) Respuesta única.

%



Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

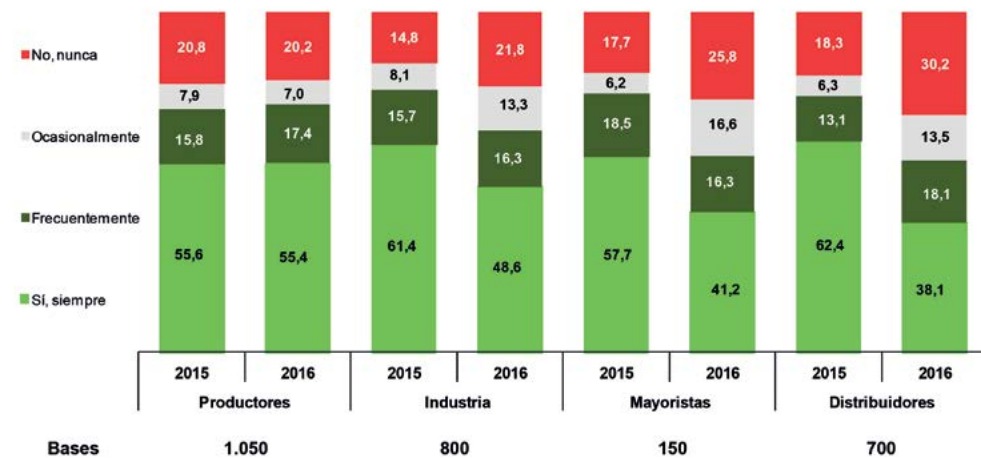
31

## SUMINISTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL SENSIBLE

En los contratos, ¿se especifica la información que las partes deben proporcionarse para poder cumplir con las respectivas obligaciones contractuales?

(\*) Respuesta única.

%



Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

33



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

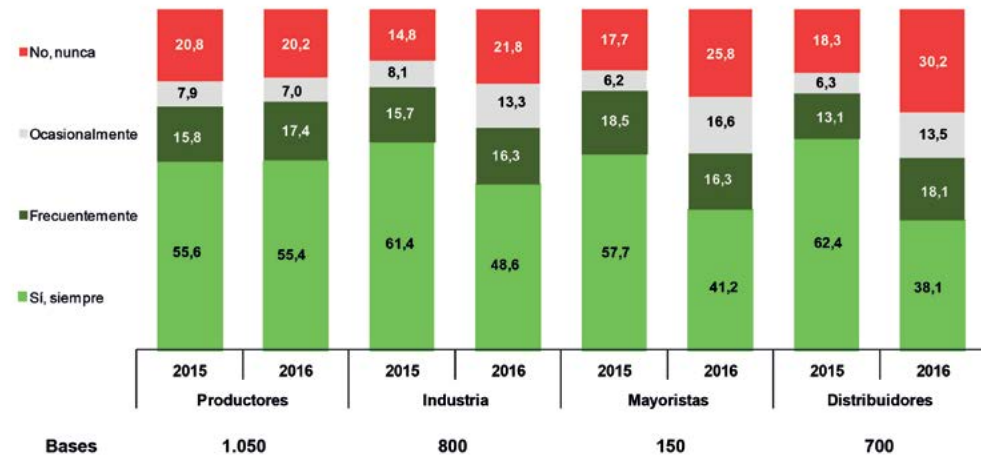
Monográfico  
Ley de Medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria  
2016

## SUMINISTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL SENSIBLE

En los contratos, ¿se especifica la información que las partes deben proporcionarse para poder cumplir con las respectivas obligaciones contractuales?

%

(\*) Respuesta única.



Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

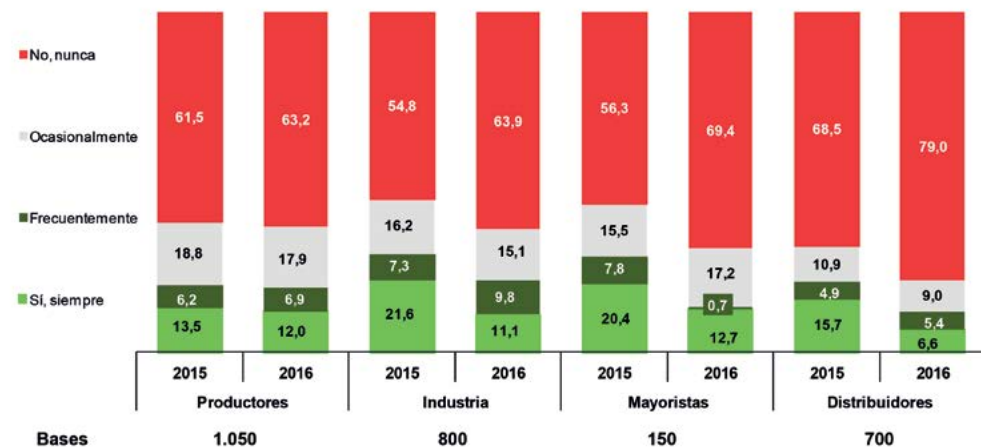
33

## SUMINISTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL SENSIBLE

¿Le exigen información comercial sensible sobre sus productos, sobre otros operadores o documentos que verifiquen esa información, sin que así conste en el acuerdo?

%

(\*) Respuesta única.



Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2016

34



## ANEXO 2

### INFORMES SOBRE PRÁCTICAS COMERCIALES EN LA CADENA ALIMENTARIA

#### Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria



Informe  
Diciembre 2016

## “Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria”

Evolución 2015-2016

**PRESENTACIÓN AL OBSERVATORIO DE LA CADENA ALIMENTARIA (OCA)**  
6-7-17



GOBIERNO  
DE ESPAÑA



MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN  
Y MEDIO AMBIENTE



GOBIERNO  
DE ESPAÑA



MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN  
Y MEDIO AMBIENTE

## Objetivos



“Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016” - Diciembre 2016

-2-




## ANEXO 2


INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA


Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria




Objetivo general

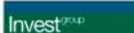
## Valoración y opinión sobre las prácticas comerciales que se producen en la actualidad en los eslabones de la cadena alimentaria


"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016" - Diciembre 2016
-3-


Objetivos específicos

- Percepción de la prácticas comerciales actuales.
- Detección de buenas / malas prácticas
- Testaje de posibles prácticas. (opciones sugeridas): Frecuencia de ocurrencia de cada práctica
- Aspectos más preocupantes o necesarios a mejorar
- Nivel de conocimiento de la nueva Ley
- Aspectos de mejora de la nueva Ley

**Comparativo resultados 2015-2016**


"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016" - Diciembre 2016
-4-



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

## Metodología

Invest <sup>GROUP</sup> "Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016" - Diciembre 2016 -5-

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

## Metodología

Universo	<b>Productores, transformadores, comercializadores y distribuidores</b> de diferentes sectores de actividad.
Ámbito de estudio	<b>Nacional</b>
Tamaño muestral	<b>100 entrevistas</b>
Técnica entrevista	<b>Entrevistas semiestructuradas</b> de aproximadamente 30-40 minutos de duración. Se ha aplicado una <b>técnica mixta</b> , dado el nivel de dificultad (captación y dispersión geográfica): <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>70% de la muestra se realizaron mediante entrevista telefónica</b></li> <li>• <b>30% de la muestra mediante entrevista personal</b></li> </ul>
Persona a entrevistar	<b>Responsable o decisor de la compra/venta del producto (productores, responsables comerciales, etc)</b>

Invest <sup>GROUP</sup> "Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016" - Diciembre 2016 -6-



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

## Realización práctica

Invest <sup>GROUP</sup> "Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016" - Diciembre 2016 -7-

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

## Realización práctica

Se han realizado un total de 100 **entrevistas** distribuidas de la siguiente forma

<b>PRODUCTORES</b>	30 entrevistas (agricultor, coop, alhóndigas, integradoras, etc)
<b>TRANSFORMADORES</b>	40 entrevistas (industria)
<b>COMERCIALIZADORES/ MAYORISTAS</b>	20 entrevistas
<b>DISTRIBUCIÓN MINORISTA</b>	10 entrevistas (minoristas: 6 / gran distribución: 4)
<b>TOTAL 100 entrevistas</b>	

Con respecto a la muestra obtenida en el estudio realizado en 2015, se han vuelto a encuestar de aquella muestra 27 empresas

Fecha realización trabajo de campo **Octubre-Diciembre 2016**

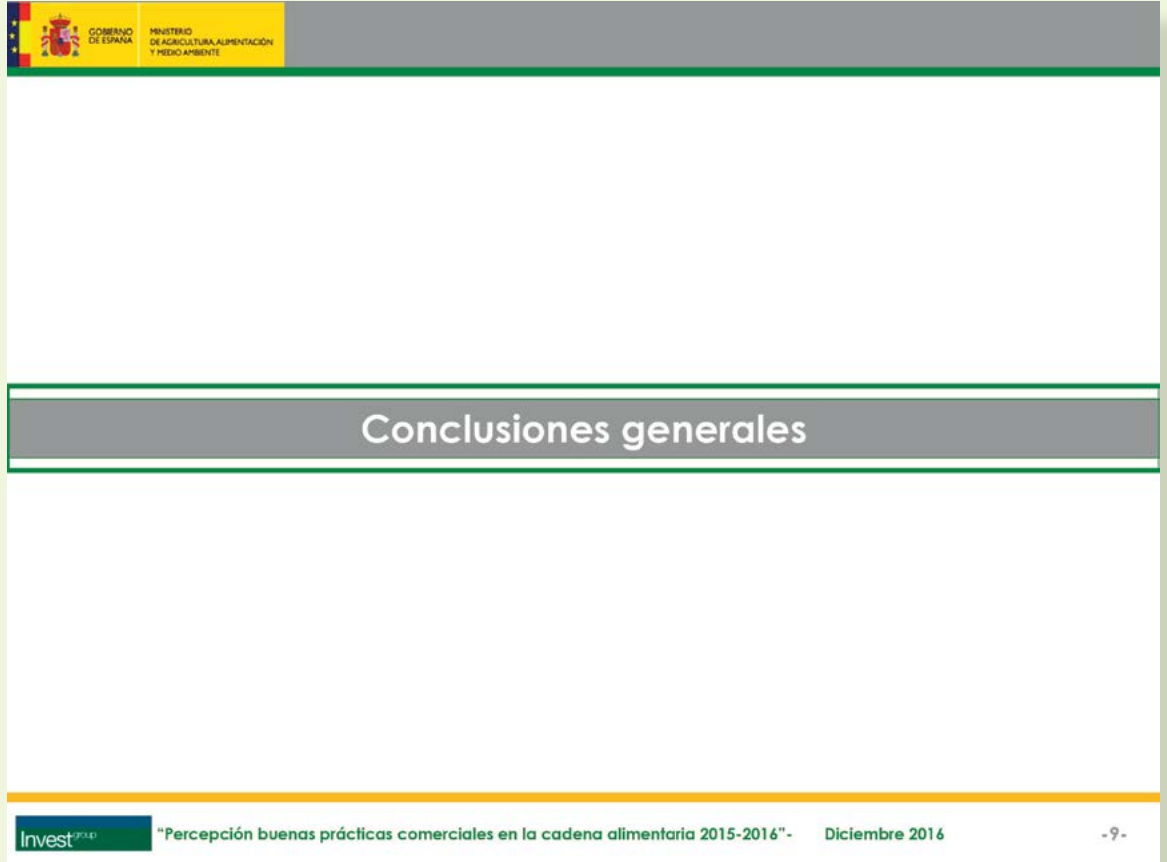
Invest <sup>GROUP</sup> "Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016" - Diciembre 2016 -8-



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

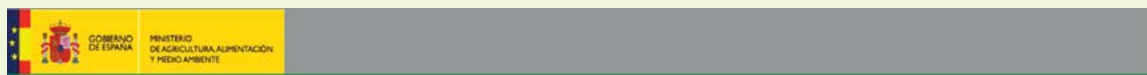
Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria



## ANEXO 2

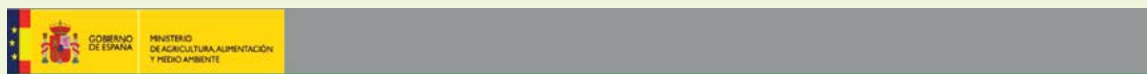
INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria



### Percepción sobre actuales prácticas comerciales

- En general, al margen de la consideración de ser una práctica comercial informal o formal, a todos los encuestados se les preguntó sobre la valoración de las actuales prácticas comerciales.
- Respecto a 2015, se percibe una mejora de las mismas, pues un **77% (frente al 62,7% de 2015)**, considera que en la actualidad las **prácticas comerciales actuales son adecuadas**.
- **Son más adecuadas** principalmente debido a una mayor "transparencia y cumplimiento de los acuerdos comerciales", hay "más información debido a la Ley" o simplemente se sienten satisfechos sin argumentar la razón.
- Los que en cambio consideran que **"no son adecuadas" (23%)**, opinan que se produce "desigualdad en el poder de las negociaciones frente a los más grandes", que existe todavía una "estructura comercial anticuada", "falta de objetividad en el establecimiento de los precios", o "plazos de cobro muy largos".
- **La mayor insatisfacción sobre las prácticas comerciales actuales proviene de los eslabones iniciales de la cadena como los Productores y los Fabricantes. Por el contrario, la Distribución o los Mayoristas presentan opiniones más favorables y estables en ambos años.**



### Valoración de la ocurrencia de determinadas prácticas comerciales contempladas en la Ley de Medidas para mejorar el Funcionamiento de la Cadena Alimentaria

- Con respecto a los datos obtenidos en 2015, **existen variaciones en función del eslabón de la cadena** al que nos referimos. No obstante, al margen del mayor o menor cambio frente a 2015, es importante señalar que algunas de las diferencias estriban principalmente en varios aspectos:

1.- **Muestra encuestada:** en 2015 las empresas seleccionadas eran de mayor tamaño y más notorias que en 2016, ya que la puesta en marcha del estudio aconsejó acudir a empresas más conocidas. Aunque un 25% de las que han participado en 2015 también lo han hecho en 2016, se ha ampliado el universo de las mismas, con el fin de entrevistar a una mayor variabilidad empresarial del sector alimentario. Esto ha supuesto encontrarnos con empresas de todo tipo (más o menos profesionales, con relaciones comerciales más actuales o tradicionales, sujetas a distintas costumbres o hábitos comerciales, con disponibilidad de departamentos jurídicos o no, más o menos informadas, etc), lo que, en comparación con los resultados de 2015, el nivel de ocurrencia de algunas de las malas prácticas comerciales testadas ha sido mayor.

2.- **Frecuencia de la ocurrencia de la "mala práctica".** En comparación con 2015, en 2016 se observa que aumenta el nivel de ocurrencia de algunas malas prácticas, pero en la mayoría de los casos la frecuencia de ocurrencia es "**ocasional**" por lo que no se debe interpretar como un aumento preocupante de la "mala práctica", y por tanto considerar que el comportamiento del sector haya empeorado.

De todas formas, **el conocimiento de la Ley no ha aumentado**, por lo que vemos que aún está en una fase inicial de ejercer una influencia clara y directa sobre los agentes de la cadena. La mayoría conoce solo las directrices principales, aunque entre los que la conocen, casi un 60% reconocen que ha supuesto una mejora, sobretudo en la Transparencia en las relaciones comerciales



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria



### Valoración de la ocurrencia de determinadas prácticas comerciales contempladas en la Ley de Medidas para mejorar el Funcionamiento de la Cadena Alimentaria

3.- **Diferencias de comportamiento según el eslabón de la cadena:** se observa que no todos los eslabones de la cadena se comportan de la misma forma. En algunos, la evolución con respecto a 2015 es positiva y en otros es algo más negativa y o bien se mantiene de forma similar.

#### Productores

Han valorado la ocurrencia o no de la práctica comercial en relación con sus clientes. Los niveles de ocurrencia de las malas prácticas son muy similares a los obtenidos en 2015, **con mejoras importantes, en especial lo relacionado con los contratos**. No obstante, algunos aspectos deberían todavía mejorar.

#### Fabricantes

**Los que perciben mayores niveles de ocurrencia de "malas prácticas comerciales".** Consideramos que es debido a que existen perfiles muy diversos dentro de este eslabón. Empresas más cercanas al eslabón productivo, donde se pueden dar determinadas prácticas comerciales frente a perfiles más cercanos al consumidor final o con clientes más profesionalizados o controlados, donde existe una mayor información sobre las directrices que marca la Ley, y por tanto con menor ocurrencia de determinadas prácticas comerciales. Esto también puede variar en **función del tipo de cliente que tengan** (otro fabricante, mayoristas o distribución minorista).

#### Mayoristas

En general, la opinión y valoraciones de los Mayoristas entrevistados **varían poco respecto a 2015**, manifestando casi el mismo nivel de ocurrencia en cada uno de los bloques y prácticas comerciales analizadas, siendo la generalización de una ocurrencia "ocasional".

#### Minoristas /Gran Distribución

Los resultados para 2016 han sido **muy satisfactorios en general**, puesto que en ambos casos han mejorado en casi todas las prácticas comerciales valoradas, incluso en muchos casos han comentado la "no ocurrencia" frente a 2015.




## Resultados desglosados



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria




**Primera parte**

**Percepción espontánea sobre prácticas comerciales**

1. ASPECTOS GENERALES
2. VALORACIONES GENERALES
3. OPINIÓN ACTUAL SOBRE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES

Invest <sup>2016</sup> "Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016" - Diciembre 2016 -15-



**Percepción espontánea sobre prácticas comerciales**

**1.- ASPECTOS GENERALES DEL ESTUDIO**

**En el estudio de 2015**, la primera parte del cuestionario tuvo un enfoque cualitativo con el fin de conocer la percepción general espontánea de cada eslabón de la cadena respecto de lo que asociaban o entendían por "práctica comercial", independientemente de los aspectos concretos que contempla la Ley y que en una segunda parte se valoró de forma cuantitativa.

**En 2016**, ésta parte cualitativa se ha transformado en dos preguntas sobre opinión de lo que supone una buena o mala práctica comercial en la actualidad, valorando los aspectos que surgieron en 2015, según una escala de ocurrencia o no, con el objetivo de conocer de forma cuantitativa, el sentido de las opiniones expresadas en 2015.

Invest <sup>2016</sup> "Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016" - Diciembre 2016 -16-



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

## 2. VALORACIONES GENERALES

La información que a continuación se muestra corresponde a lo obtenido en 2015 desde un punto cualitativo.

### 2.1.- PRINCIPALES VARIABLES QUE INFLUYEN EN LA DEFINICIÓN DEL CONCEPTO PRÁCTICA COMERCIAL

### 2.2.- PRINCIPALES ASPECTOS DETECTADOS QUE INFLUYEN EN LA PERCEPCIÓN DE BUENA/MALA PRÁCTICA

## 2. VALORACIONES GENERALES (2015)

### 2.1.- PRINCIPALES VARIABLES QUE INFLUYEN EN LA DEFINICIÓN DEL CONCEPTO "PRÁCTICA COMERCIAL"

Como CONCLUSIÓN PRINCIPAL, no existe un concepto común, claro y conciso sobre la definición de "prácticas comerciales".

La opinión depende de:

**1.POSICIÓN EN LA CADENA ALIMENTARIA del entrevistado:** Cuanto más cercana es su posición al consumidor final en la estructura de la cadena, mejores son sus percepciones generales.

**2.TAMAÑO Y ESTRUCTURA DE LA EMPRESA/ORGANIZACIÓN:** empresas de gran volumen, con amplias estructuras departamentales, tienen un mayor conocimiento técnico de las prácticas comerciales.

**3.MARCAS/EMPRESAS LÍDERES O DE COMPAÑÍAS MULTINACIONALES,** (que a su vez su posición de liderazgo les otorga mayor poder sobre el resto de niveles).

**4.INTEGRACIÓN EN ASOCIACIONES SECTORIALES PROFESIONALES, o Interprofesionales,** influyen positivamente en el nivel de conocimiento de las prácticas comerciales y su regulación, y en que el entrevistado ha recibido formación/información al respecto.



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria



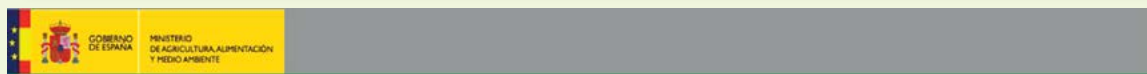
## Percepción espontánea sobre prácticas comerciales

### 2. VALORACIONES GENERALES (2015)

#### 2.2.- PRINCIPALES ASPECTOS DETECTADOS QUE INFLUYEN EN LA PERCEPCIÓN DE BUENA/MALA PRÁCTICA

**1. EL EFECTO COSTUMBRE:** el hecho de que un determinado comportamiento se venga realizando habitualmente en el sector durante mucho tiempo minimiza su importancia, "siempre se ha hecho así", y por tanto no se asocia a "mala práctica".

**2. EL EFECTO TEMOR ANTE LA NECESIDAD DE VENDER/COMPRAR,** que fomenta un comportamiento de "sumisión": el principal freno para una mejora contundente de las prácticas comerciales en la cadena alimentaria se centra en la actitud conformista. Entienden, en consecuencia, y en cierto modo justifican, que determinados eslabones de la cadena tomen provecho de esta presión de mercado a su favor. Esta cuestión es más importante en productores e industria transformadora.



### 3. OPINIÓN SOBRE LAS ACTUALES PRÁCTICAS COMERCIALES

#### 3.1.- OPINIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES ACTUALES

#### 3.2.- ASOCIACIONES Y VALORACIÓN SOBRE "BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES"

#### 3.3.- ASOCIACIONES Y VALORACION SOBRE "MALAS PRÁCTICAS COMERCIALES"





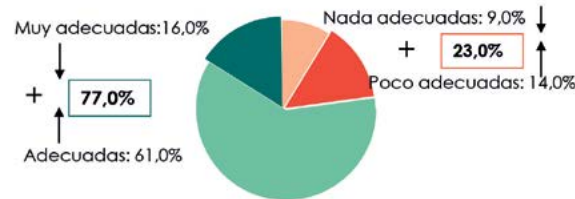
ANEXO 2

INFORMES SOBRE PRÁCTICAS COMERCIALES EN LA CADENA ALIMENTARIA

Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria

Opinión sobre "Prácticas comerciales actuales"

3.1.- OPINIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES ACTUALES



	2015	
Base:	75	
Muy adecuadas	58,7%	62,7%
Adecuadas	4,0%	
Poco adecuadas	4,9%	31,6%
Nada adecuadas	26,7%	

- Se percibe una mejora respecto a 2015. En 2016 se consideran en mayor medida que las actuales prácticas comerciales son muy o bastante adecuadas (77% frente a 62,7%).
- A pesar de la mejora, no obstante, los productores son los que se mantienen más críticos

	Productores		Fabricantes		Mayoristas		Minoristas		Distribuidores	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Base:	20	30	31	40	13	20	4	6	7	4
Muy adecuadas	-	16,7%	3,2%	10,0%	7,7%	20,0%	-	33,3%	14,3%	25,0%
Adecuadas	50,0%	43,3%	58,1%	72,5%	61,5%	60,0%	50,0%	66,7%	85,7%	75,0%
Poco adecuadas	30,0%	20,0%	32,3%	15,0%	23,1%	10,0%	25,0%	-	-	-
Nada adecuadas	20,0%	20,0%	3,2%	2,5%	7,7%	10,0%	25,0%	-	-	-



Opinión sobre "Prácticas comerciales actuales"

3.2.- ASOCIACIONES Y VALORACIÓN SOBRE "BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES"

"...para mí una "buena práctica" comercial en relación a mis clientes (proveedores) tiene que ver con...?"

Respuesta de PRODUCTORES, FABRICANTES Y MAYORISTAS respecto a "clientes"; en el caso de DISTRIBUCIÓN respecto a sus proveedores  
Pregunta específica 2016



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

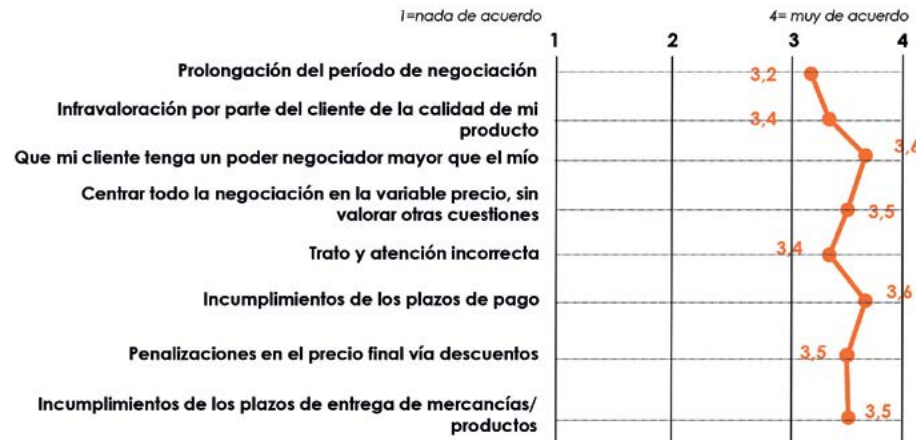
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

## Opinión sobre "Prácticas comerciales actuales"

### 3.3.- ASOCIACIONES Y VALORACION SOBRE "MALAS PRÁCTICAS COMERCIALES"

"...para mi una "mala práctica" comercial en relación a mis clientes (proveedores) tiene que ver con...?"

Respuesta de PRODUCTORES, FABRICANTES Y MAYORISTAS respecto a "clientes"; en el caso de DISTRIBUCIÓN respecto a sus proveedores  
Pregunta específica 2016



GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

### Segunda parte

## Valoración de la ocurrencia de determinadas prácticas comerciales



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

 Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

Respecto a los contratos y acuerdos comerciales

- 1.1.- fijación de contratos
- 1.2.- Modificación contrato con carácter retroactivo
- 1.3.- Modificaciones unilaterales del contrato
- 1.4.- Incumplimiento de condiciones de entrega
- 1.5.- Ocultación de información
- 1.6.- Incumplimiento de la duración del contrato
- 1.7.- Incumplimiento de las condiciones de renovación
- 1.8.- Existencia de cláusulas/condiciones relativas a modificación
- 1.9.- Rupturas de acuerdo sin plazos de aviso
- 1.10.- Rupturas de acuerdos sin compensaciones adecuadas
- 1.11.- Uso de información comercial sensible
- 1.12.- Amenazas de desreferenciación
- 1.13.- Subastas electrónicas ciegas
- 1.14.- Actividades de promoción sin acuerdo previo
- 1.15.- Compra o venta de productos vinculados a otros productos
- 1.16.- Existencia en el contrato de procedimiento de resolución de conflictos
- 1.17.- "Venta a pérdidas"

Respecto a pagos


- 2.1.- Pagos por referenciación y colocación del producto
- 2.2.- Pagos de contribución a actividades auxiliares llevadas a cabo por la distribución
- 2.3.- Pagos "atípicos" que el cliente considera responsabilidad del proveedor

InvestGROUP

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"-

Diciembre 2016

-25-

 Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

Respecto a las conductas que afectan a un tercero

- 3.1.- Imposición de compra de bienes o servicios ofrecidos por un tercero
- 3.2.- Influencia del cliente para no suministrar a terceros
- 3.3.- Obligación de transferir información sobre suministros o precios aplicados a otros clientes
- 3.4.- fijación de cláusulas "cliente más favorecido" en los contratos
- 3.5.- Exigencia de estándares de calidad no objetivos

Respecto a las relaciones entre marca del fabricante y marca del distribuidor

- 4.1.- Exigencias de injustificables de información confidencial y el uso de esa información
- 4.2.- Vinculación de la relación comercial del fabricante a la obligación de producir también marca del distribuidor
- 4.3.- Uso o imitación de la imagen del fabricante en beneficio de la marca del distribuidor
- 4.4.- Gestión de categoría de producto por partes del distribuidor de forma discriminatoria con respecto de la marca del fabricante
- 4.5.- Modificaciones de fechas de caducidad sin causa justificada y sin previo aviso

InvestGROUP

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"-

Diciembre 2016

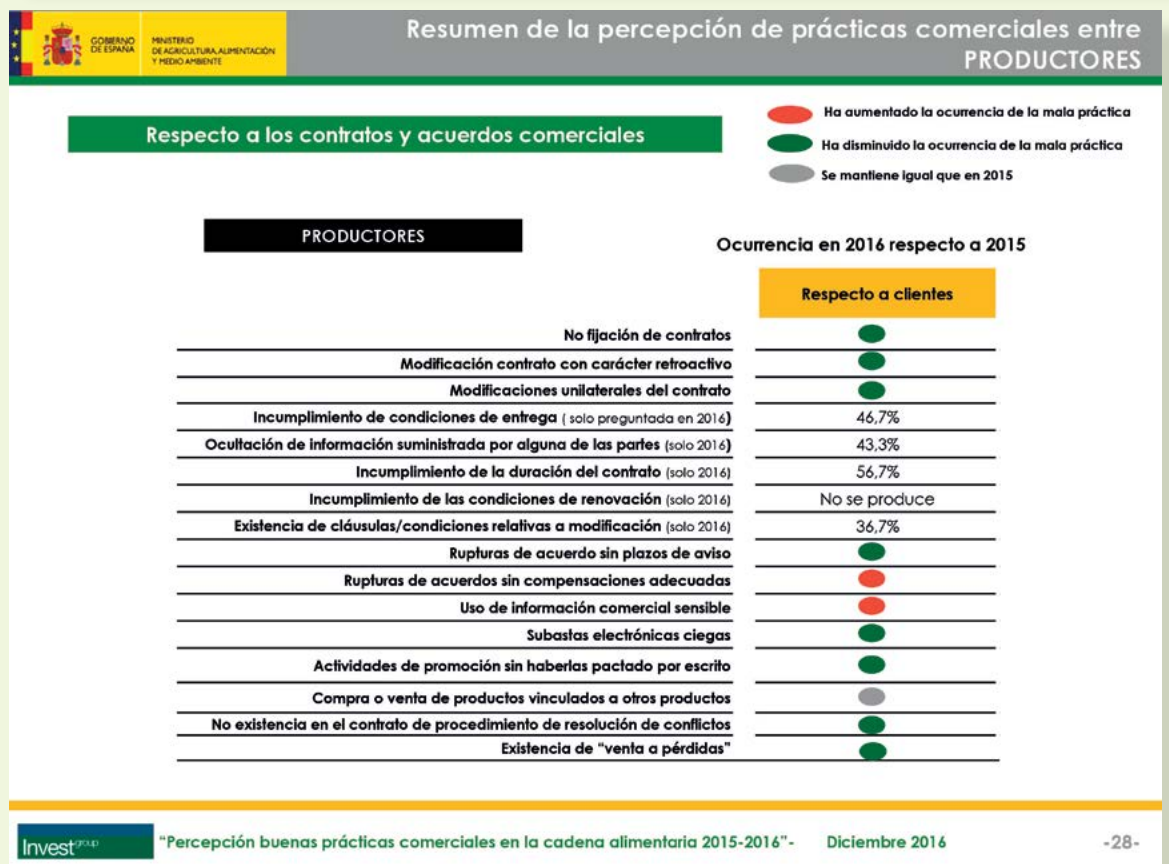
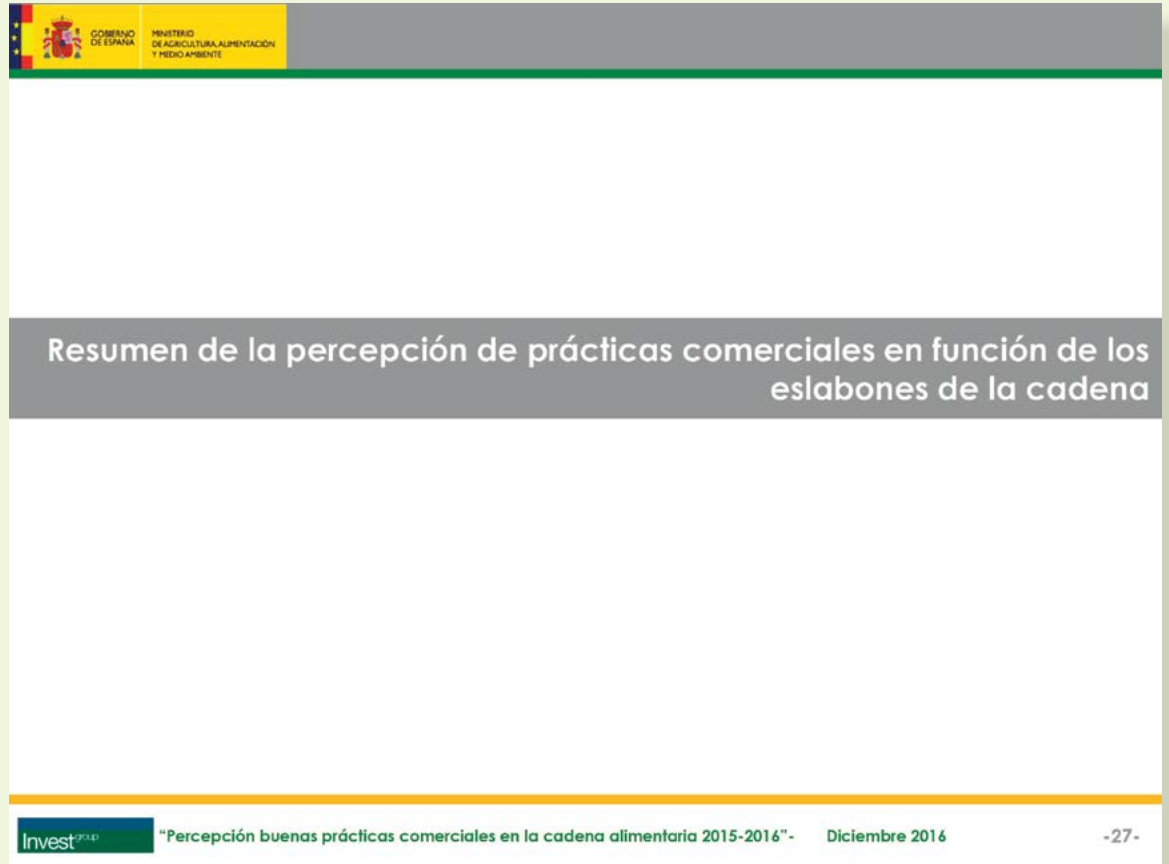
-26-



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

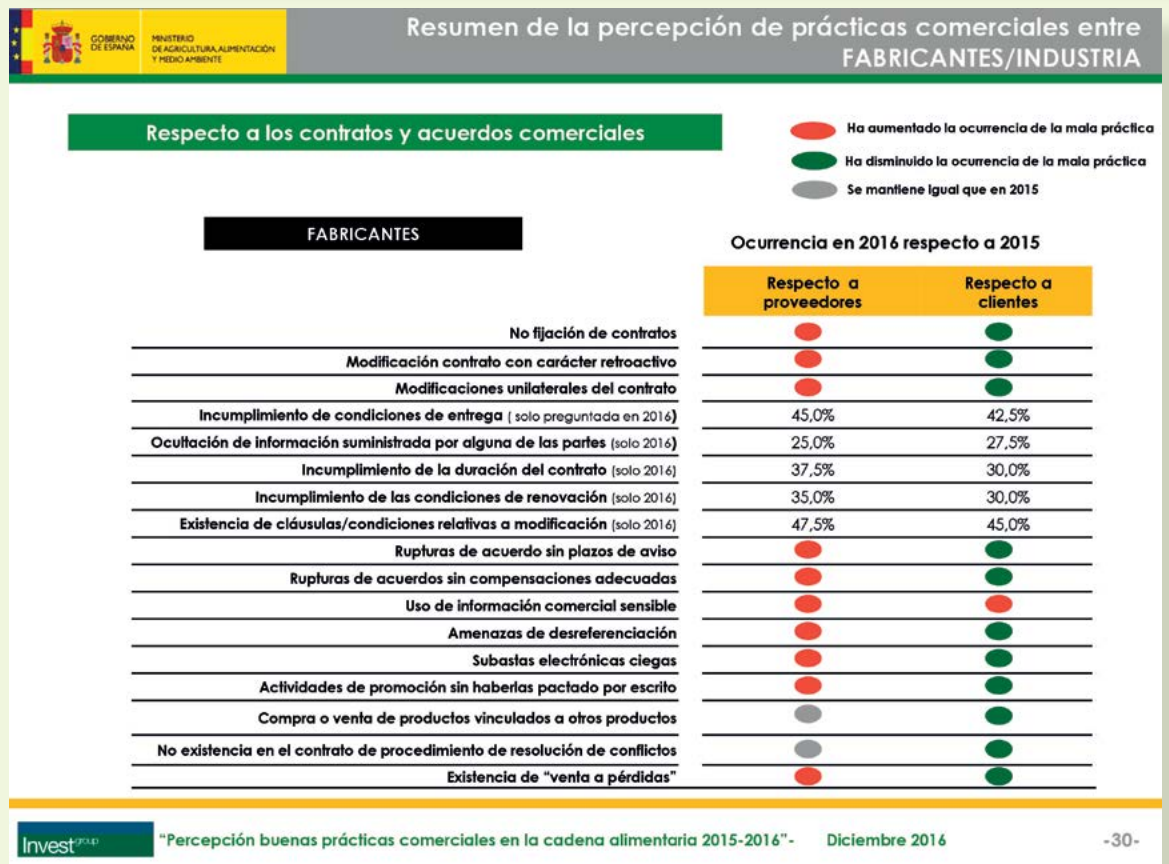
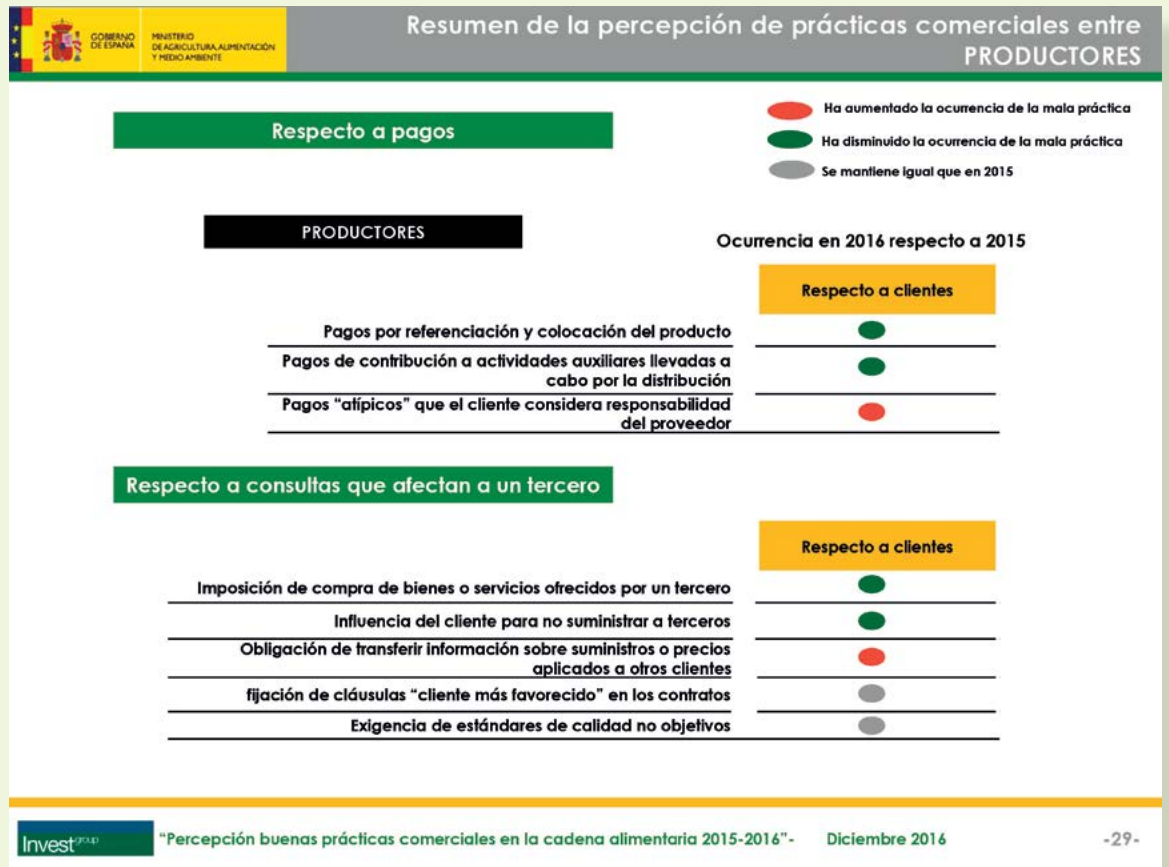
Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

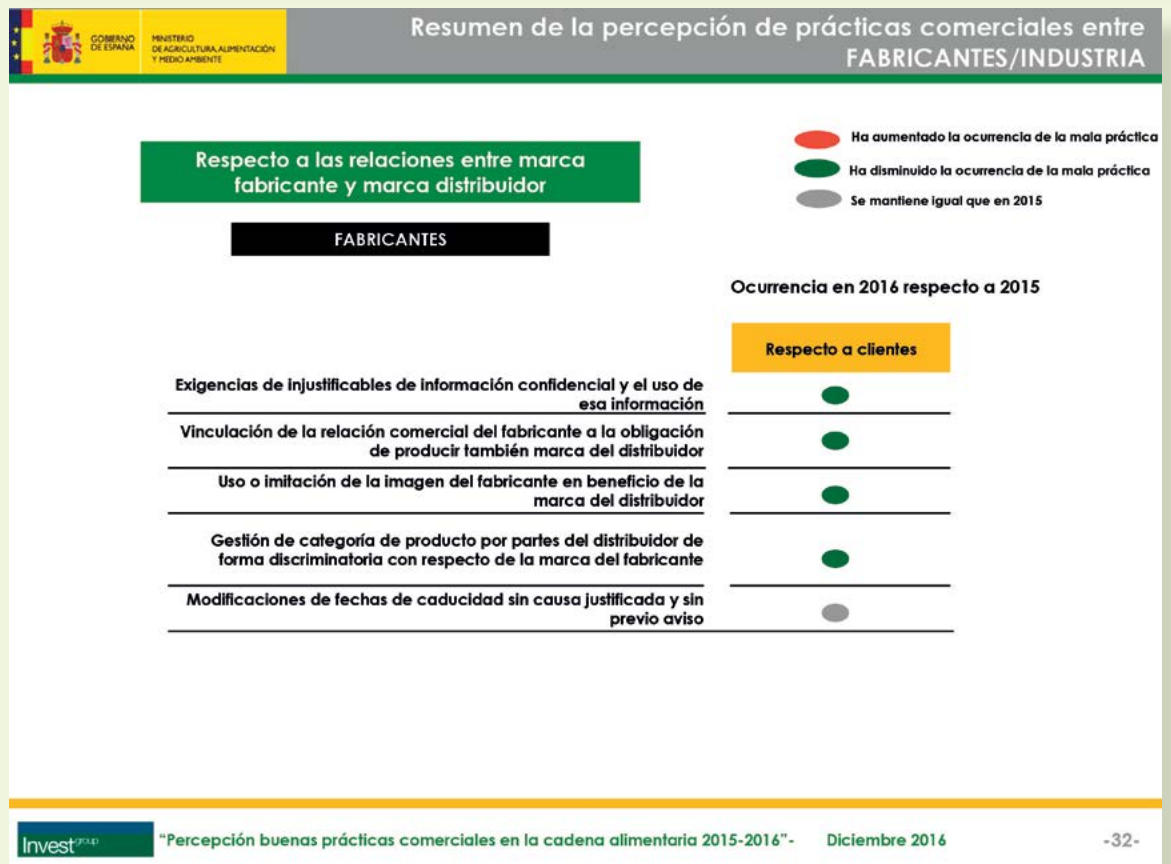
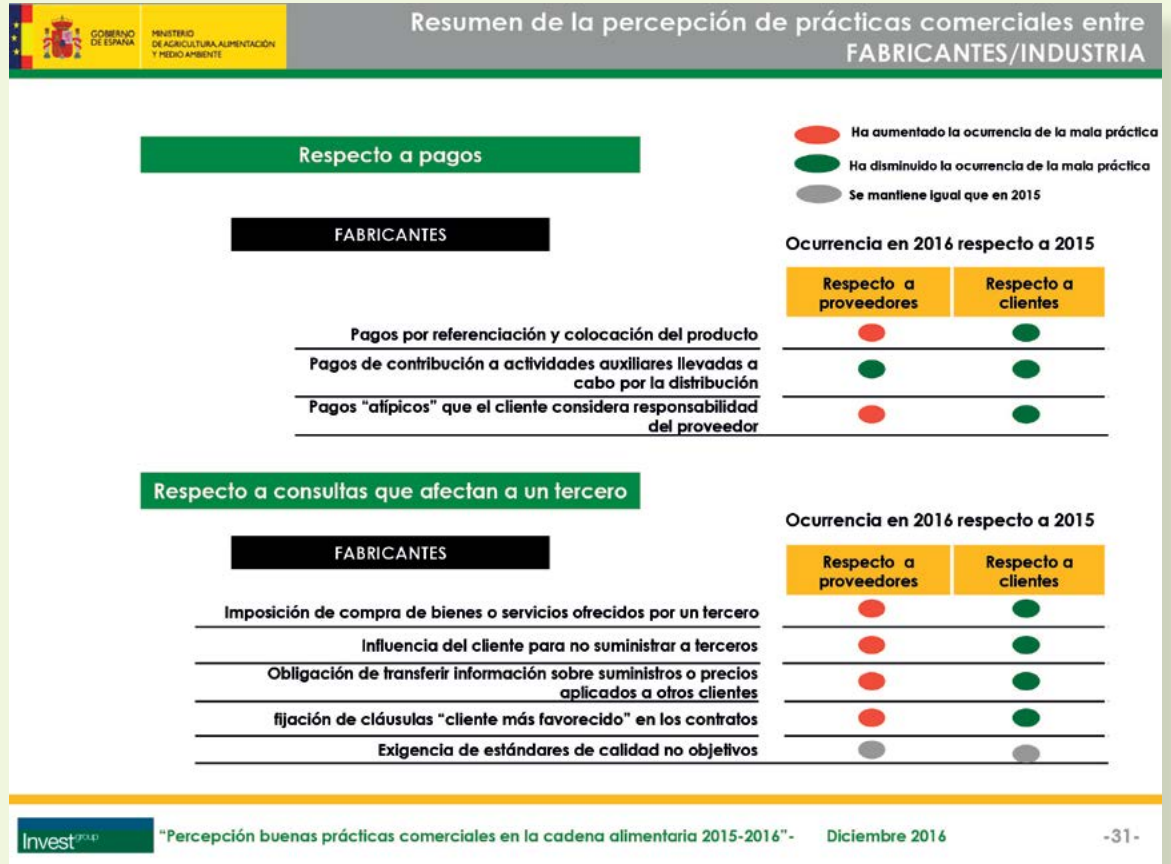
Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

## Resumen de la percepción de prácticas comerciales entre MAYORISTAS

### Respecto a los contratos y acuerdos comerciales

#### MAYORISTAS

	Ocurrencia en 2016 respecto a 2015	
	Respecto a proveedores	Respecto a clientes
No fijación de contratos	●	●
Modificación contrato con carácter retroactivo	●	●
Modificaciones unilaterales del contrato	●	●
Incumplimiento de condiciones de entrega (solo preguntada en 2016)	50,0%	45,0%
Ocultación de información suministrada por alguna de las partes (solo 2016)	25,5%	30,0%
Incumplimiento de la duración del contrato (solo 2016)	35,0%	30,0%
Incumplimiento de las condiciones de renovación (solo 2016)	25,0%	30,0%
Existencia de cláusulas/condiciones relativas a modificación (solo 2016)	30,0%	35,0%
Rupturas de acuerdo sin plazos de aviso	●	●
Rupturas de acuerdos sin compensaciones adecuadas	●	●
Uso de información comercial sensible	●	●
Amenazas de desreferenciación	●	●
Subastas electrónicas ciegas	●	●
Actividades de promoción sin haberlas pactado por escrito	●	●
Compra o venta de productos vinculados a otros productos	●	●
No existencia en el contrato de procedimiento de resolución de conflictos	●	●
Existencia de "venta a pérdidas"	●	●

● Ha aumentado la ocurrencia de la mala práctica  
● Ha disminuido la ocurrencia de la mala práctica  
● Se mantiene igual que en 2015

Invest

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"

Diciembre 2016

-33-

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

## Resumen de la percepción de prácticas comerciales entre MAYORISTAS

### Respecto a pagos

#### MAYORISTAS

	Respecto a proveedores	Respecto a clientes
Pagos por referenciación y colocación del producto	●	●
Pagos de contribución a actividades auxiliares llevadas a cabo por la distribución	●	●
Pagos "atípicos" que el cliente considera responsabilidad del proveedor	●	●

Ocurrencia en 2016 respecto a 2015

● Ha aumentado la ocurrencia de la mala práctica  
● Ha disminuido la ocurrencia de la mala práctica  
● Se mantiene igual que en 2015

### Respecto a consultas que afectan a un tercero

#### MAYORISTAS

	Respecto a proveedores	Respecto a clientes
Imposición de compra de bienes o servicios ofrecidos por un tercero	●	●
Influencia del cliente para no suministrar a terceros	●	●
Obligación de transferir información sobre suministros o precios aplicados a otros clientes	●	●
fijación de cláusulas "cliente más favorecido" en los contratos	●	●
Exigencia de estándares de calidad no objetivos	●	●

Ocurrencia en 2016 respecto a 2015

● Ha aumentado la ocurrencia de la mala práctica  
● Ha disminuido la ocurrencia de la mala práctica  
● Se mantiene igual que en 2015

Invest

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"

Diciembre 2016

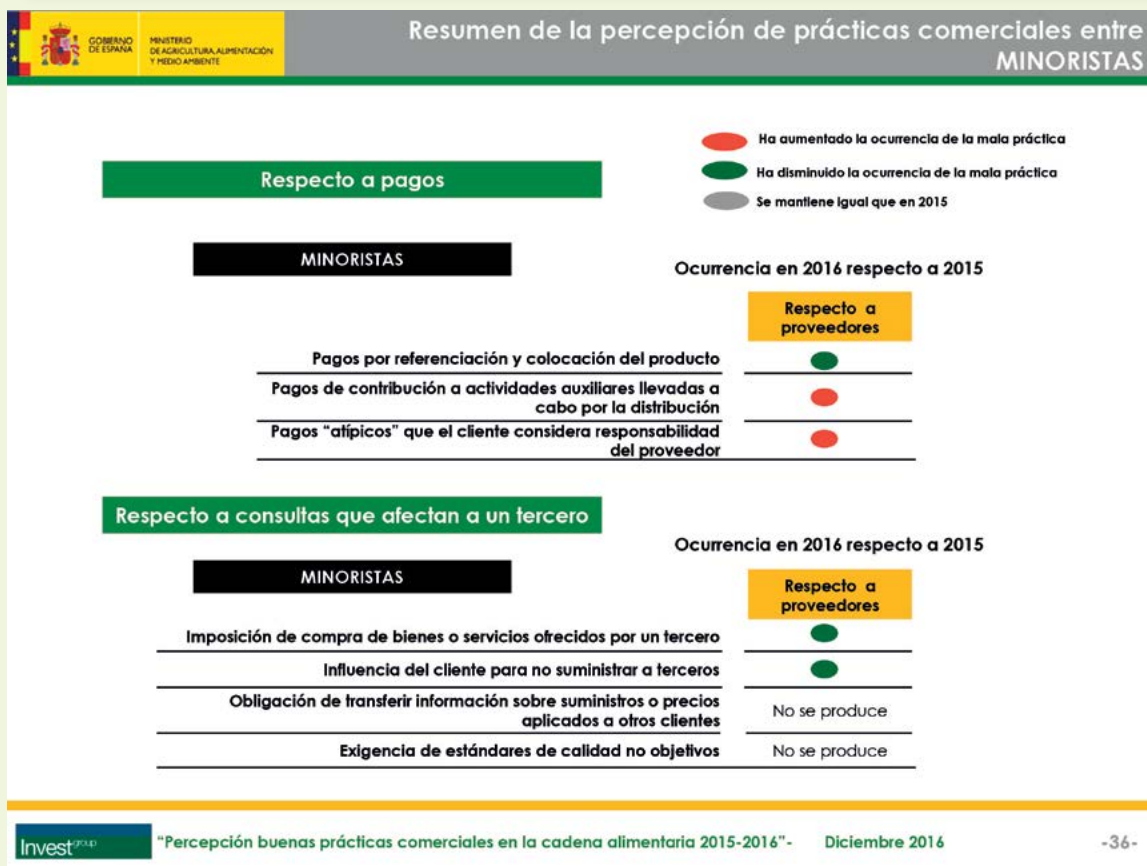
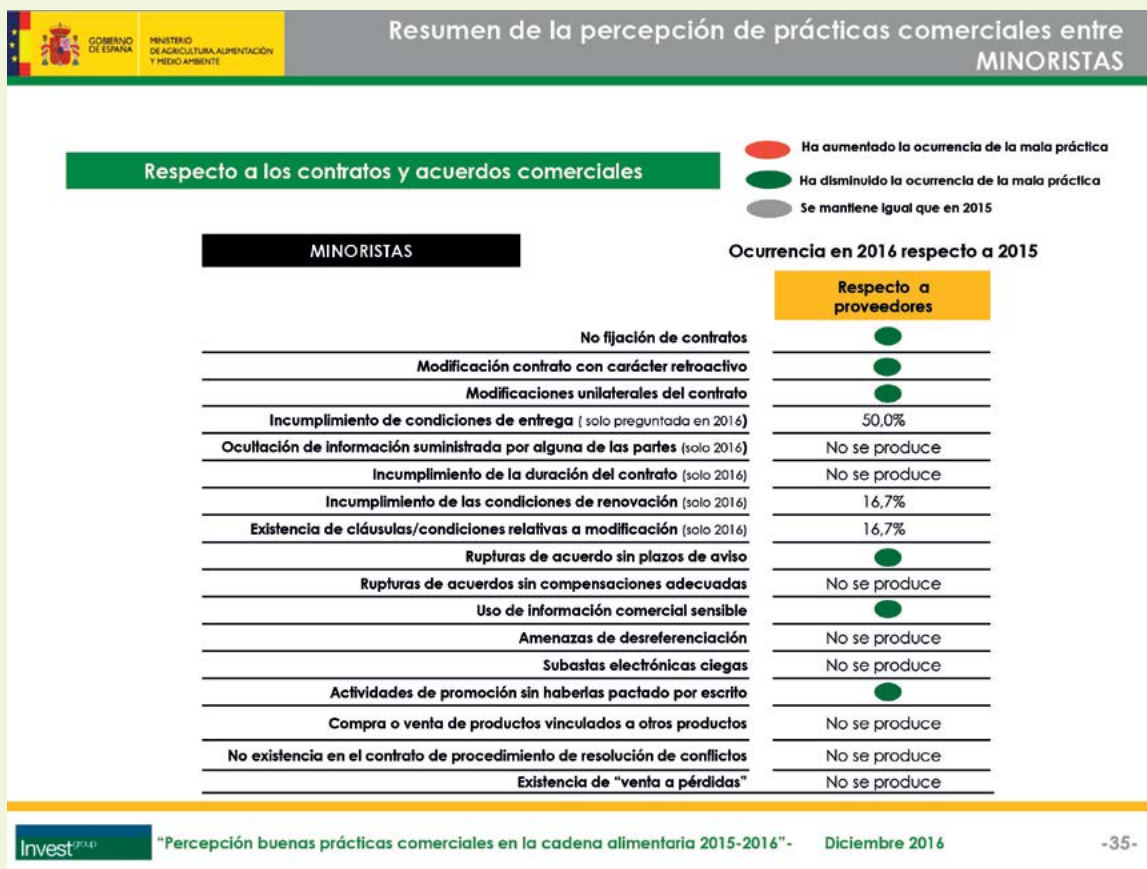
-34-



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

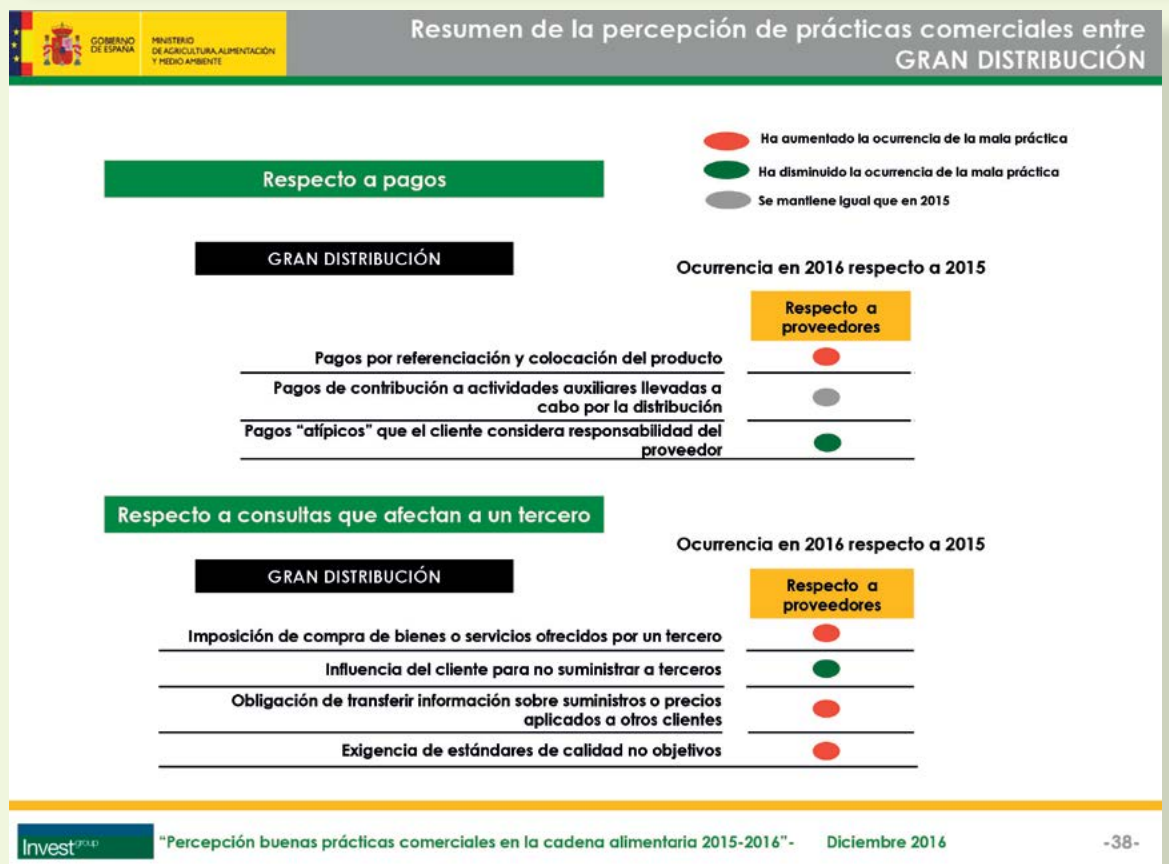
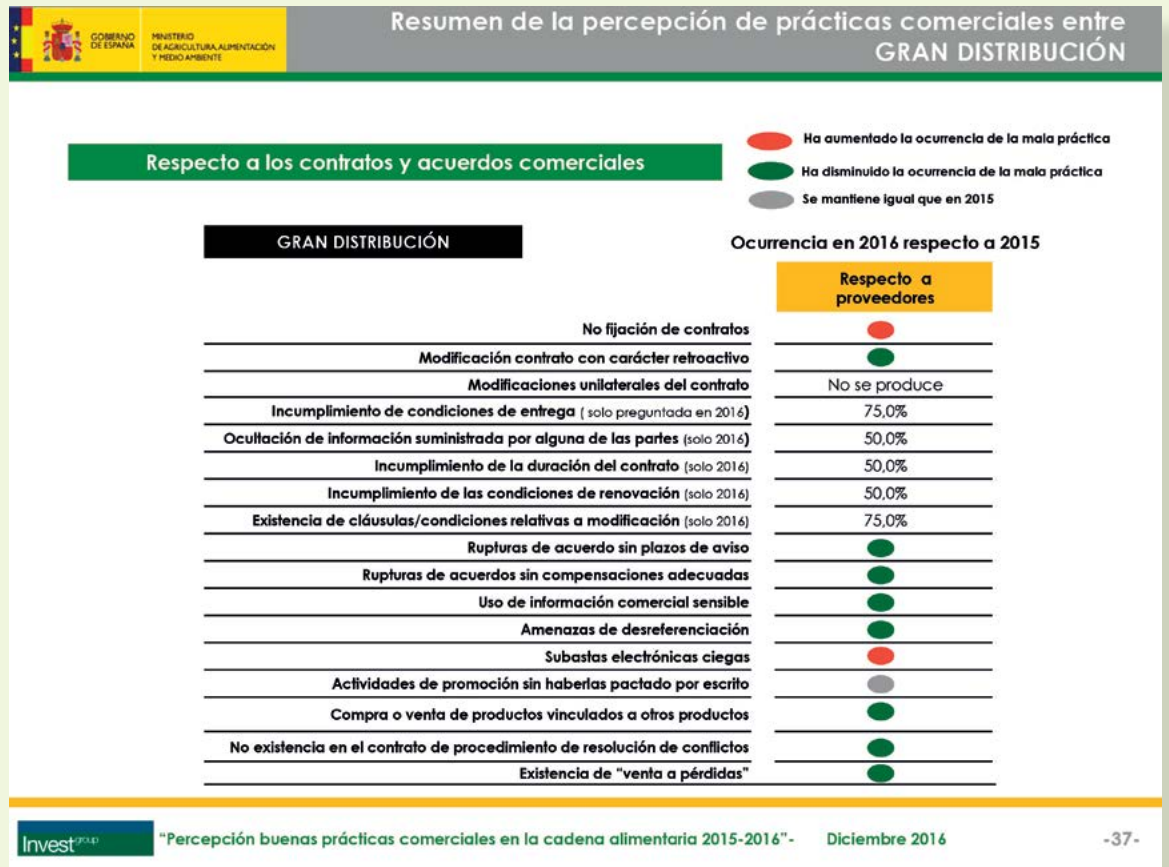




## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria



## ANEXO 2

### INFORMES SOBRE PRÁCTICAS COMERCIALES EN LA CADENA ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

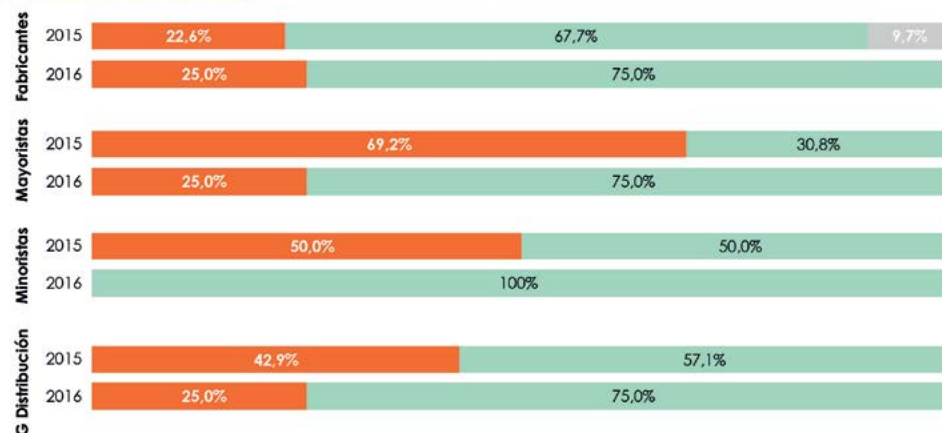
### RESPECTO A LOS CONTRATOS Y ACUERDOS COMERCIALES

### RESPECTO A LOS CONTRATOS Y ACUERDOS COMERCIALES

**No existencia en el contrato de un procedimiento de resolución de conflictos o discrepancias**

Se produce  
No se produce nunca  
Ns/Nc

#### CON RESPECTO A LOS PROVEEDORES



• En todos los eslabones la ocurrencia va disminuyendo respecto a 2015, en relación con sus proveedores, incluso a no producirse como en el caso de minoristas. O una gran disminución en mayoristas.



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

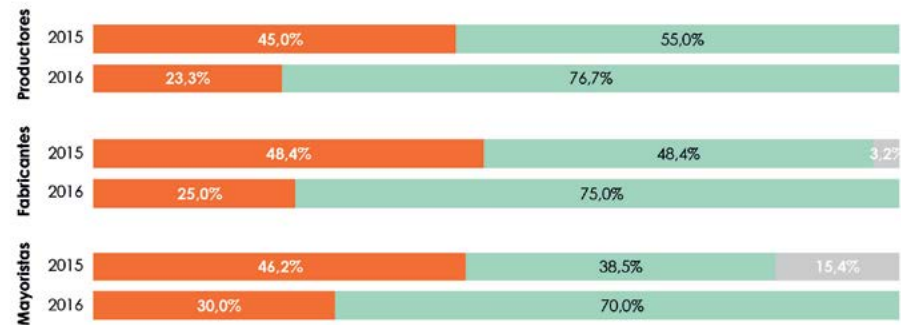
### Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

#### RESPECTO A LOS CONTRATOS Y ACUERDOS COMERCIALES

No existencia en el contrato de un procedimiento de resolución de conflictos o discrepancias

Se produce  
No se produce nunca  
Ns/Nc

#### CON RESPECTO A LOS CLIENTES



En relación con sus clientes, los encuestados en cambio manifiestan un mayor nivel de ocurrencia en general (porcentajes mayores), pero no obstante la tendencia es a disminuir respecto a 2015 en todos los casos.

Invest

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"

Diciembre 2016

-41-

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

### Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

#### RESPECTO A LOS CONTRATOS Y ACUERDOS COMERCIALES

No existencia en el contrato de un procedimiento de resolución de conflictos o discrepancias

	Productores		Fabricantes		Mayoristas		Minoristas		G. Distribución	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
<b>CON RESPECTO A LOS PROVEEDORES</b>										
Base:	0	0	31	40	13	20	4	6	7	4
No se produce nunca	-	-	67,7%	75,0%	30,8%	75,0%	50,0%	100%	57,1%	75,0%
Se produce ocasionalmente	-	-	6,5%	20,0%	7,7%	20,0%	-	-	-	25,0%
Se produce frecuentemente	-	-	6,5%	2,5%	7,7%	5,0%	-	-	42,9%	-
Se produce siempre	-	-	9,7%	2,5%	53,8%	-	50,0%	-	-	-
Ns/Nc	-	-	9,7%	-	-	-	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>			1,54	1,33	2,85	1,3	2,5	1,	1,86	1,25
<b>CON RESPECTO A LOS CLIENTES</b>										
Base:	20	30	31	40	13	20	0	0	0	0
No se produce nunca	55,0%	76,7%	48,4%	75,0%	38,5%	70,0%	-	-	-	-
Se produce ocasionalmente	5,0%	13,3%	19,4%	20,0%	-	20,0%	-	-	-	-
Se produce frecuentemente	10,0%	3,3%	16,1%	2,5%	7,7%	10,0%	-	-	-	-
Se produce siempre	30,0%	6,7%	12,9%	2,5%	38,5%	-	-	-	-	-
Ns/Nc	-	-	3,2%	-	15,4%	-	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	2,15	1,4	1,93	1,33	2,55	1,4				

Invest

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"

Diciembre 2016

-42-



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

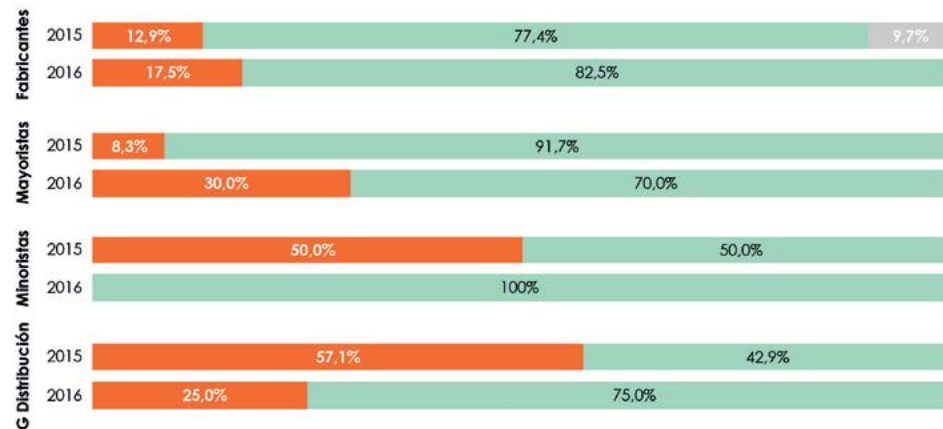
### Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

#### RESPECTO A LOS CONTRATOS Y ACUERDOS COMERCIALES

##### "Venta a pérdidas"

Se produce  
No se produce nunca  
Ns/Nc

#### CON RESPECTO A LOS PROVEEDORES



- Destaca el aumento de la percepción respecto de la "venta a pérdidas" entre mayoristas con respecto a sus proveedores y algo entre fabricantes.
- En cambio o no se produce o se reduce notablemente en el segmento de la Distribución.

Invest

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"

Diciembre 2016

-43-

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

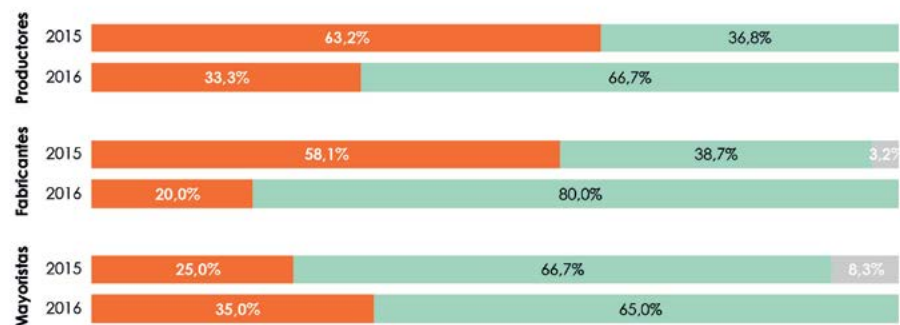
### Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

#### RESPECTO A LOS CONTRATOS Y ACUERDOS COMERCIALES

##### "Venta a pérdidas"

Se produce  
No se produce nunca  
Ns/Nc

#### CON RESPECTO A LOS CLIENTES



- También en la relación con los clientes la "venta a pérdidas" tiende a disminuir respecto a 2015 entre productores y fabricantes.
- En el caso de mayoristas aumenta algo, la mayoría de forma ocasional, pero destaca un encuestado, que manifiesta que se produce siempre.

Invest

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"

Diciembre 2016

-44-



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

## RESPECTO A LOS CONTRATOS Y ACUERDOS COMERCIALES

## "Venta a pérdidas"

	Productores		Fabricantes		Mayoristas		Minoristas		G. Distribución	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
<b>CON RESPECTO A LOS PROVEEDORES</b>										
Base:	0	0	31	40	12	20	4	6	7	4
No se produce nunca	-	-	77,4%	82,5%	91,7%	70,0%	50,0%	100%	42,9%	75,0%
Se produce ocasionalmente	-	-	9,7%	17,5%	8,3%	<b>30,0%</b>	25,0%	-	42,9%	25,0%
Se produce frecuentemente	-	-	3,2%	-	-	-	-	-	14,3%	-
Se produce siempre	-	-	-	-	-	-	25,0%	-	-	-
Ns/Nc	-	-	9,7%	-	-	-	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	-	-	1,18	1,18	1,08	1,3	2,0	-	1,71	1,25
<b>CON RESPECTO A LOS CLIENTES</b>										
Base:	19	30	31	40	12	20	0	0	0	0
No se produce nunca	36,8%	66,7%	38,7%	80,0%	66,7%	65,0%	-	-	-	-
Se produce ocasionalmente	26,3%	10,0%	45,2%	20,0%	25,0%	30,0%	-	-	-	-
Se produce frecuentemente	21,1%	20,0%	12,9%	-	-	-	-	-	-	-
Se produce siempre	15,8%	3,3%	-	-	-	5,0%	-	-	-	-
Ns/Nc	-	-	3,2%	-	8,3%	-	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	2,16	1,6	1,73	1,2	1,27	1,45	-	-	-	-

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

## RESPECTO A PAGOS



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

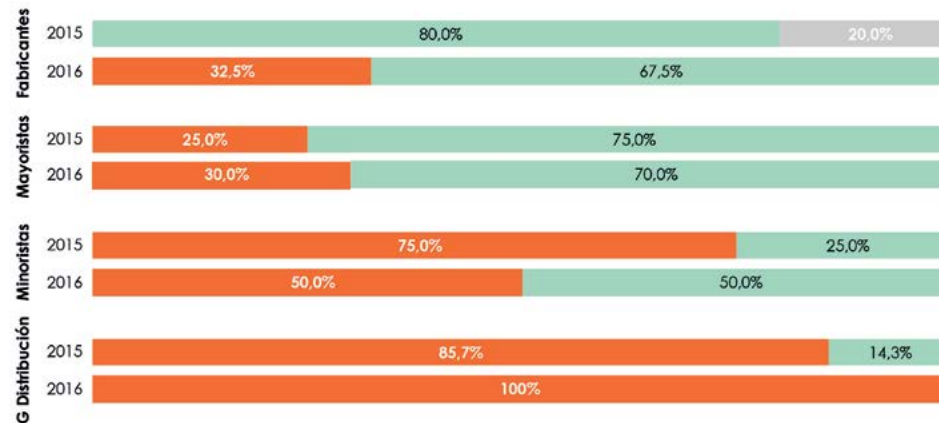
### Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

## RESPECTO A PAGOS

## Pagos por referenciación y colocación del producto

Se produce  
No se produce nunca  
Ns/Nc

## CON RESPECTO A LOS PROVEEDORES



- Esta práctica se producía de forma clara en 2015, en minoristas y gran distribución, y en 2016 se observa que sigue ocurriendo en estos eslabones. Algo menos entre minoristas pero totalmente en la gran distribución.
- El nivel de ocurrencia en el caso de fabricantes y mayoristas es mucho menor, pero en el caso de fabricantes se da en este año con un 7,5% de "frecuente y ocasionalmente". En los mayoristas aumenta también, pero principalmente de forma ocasional.

Invest

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"

Diciembre 2016

-47-

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

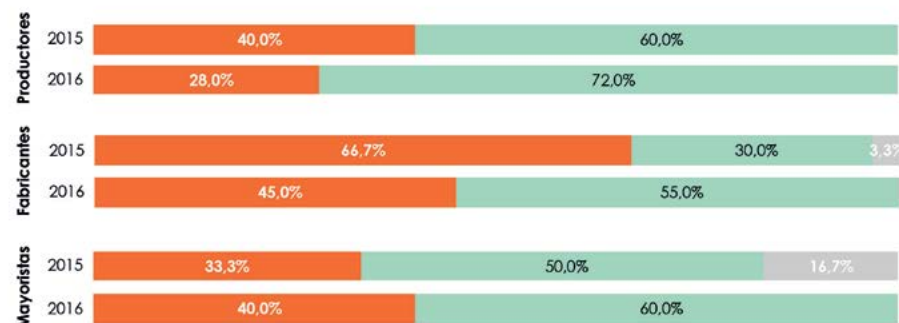
### Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

## RESPECTO A PAGOS

## Pagos por referenciación y colocación del producto

Se produce  
No se produce nunca  
Ns/Nc

## CON RESPECTO A LOS CLIENTES



- Con respecto a los clientes los niveles de ocurrencia muestran menores porcentajes que en relación con los proveedores.
- Para los fabricantes esta mala práctica ocurre en mayor medida respecto a sus clientes que sus proveedores, pero la tendencia es a menor ocurrencia frente a 2015.
- Los mayoristas opinan que esta práctica ocurre también respecto a sus clientes y en algo más de ocurrencia (40% respecto a sus clientes frente al 30% respecto a sus proveedores)

Invest

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"

Diciembre 2016

-48-



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

## Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

## RESPECTO A PAGOS

## Pagos por referenciación y colocación del producto

	Productores		Fabricantes		Mayoristas		Minoristas		G. Distribución	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
<b>CON RESPECTO A LOS PROVEEDORES</b>										
Base:	0	0	30	40	12	20	4	6	7	4
No se produce nunca	-	-	80,0%	67,5%	75,0%	70,0%	25,0%	50,0%	14,3%	-
Se produce ocasionalmente	-	-	-	25,0%	8,3%	25,0%	-	33,3%	-	50,0%
Se produce frecuentemente	-	-	-	5,0%	8,3%	5,0%	50,0%	16,7%	42,9%	50,0%
Se produce siempre	-	-	-	2,5%	8,3%	-	25,0%	-	42,9%	-
Ns/Nc	-	-	20,0%	-	-	-	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	.	.	1,	1,43	1,5	1,35	2,75	1,67	3,14	2,5
<b>CON RESPECTO A LOS CLIENTES</b>										
Base:	10	25	30	40	12	20	0	0	0	0
No se produce nunca	60,0%	72,0%	30,0%	55,0%	50,0%	60,0%	-	-	-	-
Se produce ocasionalmente	20,0%	20,0%	13,3%	30,0%	16,7%	35,0%	-	-	-	-
Se produce frecuentemente	-	8,0%	26,7%	5,0%	16,7%	5,0%	-	-	-	-
Se produce siempre	20,0%	-	26,7%	10,0%	-	-	-	-	-	-
Ns/Nc	-	-	3,3%	-	16,7%	-	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	1,8	1,36	2,52	1,7	1,6	1,45	.	.	.	.

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

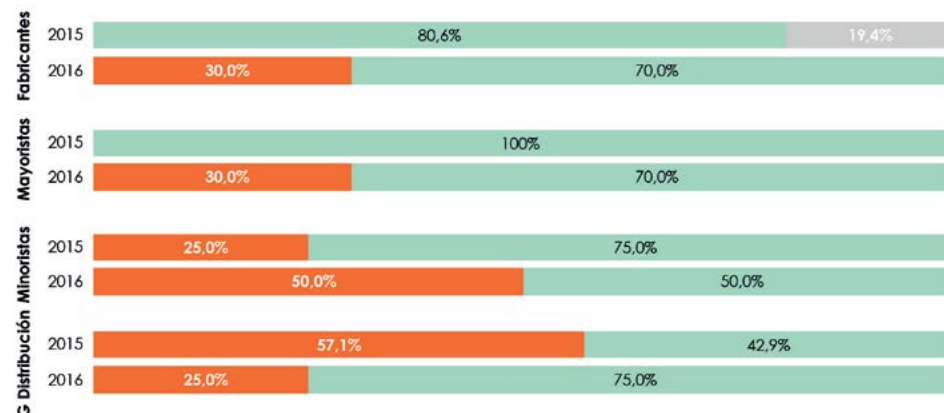
## Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

## RESPECTO A PAGOS

## Pagos "atípicos" que el cliente considera responsabilidad del fabricante /productor

Se produce  
No se produce nunca  
Ns/Nc

## CON RESPECTO A LOS PROVEEDORES



- Salvo en el caso de la G Distribución, donde la tendencia se da a la baja frente a 2015, en el resto de eslabones aumenta la ocurrencia de la "mala práctica".
- Fabricantes y mayoristas reconocen que se producen de forma ocasional.
- En el caso de minoristas aumenta al doble frente al 2015, con la diferencia además que aumenta la ocurrencia "frecuentemente" (ver tabla siguiente)



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria



GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

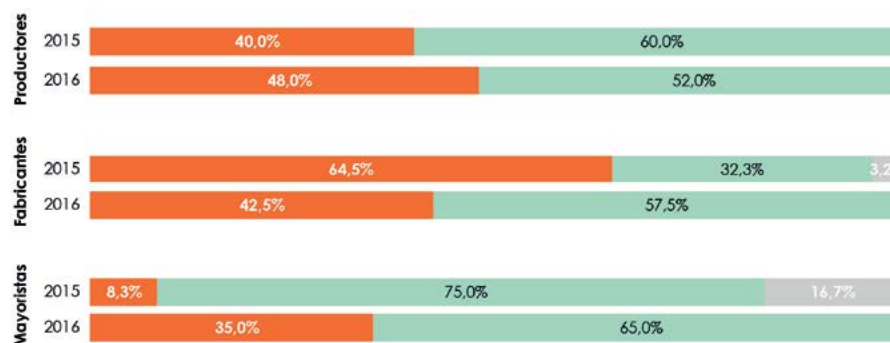
## Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

## RESPECTO A PAGOS

Pagos "atípicos" que el cliente considera responsabilidad del fabricante /productor

Se produce  
No se produce nunca  
Ns/Nc

## CON RESPECTO A LOS CLIENTES



- El comportamiento con respecto a los clientes es similar respecto a los proveedores, porque si bien mejora en algo en fabricantes, aumenta entre productores y mayoristas

Invest

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"

Diciembre 2016

-51-

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

## Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

## RESPECTO A PAGOS

Pagos "atípicos" que el cliente considera responsabilidad del fabricante /productor

	Productores		Fabricantes		Mayoristas		Minoristas		G. Distribución	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
<b>CON RESPECTO A LOS PROVEEDORES</b>										
Base:	0	0	31	40	12	20	4	6	7	4
No se produce nunca	-	-	80,6%	70,0%	100%	70,0%	75,0%	50,0%	42,9%	75,0%
Se produce ocasionalmente	-	-	-	25,0%	-	30,0%	-	33,3%	28,6%	25,0%
Se produce frecuentemente	-	-	-	2,5%	-	-	25,0%	16,7%	28,6%	-
Se produce siempre	-	-	-	2,5%	-	-	-	-	-	-
Ns/Nc	-	-	19,4%	-	-	-	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	,	,	1,	1,38	1,	1,3	1,5	1,67	1,86	1,25
<b>CON RESPECTO A LOS CLIENTES</b>										
Base:	10	25	31	40	12	20	0	0	0	0
No se produce nunca	60,0%	52,0%	32,3%	57,5%	75,0%	65,0%	-	-	-	-
Se produce ocasionalmente	30,0%	36,0%	32,3%	32,5%	8,3%	35,0%	-	-	-	-
Se produce frecuentemente	-	8,0%	22,6%	5,0%	-	-	-	-	-	-
Se produce siempre	10,0%	4,0%	9,7%	5,0%	-	-	-	-	-	-
Ns/Nc	-	-	3,2%	-	16,7%	-	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	1,6	1,64	2,1	1,58	1,1	1,35	,	,	,	,

Invest

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"

Diciembre 2016

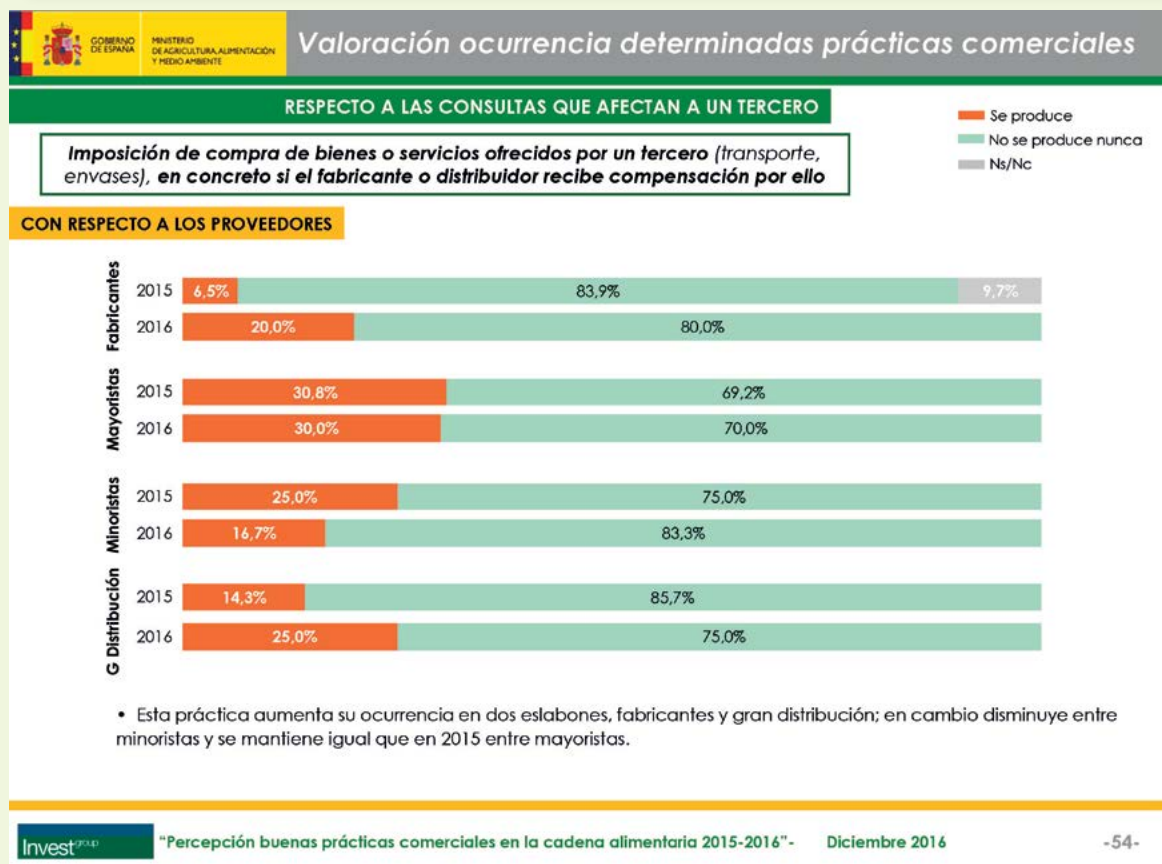
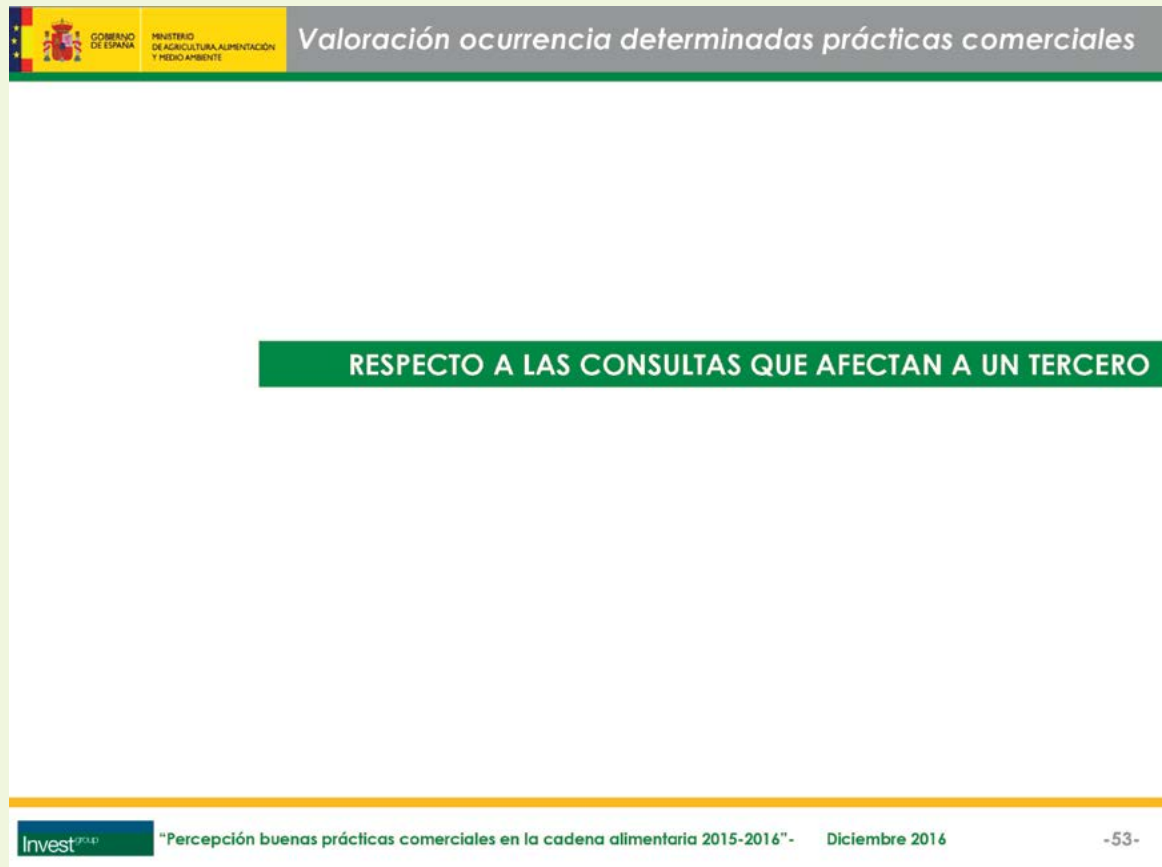
-52-



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

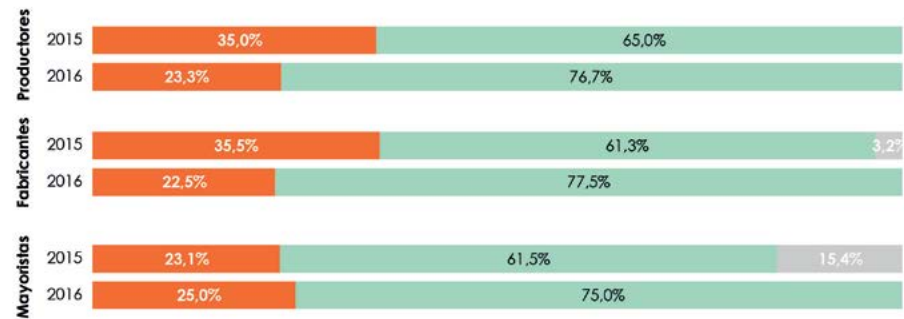
## Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

### RESPECTO A LAS CONSULTAS QUE AFECTAN A UN TERCERO

**Imposición de compra de bienes o servicios ofrecidos por un tercero (transporte, envases), en concreto si el fabricante o distribuidor recibe compensación por ello**

Se produce  
No se produce nunca  
Ns/Nc

#### CON RESPECTO A LOS CLIENTES



- Con respecto a los clientes, en general, disminuye o se mantiene que la práctica se produzca, en mayor o menor medida en cada eslabón

## RESPECTO A LAS RELACIONES ENTRE MARCA FABRICANTE Y MARCA DISTRIBUIDOR



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

RESPECTO A LAS RELACIONES ENTRE MARCA FABRICANTE Y MARCA DISTRIBUIDOR

Vinculación de la relación comercial del fabricante a la obligación de producir también marca del distribuidor

En este caso todo lo relativo a Marca fabricante – distribuidor solo se aplica a fabricantes y en relación a sus clientes

CON RESPECTO A LOS CLIENTES	Fabricantes	
	2015	2016
Base:	21	40
No se produce nunca	38,1%	85,0%
Se produce ocasionalmente	33,3%	15,0%
Se produce frecuentemente	23,8%	-
Se produce siempre	-	-
Ns/Nc	4,8%	-
<b>MEDIA</b>	<b>1,85</b>	<b>1,15</b>

• Mismo comportamiento que los casos anteriores. Vuelven a manifestar una alta no ocurrencia de la "mala práctica" en 2016 frente a 2015.

• Las razones del cambio frente a 2016 se explican en el punto anterior

InvestGROUP

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"-

Diciembre 2016

-57-

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

RESPECTO A LAS RELACIONES ENTRE MARCA FABRICANTE Y MARCA DISTRIBUIDOR

Modificaciones de fechas de caducidad sin causa justificada y sin un preaviso razonable

CON RESPECTO A LOS PROVEEDORES



CON RESPECTO A LOS CLIENTES



• Tanto en relación con los proveedores como con los clientes, esta "mala práctica" apenas no se produce cuando se manifestó en 2015. En 2016, o ha disminuido o se ha eliminado.

InvestGROUP

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"-

Diciembre 2016

-58-



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

## Valoración ocurrencia determinadas prácticas comerciales

### RESPECTO A LAS RELACIONES ENTRE MARCA FABRICANTE Y MARCA DISTRIBUIDOR

#### Modificaciones de fechas de caducidad sin causa justificada y sin un preaviso razonable

	Productores		Fabricantes		Mayoristas		Minoristas		G. Distribución	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
<b>CON RESPECTO A LOS PROVEEDORES</b>										
Base:	0	0	28	40	0	0	4	6	7	4
No se produce nunca	-	-	89,3%	92,5%	-	-	75,0%	100%	85,7%	100%
Se produce ocasionalmente	-	-	-	5,0%	-	-	25,0%	-	-	-
Se produce frecuentemente	-	-	-	2,5%	-	-	-	-	-	-
Se produce siempre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ns/Nc	-	-	10,7%	-	-	-	-	-	14,3%	-
<b>MEDIA</b>	,	,	1,	1,1	,	,	1,25	1,	1,	1,
<b>CON RESPECTO A LOS CLIENTES</b>										
Base:	0	0	28	40	0	0	0	0	0	0
No se produce nunca	-	-	82,1%	92,5%	-	-	-	-	-	-
Se produce ocasionalmente	-	-	10,7%	7,5%	-	-	-	-	-	-
Se produce frecuentemente	-	-	3,6%	-	-	-	-	-	-	-
Se produce siempre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ns/Nc	-	-	3,6%	-	-	-	-	-	-	-
<b>MEDIA</b>	,	,	1,19	1,08	,	,	,	,	,	,

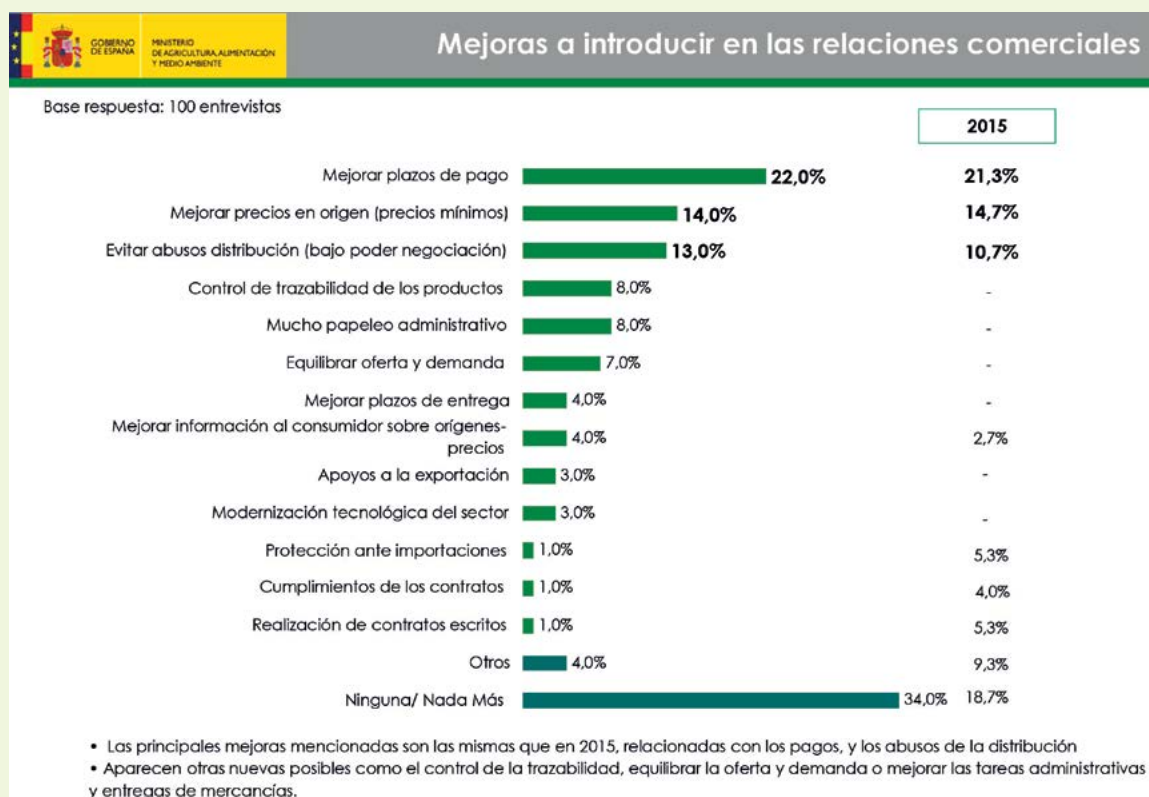
### Mejoras o cambios a introducir en las relaciones comerciales



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria



Invest

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"-

Diciembre 2016

-61-

**Mejoras a introducir en las relaciones comerciales**

	Productores		Fabricantes		Mayoristas		Minoristas		G. Distribución	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Base:	20	30	31	40	13	20	4	6	7	4
<b>Mejorar plazos de pago</b>	-	20,0%	<b>32,3%</b>	27,5%	<b>46,2%</b>	15,0%	-	16,7%	-	25,0%
<b>Mejorar precios en origen</b>	<b>25,0%</b>	30,0%	6,5%	2,5%	<b>23,1%</b>	10,0%	25,0%	33,3%	-	-
<b>Evitar abusos distribución (bajo poder negociación)</b>	5,0%	10,0%	19,4%	17,5%	-	15,0%	-	-	14,3%	-
<b>Mucho papeleo administrativo</b>	-	10,0%	-	-	-	25,0%	-	-	-	-
<b>Control de trazabilidad de los productos</b>	-	13,3%	-	2,5%	-	5,0%	-	33,3%	-	-
<b>Equilibrar oferta y demanda</b>	-	10,0%	-	2,5%	-	10,0%	-	-	-	25,0%
<b>Mejorar información al consumidor</b>	5,0%	13,3%	6,5%	-	-	-	-	-	14,3%	-
<b>Mejorar plazos de entrega</b>	-	-	-	5,0%	-	10,0%	-	-	-	-
<b>Modernización tecnológica del sector</b>	-	3,3%	-	2,5%	-	5,0%	-	-	-	-
<b>Apoyos a la exportación</b>	-	-	-	5,0%	-	5,0%	-	-	-	-
<b>Contratos escritos</b>	10,0%	3,3%	-	-	7,7%	-	25,0%	-	-	-
<b>Cumplimientos de los contratos</b>	5,0%	3,3%	6,5%	-	-	-	-	-	-	-
<b>Protección ante importaciones</b>	10,1%	-	-	-	7,7%	5,0%	25,0%	-	-	-
<b>Otros</b>	15,0%	10,0%	9,7%	2,5%	-	-	-	-	14,3%	-
<b>Ninguna mejora / nada más</b>	15,0%	26,7%	16,1%	42,5%	7,7%	20,0%	25,0%	50,0%	<b>57,1%</b>	50,0%

Invest

"Percepción buenas prácticas comerciales en la cadena alimentaria 2015-2016"-

Diciembre 2016

-62-

## ANEXO 2

### INFORMES SOBRE PRÁCTICAS COMERCIALES EN LA CADENA ALIMENTARIA

Percepción  
buenas  
prácticas  
comerciales  
en la cadena  
alimentaria

**CONTACTO:** **Rosa Fierres**  
Directora General  
C/ San Jacinto, 1 y 3  
46008 Valencia – España –  
Tel. 963.826.370  
607.29.71.93

[rfierres@invest-group.com](mailto:rfierres@invest-group.com)  
[www.invest-group.com](http://www.invest-group.com)



Invest Group



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria



## Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario

MONOGRÁFICO LEY DE MEDIDAS PARA MEJORAR EL  
FUNCIONAMIENTO DE LA CADENA ALIMENTARIA  
(Productores, Industria, Mayoristas y Distribuidores)

Tercer Trimestre 2017

Monográfico

Productores – Industria – Mayoristas – Distribuidores

### FICHA TÉCNICA

- Realización de **entrevistas telefónicas** mediante el sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) a una **muestra aleatoria** de cada uno de los agentes de la cadena
- Para cada tipología de agente se seleccionan los siguientes subsectores o tipologías de establecimientos

PRODUCTORES	INDUSTRIA	MAYORISTAS	DISTRIBUIDORES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Hortalizas</li> <li>Frutas</li> <li>Cítricos</li> <li>Grasas y aceites</li> <li>Vitivinícola</li> <li>Porcino</li> <li>Aves + huevos</li> <li>Resto cárnicos</li> <li>Lácteos</li> <li>Pesca marítima</li> <li>Acuicultura</li> <li>Cereales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cárnico</li> <li>Pesca</li> <li>Aceite</li> <li>Lácteo</li> <li>Hortofrutícola</li> <li>Vitivinícola</li> <li>Otros               <ul style="list-style-type: none"> <li>Pan y galletas</li> <li>Azúcar</li> <li>Chocolate</li> <li>Bebidas no alcoh.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cárnico</li> <li>Pesca</li> <li>Hortofrutícola</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tienda tradicional</li> <li>Mercados</li> <li>Auto/superservicio</li> <li>Tienda descuento</li> <li>Super 400-999 m<sup>2</sup></li> <li>Super 1.000-2.499 m<sup>2</sup></li> <li>Hipermercado</li> </ul>
• 1.050 entrevistas	• 800 entrevistas	• 150 entrevistas	• 700 entrevistas
Margen de error ±3,1%	±3,5%	±8,1%	±3,8%

Gerente, propietario, responsable de departamento (marketing, institucional, etc.).

- Grandes superficies: jefes de sección, de Producto, de Compra, director de Hipermercado.
- Medianas superficies: responsables de Compras, gerente del establecimiento o similar.
- Pequeñas y medianas superficies: propietario, gerente o similar.



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

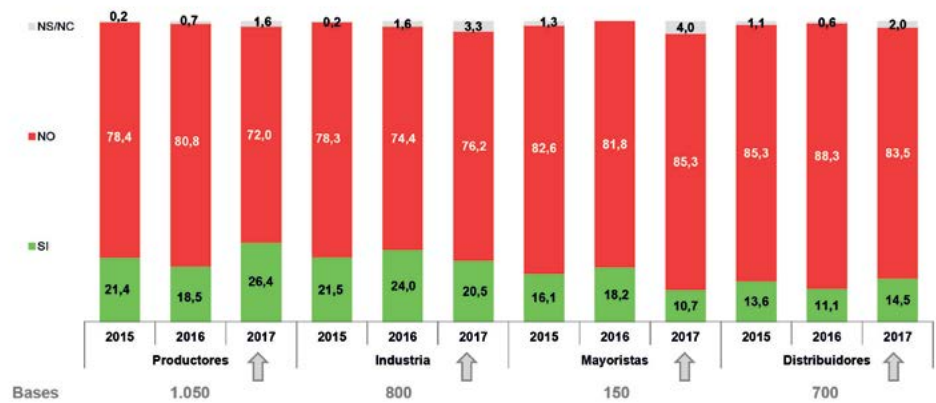
Monográfico  
Ley de medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria

### CONOCIMIENTO DE LA LEY 12/2013

¿Conoce la Ley 12/2013 de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria?

(\*) Respuesta única.

%



- **Productores:** Mayor conocimiento en el subsector de Aceites y Grasas.
- **Industria:** Mayor conocimiento en el subsector de Aceites y Grasas.
- **Distribución:** Mayor conocimiento en supermercados con superficie entre 400/999 m2

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2017

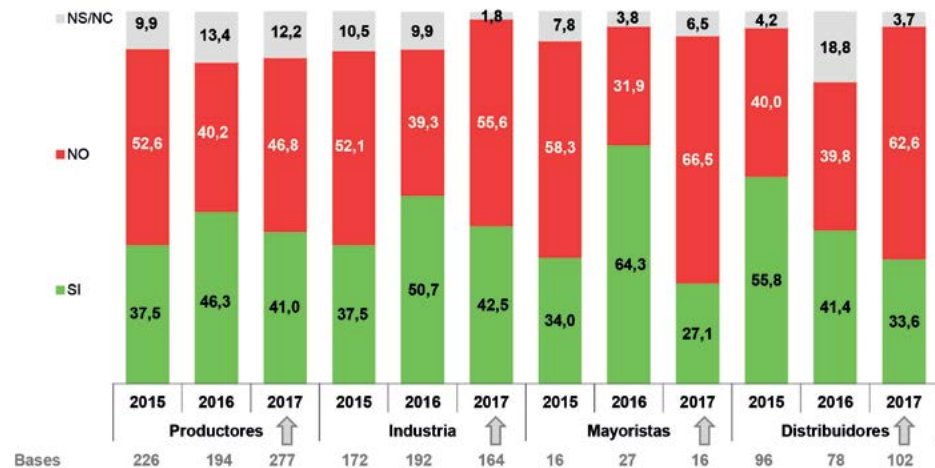
3

### EFFECTIVIDAD DE LA LEY 12/2013

¿Cree que dicha Ley ha mejorado las relaciones comerciales?

(\*) Respuesta única.

%



Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2017

4





## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria

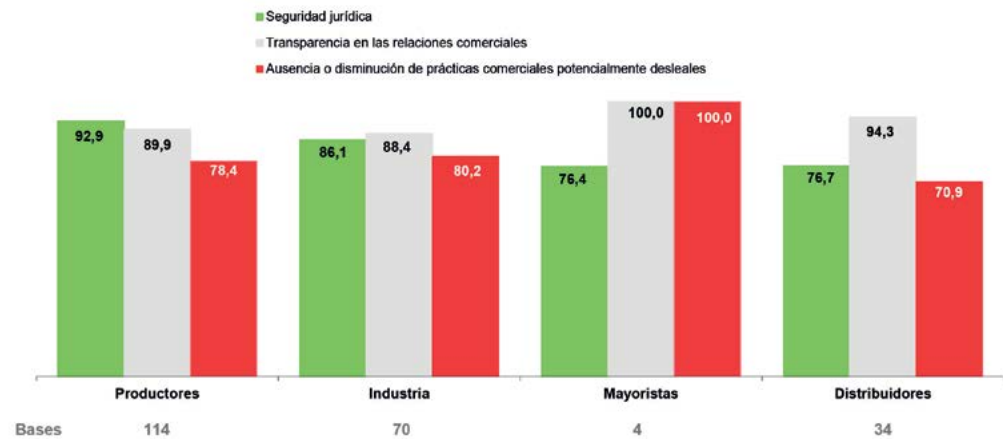
## MEJORA DE DIFERENTES ASPECTOS DE LA LEY

De los siguientes aspectos que le voy a leer, dígame si cree que ha mejorado o no

(\*) Respuesta única por ítem. Se reflejan los porcentajes de las respuestas afirmativas

%

Resultados 2017



Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2017

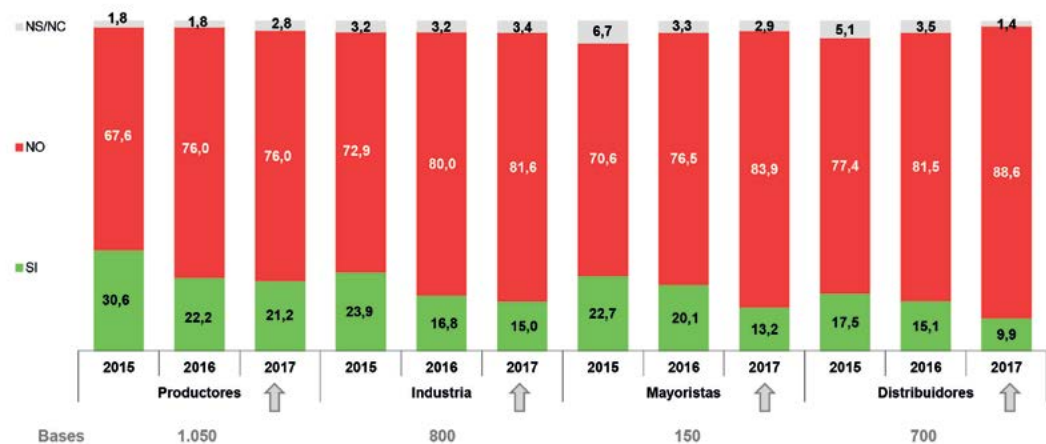
5

## PRÁCTICAS COMERCIALES ABUSIVAS

¿Considera que su empresa, actualmente, está expuesta a prácticas comerciales abusivas?

(\*) Respuesta única.

%



- **Productores:** Mayor exposición a prácticas comerciales abusivas en el sector lácteo
- **Industria:** Mayor exposición a prácticas comerciales abusivas en el sector lácteo
- **Distribución:** Mayor exposición a prácticas comerciales abusivas en autoservicios/superservicios

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2017

6



ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

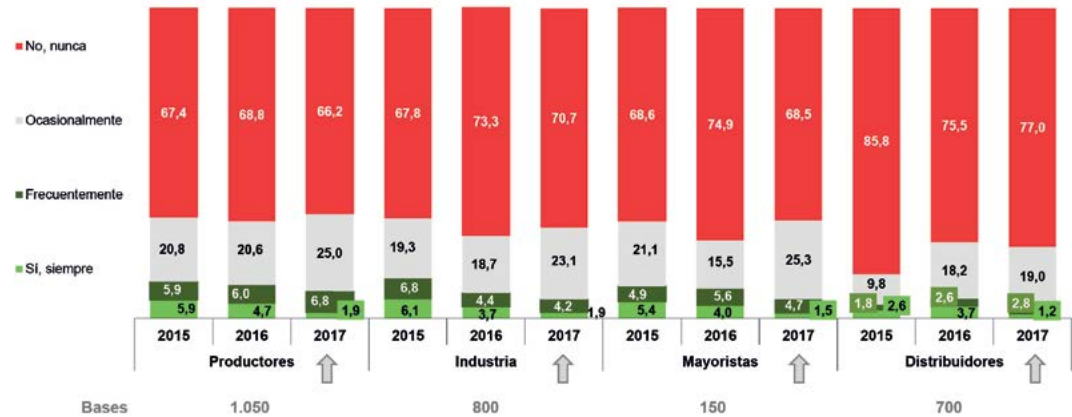
Monográfico  
Ley de medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria

FORMALIZACIÓN DE RELACIONES COMERCIALES

¿Tiene dificultad a la hora de formalizar las relaciones comerciales de venta con sus clientes?

(\*) Respuesta única.

(\*) En el caso de los distribuidores se pregunta por las relaciones comerciales con sus proveedores.

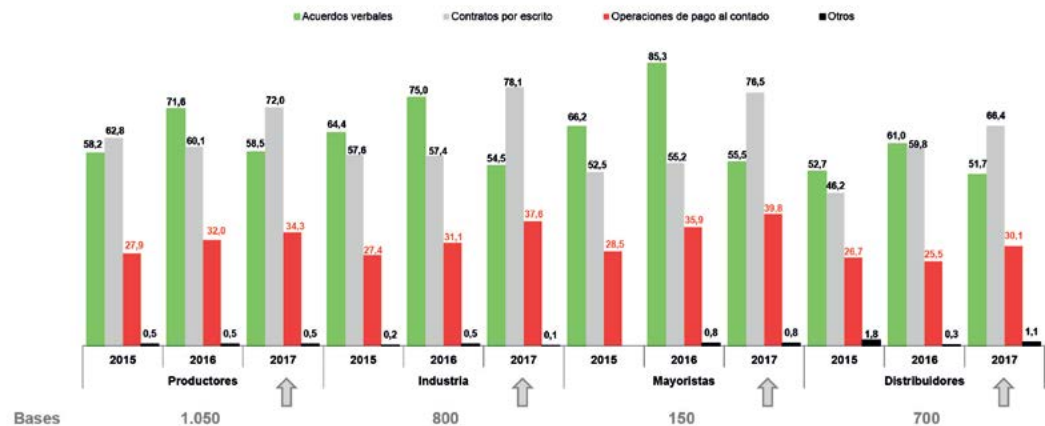


- **Productores:** Mayor dificultad en el sector lácteo
- **Industria:** Mayor dificultad en el sector lácteo
- **Distribución:** Resultados homogéneos por canal

FORMALIZACIÓN DE RELACIONES COMERCIALES

¿De qué manera formaliza las relaciones comerciales con sus clientes?

(\*) Respuesta múltiple. Sugerida.



(\*) En el caso de los distribuidores se pregunta por las relaciones comerciales con sus proveedores.



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria

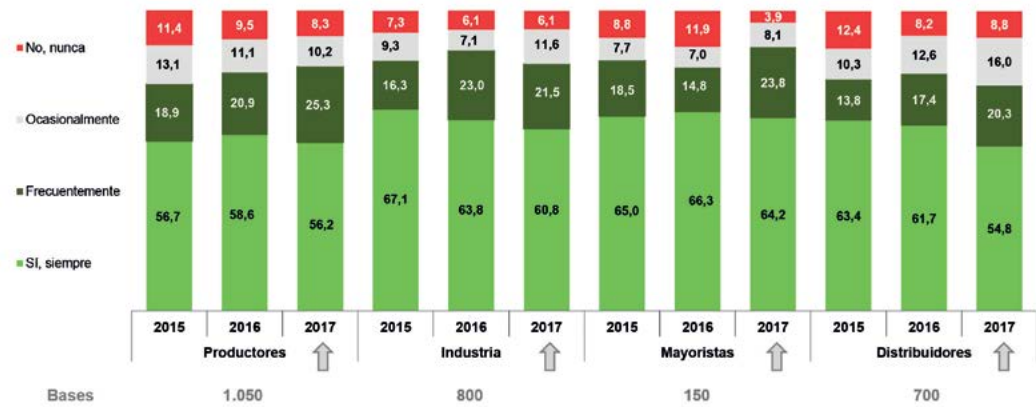


### CONDICIONES DEL CONTRATO

¿Considera que tiene capacidad para pactar libremente con sus clientes las condiciones del contrato?

(\*) Respuesta única.

%



- **Productores:** Menor capacidad para pactar libremente en el sector lácteo
- **Industria:** Menor capacidad para pactar libremente en el sector lácteo
- **Distribución:** Menor capacidad para pactar libremente en Hard Discount

(\*) En el caso de los distribuidores se pregunta por las relaciones comerciales con sus proveedores.

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2017

9

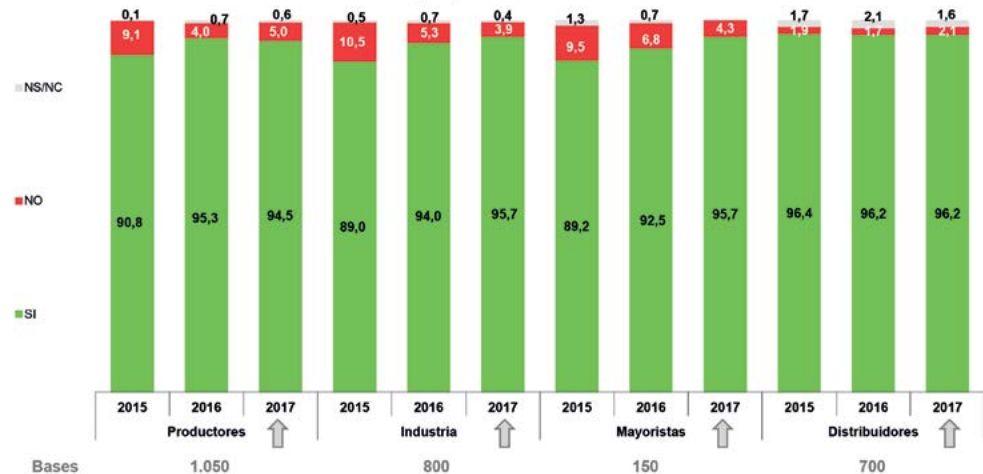
### CONDICIONES DEL CONTRATO

¿Cumplen sus clientes las condiciones establecidas en el contrato?

(\*) En el caso de los distribuidores se pregunta por las relaciones comerciales con sus proveedores.

(\*) Respuesta única.

%



- **Productores:** Resultados muy homogéneos por subsector.
- **Industria:** Resultados homogéneos por subsector.
- **Distribución:** Resultados homogéneos por canal.

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2017

10

ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria

CONDICIONES DEL CONTRATO

Indique cuáles, si se cumplen y cuáles no

(\*) Respuesta única por ítem. Pregunta sugerida

%

	Productores			Industria			Mayoristas			Distribuidores		
	2017	2016	2015	2017	2016	2015	2017	2016	2015	2017	2016	2015
Precio del contrato	96,7	97,6	95,3	98,0	98,2	96,3	95,8	97,9	98,7	97,1	99,4	98,1
Condiciones de pago	90,2	94,2	81,7	91,0	89,1	79,9	89,9	90,2	82,1	96,7	99,6	97,4
Condiciones de entrega y puesta a disposición de los productos	95,7	98,8	95,8	96,2	98,1	95,5	96,1	97,8	98,0	96,3	99,2	97,3
Derechos y obligaciones de las partes contratantes	96,8	98,7	95,9	98,8	98,5	94,2	98,6	96,6	90,3	98,5	99,7	97,9
Información que deben suministrarse las partes	96,0	99,2	97,3	98,2	98,9	97,1	96,7	96,9	96,7	98,1	99,7	96,9
Duración del contrato, condiciones de renovación y modificación del mismo	94,2	97,5	95,0	96,5	95,8	96,5	95,8	97,1	92,3	98,6	99,4	95,2
Causas, formalización y efectos de la extinción del contrato	92,9	96,8	95,0	95,5	93,1	94,8	96,2	97,1	91,7	97,9	97,5	94,8
Bases	1050			800			150			700		

(\*\*) La tabla refleja las respuestas afirmativas. En naranja las condiciones con menor porcentaje de cumplimiento en 2017.

En la imagen falta la línea de separación entre Información y Duración y en 1.050 el punto

(\*) En el caso de los distribuidores se pregunta por las relaciones comerciales con sus proveedores.

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2017

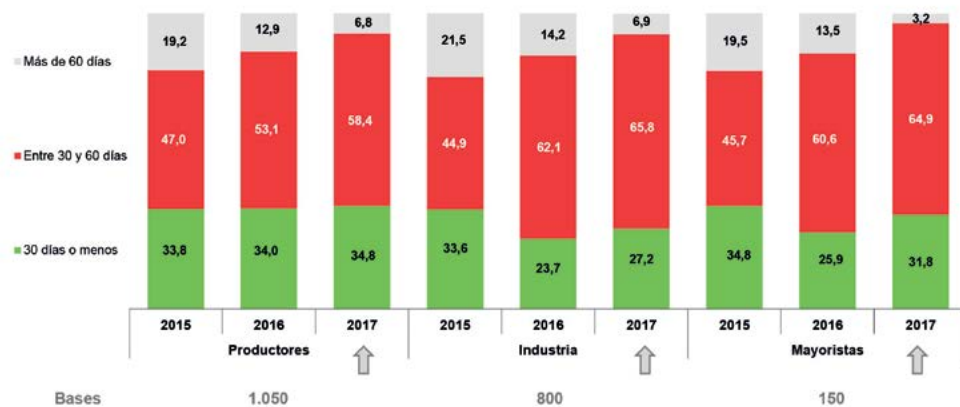
11

PLAZOS DE PAGO

¿En cuánto tiempo le pagan a Usted, a partir de la fecha de entrega de la mercancía?

(\*) Respuesta única.

%



- **Productores:** Resultados muy homogéneos por subsector.
- **Industria:** Resultados homogéneos por subsector.

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2017

12



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

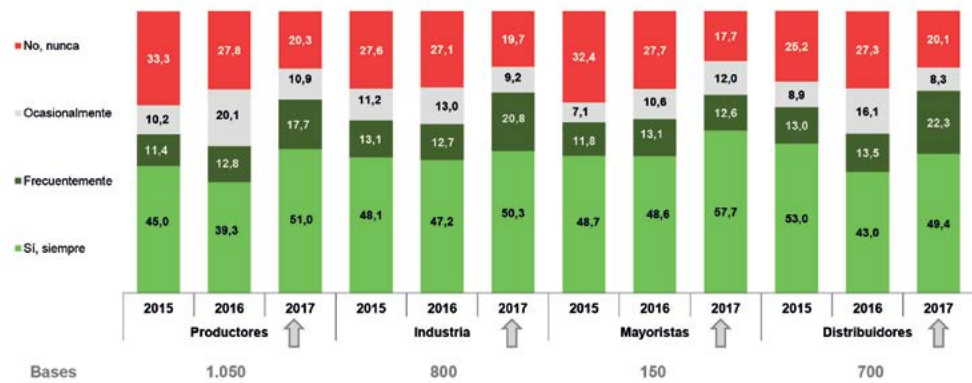
Monográfico  
Ley de medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria

### MODIFICACIÓN DEL CONTRATO

¿En los contratos aparecen las cláusulas/condiciones relativas a su modificación?

(\*) Respuesta única.

%



- **Productores:** Subsectores porcino y cereales cuentan con los mayores porcentajes de "nunca aparecen las cláusulas/condiciones relativas a la modificación del contrato"
- **Industria:** Resultados homogéneos por subsector.
- **Distribución:** Tiendas Tradicionales y mercados mayores porcentajes de "nunca aparecen las cláusulas/condiciones relativas a la modificación del contrato"

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2017

13

### MODIFICACIÓN DEL CONTRATO

¿Le modifican las condiciones del contrato sin su consentimiento?

(\*) Respuesta única.

%



- **Productores:** Resultados homogéneos por subsector.
- **Industria:** Resultados homogéneos por subsector.
- **Distribución:** Resultados homogéneos por canal.

Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 3º trimestre 2017

14



ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

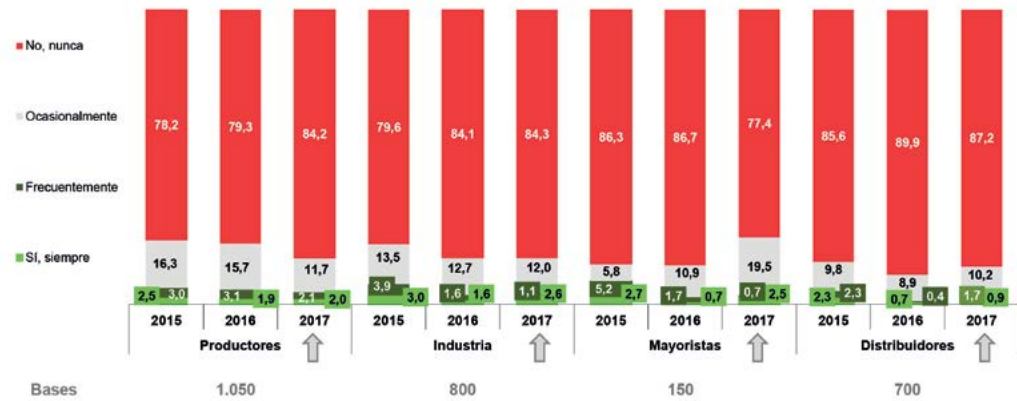
Monográfico  
Ley de medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria

OTROS OPERADORES

Respecto a su iniciativa empresarial  
¿otro operador se ha aprovechado de ella para su beneficio propio?

%

(\*) Respuesta única.



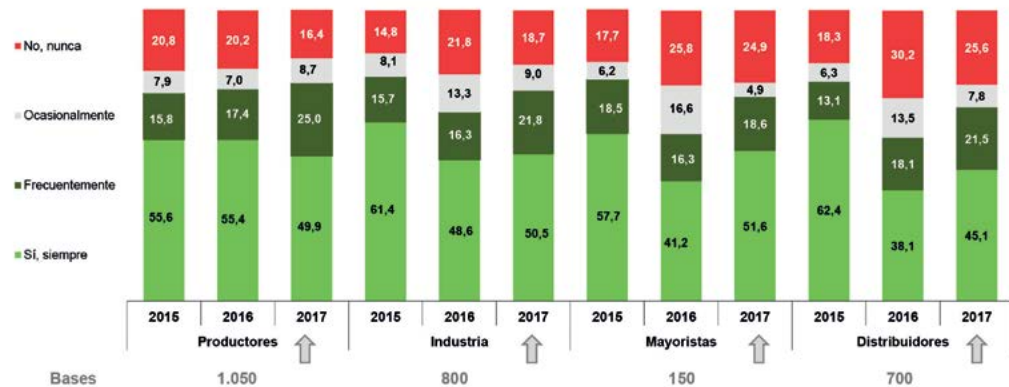
- **Productores:** Resultados homogéneos por subsector.
- **Industria:** Resultados homogéneos por subsector.
- **Distribución:** Resultados homogéneos por canal.

SUMINISTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL SENSIBLE

En los contratos, ¿se especifica la información que las partes deben proporcionarse para poder cumplir con las respectivas obligaciones contractuales?

%

(\*) Respuesta única.



- **Productores:** Aumenta el porcentaje de entrevistados que manifiestan que nunca se especifica la información que las partes deben proporcionarse para poder cumplir con las respectivas obligaciones contractuales en el subsector pesquero marítimo.
- **Industria:** Aumenta el porcentaje de entrevistados que manifiestan que nunca se especifica la información que las partes deben proporcionarse para poder cumplir con las respectivas obligaciones contractuales en es subsector de pan, pastelería y galletas.
- **Distribución:** Resultados homogéneos por canal.



ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

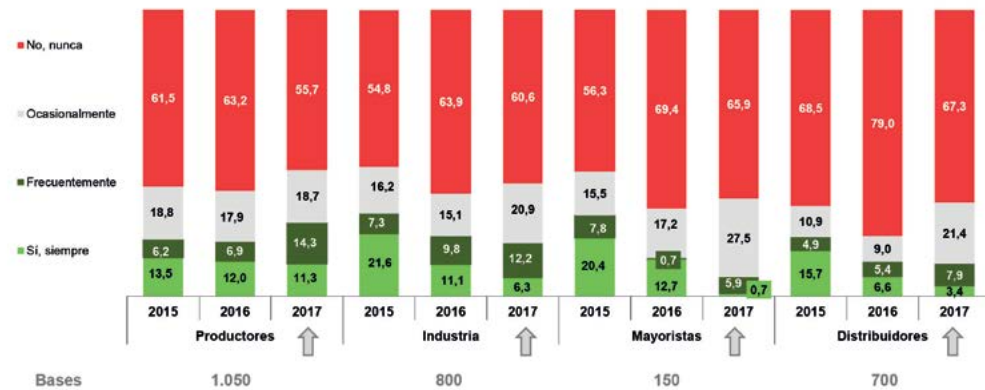
Monográfico  
Ley de medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria

SUMINISTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL SENSIBLE

¿Le exigen información comercial sensible sobre sus productos, sobre otros operadores o documentos que verifiquen esa información, sin que así conste en el acuerdo?

%

(\*) Respuesta única.



- **Productores:** En el subsector de grasas y aceites aumenta el porcentaje de entrevistados que manifiesta que siempre le exigen información comercial sensible sobre sus productos, otros operadores o documentos que verifiquen esa información sin que conste en el acuerdo.
- **Industria:** En el subsector cárnico aumenta el porcentaje que manifiesta que siempre/ frecuentemente le exigen información comercial sensible.
- **Distribución:** En Mercados aumenta el porcentaje que manifiesta que siempre/frecuentemente le exigen información comercial sensible.

CONCLUSIONES



## ANEXO 2

INFORMES  
SOBRE  
PRÁCTICAS  
COMERCIALES  
EN LA CADENA  
ALIMENTARIA

Monográfico  
Ley de medidas  
para mejorar el  
funcionamiento  
de la cadena  
alimentaria



## CONCLUSIONES

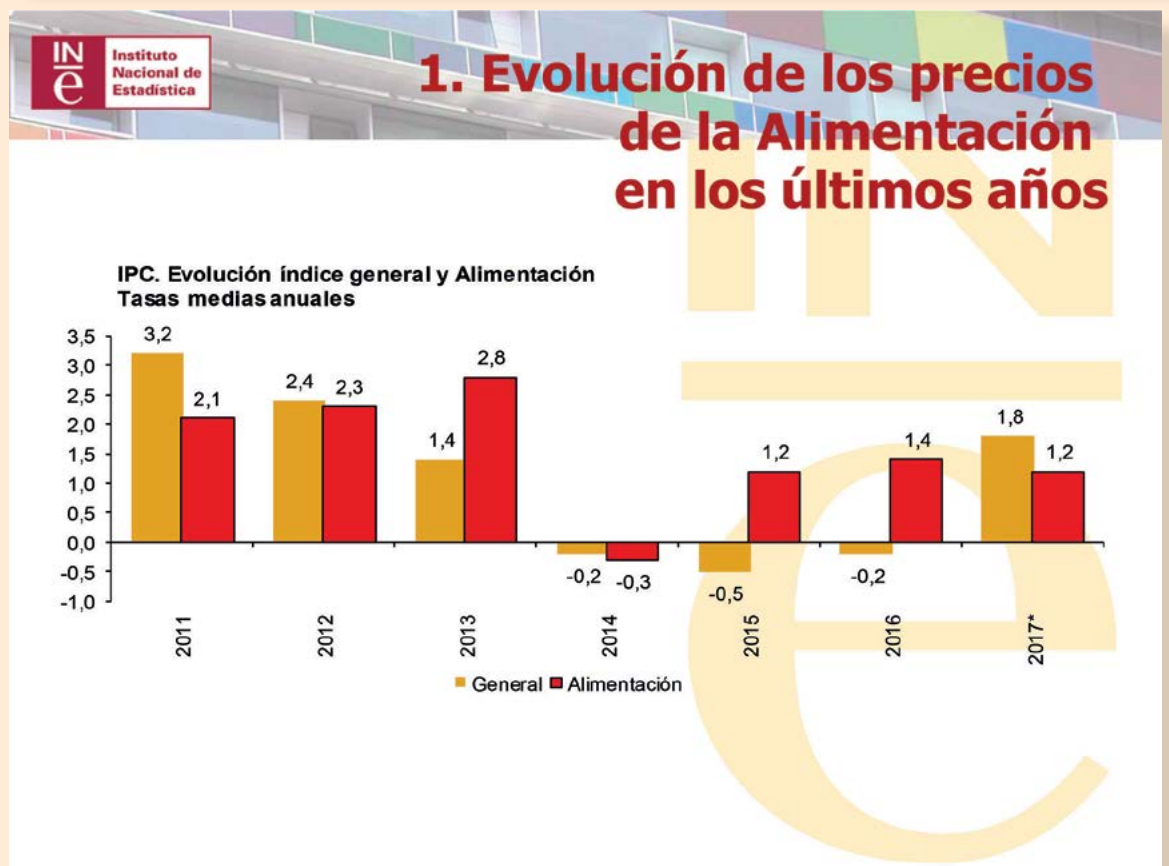
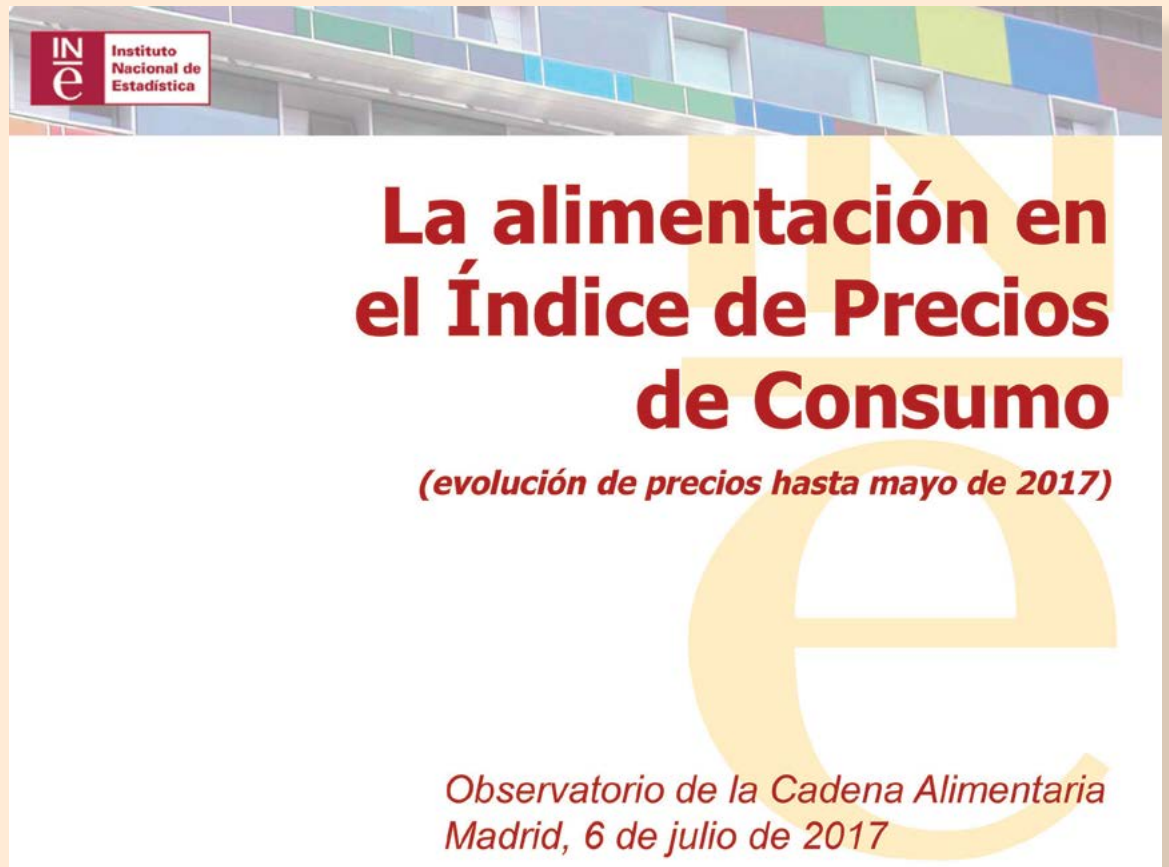
- El **desconocimiento de la Ley 12/2013** de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena sigue siendo **bastante elevado**. Respecto a 2015 y 2016 mejoran los resultados de productores y distribuidores mientras que los de industrias y mayoristas empeoran.
- Entre los que la conocen (26,4% de los productores, 20,5% de las industrias, 10,7% de los mayoristas y 14,5% de los distribuidores):
  - La mayoría de industrias, mayoristas y distribuidores no creen que dicha Ley haya mejorado las relaciones comerciales.
  - En el caso de los productores, disminuye el porcentaje de los que creen que la Ley ha mejorado las relaciones comerciales (46,3% en 2016 frente a 41% en 2017).
- La mayoría de agentes no cree que su empresa esté expuesta a prácticas comerciales abusivas. Respecto a 2015 y 2016 los resultados mejoran en las 4 tipologías de agentes.
- En cuanto a la formalización de relaciones comerciales, al igual que en años anteriores, la mayoría no tiene dificultad en este aspecto. Los distribuidores son los que menor dificultad tienen para formalizar las relaciones comerciales con sus proveedores. En la mayoría de los casos, las relaciones comerciales se formalizan mediante acuerdos verbales y contratos por escrito. Respecto a 2015 y 2016 aumenta notablemente la formalización de relaciones comerciales a través de contratos por escrito.
- La gran mayoría de agentes considera que tiene capacidad para pactar libremente con sus clientes las condiciones del contrato, pero un 8,3% de los productores, un 6,1% de las industrias, un 3,9% de los mayoristas y un 8,8% de los distribuidores manifiestan que no. Respecto a 2016 mejoran los resultados de productores y mayoristas y empeoran ligeramente los de industrias y distribuidores.

## CONCLUSIONES

- En la inmensa mayoría de los casos se cumplen las condiciones establecidas en el contrato. Los resultados se mantienen respecto a los buenos niveles de 2015 y 2016.
- Respecto a los plazos de pago, la mayoría cobra en un plazo máximo de 60 días a partir de la fecha de entrega de la mercancía, pero un 6,8% de los productores afirma cobrar en un plazo superior. Este porcentaje se sitúa en un 6,9% en el caso de la industria y en un 3,2% en el caso de los mayoristas. Los resultados de las tres tipologías de agentes mejoran respecto a los obtenidos en 2015 y 2016.
- En cuanto a los contratos:
  - No siempre recogen las cláusulas/condiciones relativas a su modificación. Entre los productores, un 20,3% manifiesta que nunca aparecen, porcentaje que se sitúa en un 19,7% entre las industrias, un 17,7% entre los mayoristas y un 20,1% entre los distribuidores. Datos que mejoran respecto a 2015 y 2016. De cualquier manera, la gran mayoría de agentes manifiesta que las condiciones del contrato no se suelen modificar sin su consentimiento.
  - Disminuye el número de agentes que manifiesta que no se especifica la información que las partes deben proporcionarse para poder cumplir con las respectivas obligaciones contractuales (16,4% entre los productores, 18,7% industrias, 24,9% mayoristas y 25,6% distribuidores).
  - La mayoría de agentes (55,7% de productores, 60,6% de industrias, 65,9% de mayoristas y 67,3% de distribuidores) manifiesta que nunca le exigen información comercial sensible sobre sus productos, otros operadores o documentos que verifiquen la información sin que conste en el acuerdo. Los resultados en este aspecto mejoran en industria, mayoristas y distribuidores y empeoran en el caso de los productores.



## ANEXO 3

ÍNDICE DE  
PRECIOS AL  
CONSUMOHasta mayo  
2017

## ANEXO 3

ÍNDICE DE  
PRECIOS AL  
CONSUMOHasta mayo  
2017

**INE** Instituto Nacional de Estadística

Repercusiones de las variaciones medias, por grupos

	2012	2013	2014	2015	2016	2017 (mayo)
<b>Índice general</b>	2,4	1,4	-0,2	-0,5	-0,2	2,5
<b>Alimentos y bebidas no alcohólicas</b>	<b>0,425008</b>	<b>0,508291</b>	<b>-0,066744</b>	<b>0,147748</b>	<b>0,258327</b>	<b>0,250209</b>
Bebidas alcohólicas y tabaco	0,170547	0,177496	0,0438698	0,039400	0,013527	0,050436
Vestido y calzado	0,022361	0,003315	0,008133	-0,182045	0,047782	0,037818
Vivienda	<b>0,60819</b>	0,116249	0,1686039	<b>-0,198596</b>	<b>-0,55256</b>	<b>0,750745</b>
Menaje	0,05854	0,059867	-0,034125	-0,020553	0,009681	-0,02055
Medicina	0,11118	<b>0,221085</b>	0,004514	0,003000	-0,00829	0,03382
Transporte	<b>0,72555</b>	0,063946	<b>-0,147456</b>	<b>-0,550044</b>	<b>-0,32655</b>	<b>0,929586</b>
Comunicaciones	-0,130393	-0,15241	<b>-0,203325</b>	-0,057070	0,085851	0,066633
Ocio y cultura	0,051663	0,053274	<b>-0,096236</b>	-0,016517	-0,06712	0,098681
Enseñanza	0,068083	0,120177	0,0296932	0,015981	0,009699	0,016616
Hoteles, cafés y restaurantes	0,101657	0,056247	0,0522924	0,085872	0,127303	0,18372
Otros bienes y servicios	0,216042	<b>0,190769</b>	0,0936251	0,141879	0,150532	0,077803

**INE** Instituto Nacional de Estadística

Tasas de variación de las medias anuales por componentes de la Alimentación

	Variación de las medias anuales						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*
Pan y cereales	1,7	1,9	1,2	-0,4	0,1	0,2	-0,6
Carne	1,9	2,0	1,7	0,3	-0,3	-0,4	0,1
Pescado y marisco	3,7	1,6	1,8	2,9	1,9	3,7	3,1
Leche, queso y huevos	1,6	3,4	0,4	1,0	-0,9	-1,1	-1,0
Aceites y grasas	0,4	2,9	17,9	-8,6	16,2	9,0	-0,5
Frutas	1,0	4,3	8,8	-3,0	3,3	5,3	4,5
Legumbres y hortalizas	0,7	0,6	4,9	-2,7	3,9	2,8	7,7
Azúcar, chocolates y confituras	4,8	2,3	0,8	-1,6	-1,5	1,2	0,1
Café, té y cacao	10,1	5,5	-0,2	-1,5	0,6	-0,1	-0,7
Agua mineral, refrescos y zumos	0,6	1,5	1,8	0,1	1,0	1,8	-0,3



## ANEXO 3

ÍNDICE DE  
PRECIOS AL  
CONSUMOHasta mayo  
2017

**2. Mayo 2017. Tasas mensuales**

**Índice de Precios de Consumo. Base 2016**  
**Mayo 2017**

**1. Índices nacionales: general y de grupos**

Grupo	Índice	% Variación			Repercusión	
		Mensual	En lo que va de año	Anual	Mensual	En lo que va de año
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	102,0	-0,1	0,0	1,9		
1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	101,0	0,3	0,7	1,1	0,058	0,146
2. Bebidas alcohólicas y tabaco	101,7	0,1	1,2	1,5	0,003	0,036
3. Vestido y calzado	107,2	2,4	-2,1	0,1	0,157	-0,140
4. Vivienda	102,8	0,3	-1,4	5,4	0,033	-0,186
5. Menaje	100,0	0,3	-0,3	-0,4	0,016	-0,020
6. Medicina	100,9	0,2	0,7	0,9	0,007	0,027
7. Transporte	103,5	-1,1	0,1	3,4	-0,166	0,013
8. Comunicaciones	101,9	0,5	1,1	2,0	0,020	0,040
9. Ocio y cultura	99,5	-2,3	-2,1	1,2	-0,194	-0,182
10. Enseñanza	100,7	0,0	0,1	1,0	0,000	0,001
11. Hoteles, cafés y restaurantes	101,8	0,0	1,7	1,8	0,005	0,207
12. Otros bienes y servicios	100,9	0,0	0,3	1,1	0,001	0,021

**Grupos de alimentos con mayor repercusión en la tasa mensual. Mayo de 2017.**

-La tasa mensual del IPC general en mayo de 2017 fue del -0,1 %.

-La alimentación repercutió 0,058 en dicha variación (tasa mensual del 0,3%).

**Productos con mayor repercusión positiva**

**ALIMENTACIÓN**

**Varmens Repercusión**

* Frutas frescas	5,2	0,098
* Carne	0,5	0,026
* Aceites y grasas	2,3	0,013

**Productos con mayor repercusión negativa**

**ALIMENTACIÓN**

**Varmens Repercusión**

* Legumbres y hortalizas	-3,8	-0,075
* Pescado y marisco	-0,5	-0,012



## ANEXO 3

ÍNDICE DE  
PRECIOS AL  
CONSUMOHasta mayo  
2017

## 3. Mayo 2017. Tasas anuales

## Índice de Precios de Consumo. Base 2016

Mayo 2017

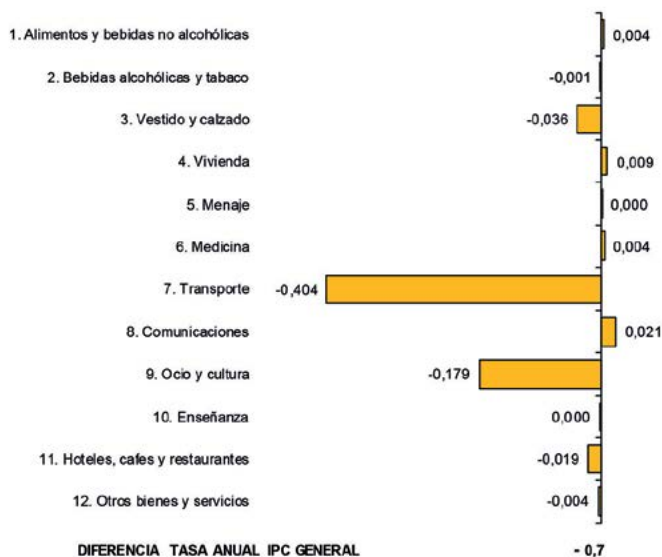
## 1. Índices nacionales: general y de grupos

Grupo	Índice	% Variación			Repercusión	
		Mensual	En lo que va de año	Anual	Mensual	En lo que va de año
ÍNDICE GENERAL	102,0	-0,1	0,0	1,9		
1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	101,0	0,3	0,7	1,1	0,058	0,146
2. Bebidas alcohólicas y tabaco	101,7	0,1	1,2	1,5	0,003	0,036
3. Vestido y calzado	107,2	2,4	-2,1	0,1	0,157	-0,140
4. Vivienda	102,8	0,3	-1,4	5,4	0,033	-0,186
5. Menaje	100,0	0,3	-0,3	-0,4	0,016	-0,020
6. Medicina	100,9	0,2	0,7	0,9	0,007	0,027
7. Transporte	103,5	-1,1	0,1	3,4	-0,166	0,013
8. Comunicaciones	101,9	0,5	1,1	2,0	0,020	0,040
9. Ocio y cultura	99,5	-2,3	-2,1	1,2	-0,194	-0,182
10. Enseñanza	100,7	0,0	0,1	1,0	0,000	0,001
11. Hoteles, cafés y restaurantes	101,8	0,0	1,7	1,8	0,005	0,207
12. Otros bienes y servicios	100,9	0,0	0,3	1,1	0,001	0,021

Influencia de los grupos en la evolución  
de la tasa anual del IPC. Mayo de 2017

- En mayo la tasa anual del IPC es del 1,9 %, siete décimas por debajo de la de abril.
- La alimentación se mantiene en el 1,1%

## Influencia de los grupos en la tasa anual del IPC



## ANEXO 3

ÍNDICE DE  
PRECIOS AL  
CONSUMOHasta mayo  
2017

### Grupos de alimentos con mayor influencia en la tasa anual. Mayo 2017.

-La tasa anual del IPC general en mayo de 2017 fue del 1,9 %, siete décimas por debajo de la de abril.

-La alimentación ha tenido efecto de -0,004 puntos.

	Repercusiones
<b>Alimentación</b>	<b>-0,004</b>
Carne	0,033
Aceites y grasas	0,011
Legumbres y hortalizas	-0,047

### Evolución de las variaciones anuales. General y Alimentos Años 2008-2016

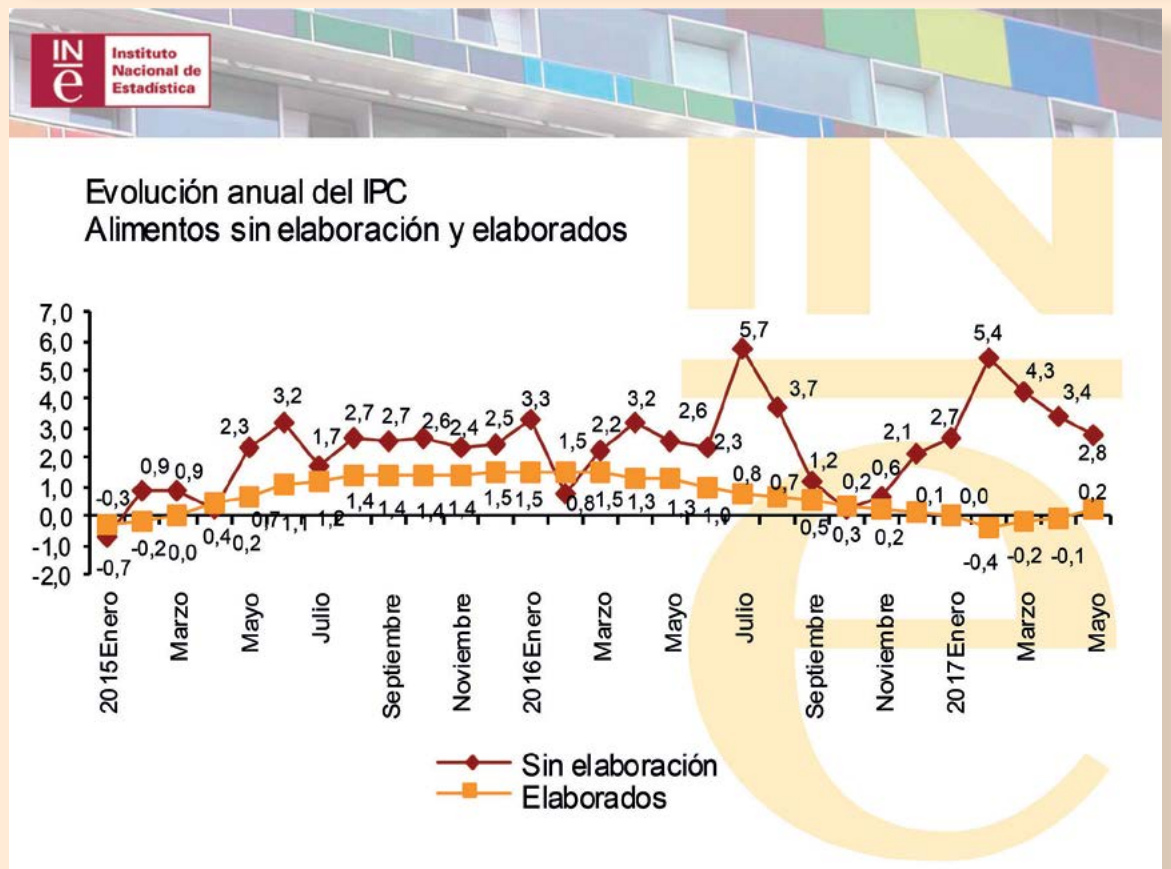
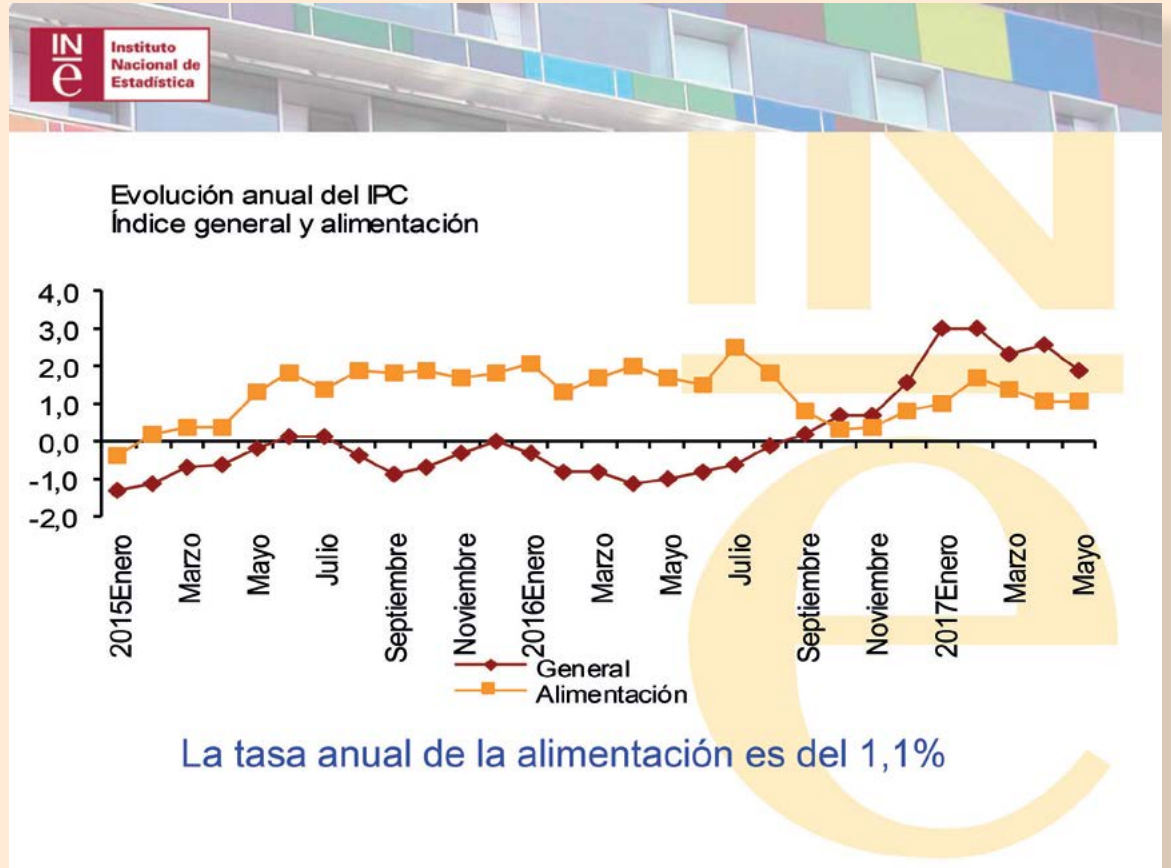
IPC. Tasas de variación anuales (%). General y Alimentación.				
		General	Alimentos	Diferencia
<b>Año 2008</b>	<b>Diciembre</b>	1,4	2,4	1,0
<b>Año 2009</b>	<b>Diciembre</b>	0,8	-2,4	-3,2
<b>Año 2010</b>	<b>Diciembre</b>	3,0	0,7	-2,3
<b>Año 2011</b>	<b>Diciembre</b>	2,4	2,1	-0,3
<b>Año 2012</b>	<b>Diciembre</b>	2,9	3,0	0,1
<b>Año 2013</b>	<b>Diciembre</b>	0,3	1,2	0,9
<b>Año 2014</b>	<b>Diciembre</b>	-1,0	-0,3	0,7
<b>Año 2015</b>	<b>Diciembre</b>	0,0	1,8	1,8
<b>Año 2016</b>	<b>Diciembre</b>	1,6	0,8	-0,8
	<b>Enero</b>	3,0	1,0	-2,0
	<b>Febrero</b>	3,0	1,7	-1,3
	<b>Marzo</b>	2,3	1,4	-0,9
	<b>Abril</b>	2,6	1,1	-1,5
	<b>Mayo</b>	1,9	1,1	-0,8



ANEXO 3

ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMO

Hasta mayo 2017



## ANEXO 3

ÍNDICE DE  
PRECIOS AL  
CONSUMOHasta mayo  
2017

**INE** Instituto Nacional de Estadística

### Rúbricas de Alimentación. Mayo 2017

#### 3. Índices nacionales de rúbricas

	Índice	Mensual		En lo que va de año		Anual % Variación
		% Variación	Repercusión	% Variación	Repercusión	
01. Cereales y derivados	98,9	-0,2	-0,003	-0,9	-0,015	-1,2
02. Pan	100,0	-0,1	-0,001	-0,1	-0,001	-0,2
03. Carne de vacuno	100,3	0,1	0,001	0,2	0,002	0,2
04. Carne de ovino	98,0	2,5	0,005	-7,2	-0,017	1,8
05. Carne de porcino	101,6	0,7	0,005	1,0	0,007	2,8
06. Carne de ave	101,0	0,8	0,006	1,0	0,008	1,5
07. Otras carnes	100,1	0,3	0,008	-0,1	-0,001	0,2
08. Pescado fresco y congelado	99,2	-2,1	-0,024	-3,0	-0,035	2,5
09. Crustáceos, moluscos y preparados de pescado	104,0	1,0	0,012	1,7	0,022	5,1
10. Huevos	99,9	0,0	0,000	-0,7	-0,002	0,1
11. Leche	99,8	0,2	0,001	0,8	0,006	-0,2
12. Productos lácteos	99,4	0,2	0,003	-0,3	-0,005	-0,7
13. Aceites y grasas	103,5	2,3	0,013	5,1	0,028	2,3
14. Frutas frescas	103,8	6,0	0,096	8,4	0,133	3,2
15. Frutas en conserva y frutos secos	100,5	0,5	0,001	-0,1	0,000	0,4
16. Legumbres y hortalizas frescas	105,2	-6,9	-0,076	-0,6	-0,006	3,3
17. Preparados de legumbres y hortalizas	101,4	-0,1	0,000	0,8	0,005	1,2
18. Patatas y sus preparados	104,3	0,2	0,001	2,5	0,008	3,4
19. Café, cacao e infusiones	100,0	0,4	0,002	0,5	0,002	-0,4
20. Azúcar	99,7	0,0	0,000	1,7	0,001	-2,0
21. Otros preparados alimenticios	99,8	0,1	0,001	-0,1	-0,001	-0,2
22. Agua mineral, refrescos y zumos	100,6	0,8	0,007	0,9	0,008	-0,1

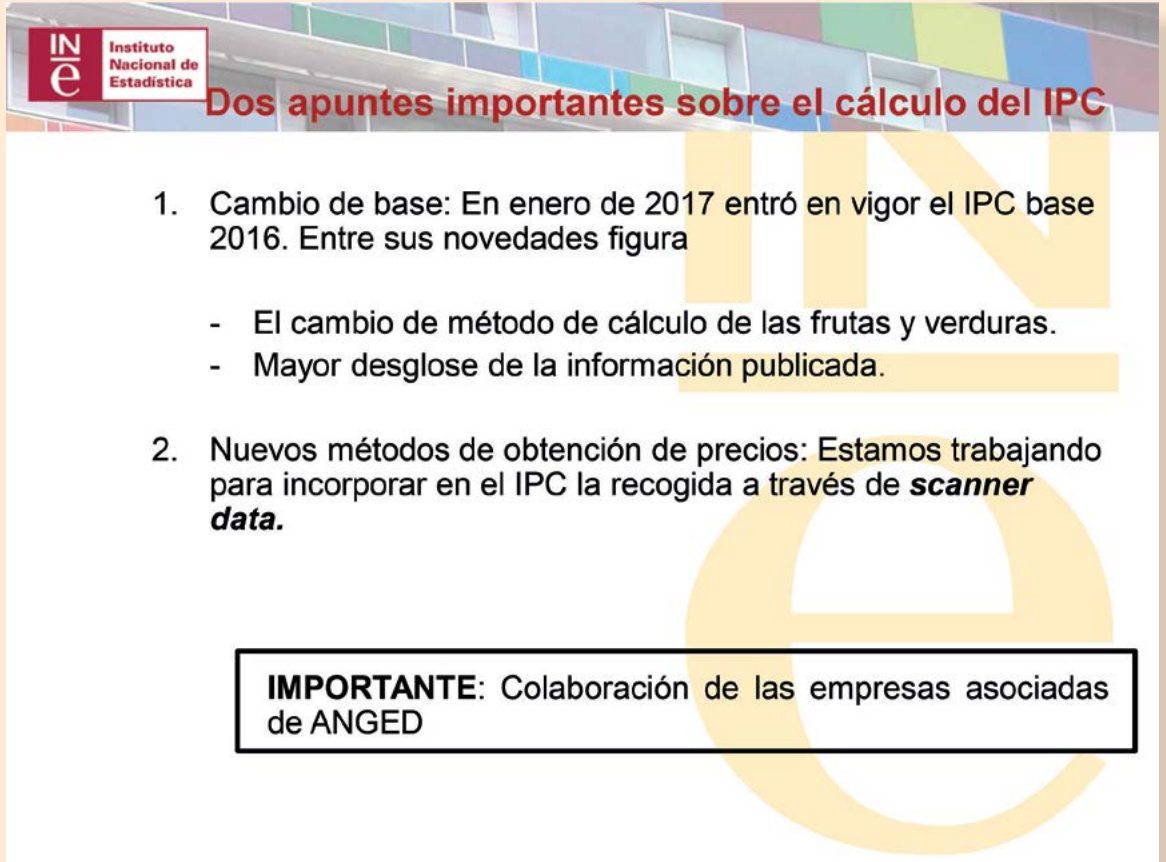
**INE** Instituto Nacional de Estadística

### 3. Conclusiones

- En mayo, el IPC general **mensual** disminuyó un -0,1%. La tendencia positiva de los precios de la alimentación, que registraron un aumento del 0,3%, ha repercutido 0,058.
- La reducción de siete décimas de la **tasa anual** del IPC en mayo se debe, sobre todo, a los **carburantes** y el **turismo**. La **alimentación** apenas afecta a esa tendencia negativa, ya que su influencia en el IPC general es de -0,004.
- **Por componentes**, las carnes y los aceites han incidido de forma positiva, mientras que las legumbres y hortalizas repercutieron negativamente en este comportamiento.
- **Por tipo de productos**, los alimentos frescos han tocado máximos en febrero (5,4%) y se mantiene en tasas por encima del 2%. Los elaborados se mantienen en torno al cero (por debajo muchos meses), con una clara estabilidad.



## ANEXO 3

ÍNDICE DE  
PRECIOS AL  
CONSUMOHasta mayo  
2017

**Dos apuntes importantes sobre el cálculo del IPC**

1. Cambio de base: En enero de 2017 entró en vigor el IPC base 2016. Entre sus novedades figura
  - El cambio de método de cálculo de las frutas y verduras.
  - Mayor desglose de la información publicada.
2. Nuevos métodos de obtención de precios: Estamos trabajando para incorporar en el IPC la recogida a través de **scanner data**.

**IMPORTANTE:** Colaboración de las empresas asociadas de ANGED





## ANEXO 3

ÍNDICE DE  
PRECIOS AL  
CONSUMOHasta  
noviembre 2017

# La alimentación en el Índice de Precios de Consumo

(evolución de precios hasta noviembre de 2017)

Observatorio de la Cadena Alimentaria  
Madrid, 19 de diciembre de 2017

## 1. Noviembre 2017. Tasas mensuales

Índice de Precios de Consumo. Base 2016  
Noviembre 2017

**1. Índices nacionales: general y de grupos**

Grupo	Índice	% Variación			Repercusión	
		Mensual	En lo que va de año	Anual	Mensual	En lo que va de año
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	103,1	0,5	1,1	1,7		
1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	102,0	-0,2	1,8	2,2	-0,049	0,347
2. Bebidas alcohólicas y tabaco	101,9	0,1	1,5	1,9	0,004	0,045
3. Vestido y calzado	112,3	5,0	2,6	0,4	0,329	0,172
4. Vivienda	105,5	0,9	1,1	2,5	0,120	0,152
5. Menaje	99,9	0,3	-0,5	-0,5	0,016	-0,027
6. Medicina	100,6	-0,1	0,4	0,4	-0,004	0,015
7. Transporte	105,3	0,9	1,8	3,5	0,134	0,261
8. Comunicaciones	101,4	0,0	0,6	0,6	0,001	0,023
9. Ocio y cultura	99,6	-0,1	-2,0	1,2	-0,011	-0,171
10. Enseñanza	101,4	0,0	0,7	0,8	0,000	0,012
11. Hoteles, cafés y restaurantes	101,8	-0,7	1,7	1,8	-0,086	0,207
12. Otros bienes y servicios	101,0	0,0	0,4	0,5	0,002	0,029

- De los pocos grupos con tasa mensual negativa (-0,2%).
- Su repercusión en el índice general es de -0,049.



## ANEXO 3

ÍNDICE DE  
PRECIOS AL  
CONSUMOHasta  
noviembre 2017

Parcelas con mayor repercusión positiva en la tasa mensual del IPC		
	Tasa mensual (%)	Repercusión
<b>Alimentación</b>		
Carne	0,3	0,017
Leche, queso y huevos	0,4	0,009
<b>Otras parcelas</b>		
Prendas de vestir	5,4	0,256
Carburantes y lubricantes para vehículos personales	2,0	0,116
Electricidad	2,4	0,081
Calzado	4,3	0,069
Combustibles líquidos	5,7	0,029

Parcelas con mayor repercusión negativa en la tasa mensual del IPC		
	Tasa mensual (%)	Repercusión
<b>Alimentación</b>		
Frutas	-3,7	-0,077
Legumbres y hortalizas	-0,8	-0,016
<b>Otras parcelas</b>		
Servicios de alojamiento	-8,5	-0,092
Paquetes turísticos	-1,1	-0,016

## 2. Noviembre 2017. Tasas acumuladas

### Índice de Precios de Consumo. Base 2016 Noviembre 2017

#### 1. Índices nacionales: general y de grupos

Grupo	Índice	% Variación		Repercusión	
		Mensual	En lo que va de año	Mensual	En lo que va de año
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	103,1	0,5	1,1	1,7	
1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	102,0	-0,2	1,8	2,2	0,347
2. Bebidas alcohólicas y tabaco	101,9	0,1	1,5	1,9	0,004
3. Vestido y calzado	112,3	5,0	2,6	0,4	0,329
4. Vivienda	105,5	0,9	1,1	2,5	0,120
5. Menaje	99,9	0,3	-0,5	-0,5	0,016
6. Medicina	100,6	-0,1	0,4	0,4	-0,004
7. Transporte	105,3	0,9	1,8	3,5	0,134
8. Comunicaciones	101,4	0,0	0,6	0,6	0,001
9. Ocio y cultura	99,6	-0,1	-2,0	1,2	-0,011
10. Enseñanza	101,4	0,0	0,7	0,8	0,000
11. Hoteles, cafés y restaurantes	101,8	-0,7	1,7	1,8	-0,086
12. Otros bienes y servicios	101,0	0,0	0,4	0,5	0,002

- Es el segundo grupo con mayor tasa acumulada (1,8%).
- Su repercusión en el índice general es de 0,347. La mayor de todos los grupos



## ANEXO 3

ÍNDICE DE  
PRECIOS AL  
CONSUMOHasta  
noviembre 2017

## Índice de Precios de Consumo. Base 2016

### Noviembre 2017

#### 1. Índices nacionales: general y de grupos

Grupo	Índice	% Variación			Repercusión	
		Mensual	En lo que va de año	Anual	Mensual	En lo que va de año
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	103,1	0,5	1,1	1,7		
1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	102,0	-0,2	1,8	2,2	-0,049	0,347
2. Bebidas alcohólicas y tabaco	101,9	0,1	1,5	1,9	0,004	0,045
3. Vestido y calzado	112,3	5,0	2,6	0,4	0,329	0,172
4. Vivienda	105,5	0,9	1,1	2,5	0,120	0,152
5. Menaje	99,9	0,3	-0,5	-0,5	0,016	-0,027
6. Medicina	100,6	-0,1	0,4	0,4	-0,004	0,015
7. Transporte	105,3	0,9	1,8	3,5	0,134	0,261
8. Comunicaciones	101,4	0,0	0,6	0,6	0,001	0,023
9. Ocio y cultura	99,6	-0,1	-2,0	1,2	-0,011	-0,171
10. Enseñanza	101,4	0,0	0,7	0,8	0,000	0,012
11. Hoteles, cafés y restaurantes	101,8	-0,7	1,7	1,8	-0,086	0,207
12. Otros bienes y servicios	101,0	0,0	0,4	0,5	0,002	0,029

- Es el segundo grupo con mayor tasa acumulada (1,8%).
- Su repercusión en el índice general es de 0,347. La mayor de todos los grupos



## Rúbricas de Alimentación. Noviembre 2017

#### Índices nacionales de rúbricas

	Índice	Mensual		En lo que va de año		Anual
		% Variación	Repercusión	% Variación	Repercusión	
01. Cereales y derivados	99,5	0,3	0,004	-0,3	-0,005	-0,5
02. Pan	100,2	0,1	0,001	0,2	0,003	0,2
03. Carne de vacuno	100,9	0,0	0,000	0,8	0,007	1,1
04. Carne de ovino	107,6	0,6	0,001	1,9	0,004	4,0
05. Carne de porcino	103,1	-0,2	-0,002	2,5	0,019	2,7
06. Carne de ave	101,2	0,3	0,002	1,2	0,010	1,4
07. Otras carnes	101,3	0,7	0,015	1,1	0,025	1,3
08. Pescado fresco y congelado	102,7	0,1	0,001	0,3	0,004	2,9
09. Crustáceos, moluscos y preparados de pescado	105,7	0,3	0,004	3,4	0,042	4,1
10. Huevos	103,1	2,5	0,006	2,6	0,006	2,7
11. Leche	99,3	0,4	0,003	0,3	0,002	0,2
12. Productos lácteos	99,8	0,0	0,000	0,1	0,001	0,0
13. Aceites y grasas	107,5	0,8	0,005	9,1	0,051	9,0
14. Frutas frescas	105,6	-4,2	-0,076	10,4	0,163	8,0
15. Frutas en conserva y frutos secos	100,1	-0,5	-0,001	-0,5	-0,001	-0,6
16. Legumbres y hortalizas frescas	106,0	-1,5	-0,016	0,1	0,001	7,5
17. Preparados de legumbres y hortalizas	102,6	-0,1	-0,001	2,0	0,011	1,9
18. Patatas y sus preparados	93,0	0,3	0,001	-8,6	-0,026	-8,2
19. Café, cacao e infusiones	101,7	-0,3	-0,001	2,2	0,009	2,1
20. Azúcar	97,8	-0,6	0,000	-0,2	0,000	-0,4
21. Otros preparados alimenticios	99,9	0,1	0,001	0,0	0,000	-0,3
22. Agua mineral, refrescos y zumos	101,9	0,3	0,003	2,2	0,021	2,1



## ANEXO 3

ÍNDICE DE  
PRECIOS AL  
CONSUMOHasta  
noviembre 2017

### 3. Noviembre 2017. Tasas anuales

#### Índice de Precios de Consumo. Base 2016 Noviembre 2017

##### 1. Índices nacionales: general y de grupos

Grupo	Índice	% Variación			Repercusión	
		Mensual	En lo que va de año	Anual	Mensual	En lo que va de año
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	103,1	0,5	1,1	1,7		
1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	102,0	-0,2	1,8	2,2	-0,049	0,347
2. Bebidas alcohólicas y tabaco	101,9	0,1	1,5	1,9	0,004	0,045
3. Vestido y calzado	112,3	5,0	2,6	0,4	0,329	0,172
4. Vivienda	105,5	0,9	1,1	2,5	0,120	0,152
5. Menaje	99,9	0,3	-0,5	-0,5	0,016	-0,027
6. Medicina	100,6	-0,1	0,4	0,4	-0,004	0,015
7. Transporte	105,3	0,9	1,8	3,5	0,134	0,261
8. Comunicaciones	101,4	0,0	0,6	0,6	0,001	0,023
9. Ocio y cultura	99,6	-0,1	-2,0	1,2	-0,011	-0,171
10. Enseñanza	101,4	0,0	0,7	0,8	0,000	0,012
11. Hoteles, cafés y restaurantes	101,8	-0,7	1,7	1,8	-0,086	0,207
12. Otros bienes y servicios	101,0	0,0	0,4	0,5	0,002	0,029

- Es el tercer grupo con mayor tasa anual (2,2%), solo detrás de Transporte y Vivienda.



### Rúbricas de Alimentación. Noviembre 2017

#### Índices nacionales de rúbricas

	Índice	Mensual		En lo que va de año		Anual
		% Variación	Repercusión	% Variación	Repercusión	
01. Cereales y derivados	99,5	0,3	0,004	-0,3	-0,005	-0,5
02. Pan	100,2	0,1	0,001	0,2	0,003	0,2
03. Carne de vacuno	100,9	0,0	0,000	0,8	0,007	1,1
04. Carne de ovino	107,6	0,6	0,001	1,9	0,004	4,0
05. Carne de porcino	103,1	-0,2	-0,002	2,5	0,019	2,7
06. Carne de ave	101,2	0,3	0,002	1,2	0,010	1,4
07. Otras carnes	101,3	0,7	0,015	1,1	0,025	1,3
08. Pescado fresco y congelado	102,7	0,1	0,001	0,3	0,004	2,9
09. Crustáceos, moluscos y preparados de pescado	105,7	0,3	0,004	3,4	0,042	4,1
10. Huevos	103,1	2,5	0,006	2,6	0,006	2,7
11. Leche	99,3	0,4	0,003	0,3	0,002	0,2
12. Productos lácteos	99,8	0,0	0,000	0,1	0,001	0,0
13. Aceites y grasas	107,5	0,8	0,005	9,1	0,051	9,0
14. Frutas frescas	105,6	-4,2	-0,076	10,4	0,163	8,0
15. Frutas en conserva y frutos secos	100,1	-0,5	-0,001	-0,5	-0,001	-0,6
16. Legumbres y hortalizas frescas	106,0	-1,5	-0,016	0,1	0,001	7,5
17. Preparados de legumbres y hortalizas	102,6	-0,1	-0,001	2,0	0,011	1,9
18. Patatas y sus preparados	93,0	0,3	0,001	-8,6	-0,026	-8,2
19. Café, cacao e infusiones	101,7	-0,3	-0,001	2,2	0,009	2,1
20. Azúcar	97,8	-0,6	0,000	-0,2	0,000	-0,4
21. Otros preparados alimenticios	99,9	0,1	0,001	0,0	0,000	-0,3
22. Agua mineral, refrescos y zumos	101,9	0,3	0,003	2,2	0,021	2,1
23. Bebidas alcohólicas	101,1	0,0	0,000	1,1	0,010	0,8
24. Tabaco	102,3	0,1	0,003	1,6	0,035	2,3



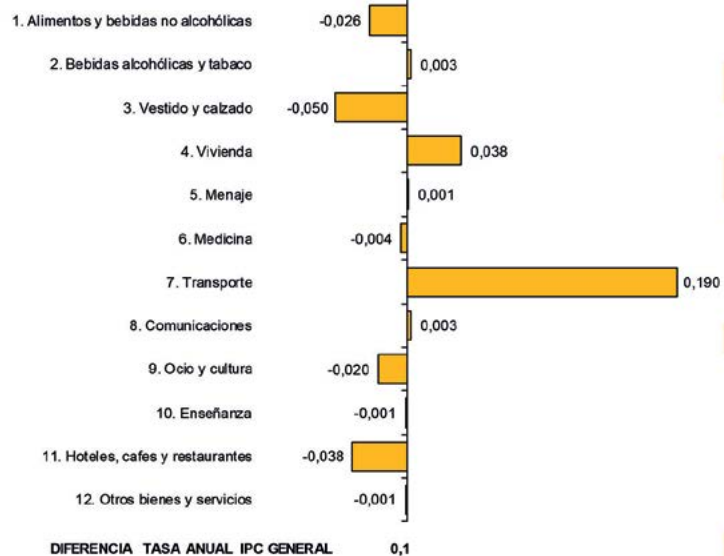
## ANEXO 3

ÍNDICE DE  
PRECIOS AL  
CONSUMOHasta  
noviembre 2017

## Influencia de los grupos en la evolución de la tasa anual del IPC. Mayo de 2017

- En noviembre la tasa anual del IPC es del 1,7 %, una décima por encima de la de octubre.
- La alimentación hace que esta evolución se atenúe -0,026.

Influencia de los grupos en la tasa anual del IPC



## Grupos de alimentos con mayor influencia en la tasa anual. Noviembre 2017.

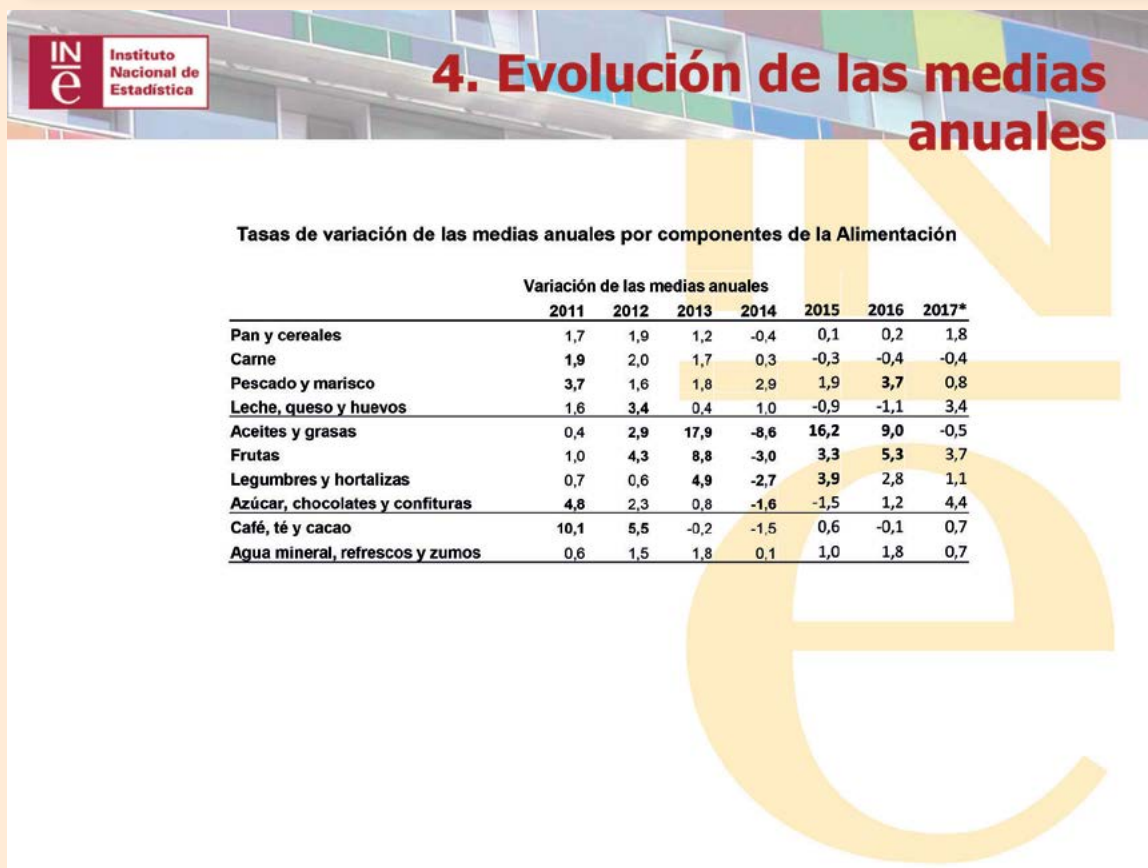
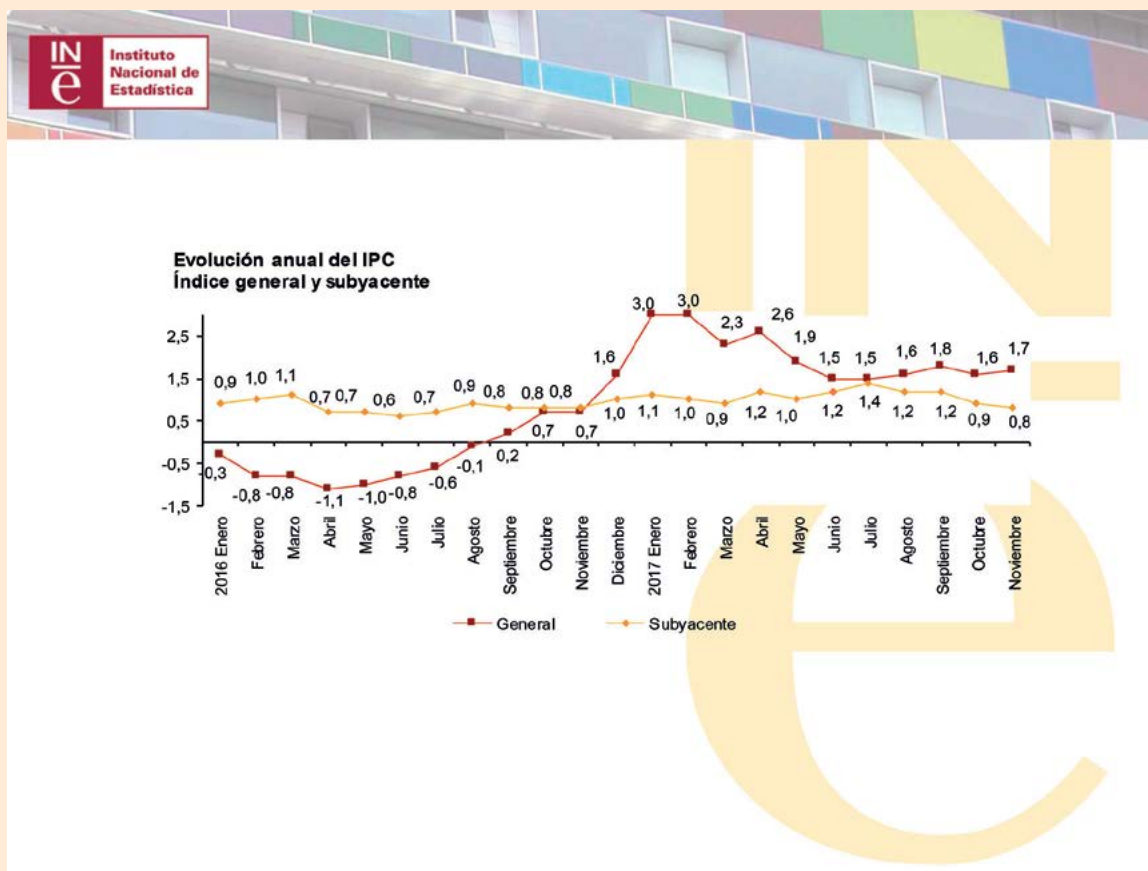
-La tasa anual del IPC general en mayo de 2017 fue del 1,7 %, una décima por encima de la de octubre.

-La alimentación ha tenido efecto de -0,026 puntos.

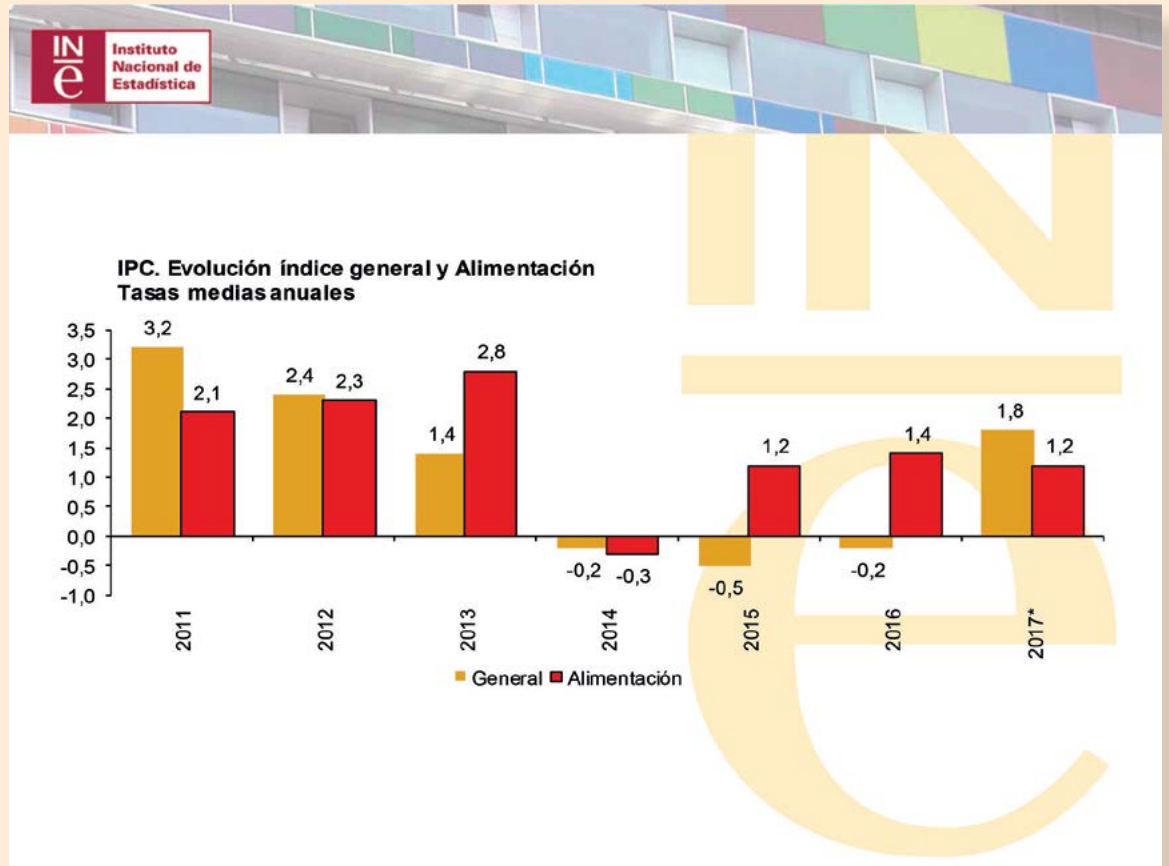
ALIMENTACIÓN	Influencia
Carne	0,014238
Legumbres y hortalizas	-0,010569
Frutas	-0,044973
RESTO	Influencia
Carburantes y lubricantes para vehículos personales	0,194000
Combustibles líquidos	0,029349
Servicios recreativos y deportivos	-0,010832
Automóviles	-0,010896
Paquetes turísticos	-0,017033
Servicios de alojamiento	-0,037711
Prendas de vestir	-0,055820



## ANEXO 3

ÍNDICE DE  
PRECIOS AL  
CONSUMOHasta  
noviembre 2017

## ANEXO 3

ÍNDICE DE  
PRECIOS AL  
CONSUMOHasta  
noviembre 2017

**IN** Instituto Nacional de Estadística

## 4. Conclusiones

- En noviembre, el IPC general **mensual** aumentó un 0,5%. La tendencia negativa de los precios de la alimentación, que registraron una disminución del -0,2%, ha repercutido -0,049.
- El aumento de una décima de la **tasa anual** del IPC en noviembre se debe, sobre todo, a los **carburantes** y los combustibles líquidos. La **alimentación** afecta a esa tendencia con su influencia en el IPC general negativa de -0,026.
- **Por componentes**, las carnes han incidido de forma positiva, mientras que las legumbres, hortalizas y frutas repercutieron negativamente en este comportamiento.
- **Por tipo de productos**, los alimentos frescos han registrado una tasa del 4,3%, mientras que los elaborados tienen una tasa anual del 0,9%.



## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119564

## III. OTRAS DISPOSICIONES

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN  
Y MEDIO AMBIENTE

**13856** *Resolución de 10 de diciembre de 2015, de la Dirección General de la Industria Alimentaria, por la que se publica el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria.*

La Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, en su artículo 15 dispone que el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y las organizaciones y asociaciones de ámbito superior al de una comunidad autónoma, representativas de los operadores de la producción, la industria o la distribución, acuerden un Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria de aplicación uniforme en todo el territorio español.

Una vez aprobado dicho Código por acuerdo de 24 de noviembre de 2015 y, teniendo en cuenta la necesidad de que reciba la más amplia difusión por la trascendencia que para el conjunto de la cadena alimentaria han de tener las actuaciones que en el mismo se contemplan, se resuelve la publicación del Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria que figura como anexo a la presente Resolución.

Madrid, 10 de diciembre de 2015.—El Director General de la Industria Alimentaria, Fernando José Burgaz Moreno.

## ANEXO

## Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria

Sobre la base de la experiencia alcanzada en los últimos años, en virtud de los debates mantenidos y los informes elaborados, en el ámbito del Observatorio de Precios de los Alimentos.

Considerando las experiencias de autorregulación del sector agroalimentario en España, singularmente el Codi de bones pràctiques comercials al llarg de la cadena alimentària a Catalunya, el Acuerdo sobre Recomendaciones de Buenas Prácticas FIAB/ASEDAS y las Recomendaciones de AECOC para la Administración Comercial Eficiente.

Examinados los antecedentes que se disponen, procedentes de la Unión Europea y singularmente los trabajos del Grupo de Alto Nivel sobre la Competitividad del Sector Agroalimentario (High Level Group on the Competitiveness of the Agro-Food Industry, HLG), las consultas evacuadas por la Comisión Europea en el Libro verde sobre las prácticas comerciales desleales en la cadena de suministro alimentario y no alimentario entre empresas en Europa [COM (2013) 37 final], así como la Comunicación posterior de la Comisión Hacer frente a las prácticas comerciales desleales en la cadena de suministro alimentario entre empresas [COM (2014) 472 final], y el Acuerdo Europeo sobre Principios de buenas prácticas en las Relaciones verticales en la cadena alimentaria.

Teniendo en cuenta lo estipulado en la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, y en Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, y en la restante normativa nacional y comunitaria sobre la materia y en los Informes de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y de otros órganos competentes.

Tomando en consideración que la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, tiene entre sus fines el hacer posible un mayor equilibrio y transparencia en las relaciones comerciales que se registran entre los diferentes operadores que la integran, el mejorar el acceso a la información y la trazabilidad a lo largo de la cadena alimentaria, así como la regulación de las prácticas





## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119565

comerciales, promoviendo para el logro de dichos objetivos, entre otras medidas, la formalización de códigos de buenas prácticas mercantiles en la contratación entre los operadores.

Considerando que el título III de la citada ley está dedicado a los sistemas voluntarios de control, establecidos bajo la fórmula de códigos de buenas prácticas, centrándose el capítulo I en la regulación de un Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria, y se encomienda su impulso al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, junto con el Ministerio de Economía y Competitividad, las Comunidades Autónomas y las organizaciones y asociaciones representativas de la producción, la transformación, la industria y la distribución.

Tomando en cuenta que en el artículo 15 de la citada Ley se establecen, en relación con dicho Código, su finalidad, alcance y proceso de elaboración. Estando el artículo 16 reservado a concretar diferentes cuestiones sobre su contenido, el cual deberá contemplar los principios sobre los que se fundamentarán las relaciones comerciales entre los operadores, así como los sistemas de resolución de conflictos y de mediación, que los operadores económicos, adheridos al mismo, se comprometen a aplicar de forma voluntaria en sus intercambios comerciales, con objeto de facilitar el desarrollo de sus relaciones contractuales.

Con objeto de disponer de un Código que, en el marco de la normativa vigente, diese respuesta a lo anteriormente indicado y recogiese adecuadamente las diferentes circunstancias que intervienen en las operaciones comerciales de los productos alimentarios, las principales asociaciones y organizaciones, representativas de los diferentes operadores que intervienen a lo largo de la cadena agroalimentaria, han colaborado de forma activa en la formulación del presente Código.

Los operadores de la producción, la transformación, la comercialización, la industria y la distribución, cuyas relaciones se encuentren amparadas por la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, así como las asociaciones u organizaciones de dichos operadores, siendo conscientes de que su contribución más eficaz a la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria pasa por su adhesión voluntaria al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria, se comprometen a respetar los principios y pautas que se indican seguidamente y a someter sus relaciones comerciales, en el caso de los operadores, y sus actividades, en el caso de las asociaciones, a las siguientes normas:

#### I. Principios básicos

1. Los operadores, que intervienen en las fases de la producción, la comercialización, la industria y la distribución, adheridos al presente Código, así como sus asociaciones u organizaciones adheridas al mismo, asumen que sus relaciones comerciales, se ajustarán a los siguientes principios generales:

**Principio de legalidad:** En la aplicación de este Código, los operadores y sus asociaciones actuarán en todo momento en estricto cumplimiento de la legislación aplicable, especialmente de la normativa nacional y comunitaria en materia de defensa de la competencia.

Asumiendo, de forma especial, el cumplimiento de lo dispuesto en el título II de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, en todas sus operaciones.

**Principio de defensa de los consumidores:** Los operadores de la cadena alimentaria y sus asociaciones respetarán, en el marco de la ley y del presente Código, los intereses de los consumidores, con el fin de lograr que la mejora de las relaciones comerciales se traduzca en unas condiciones de oferta al consumidor más amplia y variada, a la vez que más favorable y sostenible. Igualmente prestarán una especial atención a la mejora de la percepción del consumidor sobre los productos alimentarios y la puesta en valor del sector alimentario.



## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119566

Principios de libertad de empresa, de libertad de mercado y de pactos: La relación comercial entre los operadores de la cadena alimentaria se regirá por el principio de libertad contractual, al tratarse de operadores constituidos como entidades económicas independientes, que respetan el derecho de la otra parte a establecer su propia estrategia y su propia política comercial y de gestión, incluida la libertad de determinar independientemente si deben, o no, comprometerse en un acuerdo.

Las asociaciones y organizaciones adheridas al Código tendrán en cuenta el respeto de estos mismos principios en el desarrollo de las actividades que les son propias.

Principio de lealtad: Las relaciones entre los operadores de la cadena alimentaria y entre sus asociaciones se ajustarán al principio de lealtad, por lo que asumirán el compromiso de tratarse entre sí de manera responsable, de buena fe y con diligencia profesional. Adicionalmente a las anteriores normas y principios, la relación comercial entre los operadores se regirá también por los principios de interés mutuo, equidad, distribución equitativa de riesgos y responsabilidades, compromiso y confianza.

Principios de transparencia, claridad, concreción y sencillez: Cuando un operador adherido al Código haga uso de condiciones generales de contratación en sus contratos alimentarios, estas deberán ajustarse a los principios de transparencia, claridad, concreción y sencillez, en los términos establecidos por la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de contratación.

Principio de eficiencia: Los operadores adheridos al Código se comprometen a garantizar, en el marco de la ley y del presente acuerdo, la máxima eficiencia y la optimización de los recursos en la distribución de mercancías en la cadena alimentaria. El marco de autorregulación contractual debe permitir una mayor agilidad y seguridad en las transacciones comerciales y profundizar en las mejoras de eficiencia que se han producido en los últimos años así como la mejora del desarrollo tecnológico.

Principio de sostenibilidad de la cadena alimentaria: Los operadores de la cadena alimentaria y sus asociaciones se comprometen a contemplar las relaciones comerciales entre los operadores, desde el punto de vista de la sostenibilidad general de la cadena alimentaria.

## II. *Ámbito del Código*

2. El presente Código se extiende a las relaciones entre los operadores, que intervienen en las fases de la producción, la transformación, la comercialización, la industria y la distribución de la cadena alimentaria, adheridos al mismo, y que se realicen en España.

En los aspectos que le son propios, el presente Código también se extenderá al quehacer de las asociaciones u organizaciones, de los operadores de la cadena alimentaria, que se encuentren adheridas al mismo.

El Código será objeto de formalización y registro de acuerdo con lo previsto en el título III de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, y según se establece en el Real Decreto 64/2015, de 6 de febrero, y demás normativa de desarrollo.

## III. *Adhesión y baja del Código*

3. Los operadores que intervienen en la cadena alimentaria, así como sus asociaciones u organizaciones, que deseen adherirse al presente Código tendrán que solicitarlo expresamente por escrito, cumpliendo los requisitos del título III de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, y en los términos establecidos en su normativa de desarrollo. Dicha solicitud deberá venir refrendada por aquellos órganos que, en cada caso, tengan capacidad y poder suficiente y acompañada de la documentación justificativa del cumplimiento de los requisitos indicados en el apartado siguiente.



## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119567

4. Los operadores que intervienen en las fases de la producción, la transformación, la comercialización, la industria y la distribución, de la cadena alimentaria que deseen adherirse al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria tendrán que cumplir los siguientes requisitos:

Tener su sede en el territorio nacional o, en caso de no tenerla que: a) compren productos producidos, procesados o comercializados en la cadena alimentaria española; o b) suministren productos destinados a ser procesados o comercializados en la cadena alimentaria española.

Desarrollar actividades comerciales relacionadas con la producción, la transformación, la comercialización, la industria y la distribución, de los alimentos o productos alimenticios, definidos en el artículo 5 de la Ley 12/2013, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

Comprometerse a la aplicación de los principios de buenas prácticas contemplados en el Código en todas sus relaciones mercantiles con otros operadores de la cadena alimentaria, que operen en España.

5. También podrán adherirse al Código, con carácter institucional, organizaciones o asociaciones, de ámbito supra autonómico, representativas de los intereses de productores, transformadores, comercializadores, industriales y empresas de la distribución, sin que por ello queden vinculados sus asociados.

6. Cualquier operador que voluntariamente desee darse de baja del presente Código, deberá comunicarlo siguiendo el procedimiento indicado en el artículo 8 del Real Decreto 64/2015, de 6 de febrero. Proceidiéndose seguidamente a cancelar su inscripción en el Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles de la Contratación Alimentaria.

7. En caso de que por parte de la Comisión de Seguimiento, a la que se hace referencia en el apartado IX, se constatare un reiterado incumplimiento de los compromisos adquiridos, por alguna de las empresas u organizaciones adheridas al Código, dicha Comisión podrá proponer al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, la suspensión temporal o la exclusión definitiva de su inscripción en el Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles.

#### IV. *Compromisos generales de los operadores y sus asociaciones*

8. Claridad y constancia de los contratos y acuerdos comerciales: Los contratos y acuerdos entre los operadores deben formularse por escrito, utilizando, siempre que sea posible, medios electrónicos para el intercambio de información. Cuando, respetando la legislación aplicable, la forma escrita no sea factible, una de las partes deberá remitir posteriormente una confirmación por escrito a la otra.

Los contratos y acuerdos habrán de ser claros y transparentes y recoger el mayor número posible de elementos pertinentes y previsibles, incluidos los derechos y obligaciones de las partes.

Los contratos y acuerdos contendrán las reglas para que las partes puedan modificar conjuntamente las disposiciones del mismo, en el momento oportuno y de manera consciente, y si fuera necesario, las partes acordarán la compensación por cualquier coste que pudiera originarse por dicha modificación.

Las asociaciones u organizaciones adheridas se comprometen a promover entre sus asociados, en el marco de la Ley, la formalización por escrito de contratos y acuerdos.

9. Previsibilidad de las relaciones comerciales: Se promoverá por las asociaciones u organizaciones adheridas el uso de estándares y la utilización de condiciones generales que faciliten la actividad empresarial y que contengan cláusulas razonables.

10. Cumplimiento de los contratos y acuerdos comerciales: Los operadores adheridos se comprometen a introducir los cambios operativos y de funcionamiento tendentes a garantizar el cumplimiento íntegro de los contratos y acuerdos y la aplicación de plazos razonables de preaviso para la eventual ruptura de una relación comercial, en los términos previstos en la legislación vigente.



## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119568

Las penalizaciones contractuales que proceda aplicar en caso de incumplimiento serán transparentes, justificadas y no desproporcionadas, frente a los daños sufridos.

11. Lealtad, confidencialidad y respeto a la Ley en el intercambio de información: Los operadores, así como sus asociaciones u organizaciones, se comprometen a que los intercambios de información se circunscriban a la que resulte justificada en el contexto de la relación comercial entre los mismos y se hagan en estricto cumplimiento de la normativa de defensa de la competencia y demás disposiciones legislativas aplicables, y singularmente de lo preceptuado en el artículo 13.1 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria. Para lo cual se deberán tomar las precauciones razonables para garantizar que la información facilitada es correcta y no engañosa y no se da un mal uso de la misma, debiéndose por la parte receptora garantizar su confidencialidad.

12. Transferencia del riesgo y de responsabilidades: Los operadores que intervienen en las fases de la producción, la transformación, la comercialización, la industria y la distribución de la cadena alimentaria deben asumir sus propios riesgos empresariales, en el marco de la normativa de competencia y singularmente de lo previsto en el artículo 12 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

Los operadores se comprometen a no transferir unilateralmente riesgos o imponer un requisito de financiación de las actividades empresariales propias a la otra parte contratante.

13. Justificación de las demandas empresariales: Los operadores de la cadena alimentaria se comprometen a no utilizar o ejecutar amenazas, ni imponer condiciones o exigencias injustificadas, como condición para la obtención de ventajas comerciales, especialmente durante la negociación entre las partes.

Los operadores se comprometen a procurar la mejor planificación, recepción, almacenamiento y presentación de las mercancías entregadas. Cuando por razones operativas una parte necesite adelantar, retrasar o fragmentar la entrega o recepción, advertirá de ello a la otra parte tan pronto como sea posible y teniendo en cuenta lo indicado en el acuerdo establecido entre las partes. No se interrumpirá el calendario de entrega o recepción para obtener un beneficio injustificado.

#### V. *Clausulado de prácticas comerciales comunes a toda la cadena alimentaria*

Como complemento de los compromisos generales relacionados en el capítulo IV, los operadores de la cadena alimentaria y sus asociaciones u organizaciones que se adhieran al presente Código, asumirán los siguientes compromisos:

##### V.1 Negociación comercial.

14. Las negociaciones comerciales anuales se cerrarán y firmarán por las empresas intervinientes en el marco de unos plazos razonables, no superiores a los 3 meses desde su inicio, para la organización de actividades, sin que la dilación indebida de las mismas imputable a una parte pueda utilizarse para debilitar la posición de la otra en dicha negociación. A tal fin, se considerará suficiente para documentar la fecha de inicio un correo electrónico con constancia de recepción por parte del otro operador. En caso de que esté prevista la renovación del contrato alimentario, se negociarán las nuevas condiciones comerciales preferentemente antes del vencimiento del contrato en vigor o en el plazo de los dos meses posteriores a su vencimiento. Durante este tiempo, seguirá vigente el contrato anterior pero se podrá pactar que las nuevas condiciones comerciales retrotraigan su efecto hasta el vencimiento de las anteriores condiciones.

##### V.2 Contratos.

15. Sin perjuicio de lo dispuesto en el capítulo I de la Ley 12/2013, los operadores que intervienen en las fases de la producción, la transformación, la comercialización, la industria y la distribución firmantes del presente Código formalizarán por escrito los



## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119569

contratos en todas las relaciones comerciales que mantenga con cualquier operador de la cadena alimentaria y promoverán que los operadores, con los que mantenga acuerdos comerciales, trasladen dicha práctica al resto de operadores de la cadena.

16. El contrato contendrá los términos y condiciones aplicables a la relación contractual entre el proveedor y el comprador. En particular, el contrato establecerá con claridad, además de lo establecido en el artículo 9 de la Ley 12/2013, los siguientes aspectos:

Las categorías y referencias contratadas y, siempre que resulte posible y se considere necesario, los elementos de acuerdo al que hayan llegado las partes en relación a los volúmenes fijados o estimados y/o los establecimientos donde se referenciará el producto.

El procedimiento de facturación y cobro y de gestión de las incidencias relacionadas con él, que deberá respetar los plazos de pago legalmente establecidos.

Las penalizaciones contractuales por no conformidades, incidencias o cualquier otra circunstancia debidamente documentada, habrán de ser proporcionadas y equilibradas en relación a ambas partes.

Las excepciones por causa de fuerza mayor. En particular, no se aplicarán penalizaciones por demora en las entregas de productos perecederos cuando estas se deriven de causas de fuerza mayor previstas en el artículo 2.8 del Reglamento CE 1857/2006, de 15 de diciembre de 2006, y de acuerdo con los procedimientos establecidos en el mismo.

En los contratos de servicios deberán clarificarse las actividades y responsabilidades imputadas a cada una de las partes contratantes. Los operadores y sus asociaciones colaborarán en el seno de AECOC para codificar estos servicios e identificarlos en sus relaciones comerciales.

En los nuevos contratos y a medida en que vayan siendo revisados o renovados los existentes, se hará constar en los mismos, el compromiso de resolver los conflictos que pudieran surgir, durante su vigencia, conforme a lo establecido en la sección VIII de este código.

17. Se deberá comunicar el cese total o parcial de la relación comercial indefinida, o de duración igual o superior a un año (incluyendo renovaciones), mediante un preaviso escrito en un plazo razonable condicionado por las circunstancias concretas de la relación comercial teniendo en cuenta especialmente el caso en que se haya acordado la adquisición de materiales auxiliares, y cumpliendo con las normativas de competencia y competencia desleal. En los nuevos contratos y a medida en que vayan siendo revisados o renovados los existentes, deberá fijarse en los mismos el plazo mínimo de preaviso a aplicar.

18. Si en un determinado sector existe un contrato-tipo homologado por la Administración competente, las empresas que suscriban el código deberán utilizarlo en sus relaciones comerciales sin perjuicio del cumplimiento del resto de disposiciones establecidas en éste Código en relación con la contratación.

19. Las asociaciones u organizaciones representativas de los operadores adheridas al Código identificarán y difundirán entre sus asociados modelos de contratos que, cumpliendo lo previsto por la Ley 12/2013 y en la legislación de defensa de la competencia, contengan mejoras relevantes en el régimen de contratación.

### V.3 Mediación.

20. Las asociaciones u organizaciones adheridas se comprometen a impulsar, entre sus asociados, la utilización de instrumentos de mediación para facilitar la resolución de las discrepancias que pudieran producirse en sus operaciones comerciales, utilizando para ello los instrumentos más adecuados para dicha labor, tanto públicos como privados, incluidos los que puedan ser promovidos por dichas asociaciones. En todo caso, la aplicación de estos mecanismos garantizará el estricto cumplimiento de la legislación en materia de contratos y de defensa de la competencia.

21. En el caso concreto, previsto en el artículo 16.1 de la Ley 12/2013, de 3 de agosto, referido a la inexistencia de acuerdo, entre una organización de productores y un comprador, en el precio de los contratos alimentarios que tengan por objeto productos agrarios no



## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119570

transformados en su primera venta, el proceso de mediación se llevará a cabo de acuerdo con lo dispuesto en la sección 1.ª del capítulo II del Real Decreto 64/2015, de 6 de febrero.

#### V.4 Deberes contractuales.

22. Las partes identificarán a las personas acreditadas para actuar en representación directa o indirecta de sus respectivas empresas, indicando igualmente las funciones que tengan encomendadas.

23. Cuando se intercambie información entre las partes, deberá hacerse por escrito, con antelación suficiente, estará circunscrita a la que resulte justificada en el contexto de la relación comercial, en estricto cumplimiento de la normativa de competencia y demás disposiciones legislativas aplicables. Las partes deberán tomar precauciones razonables para garantizar que la información facilitada es correcta y no engañosa.

#### V.5 Modificaciones unilaterales de los contratos.

24. Ninguna de las partes modificará unilateralmente las cláusulas del contrato alimentario y las condiciones comerciales a menos que esta posibilidad y sus circunstancias y condiciones se hayan fijado con antelación y por escrito, y de mutuo acuerdo conforme a los principios generales de la Ley 12/2013. En los nuevos contratos y a medida en que vayan siendo revisados o renovados los existentes, deberá fijarse en los mismos, cuando sea necesaria y para circunstancias concretas, una compensación razonable y proporcionada a su impacto por los posibles costes que le puedan suponer a la otra parte tal modificación contractual.

25. En el caso de que los contratos alimentarios prevean la modificación de precios fijados en relación al listado general de tarifa, la modificación por parte del proveedor de su listado general de tarifas deberá comunicarse a sus clientes con un plazo de antelación de treinta días. Cuando se trate de un producto fresco o perecedero este plazo podrá ser inferior de acuerdo a los usos del sector. Esta comunicación deberá hacerse mediante un sistema del que quede constancia escrita, sirviendo a tal efecto el correo electrónico. En todo caso, los clientes podrán renegociar sus condiciones comerciales particulares o comunicar mediante el mismo sistema la resolución del contrato de suministro antes de la entrada en vigor de las nuevas tarifas.

#### V.6 Gestión de categorías e innovación.

##### 26. Gestión de categorías:

1. Los criterios para la gestión de categorías habrán de ser predeterminados y evitarán tratamientos desleales, como la explotación por parte de una empresa de la situación de dependencia económica en la que puedan encontrarse sus empresas clientes o proveedores que no dispongan de alternativa equivalente para el ejercicio de su actividad. Esta situación se presumirá cuando un proveedor, además de descuentos o condiciones habituales, deba conceder a su cliente de forma regular otras ventajas adicionales, que no se conceden a compradores similares.

Los operadores gestionarán las marcas de productos alimentarios que ofrezcan al consumidor, tanto las propias como de otros operadores, evitando prácticas contrarias a la libre competencia o que constituyan actos de competencia desleal de acuerdo con lo previsto en la Ley 15/2007 y en la Ley 3/1991, así como actos de publicidad ilícitos de conformidad con la Ley 34/1988.

2. Asimismo, no se hará un aprovechamiento indebido por parte de un operador y en beneficio propio de la iniciativa empresarial ajena, así como la que constituya publicidad ilícita por reputarse desleal mediante la utilización, ya sea en los envases, en la presentación o en la publicidad del producto o servicio, de cualesquiera elementos distintivos que provoquen riesgo de asociación o confusión con los de otro operador o con marcas o nombres comerciales de otro operador, tal como se recoge en el punto 2 del artículo 14 de la Ley 12/2013.



## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119571

## 27. Innovación en la cadena agroalimentaria:

1. Los operadores que intervienen en las fases de producción, transformación, comercialización, industria y distribución, adheridos al presente Código, se comprometen a trabajar conjuntamente para facilitar el acceso al consumidor de las innovaciones relevantes de los productos alimentarios, en los términos definidos en el apartado 2. Igualmente se comprometen a impulsar y extender la innovación agroalimentaria en nuestro país, haciendo posible un incremento progresivo de la presencia de innovaciones relevantes en la cadena alimentaria.

2. A efectos del presente Código, se tendrá en cuenta la definición de innovación recogida en el Manual de Oslo (OECD/EC, 2005) que define innovación como la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo sistema organizativo en la empresa (bien a nivel interno, bien en las relaciones con el exterior), lo que supone cuatro tipos de innovación según sean de producto, de proceso, de comercialización o de organización.

3. Las organizaciones y asociaciones adheridas al Código y presentes en su Comité de Seguimiento, se comprometen a trabajar conjuntamente con el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente en el diseño y puesta en marcha, en el seno de dicho Comité de un panel para el seguimiento de la innovación en el sector agroalimentario.

Dicho panel se pondrá en marcha con los siguientes objetivos: a) mejorar la información sobre el esfuerzo innovador de los diferentes eslabones que componen la cadena agroalimentaria en su conjunto; b) conocer los datos agregados del sector que muestren la evolución de las innovaciones relevantes y su significación en los distintos eslabones de la cadena; c) contribuir a la divulgación de las experiencias más relevantes y a las mejores prácticas en materia de innovación a lo largo de toda la cadena; d) contribuir a la generación y transferencia del conocimiento, en materia de innovación; e) mejorar la colaboración de los diferentes agentes implicados en los procesos de innovación.

Con objeto de impulsar en España el desarrollo de la innovación alimentaria, las organizaciones participantes en el panel promoverán, conjuntamente con el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, una estrategia de fomento de la innovación, que nos permita situarnos en niveles de innovación similares a los existentes en los países europeos de nuestro entorno, manteniendo la debida coherencia con las reglas de ayudas de estado establecidas en el TFUE y en los diferentes Reglamentos o directivas aplicables.

## V.7 Vinculación con terceros.

28. Los operadores adheridos al presente Código asumen, respecto de la intervención de terceros en sus relaciones comerciales, los siguientes principios:

Los estándares de calidad que se impongan por el comprador y que hagan necesario o conveniente la adquisición por parte del proveedor de los productos o servicios de terceros, deberán ser transparentes, objetivos y no discriminatorios respecto de otros operadores.

No podrá exigirse al proveedor, como condición para la formalización o el mantenimiento de sus relaciones comerciales, la realización de cualquier tipo de contrato con terceros, salvo que resulte necesario para el cumplimiento del contrato. Esta exigencia no podrá suponer la imposición de una obligación que se considere abusiva o contraria a la normativa de defensa de la competencia.

El comprador no podrá exigir ni inducir al proveedor a reducir las cantidades suministradas o a aumentar los precios, en sus contratos con otros compradores.

Las condiciones de prestación del servicio estarán siempre disponibles para ambas partes, así como el informe sobre los resultados efectivos de la subcontratación.

En el caso de que la realización de este servicio presente dudas sobre su aplicación, cualquiera de las dos partes podrá proponer la revisión del mismo y, de haberse producido incumplimientos, motivar la inmediata compensación proporcional, de acuerdo con los términos pactados.



## ANEXO 4

## CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS MERCANTILES EN LA CONTRATACIÓN ALIMENTARIA



## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119572

## V.8 Actividades de promoción.

29. Las actividades de promoción que se desarrollen por los operadores adheridos al Código se ajustarán a los siguientes principios:

El lanzamiento y desarrollo de promociones deberá realizarse en base a los principios de: a) acuerdo y libertad de pactos; b) interés mutuo; y c) flexibilidad para adaptarse a las circunstancias particulares de los distintos operadores.

Los pactos sobre promociones comerciales se respetarán en su naturaleza e integridad. Dichos pactos, que deberán contar con el acuerdo explícito de ambas partes, recogerán los aspectos que definen la promoción: Los plazos (fechas de inicio y finalización), los precios de cesión, los volúmenes, y aquellas otras cuestiones que sean de interés, así como también los aspectos de la promoción relativos al procedimiento, el tipo, el desarrollo, la cobertura geográfica y la evaluación del resultado de la misma.

El contenido de los servicios de «merchandising», degustaciones, u otros soportes promocionales necesarios para determinadas acciones, cuya finalidad es provocar el acto de compra, bien sean prestados por la propia empresa proveedora o distribuidora o bien por terceros –tanto si la elección la realiza el fabricante como si corresponde al distribuidor–, deberá detallarse por escrito, asegurando el estricto cumplimiento de la legislación vigente, especialmente en materia laboral y ser objeto de aprobación por ambas partes. El resultado de los mismos, independientemente de quien preste el servicio, estará a disposición de las partes en tiempo y forma según lo pactado.

Los operadores adheridos al Código se comprometen a colaborar con sus proveedores para mejorar la percepción, que tiene el consumidor, de los productos alimentarios como productos de alto valor nutritivo y de calidad mediante los instrumentos promocionales adecuados. Para ello, se comprometen a no realizar actividades promocionales que induzcan a error sobre el precio e imagen de los productos. En este sentido, para no perjudicar la percepción del consumidor sobre la calidad o valor de los productos objeto de una campaña promocional, los operadores deberán identificar claramente en la información publicitaria, en la cartelería y en los tiques de compra su precio, de forma clara para que no pueda dar lugar a equívocos, de tal forma que el consumidor tenga conocimiento exacto del alcance de la campaña promocional.

Con carácter general, y de forma especial en el desarrollo de actividades promocionales, los operadores adheridos al Código prestarán especial atención para no incumplir lo establecido, en la normativa vigente, en relación con la venta a pérdidas.

Deberá compensarse a la parte perjudicada por cualquier causa, que no sea ajena a la otra parte, que motive la no consecución de la promoción pactada, o su realización en fechas o términos distintos a los establecidos. Dicha compensación deberá establecerse mutuamente, teniendo en cuenta los efectos ocasionados.

En los casos en que se realicen acuerdos sobre actividades de promoción con las Centrales de Compras, se incluirá en el acuerdo el porcentaje de adhesión o cobertura de dichas actividades por parte de sus asociados, junto con la relación de los puntos de venta inicialmente adheridos a la misma, siempre que ello resulte posible y haya sido aceptado por las partes.

Con carácter general, las promociones deberán ser acordadas conforme a esta cláusula. No obstante, cuando se trate de promociones y campañas publicitarias promovidas por los fabricantes, en los envases y etiquetas de sus productos o mediante otros medios propios, que no generen un coste económico u operacional adicional para la distribución, bastará con una comunicación previa, que le permita al distribuidor estar informado.

## V.9 Cadena de suministro y logística.

30. La logística se considera un beneficio compartido en el que cada parte debe asumir su propia responsabilidad, pero en el que las empresas deben cooperar en todo lo posible para asegurar la máxima eficiencia, indispensable para el buen funcionamiento en la cadena de valor alimentaria y la competitividad de sus operadores. Por ello, los operadores adheridos promoverán la utilización de herramientas de trabajo que permitan





## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119573

alcanzar la máxima eficiencia en materia logística. En relación con el capítulo de incidencias y devoluciones que se pudieran producir en el proceso logístico, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

Esta máxima cooperación en materia logística se basará siempre en el cumplimiento íntegro de los acuerdos en materia de: a) aseguramiento del suministro; b) fechas y horas de entrega, que deberán documentarse en todo caso; c) pedidos mínimos, tanto de referencias como de unidad de carga; d) condiciones y niveles del servicio debidamente identificados y cuantificados; e) tiempos de espera y penalización; f) formatos de producto; y g) compensaciones proporcionadas en caso de incumplimiento de los acuerdos anteriores, exigibles a partir del momento de su firma.

Se evitarán roturas de stock producidas por mala fe o negligencia, compensando por la parte causante, el coste económico producido. Las faltas de suministro, por el perjuicio especialmente grave que causan en toda la cadena de valor y en la credibilidad de las empresas frente a los consumidores, deben ser siempre evitadas por las partes, especialmente mediante la realización de cuantas actividades conjuntas de estrategia y planificación, demanda y administración del suministro, ejecución y análisis sean necesarias para asegurar el suministro.

En los contratos se establecerán los criterios a tener en cuenta para determinar las compensaciones que procedan cuando se produzcan devoluciones o no recepciones de producto no justificadas. Dicha compensación será proporcional al resultado de la incidencia y deberá ser asumida por la parte causante. Se actuará de la misma forma cuando las devoluciones sean a causa de defectos o errores.

Cuando se produzcan devoluciones relacionadas con la calidad, se acordará un procedimiento claro para la resolución de las diferencias, identificando a los interlocutores responsables de las empresas y facilitando la gestión de las incidencias.

En los contratos se establecerán los procedimientos a seguir en caso de existencia de rechazos, cuando éstos respondan a defectos observables incluidos los ocasionados por errores existentes en la orden de compra. Dichos rechazos deberán, siempre que resulte posible, identificarse en el momento de la entrega/recepción de la mercancía y ser justificados y documentados. En los demás casos se producirán en un plazo razonable, acorde con el período de rotación del producto.

Una vez conocidas, se notificarán las incidencias con la mayor diligencia posible de una forma que garantice su recepción por la otra parte y en su caso se proporcionará el soporte documental necesario.

Una vez planteada la incidencia por escrito y de forma documentada, si las partes no llegan a un acuerdo sobre ella en el plazo de dos semanas, el operador que ha planteado la incidencia podrá desistir de su reclamación o acudir a los instrumentos de resolución de discrepancias previstos en el capítulo VIII, del presente Código.

Se acreditará documentalmente ante el proveedor las incidencias que impliquen la destrucción del producto, la cual se llevará a cabo teniendo en cuenta las normas aplicables al respecto.

Se deberá preavisar en un plazo razonable y acordar en su caso, los cambios en cualquier aspecto del sistema logístico de los operadores que no estén previstos en el contrato.

Los acuerdos alcanzados entre los operadores deberán contemplar los distintos aspectos de la logística, que resulten de aplicación, y deberán ser cumplidos en los términos acordados, especialmente, en lo referente a formatos y códigos de producto.

Teniendo en cuenta los principios de economía y eficacia que abogan por la codificación estandarizada, las partes trabajarán en la consecución de la unificación interna de códigos a nivel comercial y logístico.

Las partes cooperarán en el cumplimiento de las correspondientes normas aplicables a los «pooles» de palés y facilitarán la correcta gestión en la devolución de envases, embalajes y palés con retorno.



## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119574

31. En relación con los procedimientos de gestión administrativa asociada a la cadena de suministro, los operadores adheridos tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

Identificar debidamente a las personas responsables de la administración y de los pagos en la empresa.

Promocionar la utilización de procedimientos administrativos electrónicos (pedido, albarán, factura y pago), mediante la utilización de los mecanismos estándar disponibles, al objeto de no incurrir en una duplicidad innecesaria e ineficiente de soportes de información, siempre que no suponga un coste añadido para el suministrador.

Justificar, a través de su correspondiente documentación, las reclamaciones y los cargos, estableciendo de forma clara y transparente su naturaleza y especificando los conceptos de que se trate, para que sean perfectamente identificables por ambas partes.

Preferiblemente, se plantearán las reclamaciones de cantidades por servicios, incidencias o cualquier otra circunstancia en el plazo máximo de dos meses, si se trata de productos frescos de temporada, o de seis meses en los restantes casos, desde el hecho que dio lugar al derecho de reclamación. En todo caso, no se plantearán reclamaciones una vez transcurridos veinticuatro meses desde el hecho que dio lugar al derecho a reclamarlas.

## V.10 Pagos.

32. En materia de pagos los operadores adheridos, además de lo previsto en la normativa vigente al respecto, especialmente en cuanto a los plazos máximos de pago de los productos, actuarán siguiendo lo indicado en los siguientes puntos:

El comprador deberá abonar las facturas recibidas en su integridad, a menos que se deban aplicar cargos previamente acordados en el contrato alimentario o previamente a la emisión de la factura por servicios, penalizaciones o cualquier otro tipo de liquidación o compensación al proveedor, sin perjuicio de las acciones de reclamación que en derecho entienda oportunas.

Considerar, para el cómputo del plazo de pago, el periodo efectivo del mismo desde la recepción de la mercancía, de acuerdo con la legislación aplicable.

Si una vez emitida la factura existen diferencias de precios y/o cantidades entre las partes, se atenderá a lo establecido en el contrato. En ausencia de premisa contractual, se procederá, a solventar la diferencia en los términos previstos en el derecho mercantil y mediante un procedimiento ágil y sin dilaciones indebidas que permita abonar las partes de la factura sobre las que no existan discrepancias.

El abono de los pagos por los servicios del comprador autorizados en la normativa vigente se sustanciará en forma de descuento sobre el precio de compra, debidamente documentado en la factura del proveedor.

Los operadores que suscriban el Código se comprometen a, que en caso de utilizar otras empresas para facturar la compra realizada a sus proveedores, no imputar o cargar ningún sobrecoste.

Los operadores adheridos se comprometen a no aplicar otros pagos adicionales sobre el precio pactado que los contemplados en el artículo 12 de la Ley 12/2013, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria. En consecuencia, quedarán prohibidos los pagos adicionales, sobre el precio pactado, salvo que se refieran al riesgo razonable de referenciación de un nuevo producto o a la financiación parcial de una promoción comercial de un producto reflejada en el precio unitario de venta al público y hayan sido pactados e incluidos expresamente en el correspondiente contrato formalizado por escrito, junto con la descripción de las contraprestaciones a las que dichos pagos estén asociados.

En caso de que durante el periodo de vigencia de los contratos se produzcan variaciones de los impuestos, tasas y otros gravámenes, así como de las aportaciones a los sistemas integrados de gestión, se estará a lo dispuesto en el contrato a estos efectos. En caso de que está circunstancia no estuviese prevista en el contrato, su aplicación por los operadores no podrá llevarse a cabo de manera que se considere abusiva o contraria



## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119575

a la normativa de defensa de la competencia. En cualquier caso su puesta en práctica se realizará en el tiempo y la forma previstos por las normas que los regulen.

## V.11 Relaciones con terceros.

33. Para facilitar las relaciones con terceras personas que puedan verse involucradas en la relación contractual entre las partes y para evitar la existencia de discrepancias relacionadas con dichas relaciones, ambas partes acordarán un protocolo que establezca su colaboración en materia de atención a las reclamaciones que sobre los productos objeto de dicha relación comercial pudieran formular terceras personas. El citado protocolo habrá de incluir las condiciones en las cuales el proveedor se hará cargo de dichas reclamaciones.

## V.12 Comunicación entre los operadores.

34. Con objeto de facilitar la relación y comunicación entre los operadores adheridos al Código, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

Comunicar al personal competente de cada empresa, todo aquello que derive de los acuerdos contraídos, para la correcta ejecución de los compromisos que se adquieran.

Las empresas que no sean PYMES, establecerán un procedimiento para la resolución de conflictos, relacionados con el cumplimiento del presente Código, tal como se señala en la cláusula 42.1.

## V.13 Seguridad alimentaria, calidad e información al consumidor.

35. Los operadores reconocen que la calidad de los productos es objetivo compartido por todos los participantes en la cadena de suministro. Para ello, los operadores cooperarán en su aseguramiento. Los operadores, así como sus asociaciones u organizaciones adheridas, se comprometen a cooperar en materia de seguridad alimentaria, utilizando los cauces y mecanismos actualmente existentes para ello y cumplir con los demás requisitos exigidos por la legislación.

36. Los operadores, así como sus asociaciones u organizaciones, promoverán el conocimiento y la utilización de las recomendaciones que resulten adecuadas en materia de criterios de calidad de almacenaje de producto desde la entrega hasta el lineal (temperatura, humedad, paletización, ubicación, información al consumidor, etc.).

37. Los operadores aplicarán un procedimiento claro y coordinado para la resolución de las diferencias en materia de calidad, identificando a los interlocutores responsables de las empresas asociadas y facilitando la gestión de las incidencias.

38. Los operadores reforzarán sus esfuerzos y recursos en materia de atención a las reclamaciones de los consumidores. Para ello se establecerán los cauces de colaboración necesarios para la adecuada gestión de dichas reclamaciones, en la que ambas partes colaboren y se asistan de manera eficaz en la resolución de las incidencias.

VI. *Clausulado de prácticas comerciales específicas para algunos operadores de la cadena alimentaria*

39. Los operadores de la cadena alimentaria adheridos al Código se comprometen a respetar, en sus relaciones comerciales con los productores primarios, los siguientes aspectos:

No derivar al mercado de fresco productos que hayan sido adquiridos para ser destinados a transformación u otros usos.

Fomentar la adopción de medidas que coadyuven a lograr la sostenibilidad del sector primario y retribuir, de manera proporcionada, el valor que aportan las producciones agrarias a las cadenas de suministro, siguiendo los principios del comercio responsable y respetando, en todo caso, las normas del derecho de la competencia. Para ello, siempre que sea posible, se destacarán, en el marco de las estrategias comerciales de



## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119576

los operadores adheridos al Código, el valor de los productos alimentarios de temporada y de proximidad.

Prestar una especial atención al cumplimiento de la normativa aplicable en materia de información alimentaria facilitada al consumidor y al origen de los productos. En especial, en el caso de comercialización de frutas y hortalizas frescas se deberá identificar de forma bien visible y con tipografía adecuada, para su fácil identificación por el consumidor, su país de origen o el lugar de procedencia real del producto.

40. Los operadores de la cadena alimentaria que intervienen en las fases de la comercialización, la transformación y la industria adheridos al Código se comprometen a respetar, en sus relaciones comerciales con la distribución, los siguientes aspectos:

Facilitar la información técnica del producto y la modificación de su calidad que resulte necesaria para el cumplimiento de las obligaciones de información alimentaria al consumidor, que corresponden al distribuidor. La información se remitirá en los soportes adecuados para su tratamiento e integración en los procesos de venta presencial y a distancia. Cuando el fabricante y el distribuidor acuerden utilizar los servicios de un tercero para cumplir con las obligaciones de información al consumidor, derivadas de la normativa vigente, deberán prever en el contrato los criterios para el reparto de su coste.

Los fabricantes deberán comunicar y justificar las alteraciones de la calidad de un producto objeto de un contrato en vigor, cuando pueda suponer una desventaja o un perjuicio para los consumidores o para los distribuidores que lo comercializan.

Las modificaciones de las fechas de caducidad y consumo preferente en las fichas de un producto que sea objeto de un contrato en vigor deberán justificarse y comunicarse con un preaviso razonable que permita al distribuidor ajustar su sistema logístico.

El lanzamiento de vales comerciales o cupones de descuento deberá ser previamente acordado con todos los operadores afectados, que deberán aceptar expresamente las condiciones y el plazo de su puesta en el mercado, así como la contraprestación prevista por la actividad de redención y gestión de los cupones. Los operadores con quienes no se haya acordado dicha colaboración se reservarán el derecho de no participar en tales acciones promocionales, comunicándolo a los consumidores. A estos efectos, las partes se comprometen a difundir y velar por el cumplimiento de la Recomendación AECOC sobre cupones promocionales.

#### VII. Otros acuerdos

41. Los operadores que intervienen en las fases de la producción, la comercialización, la transformación, la industria y la distribución que estén adheridos al presente Código asumen adicionalmente otros compromisos destinados a prestar especial atención para garantizar la calidad de los productos alimenticios destinados a ponerse a disposición del consumidor, para reducir el volumen de desperdicios alimentarios en las distintas fases de la cadena, y para reforzar la cooperación entre los operadores ante situaciones de crisis de mercado. En virtud ello, los operadores asumen los siguientes compromisos:

Disponer, cualquiera que sea la posición del operador en la cadena, de unas guías de gestión y manejo adaptadas a los productos, que permitan la conservación de su calidad y hagan posible que puedan llegar al consumidor en las mejores condiciones de conservación.

Avanzar en el desarrollo de protocolos de trabajo y manejo de los alimentos, adaptados a la tipología de productos que gestione y la posición que ocupe en la cadena de suministro, que permitan controlar y reducir el desperdicio alimentario.

Los operadores adheridos se comprometen a avanzar en la implantación de sistemas de gestión de stocks de productos mediante la utilización eficiente de los pedidos y del transporte de los productos.

Cuando se produzca o se prevea una crisis sectorial en algún producto agroalimentario por causas exógenas al propio sector en algún punto de la cadena y/o en el consumo por



## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119577

desconfianza del consumidor, las empresas que suscriban el código se comprometen a colaborar estrechamente, respetando la normativa de defensa de la competencia, para buscar estrategias y mecanismos que ayuden a reducir su incidencia.

VIII. *Cumplimiento del Código y resolución de discrepancias*

42. En el caso de conflicto o discrepancia respecto de la aplicación del presente Código entre empresas individuales, los operadores adheridos se comprometen a solucionarlo de buena fe y minimizando, en la medida de lo posible, los costes operativos y de gestión, de acuerdo con el siguiente procedimiento:

1. El primer paso a dar por el operador que se considere perjudicado, será solicitar que la cuestión se resuelva a un nivel superior de la jerarquía comercial de la empresa, supuestamente inculpidora, en un plazo máximo de diez días hábiles desde la presentación de la solicitud.

A estos efectos, las empresas adheridas, cuyo tamaño sea superior al de PYME, deberán diseñar y publicar un procedimiento interno de resolución de conflictos, que deberá ser independiente de los departamentos comerciales y cuya función deberá ser equivalente a un «defensor del cliente y del proveedor». Su funcionamiento habrá de resultar imparcial y, en estos casos, deberá tener capacidad para adoptar una resolución en un plazo máximo de veinte días hábiles, desde la presentación de la solicitud.

2. Si en los plazos señalados no se hubiera obtenido una respuesta, o no se hubiera llegado a un acuerdo, y la parte que se considera perjudicada quisiera continuar las actuaciones, la resolución del conflicto se someterá a un sistema de mediación, o en su defecto las partes podrán acudir directamente a un sistema de arbitraje, tal como se contempla en el apartado 3. Dicha mediación se iniciará y se llevará a cabo según lo dispuesto en la Ley 5/2012, de 6 de julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles y su normativa de desarrollo.

La adhesión al presente Código supone para los operadores, la aceptación del compromiso de someter a mediación las controversias entre las partes, a los efectos previstos en el artículo 6.2 de la mencionada Ley 5/2012.

3. En caso de no haber acordado previamente acudir directamente al arbitraje, si el anterior sistema de mediación finalizase sin alcanzar un acuerdo, teniendo en cuenta el compromiso de minimizar los costes operativos y de gestión en la resolución de conflictos, los operadores adheridos al Código podrán utilizar los sistemas de arbitraje, siguiendo para ello el procedimiento previsto en la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.

43. En el caso de que el incumplimiento, por parte de un operador, de los principios recogidos en el presente Código afecte a varios operadores, las asociaciones u organizaciones firmantes que los representen, podrán promover, ante la Comisión de Seguimiento, la realización de un procedimiento confidencial y anónimo de reclamación colectiva que permita dictaminar sobre la conformidad o no de dichas prácticas con el presente código.

La Comisión de Seguimiento establecerá en su Reglamento de funcionamiento interno el procedimiento de reclamación colectiva de forma que, en la medida de lo posible, sea compatible con las reglas de procedimiento del órgano de gobierno previsto en los «Principios de buenas prácticas en las relaciones verticales de la cadena alimentaria» acordados por las asociaciones europeas representativas de la industria y la distribución. El sistema de notificación y el procedimiento de trabajo deberán garantizar en todo momento el anonimato y la confidencialidad y las reglas de competencia.

IX. *Comisión de Seguimiento del Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria*IX.1 *Composición y funcionamiento.*

44. La Comisión de Seguimiento del Código, prevista en el artículo 16.3 de la Ley 12/2013, estará presidida por el Director General de la Industria Alimentaria e integrada adicionalmente por un total de 16 vocales, que se distribuirán de la siguiente manera:



## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119578

Dos vocales en representación del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, designados por su titular.

Dos vocales en representación del Ministerio de Economía y Competitividad, designados por su titular.

Tres vocales en representación de los productores, propuestos por las organizaciones profesionales agrarias representativas de los operadores del sector productor adheridos al Código.

Un vocal en representación de las Cooperativas Agroalimentarias de España.

Cuatro vocales en representación de la industria alimentaria, propuestos por las organizaciones y asociaciones sectoriales representativas de los operadores del sector industrial adheridos al Código.

Cuatro vocales en representación de las empresas de la distribución, propuestos por las organizaciones y asociaciones sectoriales representativas de los operadores del sector de la distribución, moderna y especializada, adheridos al Código.

Actuará como Secretario, un funcionario de la Subdirección General de Estructura de la Cadena Alimentaria, que tendrá voz, pero no voto en las deliberaciones de la Comisión y que será designado por su Presidente.

Podrá asistir como invitado, con voz pero sin voto, un representante designado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, si así lo solicita.

45. La Comisión de Seguimiento establecerá su reglamento de funcionamiento interno y el sistema de control de cumplimiento del Código. La Comisión trabajará dentro de una estricta confidencialidad y anonimato, por lo que deberán redactarse unas normas adecuadas de procedimiento para evitar los conflictos de intereses, así como un acuerdo de confidencialidad específico y garantizando en todo caso la normativa de defensa de la competencia. La comisión de seguimiento adoptará sus decisiones por mayoría simple, siendo el voto del presidente dirimente en caso de empate.

## IX.2 Funciones.

46. El trabajo de la Comisión de Seguimiento se ajustará a las siguientes funciones:

La Comisión de Seguimiento será el órgano encargado de la interpretación y alcance de las cláusulas que componen el presente Código.

Llevar a cabo un seguimiento de la implantación y del grado de cumplimiento del presente Código, por parte de los operadores y sus asociaciones u organizaciones.

Promover actuaciones para facilitar el conocimiento del Código entre los operadores de la cadena alimentaria.

Informar anualmente al Observatorio de la Cadena Alimentaria del resultado de sus trabajos y darle traslado de las propuestas que estime oportunas en relación con la mejora y actualización de los compromisos contemplados en el Código.

De acuerdo con lo previsto en el artículo 7 de este Código, podrá proponer al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente la suspensión temporal o la exclusión definitiva de la inscripción en el Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles, de aquellos operadores de los que se tenga conocimiento que incumplen los términos de su compromiso de adhesión.

Será informada por las asociaciones y organizaciones que la integran, de las actividades promovidas entre sus asociados para fomentar el conocimiento del Código e incentivar su incorporación al mismo.

Llevar a cabo, en colaboración con el Observatorio de la Cadena Alimentaria, el diseño y la puesta en marcha del panel para el seguimiento de la innovación en la cadena agroalimentaria, al que se hace referencia en el artículo 27 de este Convenio.

Establecer, en su Reglamento de funcionamiento interno, el procedimiento de reclamación colectiva previsto en el artículo 43 de este Convenio.



## ANEXO 4

CÓDIGO DE  
BUENAS  
PRÁCTICAS  
MERCANTILES  
EN LA  
CONTRATACIÓN  
ALIMENTARIA

## BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 302

Viernes 18 de diciembre de 2015

Sec. III. Pág. 119579

*X. Publicidad del Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria*

47. Con independencia de las actuaciones que lleve a cabo el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente para dar a conocer el Código, de acuerdo con lo previsto en el artículo 17.3 del Ley 12/2013, las asociaciones u organizaciones representativas los operadores de la cadena alimentaria adheridas al Código se comprometen a utilizar los medios que consideren más idóneos para dar la máxima difusión e información sobre su contenido y promover la mayor adhesión de las empresas integrantes de las mismas.

48. Los operadores que intervienen en las fases de la producción, la comercialización, la transformación, la industria y la distribución, y sus asociaciones u organizaciones adheridos, se comprometen a utilizar la mención de «Acogido al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria» y del logo que se cree al efecto.

*XI. Implantación del Código*

49. Los operadores adheridos al presente Código, revisarán y, en caso necesario, modificarán sus contratos a fin de garantizar su compatibilidad con el presente Código, de modo que puedan ser aplicados tras su adhesión al Código en los nuevos contratos que se formalicen y en aquellos que vayan siendo revisados o renovados.

50. Ante las sanciones que pudieran derivarse de las prácticas y conductas realizadas en aplicación del Código, no podrá alegarse el papel y la participación de los poderes públicos en la elaboración del presente Código, confianza legítima, confusión normativa, presunción de actuar conforme a Derecho, o circunstancias análogas derivadas del papel de los poderes públicos en relación a la elaboración del Código.



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

# PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

### 1 CONTEXTO DE LA PROPUESTA

#### Razones y objetivos de la propuesta

Los agricultores, ganaderos, transformadores, intermediarios, mayoristas, minoristas y consumidores son todos ellos agentes en la cadena de suministro alimentario. Los agentes más pequeños de esa cadena son más propensos a verse expuestos a prácticas comerciales desleales (PCD) debido a su, en general, escaso poder de negociación frente a los grandes agentes de la cadena. Los productores agropecuarios son especialmente vulnerables a las PCD porque a menudo carecen de un poder de negociación que pueda equipararse al de los agentes que compran sus productos en fases posteriores de la cadena. Esto se debe a las pocas alternativas de que disponen a la hora de hacer llegar sus productos a los consumidores.

Existe un amplio consenso a la hora de reconocer que a lo largo de toda la cadena de suministro alimentario se producen PCD. Desde 2009, la Comisión ha publicado tres comunicaciones centradas en la cadena de suministro alimentario, incluso en relación con las PCD.

En junio de 2016, el Parlamento Europeo, en una resolución<sup>1</sup>, pidió a la Comisión que presentara una propuesta sobre un marco jurídico de la Unión en relación con las prácticas comerciales desleales. En diciembre de 2016, el Consejo invitó a la Comisión a que llevara a cabo, de manera oportuna, una evaluación de impacto con miras a proponer un marco legislativo o medidas no legislativas de la UE para hacer frente a las prácticas comerciales desleales<sup>2</sup>. En septiembre de 2016, el Comité Económico y Social Europeo publicó un informe en el que instaba a la Comisión y a los Estados Miembro a tomar medidas con prontitud para evitar las prácticas comerciales desleales y crear una red armonizada de organismos de control del cumplimiento a escala de la UE consagrados a este ámbito, al objeto de establecer la igualdad de condiciones en el mercado único<sup>3</sup>.

En su informe de 2016, la Comisión señaló una serie de áreas en las que era necesario mejorar la legislación de los Estados Miembro y las iniciativas voluntarias del sector en

1. Resolución del Parlamento Europeo, de 7 de junio de 2016, sobre prácticas comerciales desleales en la cadena de suministro alimentario [2015/2065(INI)].
2. [Conclusiones del Consejo](#) de 12 de diciembre de 2016 sobre el refuerzo de la posición de los agricultores en la cadena de suministro alimentario y la lucha contra las prácticas comerciales desleales.
3. [COM\(216\) 32 final](#) de 30 de septiembre de 2016.





## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

relación con las PCD. La Comisión se comprometió a reevaluar la necesidad de actuar a nivel de la UE para hacer frente a las PCD a la luz de la evolución de la situación antes del final de su mandato. Las expectativas de mejora no se cumplieron completamente, como se explica con más detalle en la evaluación de impacto (sección 3.3).

Las PCD pueden afectar a los beneficios y márgenes de los agentes, lo que puede dar lugar a un reparto ineficiente de los recursos y eliminar del mercado a empresas que de otro modo habrían sido viables. Por ejemplo, la reducción unilateral y con carácter retroactivo de la cantidad contratada de productos perecederos equivale a los ingresos que pierde un agente que no puede encontrar fácilmente otra salida para esos productos. La morosidad en el pago de productos perecederos ya entregados y vendidos por el comprador supone una carga financiera adicional para el proveedor.

El hecho de que los proveedores puedan verse obligados a aceptar la devolución de productos que el comprador no haya vendido puede constituir una transferencia indebida de riesgos a los proveedores, con repercusiones sobre su seguridad de planificación e inversión. La obligación de contribuir a actividades promocionales genéricas en los comercios de los distribuidores sin obtener un beneficio proporcional puede reducir indebidamente el margen del proveedor.

En un contexto en el que la política agrícola está más claramente orientada al mercado, la buena gobernanza de la cadena de suministro alimentario es cada vez más importante para los agentes, en particular para los productores agropecuarios. La propuesta debe garantizar que esos agentes puedan competir en condiciones equitativas y contribuir así a la eficacia global de la cadena. El hecho de que los agentes que tienen poder de negociación actúen con un comportamiento comercial desleal que no esté prohibido o de que las vías de recurso sean ineficaces puede socavar la viabilidad económica de agentes de la cadena. Por otra parte, una gobernanza débil también puede fragilizar la confianza en la lealtad y el funcionamiento de la cadena de suministro alimentario.

La cadena de suministro alimentario es una sucesión continua de mercados interrelacionados verticalmente. Se caracteriza por la existencia de grandes diferencias entre el poder de negociación de las pequeñas y medianas empresas y el de las empresas de mayor tamaño. Los niveles de concentración en las fases posteriores a la producción primaria son muy altos en todos los Estados Miembro.

En algunos casos, las PCD afectan a los productores más débiles, como los agricultores y ganaderos, aun cuando no estén directamente expuestos a ellas, si los costes inducidos por esas prácticas se repercuten a lo largo de la cadena de suministro alimentario hasta el eslabón más débil, que a menudo es el agricultor. Una PCD que tiene lugar en las fases posteriores de la cadena, por ejemplo entre un minorista y un transformador, puede tener un efecto negativo en cascada hacia el inicio de la cadena y terminar afectando a los agentes agropecuarios.

Veinte Estados Miembro han adoptado una normativa específica sobre PCD, lo cual da fe de la considerable preocupación que esas prácticas suscitan a nivel nacional. No obstante, el problema de las PCD se aborda de una manera extremadamente heterogénea en cada uno de los Estados Miembro. En algunos la protección que se brinda específicamente contra esas prácticas es nula o ineficaz.



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

El Derecho común (contractual) puede prohibir ciertas prácticas, y los que se han visto afectados por ellas tienen la posibilidad de presentar un recurso ante un tribunal de Derecho civil. Pero el Derecho general de obligaciones y contratos, en la medida en que abarca la práctica controvertida, puede resultar difícil de aplicar de facto: las partes más débiles en una transacción comercial suelen ser reacias a presentar una denuncia por temor a hacer peligrar una relación comercial con la parte más fuerte («factor miedo»).

Las divergencias entre los enfoques reguladores de los Estados Miembro frente a las PCD generan, además, unas condiciones de competencia desiguales para los agentes. Con el planteamiento fragmentario que se aplica en la actualidad, el alcance de la protección que se concede a los agentes contra las PCD depende de los Estados Miembro. La divergencia entre las normas puede dar lugar a condiciones de competencia diferentes.

Por otra parte, hay muy poca coordinación entre los organismos de control del cumplimiento de los Estados Miembro debido a la inexistencia de estructuras oficiales de coordinación a nivel de la UE. La coordinación podría mejorar las prácticas en materia de control del cumplimiento en los Estados Miembro.

La Iniciativa de la Cadena de Suministro (ICS)<sup>4</sup>, de carácter voluntario, es una iniciativa del sector privado que pretende regular las PCD. Iniciativas nacionales similares coexisten con medidas nacionales obligatorias de los Estados Miembro. Desde su creación, la ICS ha desempeñado un papel importante en los Estados Miembro a la hora de concienciar sobre las PCD y promover la lealtad en la conducta comercial. La iniciativa ha ido evolucionando, y recientemente ha designado un presidente independiente. Constituye un foro para la resolución temprana de conflictos evitando su judicialización. Es poco probable, sin embargo, que la ICS evolucione hasta convertirse en un marco de gobernanza global que volviera superfluas las medidas de gobernanza pública, incluido el control del cumplimiento. La participación en la ICS es voluntaria y, por consiguiente, la iniciativa no abarca, por ahora, a todos los agentes de la cadena de suministro alimentario. Por ejemplo, aunque hay minoristas que son miembros de la ICS, los que compran alianzas no participan en la iniciativa, ni tampoco las organizaciones que representan a productores agropecuarios. Estas últimas no se adhirieron a la ICS porque, desde su punto de vista, la iniciativa no garantizaba una confidencialidad suficiente a las partes denunciadas ni preveía investigaciones independientes ni sanciones<sup>5</sup>. No obstante, algunas organizaciones que representan a productores agropecuarios participan en iniciativas nacionales de cadena de suministro.

Algunas limitaciones a un código voluntario pueden ser también de carácter estructural. La ICS no tiene la capacidad de imponer sanciones, y tampoco publica sus decisiones (por lo que estas no tienen efecto disuasorio). Los litigios individualizados no se abordan de una manera que pueda garantizar la confidencialidad de las denuncias, ni siquiera en las primeras fases del procedimiento.

Por otra parte, no tiene capacidad para realizar investigaciones por iniciativa propia. Las dudas en cuanto a un control del cumplimiento eficaz se deben a la persistencia

4. <http://www.supplychaininitiative.eu/>, La ICS se creó oficialmente en 2013, pero sus Principios de Buenas Prácticas, una especie de código de conducta, datan del año 2011.
5. Comisión Europea, [Informe](#) de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre las prácticas comerciales desleales en la cadena de suministro alimentario entre empresas, enero de 2016, p. 8.



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

de un bajo nivel de participación de los productores agropecuarios en la ICS. Por otra parte, una iniciativa voluntaria no puede resolver, por sí sola, el problema de la fragmentación de las normas sobre PCD en los Estados Miembro.

Por consiguiente, la propuesta de Directiva tiene por objeto reducir la incidencia de PCD en la cadena de suministro alimentario mediante la introducción de un nivel mínimo común de protección en toda la UE, que consiste en el establecimiento de una corta lista de PCD específicamente prohibidas. La protección se extiende a los pequeños y medianos proveedores de la cadena de suministro alimentario, en la medida en que vendan productos alimenticios a compradores que no sean pequeñas y medianas empresas. Con este ámbito de aplicación se pretende contribuir a garantizar un nivel de vida equitativo a la población agrícola, que es un objetivo de la política agraria común en virtud del artículo 39 del TFUE.

Las disposiciones sobre requisitos mínimos de control del cumplimiento aplicables a las autoridades nacionales competentes refuerzan el carácter disuasorio del régimen propuesto. Por último, un mecanismo de coordinación entre los organismos de control del cumplimiento organizado por la Comisión permitirá el intercambio de datos acerca del número y tipo de investigaciones sobre infracciones llevadas a cabo y constituirá, además, un foro para el intercambio de las mejores prácticas, con el fin de reforzar la eficacia del control del cumplimiento.

Las medidas propuestas completan las medidas existentes en los Estados Miembro y en el código de conducta de la ICS (enfoque de armonización mínima).

### **Coherencia con las disposiciones existentes en la misma política sectorial**

Por el momento, la UE no dispone de una normativa horizontal sobre PCD entre empresas. La lealtad en las actividades de mercado entre empresas es el objetivo específico de la Directiva 2006/114/CE, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa. No obstante, las disposiciones establecidas en esa Directiva no contemplan las prácticas comerciales entre empresas tal como se hace en la presente propuesta.

### **Coherencia con otras políticas de la Unión**

El Derecho de competencia tiene un alcance distinto del de las normas sobre PCD. Las PCD son prácticas unilaterales que en la mayoría de los casos no constituyen una infracción de las normas de competencia porque para que eso sea así es preciso que haya una posición dominante en un mercado determinado, así como un abuso de dicha posición que afecte al conjunto del mercado. Comparativamente, las normas sobre las PCD se aplican a cualquier situación de desigualdad en el poder de negociación (en la mayoría de los casos sin que haya una posición dominante en el mercado) y prohíben a las empresas imponer a sus socios comerciales, u obtener o intentar conseguir de ellos, condiciones que se consideran injustificadas, desproporcionadas o que no conllevan una contrapartida (sin que tengan necesariamente un efecto sobre el mercado en su conjunto). Por consiguiente, las normas sobre PCD serán compatibles con las normas de competencia de la UE y las complementarán.



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

Unas divergencias normativas y una protección insuficiente similares a las que se dan en el caso de las PCD han dado lugar a iniciativas de la UE en el ámbito de la protección de los consumidores en sus relaciones con las empresas. Algunos Estados Miembro aplican esas normas también a las relaciones entre empresas nacionales.

El planteamiento conceptual subyacente a las normas de la UE aplicables a las relaciones entre empresas y consumidores comparte, de hecho, algunas características importantes con las normas de los Estados Miembro en materia de PCD que rigen las transacciones entre empresas, es decir, el hecho de centrarse en las partes relativamente más débiles en una transacción comercial.

La Directiva 2011/7/UE, sobre morosidad, establece que, en las operaciones comerciales entre empresas, el plazo de pago establecido en el contrato no debe exceder de 30 días naturales, ampliable a 60, salvo acuerdo expreso en contrario recogido en el contrato y siempre que no sea manifiestamente abusivo para el acreedor. Por consiguiente, la ausencia de un plazo obligatorio máximo de pago en las operaciones entre empresas se utiliza con frecuencia para imponer plazos de pago mucho más largos de los que resultan convenientes para el acreedor o que no están justificados por las costumbres del comercio o la naturaleza del contrato. Así pues, la propuesta tiene por objeto establecer un plazo de pago máximo de 30 días naturales en las operaciones comerciales en relación con la compra y venta de productos alimenticios entre empresas. Ese plazo es vinculante y no deberá excederse en ningún caso. Aunque la presente propuesta constituye una *lex specialis* sobre plazos de pago en los contratos que entran en el ámbito de aplicación de la presente Directiva, la Directiva sobre morosidad sigue siendo aplicable cuando se producen retrasos en los pagos en relación con las demás disposiciones, en particular las relativas a los pagos y los tipos de interés, las compensaciones, las condiciones contractuales y prácticas abusivas, los procedimientos acelerados para obtener órdenes de pago, los calendarios y la reserva de dominio.

## 2 BASE JURÍDICA, SUBSIDIARIEDAD Y PROPORCIONALIDAD

### Base jurídica

Un objetivo fundamental de la PAC es garantizar un nivel de vida equitativo a la población agrícola (artículo 39 del TFUE). El énfasis constitucional de la UE en el bienestar de los productores es único para el sector agrícola, lo que pone de manifiesto la responsabilidad global de la PAC para la agricultura europea. El Tratado enumera otros cuatro objetivos de la PAC, a saber, incrementar la productividad agrícola, estabilizar los mercados, garantizar la seguridad de los abastecimientos y asegurar al consumidor suministros a precios razonables.

El artículo 39 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) especifica que la política agraria común (PAC) debe garantizar un nivel de vida equitativo a la comunidad agrícola, así como incrementar la productividad agrícola, estabilizar los mercados, garantizar la seguridad de los abastecimientos y asegurar al consumidor suministros a precios razonables. El artículo 40 del TFUE dispone que la organización



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

común de los mercados agrícolas debe excluir toda discriminación entre productores. En el artículo 43 del TFUE se especifica que la organización común de mercados debe asegurar a los intercambios dentro de la Unión condiciones análogas a las existentes en un mercado nacional.

La falta de uniformidad de las normas sobre PCD de los Estados Miembro, o la ausencia de tales normas, puede ir en menoscabo del objetivo de garantizar un nivel de vida equitativo a la población agrícola. Las PCD ponen en peligro la rentabilidad de los productores agropecuarios y ejercen una presión a la baja sobre sus ingresos. Su gobernanza, pues, forma parte del mandato de principio de la PAC.

La ausencia de un marco común sobre las PCD contrasta con otros ámbitos regulados por la PAC que tienen una pertinencia directa para los agentes, como las normas sobre competencia, ayudas estatales y marketing. En esos ámbitos, el Reglamento (UE) n.º 1308/2013, por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios, establece normas comunes pertinentes para las condiciones de mercado ante las que se encuentran los agentes en la UE, a fin de contribuir a la cohesión económica y social y a la igualdad de condiciones en el mercado único. Conforme a lo dispuesto en el artículo 38, apartados 2 y 3, del TFUE, la PAC es aplicable principalmente a los productos agrícolas incluidos en el anexo I del TFUE.

No obstante, el Tribunal de Justicia ha confirmado explícitamente que los productos alimenticios no incluidos en el anexo I del TFUE (los productos del anexo I se consideran «productos agrícolas» en virtud del Tratado) pueden estar cubiertos por actos adoptados en virtud del artículo 43 del TFUE, si ello contribuye a la realización de uno o varios de los objetivos de la PAC y si esos actos se refieren esencialmente a productos agrícolas<sup>6</sup>.

Por otra parte, un planteamiento que proteja a los productores agropecuarios y sus asociaciones (cooperativas y otras organizaciones de productores) tiene que tener en cuenta también los efectos negativos indirectos que estos pueden sufrir como consecuencia de las PCD que se produzcan más adelante en la cadena de suministro alimentario, es decir, las realizadas por agentes que no son agentes agropecuarios, pero cuya posición negociadora débil en las fases posteriores de la cadena los hace vulnerables a las PCD. Si se protege a los proveedores de las fases posteriores de la cadena contra las PCD se evitarán unas consecuencias no deseadas para los agricultores y ganaderos debidas al desvío comercial hacia competidores propiedad de un inversor —por ejemplo, en la fase de transformación— que no gozarían de protección (por ejemplo, menos riesgo de que los compradores tengan que responder a acusaciones de PCD).

A la luz de las consideraciones anteriores, el artículo 43 del TFUE, que confiere al legislador de la Unión competencias jurídicas para establecer una organización común de los mercados agrícolas en la UE, puede, en principio, servir de base jurídica para las medidas relativas a las PCD en la cadena de suministro alimentario en relación con el comercio de productos alimenticios que provienen de productores agropecuarios.

6. Sentencia del Tribunal de Justicia en el [asunto C-343/07](#), de 2 de julio de 2009, apartados 50-51.



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

### Subsidiariedad (en el caso de competencia no exclusiva)

La UE no dispone de normas comunes que establezcan un nivel europeo mínimo de protección mediante la aproximación o armonización de medidas divergentes de los Estados Miembro sobre PCD. Sin medidas de la UE, los Estados Miembro carecen de mecanismos de coordinación para realizar esa aproximación y de incentivos para realizar una labor de autoajuste. Los Estados Miembro aún no han establecido un nivel mínimo de protección contra las PCD, pese a las recomendaciones formuladas por la Comisión en sus comunicaciones.

En algunos Estados Miembro no existen siquiera normas específicas de protección contra las PCD. En otros no se abordan aspectos importantes del control del cumplimiento respecto a esas prácticas. Todo ello da lugar a una protección insuficiente de los agentes más vulnerables, en particular los productores agropecuarios. Por otra parte, a pesar de sus efectos positivos en el ámbito de la gobernanza privada de las PCD, los códigos voluntarios, tales como la ICS -en la medida en que se aplica en los Estados Miembro-, no pueden sustituir de una forma efectiva a las medidas de gobernanza pública.

Se necesitan, pues, medidas de la UE para resolver el problema de la insuficiente protección contra las PCD mediante un nivel mínimo común para toda la UE. Tras años de debates, análisis y recomendaciones, que han conseguido mejorar solo en cierta medida la situación sobre el terreno, la legislación de la UE es un medio que permite garantizar un nivel mínimo de protección en toda la Unión, en particular en lo que se refiere a la coordinación y el control del cumplimiento.

La eficacia de la normativa de la UE reside en el nivel mínimo común en todos los Estados Miembro que supone la introducción de la protección en los Estados Miembro que carecen de normas de protección frente a las PCD. El enfoque elegido es proporcionado en relación con el problema planteado y con las medidas existentes en los Estados Miembro. No establece un marco jurídico global de la UE sobre PCD en los Estados Miembro. Por el contrario, en consonancia con un enfoque de armonización mínima, establece una corta lista de prácticas comerciales manifiestamente desleales, pero deja a los Estados Miembro margen de maniobra para mantener o establecer medidas de mayor alcance. Las normas nacionales más ambiciosas sobre PCD y los códigos voluntarios tales como la ICS no solo no se sustituirán sino que se complementarán. Por consiguiente, con un nivel mínimo de la UE se espera crear sinergias en lugar de anular las ventajas de esos regímenes. En segundo lugar, la Directiva propuesta establece unas competencias en materia de control del cumplimiento que han demostrado su eficacia a la hora de abordar el «factor miedo», reforzar el efecto disuasorio y mejorar las posibilidades de recurso en los Estados Miembro. Una vez más, el planteamiento seguido es el de una armonización mínima y depende de los organismos de control del cumplimiento de los Estados Miembro, y no de una autoridad de ejecución centralizada. En tercer lugar, la Directiva propuesta incluye la creación de una red de coordinación de los organismos de control del cumplimiento organizada por la Comisión que permitirá el intercambio de las mejores prácticas en la materia y supondrá una plataforma en la que debatir y mejorar la aplicación de las normas sobre PCD. La experiencia adquirida con el control del cumplimiento de las normas sobre PCD por el Grocery Code Adjudicator (la persona encargada de regular las relaciones entre supermercados y proveedores en el Reino Unido) pone de manifiesto que



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

un régimen de protección eficaz puede reducir la incidencia de PCD y aumentar la eficacia de las vías de recurso contra esas prácticas.

Las medidas a nivel de la UE, complementarias de los regímenes de los Estados Miembro y la ICS, consisten en unas normas comunes sobre PCD dirigidas a mejorar la gobernanza de la cadena de suministro alimentario y garantizar un nivel de vida equitativo a la población agrícola (artículo 39 del TFUE). El planteamiento adoptado consiste en una armonización (mínima) parcial y tiene en cuenta los efectos positivos de los acuerdos contractuales vinculados al mercado entre partes. Habida cuenta de que las PCD se producen a lo largo de la cadena de suministro alimentario y tienen repercusiones que probablemente se repercutan a los productores agropecuarios, es conveniente abordarlas de una manera global y a lo largo de toda la cadena.

### Proporcionalidad

Los paquetes de opciones examinados en la evaluación de impacto difieren según su ambición. Por lo que se refiere a su aptitud para resolver el problema con eficacia, todos son, en principio, adecuados para contribuir a la consecución de los objetivos fijados, que son reducir la incidencia de PCDE y corregir la situación de una protección insuficiente. Dicho esto, las recomendaciones de la UE no pueden hacer que se alcancen los objetivos perseguidos. Las recomendaciones de la Comisión a los Estados Miembro de 2014 y 2016 y la ICS no han tenido pleno efecto, en parte porque algunos resultados pueden depender de la aplicación de un enfoque común obligatorio. En consecuencia, el planteamiento elegido en la presente Directiva es más eficaz a la hora de alcanzar el objetivo de un nivel mínimo común de protección en los Estados Miembro y puede, como pone de manifiesto el ejemplo de algunos Estados Miembro, resolver algunos de los problemas detectados en relación con las PCD, incluidas las deficiencias en materia de control del cumplimiento. Por la misma razón, no parece probable que con unos medios menos intrusivos se pueda alcanzar el objetivo perseguido con la misma eficacia.

El enfoque adoptado es prudente de distintas formas y, por tanto, es proporcionado respecto al objetivo que se pretende alcanzar. No se propone una armonización completa, solo parcial. Los Estados Miembro seguirán teniendo la posibilidad de establecer normas sobre PCD más ambiciosas que el nivel mínimo de protección que se propone introducir la presente Directiva (con sujeción a la legislación aplicable de la UE). Es más, la Directiva propone un planteamiento basado en un control del cumplimiento descentralizado por parte de los Estados Miembro. La Directiva es complementaria de las normas vigentes, incluidas las establecidas por iniciativas voluntarias tales como la ICS. En consecuencia, la Directiva no pretende determinar todas las prácticas que podrían considerarse PCD sino que establece una corta lista de PCD prohibidas. La protección se circunscribe a las PYMES proveedoras en la cadena de suministro alimentario, lo cual no interfiere con las relaciones comerciales de los grandes operadores que tienen menos probabilidades de ser víctimas de PCD o de los que cabe esperar que compensen presiones indebidas de sufrir tales prácticas, y que no deberían estar condicionados por el «factor miedo», sobre el que se debatió en el informe de la evaluación de impacto, de la misma manera que las PYMES.

En las secciones 3.2 y 3.3 de la evaluación de impacto se aborda la cuestión de



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

la proporcionalidad. Las características de la opción preferida, que hacen que la propuesta sea proporcionada en el sentido que antes se ha explicado, se analizan en las secciones 5 y 6 y, finalmente, en la sección 8, se describe esa opción.

### Elección del instrumento

El instrumento elegido es una directiva, ya que un planteamiento no vinculante puede resultar ineficaz a la hora de garantizar las condiciones mínimas de igualdad que se pretende alcanzar. La adopción de una directiva como el instrumento pertinente en materia de medidas sobre PCD ha tenido también en cuenta la subsidiariedad: una directiva permite a los Estados Miembro integrar el nivel mínimo de protección en sus ordenamientos jurídicos nacionales de un modo compatible con las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas que elijan.

## 3 RESULTADOS DE LAS EVALUACIONES EX POST, DE LAS CONSULTAS CON LAS PARTES INTERESADAS Y DE LAS EVALUACIONES DE IMPACTO

### Evaluaciones ex post / control de calidad de la legislación existente

Al no haber por el momento ningún marco legislativo de la UE para hacer frente a las PCD, no es posible, hoy por hoy, presentar una evaluación basada en datos fehacientes sobre los resultados de las medidas. No obstante, algunos Estados Miembro han realizado evaluaciones ex ante o ex post con respecto a la efectividad y eficacia de sus políticas en materia de PCD.

### Consultas con las partes interesadas

Se realizaron consultas sobre la evaluación de impacto inicial, una consulta pública abierta, consultas a las partes interesadas de la cadena de suministro alimentario (empresas de la cadena y organizaciones de consumidores), una consulta con los Estados Miembro, un seminario académico sobre PCD en la cadena de suministro alimentario (organizado por el Centro Común de Investigación), reuniones ad hoc con partes interesadas de la cadena de suministro alimentario y contactos con grupos del Diálogo de la Sociedad Civil sobre la PAC. El proceso de consulta tuvo por objeto, fundamentalmente, recabar información para realizar el informe de la evaluación de impacto.

Se invitó a las partes interesadas a formular observaciones y presentar pruebas sobre la definición del problema, los objetivos políticos, la necesidad de la actuación a nivel de la UE, las opciones de actuación, la posible repercusión de las opciones de actuación y las cuestiones relacionadas con la aplicación, incluidos el seguimiento y el control del cumplimiento.

La mayoría de las partes interesadas afirmaron que en la cadena de suministro alimentario tienen lugar frecuentemente PCD perjudiciales y son partidarias (con la excepción del sector minorista) de actuar con medidas legislativas a nivel de la





## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

UE, en particular mediante el establecimiento de niveles mínimos de control del cumplimiento. Los (grandes) minoristas no consideraban que las PCD se produjeran de manera generalizada y se opusieron a la adopción de medidas a nivel de la UE.

Las organizaciones de consumidores tuvieron una participación limitada en el proceso de consulta, pero manifestaron su interés por participar en la fase legislativa.

El 90 % de los participantes en la consulta pública abierta estuvo total o parcialmente de acuerdo en que en la cadena de suministro alimentario se producen prácticas que podrían considerarse PCD. Esos resultados fueron muy similares en todos los grupos de partes interesadas (productores, transformadores, intermediarios, investigadores, etc.), con excepción del sector minorista (el 12% estuvo total o parcialmente de acuerdo en que en la cadena de suministro alimentario existían PCD). Las prácticas más perjudiciales que salieron a la luz en la consulta coinciden, en términos generales, con las identificadas por la ICS en sus Principios de Buenas Prácticas. En general, el 87% de los encuestados creía que las medidas deberían adoptarse a nivel de la Unión Europea (en colaboración con los Estados Miembro, el 58%; la UE por sí sola, el 29%). En lo que se refiere a la eficacia del control del cumplimiento, los elementos más importantes mencionados por los encuestados fueron las siguientes: transparencia de las investigaciones y los resultados (94%), posibilidad de sanciones en caso de infracción de las normas (93%), posibilidad de presentar denuncias colectivas (92%), capacidad para recibir y tramitar denuncias confidenciales (89%), designación de una autoridad competente (89%) y capacidad de llevar a cabo investigaciones por iniciativa propia (73%).

Las opiniones de las partes interesadas se incorporaron al análisis de la evaluación de impacto a lo largo de todo el texto y se tuvieron en cuenta en la propuesta de Directiva. Si bien la mayoría de las partes interesadas abogó por una regulación amplia de varios de los tipos de PCD que se producían en la cadena de suministro alimentario, la propuesta de la Comisión presenta un enfoque restringido solo a unos pocos tipos de PCD especialmente perjudiciales. La Comisión coincide en gran medida con la mayoría de las partes interesadas en la importancia de que las autoridades de los Estados Miembro dispongan de una gran capacidad de control del cumplimiento y de que ese control esté coordinado en toda la UE.

### Obtención y uso de asesoramiento especializado

Además de las consultas descritas anteriormente con las partes interesadas, el análisis de la evaluación de impacto se basó en una amplia gama de datos científicos y jurídicos y de conocimientos aplicados. A la hora de establecer la base de referencia, se recabó información de los Estados Miembro, que fue procesada y analizada por expertos jurista externos; también se obtuvo de los Estados Miembro y de fuentes públicamente disponibles información adicional sobre las posibles repercusiones de las opciones. De una manera más general, la información en la que se basó la evaluación de impacto incluía datos e información obtenidos como consecuencia de las consultas antes mencionadas, de un seminario académico, de un informe técnico y de análisis independientes de la bibliografía, así como a través de intercambios con los Estados Miembro y terceros países con experiencia en la regulación de las PCD.



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

Por ejemplo, en su informe *The supply of groceries in the UK market investigation*, de 2008, la Comisión de la Competencia del Reino Unido consideraba que algunas PCD podían tener un efecto negativo sobre la competencia y el bienestar de los consumidores. En un estudio realizado para la DG GROW en 2016, Areté abordó las limitaciones de la ICS en la lucha contra las PCD. Y en un informe sobre PCD de 2013, SEO confirmó el papel que desempeña el temor a represalias en los casos de PCD.

También se recurrió en la evaluación de impacto a la experiencia interna de los investigadores del JRC, en particular su Unidad de Aspectos Económicos de la Agricultura, y de los expertos jurídicos y económicos de la DG AGRI.

### ***Seminario académico sobre las PCD en la cadena de suministro alimentario***

Junto con la DG AGRI, el Centro Común de Investigación (JRC) organizó en julio de 2017 un seminario sobre prácticas comerciales desleales en la cadena de suministro alimentario. Más de una docena de participantes en ese seminario procedían de universidades de toda la UE y de los Estados Unidos.

Sobre la base de los resultados del seminario, y con la asistencia de sus ponentes, el JRC elaboró un informe técnico en el que se confirmaba la existencia de PCD en la cadena de suministro alimentario y se referenciaba la extensa labor reguladora y analítica sobre este tema.

### ***Estudio sobre las normas nacionales en materia de PCD de los Estados Miembro***

La Comisión recurrió a un cuestionario para conocer la experiencia de los Estados Miembro con las normas sobre PCD y recabar de ellos la información que pudieran compartir en este contexto. En particular, se pidió a los Estados Miembro lo siguiente: i) que actualizaran la información sobre la existencia, aplicación y control del cumplimiento de la legislación nacional sobre PCD que se había presentado en un estudio anterior de 2015, ii) que compartieran la información procedente de las evaluaciones de impacto que hubieran llevado a cabo para la toma de decisiones respecto a normas nacionales en materia de PCD y iii) que proporcionaran datos e información sobre los costes administrativos que supone para las administraciones públicas la introducción de normas sobre PCD a nivel nacional.

Las respuestas de los Estados Miembro se utilizaron para elaborar un resumen del estudio *Specific regulations on unfair trading practices in Member States in the business-to-business retail supply chain* (Cafaggi, F. y P. Iamiceli, anexo F de la evaluación de impacto). Además, la DG AGRI, en el proceso de elaboración de la evaluación de impacto y en la definición de las distintas opciones, utilizó las estimaciones de los Estados Miembro sobre los costes administrativos que supone la introducción y el control del cumplimiento de las normas nacionales sobre PCD.

### ***Análisis del impacto de la regulación de las PCD***

El economista jefe de la DG COMP presentó un análisis del posible impacto de la regulación de prácticas comerciales en la cadena de suministro alimentario, con las posibles ventajas e inconvenientes (para los agentes y los consumidores) de la regulación de diferentes tipos de prácticas.



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

### Evaluación de impacto

El 21 de febrero de 2018, la DG AGRI presentó la evaluación de impacto al Comité de Control Reglamentario. El 23 de febrero de 2018, ese Comité emitió un dictamen negativo. El Comité pidió que se siguiera trabajando sobre la cuestión y que se volviera a presentar el informe de la evaluación de impacto. El Comité detectó varias deficiencias que debían subsanarse en una versión revisada. El 5 de marzo de 2018, se presentó al Comité de Control Reglamentario una versión revisada del informe de la evaluación de impacto, y este emitió un segundo dictamen, recibido el día 12 de ese mismo mes, positivo con reservas. En el anexo 1 de la evaluación de impacto se expone un resumen de las recomendaciones del Comité y de las modificaciones introducidas.

En la sección 5 de la evaluación de impacto se presentan y debaten las diferentes opciones de actuación. Más adelante, en la sección 6.4, esas opciones se evalúan y combinan en varios paquetes distintos de opciones plausibles. En la sección 8 se describe el paquete de opciones preferido. En el anexo E se explica la metodología utilizada y la evaluación de la eficacia y eficiencia de los paquetes y sus elementos básicos.

En cuanto a los elementos de las opciones, es importante exponer las consideraciones siguientes. Sobre la base de las pruebas disponibles, no parece justificado armonizar en profundidad las normas sobre PCD en la cadena de suministro alimentario de la UE. Una armonización parcial con normas sustantivas sobre PCD puede dar cabida a las normas más estrictas en la materia que hayan podido establecer los Estados Miembro y, al mismo tiempo, permite introducir un nivel mínimo común de protección en la UE a favor del objetivo de reducir la incidencia de PCD.

Una cláusula general que prohibiera las PCD ofrecería un nivel común de protección contra las PCD en los Estados Miembro. Aunque las autoridades de los Estados Miembro podrían interpretarla en función de cada caso, esa cláusula generaría expectativas sobre una aplicación uniforme. Así, una cláusula general implicaría, de facto, un grado de armonización que podría dar lugar a tensiones en relación con los regímenes vigentes en los Estados Miembro, que suelen estar basados en su derecho propio sobre las prohibiciones nacionales generales. La prohibición de una serie de PCD concretas —el enfoque adoptado en la presente propuesta de Directiva— no tiene ese amplio efecto armonizador de facto. Una serie de prohibiciones formuladas de un modo concreto y aplicables a PCD específicas puede reducir, además, la inseguridad jurídica para las transacciones comerciales que podría derivarse de una prohibición más general. Debido a su especificidad, las normas tienen por objeto ser previsibles para los agentes y ser viables para los organismos encargados de controlar su cumplimiento.

Es necesario establecer una diferencia entre las prácticas que están previstas en términos claros e inequívocos en el acuerdo de suministro entre las partes antes de que comience la transacción y las prácticas que tienen lugar después de que la transacción se haya iniciado y que no han sido acordadas de antemano en términos claros e inequívocos. La primera categoría de prácticas puede generar eficiencias, mientras que no es probable que con la segunda categoría se generen eficiencias para las partes. La definición de determinadas PCD en la presente propuesta, pues, da cabida a acuerdos contractuales entre las partes, a menos que de una manera



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

razonable no pueda considerarse que generen eficiencia, por ejemplo si otorgan a la parte más fuerte unos poderes vagos y no especificados que le permiten tomar una decisión unilateral sobre tales prácticas en algún momento después del comienzo de la transacción (imprevisibilidad) o porque algunas prácticas son, de por sí, desleales.

Las normas propuestas sobre PCD se centran en los productos enumerados en el anexo I del TFUE que son de uso alimentario, así como en los productos agrarios transformados objeto de comercio a lo largo de la cadena de suministro alimentario, abarcando así todos los productos alimenticios comercializados. Cuando compradores que no sean PYMES adquieran tales productos en la cadena tendrán que respetar las normas sobre PCD de la UE. Este amplio ámbito de aplicación es coherente con el enfoque de la ICS y con las medidas aplicadas en los Estados Miembro en relación con las PCD. Si las normas solo fueran aplicables a los productos agrarios incluidos en el anexo I, se correría el riesgo de que crearan distorsiones en la cadena de suministro, que podrían, en último extremo, afectar negativamente a los intercambios de productos agrarios y a los productores agropecuarios.

Está justificado ofrecer una protección específica a los pequeños y medianos proveedores de la cadena de suministro alimentario porque suelen ser incapaces de defenderse contra las PCD por carecer de poder de negociación. También existe el riesgo de que se produzcan consecuencias negativas no intencionadas cuando las medidas afectan a las relaciones contractuales entre agentes de mayor tamaño. Así pues, aunque en la evaluación de impacto las PCD se definen en términos de consideraciones de lealtad absoluta, una protección específica resulta más proporcionada en este momento. Del mismo modo, las normas se aplican a los compradores que no son pequeños y a los medianos dentro de la cadena de suministro alimentario, que son los que pueden utilizar su poder de negociación frente a los agentes más pequeños de un modo que propicie el recurso a PCD.

Algunas competencias procesales otorgadas a las autoridades competentes que controlan las normas sobre PCD —y, sobre todo, el hecho de que existan tales autoridades— han resultado importantes para que los agentes perciban la existencia de un control del cumplimiento efectivo que puede combatir las causas profundas que inducen a quienes se han visto afectados por PCD a no intentar buscar vías de recurso (factor miedo). Los Estados Miembro, pues, deben designar a una autoridad competente para el control del cumplimiento de la normativa sobre PCD que tenga ciertas competencias mínimas al respecto, basándose en las mejores prácticas de los regímenes existentes en los Estados Miembro.

Las normas de la UE deben ir acompañadas de un mecanismo de coordinación entre las autoridades competentes para garantizar su aplicación coordinada, que facilite el intercambio de las mejores prácticas. Por otra parte, es muy importante que a través de ese mecanismo los Estados Miembro presenten información que pueda utilizarse en una futura revisión de las medidas. La Comisión organizaría las tareas de la red convocando cada año reuniones basadas en los informes anuales de situación presentados por las autoridades competentes de los Estados Miembro.

En lo que respecta a los efectos de las normas sobre PCD, es difícil dar una estimación cuantitativa exacta de las ventajas que se derivarán para los agentes. No obstante, cada una de las PCD objetivo tiene un claro efecto negativo en lo que



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

les es más esencial, porque hacen una transferencia indebida de riesgos y generan incertidumbre, es decir, por los costes que en mercados competitivos no formarían parte de su acción emprendedora. Prácticamente todos los que respondieron a las numerosas encuestas citadas en la evaluación de impacto comparten la preocupación por la incidencia de las PCD y sus daños, así como las expectativas sobre los efectos positivos de unas normas públicas (de la UE) sobre PCD y sobre el control eficaz de su cumplimiento. Por ejemplo, en el Reino Unido, el Grocery Code Adjudicator afirma haber demostrado su eficacia a la hora de reducir la incidencia de PCD.

En las secciones 2.5 y 6.2.1 de la evaluación de impacto se ofrecen estimaciones acerca del daño que provocan las PCD. Según una encuesta de 2013 realizada a agricultores, ganaderos y cooperativas agropecuarias basada en una definición amplia de PCD, los perjuicios estimados de esas prácticas ascendían a más de 10.000 millones de euros al año. Los fabricantes de productos alimenticios que participaron en 2011 en una encuesta basada en una definición amplia de PCD declararon que los costes que les suponían esas prácticas ascendían al 0,5 % de su volumen de negocios, lo que equivaldría a 4.400 millones de euros si ese porcentaje se hubiera extrapolado al volumen de negocios de toda la industria alimentaria de ese año.

Los beneficios esperados de la reducción de la incidencia de las PCD podrían considerarse costes para los agentes más fuertes que han estado aplicando esas prácticas y que ya no podrán seguir haciéndolo como consecuencia de las normas sobre PCD. No obstante, por consideraciones sociales de lealtad, esos beneficios, que son el resultado de aplicar PCD a los proveedores, no pueden considerarse justificados. De ello se deduce que los beneficios resultantes de la prohibición de las PCD pesan más que esta forma específica de «daño».

Los principales costes para los agentes que están sujetos a normas sobre PCD serán los costes de cumplimiento. En este contexto, los costes de cumplimiento son, por lo general, los costes asociados estrictamente a la formación y al respeto de las normas. Las normas propuestas sobre PCD no exigen a los agentes que realicen determinadas actividades, sino que solo prohíben ciertos comportamientos que se consideran desleales. Por otra parte, al menos los firmantes de la ICS ya han incurrido en costes de cumplimiento para respetar el código voluntario de la iniciativa. Un gran minorista, por ejemplo, ha gastado 200.000 euros en medidas puntuales de formación del personal en relación con el código de conducta de la ICS.

Se espera que una armonización parcial de las normas sobre PCD a nivel de la UE tenga efectos limitados sobre los consumidores. En la consulta pública abierta, los agentes, por regla general, no consideraron que las PCD (por ejemplo, por parte de la ICS) generaran ventajas para los consumidores, por ejemplo a través de la reducción de los precios al consumo, posible gracias a los márgenes que se obtuvieron de los proveedores en fases anteriores de la cadena por medio de PCD. En ocasiones se dice que los precios al consumo se ven afectados negativamente por la prohibición de vender por debajo de los costes, pero la evaluación de impacto no se ocupa de ese tipo de prohibiciones. Las organizaciones de consumidores que respondieron a la consulta pública insistieron en la adopción de normas públicas sobre PCD porque prevén que esas prácticas tengan un efecto negativo a más largo plazo sobre los precios al consumo.



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

Los Estados Miembro tendrán que transponer las normas sobre PCD a su ordenamiento jurídico nacional. La elección de una directiva deja a los Estados Miembro un margen discrecional sobre cómo realizar esa transposición. No se impide a los Estados Miembro que adopten y apliquen en su territorio una normativa nacional más estricta para proteger a los pequeños y medianos compradores y proveedores mencionados específicamente en la presente Directiva. Las PCD han sido objeto de una serie de medidas legislativas heterogéneas en los Estados Miembro a lo largo de los años. En consecuencia, la mayoría de ellos ya dispone de un marco de gobernanza para esas prácticas. La repercusión de las normas sobre PCD de la UE en la legislación de los Estados Miembro dependerá (del ámbito de aplicación) de la normativa nacional vigente. Los Estados Miembro que no cuenten en absoluto con un marco de esas características tendrán que aplicar las nuevas medidas, en particular la relativa a la designación de un organismo de control del cumplimiento.

Dicho esto, y tal como han demostrado algunos Estados Miembro, es posible ampliar el mandato de una autoridad existente (por ejemplo, una autoridad nacional de competencia). Así pues, esos costes de aplicación pueden ser absorbidos hasta cierto punto por las estructuras existentes en los Estados Miembro y, por consiguiente, serán limitados. A modo de ilustración, los costes de funcionamiento del Grocery Code Adjudicator del Reino Unido ascendieron a 1.786.000 GBP en el ejercicio presupuestario 2015/2016, y a 622.000 GBP en el ejercicio presupuestario 2016/2017. La mayor parte de la diferencia se debe a la realización de una investigación a gran escala sobre un minorista en 2015/2016.

Por último, no se espera que las normas sobre PCD tengan un impacto ambiental directo significativo, aunque los agentes que no son víctimas de PCD puedan llegar a tener un mayor margen económico para invertir en la producción ambientalmente sostenible y respetuosa con el clima y en la prevención del desperdicio de alimentos, o puedan sentirse menos presionados para compensar la pérdida de margen buscando atajos a la hora de cumplir la legislación sobre medio ambiente y seguridad alimentaria.

### Adecuación regulatoria y simplificación

Se espera que la propuesta beneficie a las PYMES. Aunque es posible que ese tipo de empresas tengan también que incurrir en costes de cumplimiento, ese problema no se planteó en las respuestas a la consulta. Por otra parte, las normas voluntarias como las de la ICS ya se aplican independientemente del tamaño de las empresas.

### Derechos fundamentales

La UE se ha comprometido a observar unos niveles elevados de derechos fundamentales. Un sistema justo y eficaz de protección contra las PCD contribuirá a la capacidad de las partes interesadas para ejercer su actividad empresarial [véase el artículo 16 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (CDF)]. La legislación de la Unión debe respetar los derechos consagrados en la Carta (artículos 51 y 52 de la CDF). Las competencias en materia de control del cumplimiento deben, por tanto, estar configuradas de tal manera que sean



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

compatibles con los derechos de la defensa (artículo 48 de la CDF), por ejemplo proporcionando una vía de recurso contra la decisión de un órgano de control del cumplimiento que ha impuesto sanciones. Por lo que se refiere, en particular, al tratamiento confidencial de las denuncias, es preciso lograr un equilibrio con el derecho de la defensa.

### 4 REPERCUSIONES PRESUPUESTARIAS

La propuesta tendrá un impacto limitado en el presupuesto de la UE. Implicaría una reunión anual de coordinación de los órganos de control del cumplimiento de los Estados Miembro en Bruselas y la creación y gestión por la Comisión de un sitio web básico para el intercambio de información.

### 5 OTROS ELEMENTOS

Planes de ejecución y disposiciones sobre seguimiento, evaluación e información

No se dispone a nivel de la UE de estadísticas pertinentes en la base de datos de Eurostat que pudieran servir como fuentes principales de datos para el seguimiento y evaluación de la presente Directiva. La Comisión utilizará las estadísticas sobre productores, transformadores y precios al consumo recopiladas, bien a través de Eurostat, bien en el marco de la organización común de mercados, como base para una labor econométrica en apoyo del seguimiento y la evaluación de la Directiva.

El seguimiento y la evaluación se basarán, por tanto, en los datos recogidos en el marco de la presente Directiva, principalmente a través de informes anuales de las autoridades nacionales competentes. Esos informes darán cuenta de la actividad de las autoridades sobre la aplicación y el control del cumplimiento de las normas en el marco de la presente Directiva, por ejemplo en lo que se refiere al número de denuncias recibidas (de forma confidencial o no), al número de investigaciones abiertas (por iniciativa propia o previa petición) o a la proporción de asuntos en los que se ha comprobado que ha habido infracción. Los informes anuales también se ocuparán de prácticas y experiencias concretas, con el fin de facilitar la adopción de las mejores prácticas. Este proceso se verá complementado por encuestas a empresas de la UE (desde productores agropecuarios hasta minoristas) en las que se analizarán sus percepciones, como ya hacen algunos Estados Miembro, y en forma de iniciativas voluntarias. Tanto las experiencias como las percepciones son factores importantes que influyen en el comportamiento de las empresas en el mercado único.

Por último, la Comisión también realizará directamente o encargará estudios económicos con vistas a medir el impacto de las diferentes prácticas reguladas por normas nacionales e iniciativas voluntarias a nivel micro y macroeconómico.

Con arreglo a los indicadores mencionados en la evaluación de impacto, la Comisión evaluará la eficacia, eficiencia, pertinencia, coherencia y valor añadido de la UE de esta intervención, así como, posiblemente, otros criterios pertinentes, tales como la utilidad, equidad y aceptabilidad o coordinación (con las normas de los Estados Miembro y las iniciativas voluntarias de autorregulación). Esos indicadores pueden



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

servir de base para la evaluación que debe presentarse como muy pronto tres años después de la aplicación de la Directiva, a fin de garantizar que se disponga de datos suficientes.

No es necesario un plan de aplicación para la presente Directiva, que tiene un ámbito de aplicación limitado, no propone una armonización plena ni conlleva desafíos especiales de índole técnica o en cuanto al cumplimiento o los calendarios. Por otra parte, la propia Directiva contempla diversas acciones de apoyo, pues prevé un mecanismo de cooperación entre los organismos de control del cumplimiento y la creación de un sitio web con esa finalidad.

### Documentos explicativos (en el caso de las directivas)

Por las razones que se exponen en la sección sobre planes de ejecución, la Comisión no va a solicitar documentos explicativos en relación con la transposición por los Estados Miembro.

### Explicación detallada de las disposiciones específicas de la propuesta

La propuesta de Directiva consta de 14 artículos.

- El **artículo 1** establece el objeto de la Directiva, que sigue un enfoque de armonización parcial (mínima) para introducir un nivel mínimo de protección frente a las PCD en los Estados Miembro. La protección se aplica únicamente a las PYMES proveedoras en la cadena de suministro alimentario en lo que respecta a sus ventas a compradores que no son PYMES.
- El **artículo 2** define los términos utilizados en repetidas ocasiones en las disposiciones de la Directiva: «comprador», «proveedor», «pequeña y mediana empresa», «productos alimenticios» y «carácter perecedero». Esas definiciones contribuirán a determinar el ámbito de aplicación de la Directiva.

En cuanto a los productos cubiertos, la Directiva se aplica a los «productos alimenticios», es decir, los productos agrícolas enumerados en el anexo I del TFUE destinados a la alimentación, incluidos los productos pesqueros, los productos de la acuicultura y los productos agropecuarios transformados destinados a la alimentación, es decir, los productos alimenticios transformados aún no incluidos en el anexo I del TFUE.

La relación entre proveedores y compradores en combinación con los productos cubiertos da lugar a un ámbito de aplicación de las medidas que se aplica a lo largo de la cadena de suministro alimentario y que abarca las PCD que pueden tener un efecto negativo en cascada hacia el inicio de la cadena y terminar afectando a los agentes agropecuarios, ya sea de forma directa o indirecta. La protección se aplica a los pequeños y medianos productores agropecuarios (incluidas sus organizaciones de productores, como las cooperativas) y a otras PYMES proveedoras en la cadena, mientras que las normas sobre PCD constriñen el comportamiento de los compradores que no son PYMES.





## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

La propuesta tiene en cuenta el hecho de que las PCD no siempre están necesariamente recogidas en un contrato escrito y que, en principio, podrían producirse en cualquier fase de la transacción comercial entre el comprador y el proveedor de la cadena de suministro alimentario, y también a posteriori, después de celebrado un contrato.

Habida cuenta de que la cadena alimentaria se compone de relaciones de suministro verticales interrelacionadas, y que las PCD que se dan en fases posteriores de la cadena pueden tener un impacto negativo sobre los productores agropecuarios y, en general, sobre la eficiencia de la cadena de suministro alimentario, la propuesta no limita el concepto de «proveedor» a los productores agropecuarios y a sus organizaciones, sino que abarca cualquier proveedor, es decir, fabricantes y distribuidores, a lo largo de la cadena de suministro alimentario, siempre que sean pequeñas y medianas empresas.

El sector de la fabricación, en particular, tiene una proporción considerable de PYMES. El ámbito de la propuesta tiene en cuenta que los pequeños y medianos intermediarios que podrían no ser capaces de resistir las PCD que utilizan los compradores que no son PYMES pueden repercutir los costes derivados de esas prácticas a sus propios proveedores, es decir, los productores agropecuarios. Además, los proveedores extranjeros establecidos fuera de la Unión pueden invocar la prohibición si venden a compradores establecidos en la Unión.

- El **artículo 3** enumera las PCD prohibidas. Mientras que en el apartado 2 se deja este asunto a la libertad contractual de las partes, en otras palabras, se deja la calificación de PCD a la discreción de las partes de decidir otra cosa en virtud de un acuerdo, las PCD enumeradas en el apartado 1 no están sujetas a la discreción contractual de las partes, debido a su carácter de por sí «desleal».

El grupo de prácticas del apartado 1 incluye la prohibición para los compradores de pagar a sus proveedores después de 30 días cuando el suministro consista en productos perecederos. Esta disposición constituye una *lex specialis* para el sector alimentario solo en relación con las disposiciones aplicables a los plazos de pago de la Directiva sobre morosidad, que se aplica a todos los sectores de la economía. En este grupo también se incluyen la cancelación con escasa antelación de pedidos de productos perecederos y los cambios unilaterales y retroactivos en los términos y condiciones de un acuerdo de suministro: estas prácticas son buena muestra de una asignación de riesgo desproporcionada en favor del comprador, son manifiestamente abusivas y deben prohibirse.

Otras prácticas que son desleales cuando se aplican sin acuerdo pueden ser aceptables e incluso generar una eficiencia mutuamente beneficiosa si están contempladas en un acuerdo entre las partes. Por lo tanto, esas prácticas deben recibir un trato diferente por las normas sobre PCD a fin de permitir que las prácticas que aumenten la eficiencia tengan como consecuencia, en última instancia, unos suministros y unos precios adecuados.

Los términos y condiciones de un acuerdo de esas características tienen que ser claros e inequívocos. Un acuerdo vago que autorice a una parte a determinar más tarde las condiciones aplicables a esas prácticas sería imprevisible y no puede, por tanto, considerarse que compensa esa determinación o práctica en un momento



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

posterior y que impide que la práctica en cuestión sea calificada de PCD.

En este segundo grupo de PCD se incluye la devolución de productos no vendidos o echados a perder. El hecho de facturar al proveedor el almacenamiento, exposición o inclusión en una lista de precios de sus productos alimenticios puede generar eficiencias para ambos socios contractuales y, por ende, situaciones ventajosas para los dos. Esto también se aplica a las actividades de promoción y marketing. El comprador debe facilitar al proveedor una estimación de pago si así se lo solicita. En el caso de las actividades de marketing, almacenamiento, exposición o inclusión de los productos en una lista de precios, el comprador, si así se lo solicita el proveedor, debe proporcionarle también una estimación de costes.

Esas prácticas son aceptables si las han acordado las partes y si el pago por el almacenamiento e inclusión de los productos en una lista de precios se basa en estimaciones de costes objetivas y razonables. La contribución de los proveedores a la promoción de sus productos o a la estrategia de marketing de los compradores, si ha sido acordada por las partes, puede resultar también muy eficaz.

- El **artículo 4** obliga a los Estados Miembro a designar un organismo de control del cumplimiento de la prohibición de las PCD no autorizadas. Los organismos de control del cumplimiento existentes, por ejemplo en el ámbito del Derecho de la competencia (autoridades nacionales de competencia) podrían desempeñar ese papel, consiguiéndose así economías de escala.
- El **artículo 5** se refiere a las denuncias y establece que el organismo de control del cumplimiento debe ser capaz de tramitar las denuncias confidenciales y de proteger, si así se solicita, la identidad del denunciante. Asimismo, las organizaciones de productores y las asociaciones de organizaciones de productores deben tener la posibilidad de presentar una denuncia ante el organismo de control del cumplimiento, no solo por derecho propio como socio contractual, sino en representación de sus miembros (o de los miembros de sus miembros) si esos miembros son PYMES.
- Con arreglo al **artículo 6**, los organismos de control del cumplimiento disponen de los poderes necesarios para abrir una investigación por iniciativa propia o sobre la base de una denuncia, recabar información, poner término a una infracción e imponer sanciones y publicar las decisiones adoptadas para que tengan un efecto disuasorio.
- El **artículo 7** prevé la coordinación y cooperación entre los organismos de control del cumplimiento. Esto incluye reuniones anuales organizadas por la Comisión y la presentación de informes anuales por los organismos de control del cumplimiento. En la medida de lo posible, los organismos de control del cumplimiento de los Estados Miembro deben prestarse asistencia mutua en sus investigaciones.
- El **artículo 8** de la propuesta precisa que los Estados Miembro podrán establecer normas adicionales contra las PCD que sean más ambiciosas que ese nivel mínimo de la Unión, siempre que respeten las normas relativas al mercado interior.



## ANEXO 5

PROPUESTA DE DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO RELATIVA A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO ALIMENTARIO

- En el **artículo 9** se establecen las obligaciones de información de los Estados Miembro. La disposición prevé la posibilidad de que la Comisión adopte un acto de ejecución en este ámbito de información que especifique una serie de modalidades útiles.
- El **artículo 10** establece el procedimiento de comité que asistirá a la Comisión a este respecto.
- El **artículo 11** prevé que la Comisión debe realizar, como muy pronto tres años después de la aplicación de la presente Directiva, una evaluación y un informe provisional sobre la transposición de la misma.
- En el **artículo 12** se contemplan disposiciones relativas a la transposición de la Directiva. Constituyen el procedimiento normal para las directivas.
- El **artículo 13** especifica la entrada en vigor de la Directiva.
- Por último, el **artículo 14** establece que los destinatarios de la directiva son los Estados



## ANEXO 6

RELACIÓN DE  
OPERADORES Y  
ASOCIACIONES  
ORGANIZACIONES  
ADHERIDAS

## RELACIÓN DE OPERADORES Y ASOCIACIONES/ORGANIZACIONES ADHERIDAS AL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN LA CONTRATACIÓN DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA (31/12/2017)

### 1 PRODUCCIÓN, TOTAL: 11

7 Nacional/ 1 Huelva/ 1 A Coruña/ 1 Pontevedra/ 1 Murcia

#### 1 OPERADORES ADHERIDOS, TOTAL: 2 (1 Pontevedra/ 1 Murcia)

- PESCANOVA ESPAÑA, S.L. (Pontevedra)
- MUNDOSOL QUALITY S.L. (Murcia)

#### 2 COOPERATIVAS ADHERIDAS, TOTAL: 2 (1 Huelva/ 1 A Coruña)

- FRUTAS EL PINAR, S. COOP. AND. (Huelva)
- AGRIGGA CARNE S. COOP. GALEGA (A Coruña)

#### 3 ASOCIACIONES/ORGANIZACIONES ADHERIDAS, TOTAL 7 NACIONALES

*(\*las interprofesionales se encuadran en este eslabón)*

- UPA: UNIÓN DE PEQUEÑOS AGRICULTORES Y GANADEROS
- COAG: COORDINADORA DE ORGANIZACIONES DE AGRICULTORES Y GANADEROS
- ASAJA: ASOCIACIÓN AGRARIA- JÓVENES AGRICULTORES
- AILIMPO: ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE LIMÓN Y POMELO\*
- COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS DE ESPAÑA, U. de COOP.
- ASOCIACIÓN DE GANADEROS PRODUCTORES DE LECHE (AGAPROL)
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE OPFH DE FRUTOS SECOS Y ALGARROBAS

### 2 INDUSTRIAL, TOTAL: 64

13 Nacional / 15 Murcia / 4 A Coruña / 4 Madrid / 3 Burgos / 2 Palencia / 2 Álava / 2 Barcelona / 1 Las Palmas / 2 Valencia/ 1 Guipúzcoa / 2 Pontevedra / 1 Córdoba / 1 Huelva / 1 Jaén / 1 Valladolid/ 1 Girona / 1 Vizcaya / 1 Ciudad Real / 2 León / 1 Cantabria / 1 Asturias/ 1 Cuenca / 1 Zamora)

DESGLOSADOS SALÍAN 63, añadimos 1 en A Coruña

#### 1 OPERADORES ADHERIDOS, TOTAL 44 (15 Murcia / 3 A Coruña / 4 Madrid / 3 Burgos / 2 Palencia / 2 Álava / 2 Barcelona / 1 Las Palmas / 2 Valencia / 1 Guipúzcoa / 1 Valladolid / 1 Girona / 1 Vizcaya / 1 Ciudad Real / 1 León / 1 Cantabria / 1 Asturias / 1 Cuenca / 1 Zamora / 1 Jaén)

- HNOS. ESCÁMEZ SÁNCHEZ S.L. (Murcia)
- EMBUTIDOS TRADICIONALES DE VILLARCAYO, S.L. (Burgos)
- EMBUTIDOS L. RIOS, S.L (Burgos)
- ABELLÁN BIOFOODS S.L. (Murcia)



## ANEXO 6

RELACIÓN DE  
OPERADORES Y  
ASOCIACIONES  
ORGANIZACIONES  
ADHERIDAS

- AGUAS MINERALES DE FIRGAS S.A. (Las Palmas)
- PRODUCTOS SOLUBLES, S.A. (Palencia)
- GALLETAS SIRO, S.A. (Palencia)
- LA NIÑA DEL SUR, S.L. (Murcia)
- HERBOSPICE, S.L. (Murcia)
- ACEITUNAS Y ENCURTIDOS ZAMBUDIO, S.L. (Murcia)
- SUCESTORES DE MUÑOZ Y PUJANTE, S.L. (Murcia)
- REFRÉSCAME DE FORMA NATURAL, S.L. (Murcia)
- SUCESTORES DE BERNARDINO MUÑOZ, S.A. (Murcia)
- PANARRO FOODS, S.L. (Murcia)
- CONGELADOS PEDANEO S.A. (Murcia)
- ARDMURCIA, S.A. (Murcia)
- EMBUTIDOS F. MARTÍNEZ R., S.A. (Valencia)
- ANGULAS AGUINAGA, S.A.U. (Guipúzcoa)
- LÁCTEOS FEINAR, S.L. (A Coruña)
- FEIRACO LÁCTEOS, S.L. (A Coruña)
- CALIDAD PASCUAL S.A.U. (Burgos)
- MANTEQUERÍAS ARIAS (Madrid)
- LUIS CALVO SANZ, S.A. (A Coruña)
- QUESERÍAS ENTREPINARES, S.A.U. (Valladolid)
- LÁCTEAS DEL JARAMA, S.A. (Madrid)
- SCHWEPPE, S.A. (Madrid)
- NESTLÉ ESPAÑA S.A. (Barcelona)
- PEPSICO FOODS, A.I.E. (Álava)
- COMPAÑÍA DE BEBIDAS PEPSICO, S.L. (Álava)
- CUÉTARA, S.L.U. (Madrid)
- GRANJA SAN FRANCISCO S.L.U. (Girona)
- GALLETAS ARTIACH S.L.U. (Vizcaya)
- LA PIARA S.A.U. (Barcelona)
- RAMARSAN, S.L. (Ciudad Real)
- LACTIBER LEÓN S.L. (León)
- TRIGORICO S.L.U. (GRUPO ADAM FOODS) (Cantabria)
- RIVERBEND ESPAÑA, S.A. (Murcia)
- HIDA ALIMENTACIÓN, S.A. (Murcia)
- CORPORACIÓN ALIMENTARIA PEÑASANTA, S.A. (Asturias)
- INDUSTRIAS CÁRNICAS LORIENTE PIQUERAS (Cuenca)
- MENUDOS DUENDES, S.L. (Murcia)
- LECHE GAZA, S.L. (Zamora)
- CINCO TENEDORES S.L. (Valencia)
- MIGUEL PARRA E HIJOS, S.A. (Murcia)

## 2 COOPERATIVAS ADHERIDAS, TOTAL 6 (1 A Coruña / 1 Pontevedra / 1 Córdoba / 1 Huelva / 1 Pontevedra)

- AGRUPACIÓN DE COOPERATIVAS LÁCTEAS, S.L. (CLESA) (Pontevedra)
- FEIRACO SOCIEDAD COOPERATIVA GALEGA (A Coruña)
- SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA GANADERA DEL VALLE DE LOS PEDROCHES. COVAP (Córdoba)
- FRESLUCENA S. COOP. AND. (Huelva)
- BODEGAS EIDOSELA, S.C.G. (Pontevedra)
- ACEITES DEL SUR-COOSUR, S.A.



## ANEXO 6

RELACIÓN DE  
OPERADORES Y  
ASOCIACIONES  
ORGANIZACIONES  
ADHERIDAS**3 ASOCIACIONES/ORGANIZACIONES ADHERIDAS, TOTAL: 14**

- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (FIAB) (Nacional)
- FEDERACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS LÁCTEAS (FENIL) (Nacional)
- ASOCIACIÓN DE CERVECEROS DE ESPAÑA (Nacional)
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE PRODUCTOS DE MARCA (PROMARCA) (Nacional)
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE CARNE DE ESPAÑA (ANICE) (Nacional)
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIALES ENVASADORES Y REFINADORES DE ACEITES COMESTIBLES (ANIERAC) (Nacional)
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE AGUAS DE BEBIDA ENVASADAS (ANEA-BE) (Nacional)
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE CEREALES EN COPOS O EXPANDIDOS (Nacional)
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE LA INDUSTRIA DE PANADERÍA, BOLLERÍA Y PASTELERÍA (ASEMAC) (Nacional)
- CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE ALIMENTOS COMPUESTOS PARA ANIMALES (CESFAC) (Nacional)
- ANAFRIC (Nacional)
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE TRIPA NATURAL (AETRIN) (Nacional)
- ASOCIACIÓN GENERAL DE FABRICANTES DE AZÚCAR DE ESPAÑA (AGFAE) (Nacional)
- FEDERACIÓN CATALANA DE INDUSTRIAS DE LA CARNE (FECIC)

**3 PRODUCCIÓN, TOTAL: 23**

**19 Murcia / 1 Asturias / 1 Almería / 1 / Alicante / 1 Nacional**

**DEGLOSADOS SALEN 21 añadimos 2 murcia**

**1 OPERADORES ADHERIDOS, TOTAL: 19 (17 Murcia / 1 Asturias / 1 Almería) DEGLOSADOS SALEN 17 hemos añadido 2 Murcia)**

- HIJOS DE ALBERTO DEL CERRO S.L (Murcia)
- ROSERO GARCÍA y CIA S.A (Murcia)
- GRUPO ROSEGAR S.L (Murcia)
- FRUTAS POVEDA, S.A. (Murcia)
- FRUTAS CONDISO S.L. (Murcia)
- MARGOZ, S.L. (Murcia)
- MARIANO SAEZ, S.A. (Murcia)
- FRANCO MARÍN, S.L. (Murcia)
- CÍTRICOS LA PAZ S.L. (Murcia)
- HERFRU, S.A. (Murcia)
- FRUTAS NATURALES, S.A. (Murcia)
- AGRORESAN LEVANTE, S.L. (Murcia)
- FRUTAS BERI, S.A. (Murcia)
- MELÓN PLATINUM, S.L. (Murcia)
- FAST EUROCAFE, S.A.U. (Asturias)
- CAPARRÓS NATURE, S.L. (Almería)
- TANA S.A. (Murcia)
- KYMEY, S.L. (Murcia)
- FRUGARVA, S.A. (Murcia)



**ANEXO 6**

RELACIÓN DE  
OPERADORES Y  
ASOCIACIONES  
ORGANIZACIONES  
ADHERIDAS

**2 COOPERATIVAS ADHERIDAS ADHERIDOS: (2 Murcia /1 Alicante)**

- EL LIMONAR DE SANTOMERA, S. COOP. (Murcia)
- COOPERATIVA AGRICOLA DE CALLOSA D'EN SARRIA (Alicante)
- S.A.T CAMPOTEJAR DEL SEGURA N°9843 (Murcia)

**3 ASOCIACIONES/ORGANIZACIONES ADHERIDOS: (1 Nacional)**

- AGRUPACIÓN DE EXPORTADORES DE ALMENDRA Y AVELLANA DE ESPAÑA (SAB-ALMENDRAVE)

**4 TIENDA TRADICIONAL O ESPECIALIZADA, TOTAL: 3****1 OPERADORES ADHERIDOS: 0****2 ASOCIACIONES/ORGANIZACIONES ADHERIDAS: 3 (Nacional)**

- FEDEPESCA: FEDERACIÓN NACIONAL DE ASOCIACIONES PROVINCIALES DE EMPRESARIOS DETALLISTAS DE PESCADOS Y PRODUCTOS CONGELADOS (Nacional)
- CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COMERCIO (Nacional)
- CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE DETALLISTAS DE LA CARNE (CEDECARNE) (Nacional)

**5 DISTRIBUCIÓN ORGANIZADA, TOTAL: 4  
(1 Nacional / 2 Valencia/ 1 Madrid)****1 OPERADORES ADHERIDOS: 2 (1 Valencia/ 1 Madrid)**

- MERCADONA S.A. (Valencia)
- C.P. MERCHANDISING CO. LTD. SUCURSAL EN ESPAÑA (Madrid)

**2 COOPERATIVAS ADHERIDAS: 1 (1 Valencia)**

- CONSUM, S. COOP. V. (Valencia)

**3 ASOCIACIONES/ORGANIZACIONES ADHERIDAS: 1 (1 Nacional)**

- ASEDAS: ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DISTRIBUIDORES, AUTOSERVICIOS Y SUPERMERCADOS



Centro de Publicaciones  
Pº Infanta Isabel 1. 28014 Madrid

