



JORNADA INFORMATIVA SOBRE LA LEY DE LA CADENA ALIMENTARIA

PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES

23 de febrero 2022





PRÁCTICAS COMERCIALES ABUSIVAS (I) MODIFICACIONES UNILATERALES

❖ Se **prohíben las modificaciones UNILATERALES** del contrato alimentario. En el contrato tiene que constar el procedimiento para su modificación.

❖ **La ley califica de infracción leve o grave estas prácticas comerciales abusivas:**

“ Se considera **grave** modificar precio, objeto, condiciones de pago o condiciones de entrega y puesta a disposición de los productos incluidos en el contrato.

“ Se considera **leve** el resto de modificaciones contractuales.



PRÁCTICAS COMERCIALES ABUSIVAS (II) PAGOS COMERCIALES NO PREVISTOS

❖ Se prohíben los pagos adicionales sobre el precio pactado, salvo para referenciar un nuevo producto o financiar una promoción reflejada en el PVP unitario. En este caso, además:

- “ Deben estar pactados expresamente.
- “ Deben estar incluidos expresamente en el contrato, junto con la descripción de las contraprestaciones de dichos pagos.
- “ El contrato deberá establecer los mecanismos de devolución de los pagos abonados, cuando las contraprestaciones o las actividades de promoción vinculadas, no se hayan cumplido.

❖ La ley califica de infracción grave exigir **pagos adicionales** o asunción de costes, sobre el precio pactado salvo en los supuestos previstos.



PRÁCTICAS COMERCIALES ABUSIVAS (III) PACTOS SOBRE ACTIVIDADES PROMOCIONALES

- ❖ Los **operadores que realicen la venta final** no pueden pactar la realización de actividades promocionales que induzcan a error al consumidor sobre el precio real y la imagen de los alimentos, que pudieran perjudicar la percepción del consumidor sobre la calidad o el valor de los mismos.
 - “ Deben identificar su precio claramente en la publicidad, cartelería y tiques de compra, para que no pueda dar lugar a equívocos, de tal forma que el consumidor tenga conocimiento exacto del alcance de la actividad promocional.
 - “ En las promociones, en todo caso:
 - “ Figurará el precio real del producto.
 - “ Se indicará de forma visible para el consumidor la causa que da origen a la promoción.
- ❖ **Las autoridades de ejecución** deben tener en cuenta el precio de adquisición recogido en el contrato alimentario.
- ❖ Se considera **infracción leve** el incumplimiento de las obligaciones relativas a pactos promocionales, conforme a establece la ley, que resulten perjudiciales para una de las partes.
- ❖ Se considera **infracción grave** realizar actividades promocionales que incumplan las obligaciones previstas.



PRÁCTICAS COMERCIALES ABUSIVAS (IV) DESTRUCCIÓN DE VALOR EN LA CADENA

❖ PROHIBICIÓN QUE AFECTA A TODOS LOS OPERADORES DE LA CADENA: DESTRUCCIÓN DE VALOR EN LA CADENA

- “ Cada operador de la cadena deberá pagar al operador inmediatamente anterior un precio igual o superior al coste de producción de tal producto en que efectivamente haya incurrido o asumido dicho operador.
- “ La destrucción de valor está tipificada como infracción grave.



PRÁCTICAS COMERCIALES ABUSIVAS (V) VENTA DESLEAL

❖ PROHIBICIÓN QUE AFECTA ÚNICAMENTE A LOS OPERADORES QUE REALICEN LA VENTA FINAL A CONSUMIDORES Y TENDRÁ LA CONSIDERACIÓN DE VENTA DESLEAL

- ✓ No podrán aplicar ni ofertar un precio de venta al público inferior al precio real de adquisición del mismo.
- ✓ En ningún caso podrán utilizar las ofertas conjuntas o los obsequios a los compradores.
- ✓ En ningún caso podrá repercutir a ninguno de los operadores anteriores su riesgo empresarial derivado de su política comercial en materia de precios ofertados al público.

*Excepción: no se considerará venta desleal, las ventas de productos perecederos que se encuentren en una fecha próxima a su inutilización siempre que se proporcione información clara de esta circunstancia a los consumidores.

- ❖ El incumplimiento de lo anterior está tipificado como infracción **grave**.



PRÁCTICAS COMERCIALES ABUSIVAS (VI) SECRETOS EMPRESARIALES

La Ley de la Cadena Alimentaria **PERMITE:**

- ❖ **El suministro de información** por las partes para el cumplimiento de sus obligaciones contractuales, así como el plazo de entrega de dicha información y exigir a otro operador cualquier modalidad de obtención, utilización o revelación de los secretos empresariales, con los siguientes **límites:**
 - ✓ El suministro de información debe estar **previamente pactado** en el contrato alimentario.
 - ✓ El suministro de información debe ser **proporcionado**.
 - ✓ El suministro de información debe estar **justificado en razones objetivas** relacionadas con el objeto del contrato, sin perjuicio de la aplicación de las normas en materia de defensa de la competencia.
- ❖ Utilizar datos que se obtengan en el proceso de negociación o ejecución de un contrato alimentario con **límites:**
 - ✓ Se **destinen exclusivamente a los fines** para los que le fueron facilitados.
 - ✓ **Se respete** en todo momento la *confidencialidad* de la información transmitida o almacenada.

La Ley de la Cadena Alimentaria **PROHÍBE:**

- ❖ Exigir información sobre un producto en desarrollo o sobre próximos lanzamientos.
- ❖ Exigir o desvelar secretos empresariales sobre otros operadores y, en particular, documentos que permitan verificar dicha información comercial.

Se considera infracción **grave** adquirir, utilizar, exigir o revelar secretos comerciales de la otra parte ilícitamente o información comercial sensible 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 pactados.



PRÁCTICAS COMERCIALES ABUSIVAS (VII) GESTIÓN DE MARCAS

La Ley de la Cadena Alimentaria:

❖ **PERMITE la gestión de marcas con criterios que habrán de ser predeterminados y eviten:**

- “ tratamientos desleales
- “ prácticas contrarias a la libre competencia
- “ actos de competencia desleal

❖ Los operadores actuarán de buena fe en la comercialización de las innovaciones relevantes de los productos alimentarios de sus proveedores

❖ **SE PROHÍBE:**

- “ El aprovechamiento indebido por parte de un operador y en beneficio propio de la iniciativa empresarial ajena.
- “ La 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.

❖ El incumplimiento de las obligaciones establecidas en materia de gestión de marcas está tipificado como infracción **grave**.



OTRAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES

INFRACCIÓN LEVE:

- “ **La cancelación de un pedido** de productos perecederos dentro de los 30 días previos al momento señalado para su entrega.
- “ La **exigencia al proveedor de pagos no relacionados** con la venta de los productos agrícolas o alimentarios del proveedor **o por el deterioro o la pérdida**, o por ambos motivos, de productos agrícolas y alimentarios, ocurridos en los locales del comprador o cuando la propiedad ya ha sido transferida al comprador, sin que dicho deterioro o pérdida se deban a negligencia o culpa del proveedor.
- “ La **transferencia** al proveedor de los **gastos derivados de estudiar las reclamaciones** de los clientes relativas a la venta de los productos del proveedor, cuando no haya sido por negligencia o culpa del proveedor.



OTRAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES

INFRACCIÓN GRAVE:

- “ **Aplazamientos de pago** de productos agrícolas o alimentarios que **excedan el tiempo** establecido (30 días para los perecederos y 60 para los no perecederos).
- “ Amenazar con llevar **actos de represalia comercial** cuando se ejerzan derechos de negociación, contractuales o legales, incluidos la presentación de una denuncia o la cooperación con las autoridades de ejecución durante una investigación
- “ La **cancelación** de un **pedido** de productos perecederos dentro de los 10 días previos al momento señalado para su entrega.
- “ **Devolver**, por el comprador, productos agrícolas y alimentarios **no vendidos** al proveedor sin pagar por estos productos no vendidos, o su eliminación, o ambas cosas



aica