



GUIA PRÁCTICA SOBRE EL
CÓDIGO DE BUENAS
PRÁCTICAS MERCANTILES EN
LA CONTRATACIÓN
ALIMENTARIA

Febrero 2016

BERASATEGI & ABOGADOS

AVISO LEGAL: La información contenida en el presente documento es de carácter general y no constituye asesoramiento legal de ningún tipo. En caso de que necesite asesoramiento sobre la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la Cadena Alimentaria, o sobre el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria, por favor póngase en contacto con los abogados Javier Berasategi o Stefan Rating del despacho BERASATEGI & ABOGADOS a través de sus respectivos correos electrónicos: jb@berasategi.es / sr@berasategi.es

OFICINA BARCELONA

Provença, 253
08008 Barcelona
Tel.: +34 932 720 881
Fax: +34 932 724 264

OFICINA MADRID

Alcalá, 63
28014 Madrid
Tel.: +34 914 230 990
Fax: +34 918 003 047

GUÍA PRÁCTICA SOBRE EL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS MERCANTILES EN LA CONTRATACIÓN ALIMENTARIA

1. ¿Qué es el Código de Buenas Prácticas?

- El Código de Buenas Prácticas (en adelante, el “Código”)¹ es un sistema de autorregulación de carácter **voluntario** que establece los principios básicos que deben regir las relaciones entre los operadores que integran la cadena alimentaria.

2. ¿Qué ámbito territorial tiene el Código?

- El Código es de aplicación uniforme en todo el territorio español.

3. ¿Cuál es la base jurídica del Código?

- El Código se fundamenta en los artículos 15 a 17 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria (en adelante, “Ley 12/2013”), pertenecientes al Título III “*Buenas Prácticas en la contratación alimentaria*”.

4. ¿Cuál es la finalidad del Código?

El Código se fija **tres metas** principales:

- que sean más equilibradas y transparentes las **relaciones comerciales** entre los distintos operadores que integran la cadena alimentaria;
- mejorar el **acceso a la información y la trazabilidad** a lo largo de la cadena alimentaria; y
- fijar:
 - **principios fundamentales** de las relaciones comerciales entre los operadores; así como
 - sistemas voluntarios de **resolución de conflictos** y de mediación que faciliten el desarrollo de las relaciones contractuales entre operadores.

¹ Para consultar el texto íntegro del Código consúltese su publicación en el BOE nº 302 de 18 de diciembre de 2015: <https://www.boe.es/boe/dias/2015/12/18/pdfs/BOE-A-2015-13856.pdf>

5. ¿Qué principios deben respetar los operadores?

- Los operadores deberán respetar el principio de **legalidad** (especialmente la normativa nacional y europea en materia de defensa de la competencia); el principio de **defensa de los consumidores**; los principios de **libertad de empresa, libertad de mercado y de pactos**; el principio de **lealtad** (tratarse entre sí de manera responsable, de buena fe y con diligencia profesional); los principios de **transparencia**, claridad, concreción y sencillez; el principio de **eficiencia**; y el principio de **sostenibilidad** de la cadena humana.

6. ¿Quién puede adherirse?

- Los **operadores** que intervienen en las diferentes fases de la cadena alimentaria: la producción, la transformación, la comercialización, la industria y la distribución.
- Las **asociaciones u organizaciones** que abarquen más de una Comunidad Autónoma, representativas de los intereses de productores, comercializadores, industriales y empresas de la distribución, **sin vincular a sus socios** directamente.

7. ¿Cuál es el procedimiento de adhesión?

- Los interesados en adherirse al Código deberán solicitarlo expresamente **por escrito** a la Dirección General de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (en adelante, “MAGRAMA”) aportando la documentación justificativa del cumplimiento de los requisitos indicados en el punto 7 de esta Guía.²
- Dicha Dirección General procederá a su **inscripción** en el Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria.
- Una vez inscritos, los operadores podrán utilizar la **mención** de «Acogido al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria» y el **logo** que se cree al efecto.

² Consulte el modelo de solicitud de adhesión al Código que el MAGRAMA ha publicado recientemente en su página Internet a través del siguiente enlace:
http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/ley-de-medidas-para-mejorar-el-funcionamiento-de-la-cadena-alimentaria/dic2015procedimientoparalaadhesionalcbbppylainscripcionenelregistro_tcm7-406981.pdf

8. ¿Qué requisitos deben cumplir los interesados en adherirse al Código?

- Los operadores deberán tener su **sede** en el territorio **nacional** o, sino,
 - comprar productos producidos, procesados o comercializados en la cadena alimentaria española; o
 - suministrar 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.
- **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.

9. ¿Qué ventajas tiene la adhesión al Código?

- El operador podrá usar la mención “*Acogido al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria*” y el MAGRAMA tendrá en cuenta la adhesión en la normativa reguladora de las ayudas y subvenciones que se promuevan en relación con la cadena alimentaria, según recoge el Capítulo I del Título III de la Ley 12/2013.

10. En relación con los compromisos generales que deben asumir los operadores...

- ...¿deben ser **por escrito** los contratos y acuerdos entre operadores?
 - **SÍ.** Si no fuere posible, una de las partes deberá remitir posteriormente una **confirmación** por escrito a la otra.
- ...¿es obligatorio incluir en los acuerdos la **compensación** en caso de modificación de cláusulas?
 - **NO**, únicamente si las partes consideran necesario acordarlo.
- ...¿qué obligaciones existen para los adheridos al Código en lo referente al **intercambio de información**?

- Deben garantizar que la información facilitada **sea correcta**, no engañosa; y que **no se dé un mal uso** de la misma.
- ...¿pueden los operadores transferir sus **riesgos y responsabilidades** empresariales?
 - **NO**. Cada operador debe asumir sus propios riesgos.
- ...¿pueden los operadores amenazar; imponer condiciones injustificadas; o interrumpir el calendario de entrega o recepción como condición para obtener una **ventaja o beneficio injustificados**?
 - **NO** son formas admisibles para dar peso a una demanda.

11. En relación con las prácticas comerciales comunes...

- ...¿cómo se documenta la **fecha de inicio de las negociaciones**?
 - **Basta un correo electrónico** con constancia de recepción por parte del otro operador.
- ...¿cuál es el **contenido obligatorio** de un contrato – además de lo que estipula el artículo 9 de la Ley 12/2013?
 - para PRODUCTOS, las **categorías** y referencias contratadas así como los **volúmenes** fijados/estimados y/o los **establecimientos** donde se referenciará el producto;
 - para SERVICIOS deberán **clasificarse** las actividades y las responsabilidades de cada parte;
 - el procedimiento de **facturación** y de cobro y la gestión de las incidencias relacionadas con él;
 - las **penalizaciones** contractuales;
 - las excepciones por causa de **fuerza mayor**; y
 - el compromiso de **resolver los conflictos** según lo previsto en el propio Código.

- ...¿fija el Código un **plazo concreto de preaviso** para el caso de cese total o parcial de la relación comercial indefinida o de duración igual o superior a 1 año?
 - **NO** (“*plazo razonable condicionado por las circunstancias concretas de la relación comercial*” – por ejemplo, adquisición de materiales auxiliares). No obstante, el Código indica que en los nuevos contratos y en las revisiones o renovaciones de los existentes deberá fijarse un **plazo mínimo** de preaviso.
- ...¿deben los adheridos al Código crear sistemas de **mediación**?
 - **SÍ**. El Código indica específicamente que las asociaciones u organizaciones adheridas se comprometen a impulsar la utilización de instrumentos de mediación y a someterles las controversias entre las partes.
- ...¿deben los adheridos al Código usar **contratos tipo**?
 - **SÍ**, siempre y cuando en un determinado sector exista un **contrato tipo homologado** por la Administración.
- ¿...pueden **compartir** las partes cualquier tipo de **información**?
 - **NO**. La información compartida deberá ceñirse a la relación comercial, ser correcta, no engañosa y cumplir con la normativa de defensa de la competencia.
- ¿...pueden las partes **modificar unilateralmente** las cláusulas de un contrato alimentario así como las condiciones comerciales?
 - Sólo si hay **acuerdo mutuo previo** y por escrito.
- ...¿qué debe evitar la **gestión de las categorías**?
 - Deberá evitarse (i) un trato anticompetitivo o que constituya competencia desleal; y (ii) la explotación de la situación de dependencia económica en la que puedan encontrarse los proveedores o clientes que no tengan otra opción de serlo.

- ...¿cuáles son los objetivos del “**Panel para el seguimiento de la innovación** en el sector agroalimentario”?
 - **Mejorar la información** sobre el esfuerzo innovador de los diferentes eslabones de la cadena alimentaria en su conjunto.
 - Conocer los **datos agregados** del sector que muestren la evolución de las innovaciones relevantes.
 - Contribuir a la **divulgación de las experiencias** más relevantes y a las mejores prácticas en materia de innovación.
 - Contribuir a la **generación y transferencia del conocimiento** en materia de innovación.
 - Mejorar la **colaboración** de los diferentes agentes implicados en los procesos de innovación.
 - Junto con el MAGRAMA, impulsar una estrategia de **fomento** de la innovación.

- ...¿qué **principios** deben asumir los operadores adheridos al Código cuando están **vinculados con terceros**?
 - **Estándares de calidad** transparentes, objetivos y no discriminatorios, 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.
 - Cualquier tipo de **contrato** con terceros deberá ser **objetivamente necesario** para cumplir el contrato principal; y no abusivo o contrario a la normativa de competencia.
 - El comprador no puede 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.

- ...¿los pactos sobre **promociones comerciales** deben ser por escrito?
 - **SÍ.** Además de recogerse todos los puntos especificados en el contrato (plazos, precios de cesión, volúmenes, duración, etc.), deberá detallarse todo lo relativo al procedimiento, tipo, desarrollo, cobertura geográfica y evaluación de la promoción.
 - En el caso de acuerdos de promoción con las **Centrales de Compra** se especificará el porcentaje de adhesión o cobertura de dichas actividades por parte de sus asociados, junto con la relación de los puntos de venta adheridos.
- ...¿de **cuánto tiempo** disponen las partes para llegar a un acuerdo en el caso de incidencias en la cadena de suministro una vez planteada la **incidencia** por escrito y de forma documentada?
 - De **dos semanas**. Si no se llega a acuerdo, el operador que haya planteado la incidencia podrá desistir de su reclamación o acudir a los instrumentos de resolución de discrepancias previstos en el Capítulo VIII del Código.
- ...¿de **cuánto tiempo** disponen las partes para plantear reclamaciones de cantidades por servicios/incidencias?
 - De **seis meses** (**dos** si se trata de productos frescos y perecederos) → plazo máximo: 2 años.
- ...¿cómo se computa el **plazo del pago**?
 - El periodo se inicia **desde la recepción** de la mercancía.
- ...¿pueden aplicarse **pagos adicionales** sobre los inicialmente pactados?
 - Únicamente los previstos en el artículo 12 de la Ley 12/2013: los que se refieran (i) al **riesgo razonable de referenciación** de un nuevo producto; o (ii) a la financiación parcial de una **promoción comercial** de un producto, reflejada en el precio unitario de venta al público.

- ...¿deben acordarse las **relaciones con terceros** (consumidores)?
 - **SÍ.** Deberá acordarse un **protocolo de colaboración** para atender las **reclamaciones** de los consumidores, incluyendo las condiciones en que el proveedor se hará cargo de ellas.

12. En relación con las prácticas comerciales específicas para algunos operadores de la cadena alimentaria...

- ...¿qué **obligaciones** tienen los operadores adheridos **frente** a los **productores**?
 - **No derivar** al mercado de fresco productos que hayan sido adquiridos para ser destinados a transformación.
 - Cuando se comercialicen al público **frutas y hortalizas frescas** deberá identificarse - de forma bien visible y con tipografía adecuada - su país de origen o lugar de procedencia real.
- ...¿qué **obligaciones** tiene la **industria** frente a la **distribución**?
 - **Facilitar la información técnica** sobre el producto y la modificación de su calidad que necesite el distribuidor para cumplir con su obligación de informar al consumidor.
 - **Comunicar** y justificar:
 - ➔ las **alteraciones** de la **calidad** de un producto contratado cuando pueda suponer una desventaja o un perjuicio para los consumidores o los distribuidores.
 - ➔ las modificaciones de las **fechas de caducidad y consumo preferente**. El preaviso debe ser razonable para permitir al distribuidor ajustar su sistema logístico.
 - **Acordar previamente** el lanzamiento de **vales comerciales** o cupones de descuento.

13. ¿Qué hago si creo ser objeto de una práctica abusiva?

El Código establece varios procedimientos de resolución de conflicto o discrepancia:

- **Procedimiento interno** de resolución de conflictos:

El afectado podrá solicitar que se resuelva el conflicto con el **nivel superior** de la jerarquía comercial de la empresa supuestamente incumplidora en un plazo de **10 días**.

Las empresas cuyo tamaño sea superior a una PYME, deberán diseñar un **procedimiento interno** de resolución de conflictos cuyo plazo máximo será de **20 días**.

- **Sistema de mediación**

Si el órgano interno no ha dado respuesta en los plazos indicados o la parte perjudicada quiere continuar con las actuaciones, el conflicto se someterá a un sistema de mediación.

- **Sistema de arbitraje**

Si el sistema de mediación finaliza sin lograrse un acuerdo, los adheridos darán prioridad a los sistemas de arbitraje sobre las vías judiciales.

14. ¿Puede haber reclamaciones colectivas de varios operadores afectados?

- **SÍ**. La Comisión de Seguimiento establecerá en su Reglamento de Funcionamiento el procedimiento de reclamación colectiva, que en todo caso será confidencial y anónimo.

15. ¿Qué es la Comisión de Seguimiento del Código?

Es el órgano encargado de **interpretar** el alcance de las cláusulas del Código.

16. ¿Cuáles son las funciones de la Comisión de Seguimiento del Código?

- Hacer seguimiento de la implantación y del **grado de cumplimiento** del Código por parte de los operadores y sus asociaciones u organizaciones.
- **Promover el conocimiento** del Código entre los operadores de la cadena alimentaria.

- **Informar** anualmente al Observatorio de la Cadena Alimentaria del resultado de sus trabajos.
- Proponer al MAGRAMA la **suspensión temporal o la exclusión definitiva** del Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles de aquellos operadores u organizaciones adheridas al Código que incumplan los compromisos adquiridos.
- Llevar a cabo, junto con el Observatorio, el diseño y puesta en marcha del “**panel** para el seguimiento de la innovación en la cadena agroalimentaria”

17. ¿Deberán los adheridos al Código modificar sus contratos a fin de garantizar su compatibilidad con el Código?

- **SÍ**, si ello fuere necesario. Por eso resulta recomendable revisar y modificar los nuevos contratos que se formalicen tras la adhesión al Código.

18. ¿Qué sanciones se imponen al operador adscrito el Código que incumpla alguno de los compromisos?

- Si la Comisión de Seguimiento del Código detectara un reiterado incumplimiento de los compromisos, por alguna de las empresas u organizaciones adheridas al Código, podrá proponer al MAGRAMA la **suspensión temporal o la exclusión definitiva** del Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles.

* * *

OFICINA BARCELONA

Provença, 253
08008 Barcelona
Tel.: +34 932 720 881
Fax: +34 932 724 264

OFICINA MADRID

Alcalá, 63
28014 Madrid
Tel.: +34 914 230 990
Fax: +34 918 003 047