

GARRIGUES

ADAPTACIÓN DE LA EMPRESA A LA LEY DE LA CADENA ALIMENTARIA: ASPECTOS PRÁCTICOS Y PROBLEMAS EN CONTRATACIÓN

Fecha 30 de enero de 2014

I. Introducción: Una visión desde el Derecho Público

- 1. Las normas de la Ley para la mejora de la cadena alimentaria son extraordinarias, en la medida en que se ha dado un fuerte poder de intervención a la Administración mediante el establecimiento de un régimen administrativo sancionador que ahora hay que ver como lo usa.**
- 2. Con las normas que introduce la Ley para la mejora de la cadena alimentaria, se trata de completar las normas de defensa de competencia, tomando en parte alguno de sus principios, pero disponiendo de un contenido autónomo y adicional.**

En este sentido, como ha venido sucediendo con las normas de competencia, habrá que esperar a la experiencia práctica para que se vaya concretando su contenido en la medida en que vendrá determinado por el uso que la Administración haga de los mandatos que la Ley enuncia y, por supuesto, del control judicial que lleven a cabo los Tribunales de Justicia.

3. La Ley de la cadena alimentaria es el primer paso del modelo que se trata de instaurar, pues faltan 2 herramientas que a nuestro juicio se revelan esenciales: El Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria y las directrices comunes que deben ser aprobadas para garantizar la aplicación uniforme del régimen sancionador en todo el territorio del Estado.
4. Cabe esperar que se produzcan novedades legislativas en este ámbito a nivel europeo al objeto de armonizar los distintos regímenes jurídicos de los Estados miembros, lo que llevará necesariamente a una revisión de la Ley de la Cadena Alimentaria.

En este sentido, el Comité Económico y Social Europeo en un informe publicado el 9 de mayo de 2013 (2013/C 133/03) solicitaba encarecidamente a la comisión la adopción de una normativa vinculante para todos los Estados miembros.

II. Aspectos Contractuales:

■ Consideración previa:

- Novedad: no tanto en la regulación material de aspectos contractuales (que, en general, ya se encuentra en otras partes del ordenamiento), sino en habilitar a la Administración para que pueda sancionar conductas en materia contractual cuya protección quedaba antes limitada al ámbito privado y al de la tutela de los juzgados y tribunales de lo civil y lo mercantil.

■ Artículo 8. - Formalización de los contratos alimentarios.

- Solo existe obligación de formalizar aquellos contratos alimentarios relacionados con transacciones comerciales superiores a 2.500 euros, y sólo si entre sus partes existe una situación de desequilibrio (artículo 2.3 de la Ley).
- Se debe formalizar antes del inicio de las prestaciones. La no formalización del documento no afecta ni a su existencia ni a su validez y su consecuencia es la comisión de una infracción administrativa.
- Si pago al contado, no existe obligación de formalización.

■ Artículo 9.- Condiciones contractuales.

- Necesariamente contendrán los siguientes extremos: identificación de las partes contratantes, objeto del contrato, precio del contrato (cuantía fija o variable – en este último caso, de acuerdo con factores objetivos, verificables, no manipulables y expresamente previstos), condiciones de pago, condiciones de entrega de los productos, derechos y obligaciones de las partes contratantes, información que deben suministrarse las partes, duración del contrato (también condiciones de renovación y modificación) y causas, formalización y efectos de la extinción del contrato.

■ Artículo 10.- Realización subastas electrónicas.

- En este punto la ley vela por la transparencia, libre acceso y no discriminación en este tipo de subastas, de modo que todos los implicados conozcan las condiciones de acceso, costes de participación, reglas de adjudicación y adjudicatario final.

- Artículo 11.- Obligación de conservación de documentos (2 años).
- Artículo 12.- Modificaciones unilaterales y pagos comerciales no previstos.
 - Se prohíben las modificaciones de las condiciones contractuales, salvo que se realicen de mutuo acuerdo entre las partes. Interpretación (estricta vs. amplia).
 - Prohibición de los pagos adicionales. Diferenciar pagos adicionales de aquellos pagos que se realicen por servicios libremente contratados. Excepciones a la prohibición (siempre que se haya pactado previamente) son aquellos pagos que estén referidos a:
 - El riesgo razonable de referenciación de un nuevo producto (esto es, el riesgo derivado de la puesta en comercialización de un nuevo producto); o
 - La financiación parcial de una promoción comercial de un producto reflejada en el precio unitario de venta al público (esto es, asumir parcialmente el coste del descuento que se practica sobre un producto en promoción comercial).

- Artículo 13.- Suministro de información comercial sensible.
 - Razonable, justificada y previamente prevista en el contrato alimentario.
 - Prohibición de exigir información sobre otros operadores, ni emplear la aportada lícitamente para fines distintos de los previstos.

- Artículo 14.- Gestión de marcas.
 - En general se busca proteger y mantener un equilibrio entre los productos comercializados bajo MDD y los restantes productos comercializados:
 - Gestión de marcas que evite las prácticas contrarias a la libre competencia o que constituyan actos de competencia desleal, así como actos de publicidad ilícitos.
 - Prohibición del aprovechamiento indebido por parte de un operador y en beneficio propio de la iniciativa empresarial ajena, publicidad ilícita por reputarse desleal.

■ Plazos de pago:

- El incumplimiento de los plazos previstos en la Ley 3/2004 (modificada por la Ley 15/2010), esto es, pago en 30 días para producto fresco y 60 días para todos los demás productos en el ámbito de las operaciones comerciales de productos alimentarios se convierte en una conducta sancionable. Infracción grave sancionable con entre 3.001 y 100.000 euros.

■ Exportadores:

- No parece que haya nada en la ley que exima a los exportadores del cumplimiento de sus obligaciones (tanto en lo que se refiere a formalización de contratos, plazos de pago, etc.) cuando adquieren sus productos en el mercado nacional, y ello a pesar de que sus clientes internacionales puedan no estar sujetos a legislaciones similares o a periodos de pago análogos.