

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

ESCOLA TÈCNICA SUPERIOR D'ENGINYERIA
AGRONÒMICA I DEL MEDI NATURAL

"La venta a pèrdatas en la cadena alimentaria"

Trabajo Final de Grado

ALUMNO:

Carla Balaguer Miralles

TUTOR:

Dra. Francisca Ramón Fernández

CURSO ACADÉMICO:

2022-2023

València, julio 2023

1. ANEXO I. AUTORIDADES DE EJECUCIÓN EN LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS

AUTORIDAD DE EJECUCIÓN	ÓRGANO DESIGNADO	CORREO-E
AGE	AGENCIA DE INFORMACIÓN Y CONTROL ALIMENTARIOS, O.A. (AICA, O.A.)	daica@mapa.es
ANDALUCÍA	DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS, INNOVACIÓN Y CADENA AGROALIMENTARIA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA	dgiica.capadr@juntadeandalucia.es
ARAGÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y MEDIO AMBIENTE DEL GOBIERNO DE ARAGÓN	dgcalidad@aragon.es
P. DE ASTURIAS	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL Y AGROALIMENTACIÓN CONSEJERÍA DE MEDIO RURAL Y COHESIÓN TERRITORIAL DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS	dgdesarrollorural@asturias.org intervencionyregulacion@asturias.org
ILLES BALEARS	DIRECCIÓN GENERAL POLÍTICAS PARA LA SOBERANÍA ALIMENTARIA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN DEL GOBIERNO DE LAS ISLAS BALEARES	dtorgalpsa@dgagric.caib.es
CANARIAS	VICECONSEJERÍA DE SECTOR PRIMARIO GOBIERNO DE CANARIAS	viceconsejeriasp.agp@gobiernodecanarias.org cadenaalimentaria.agricultura@gobiernodecanarias.org
CANTABRIA	DIRECCIÓN GENERAL DE PESCA Y ALIMENTACIÓN CONSEJERÍA DE DESARROLLO RURAL, GANADERÍA, PESCA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE DEL GOBIERNO DE CANTABRIA	dgpescaalimentacion@cantabria.es
CASTILLA Y LEÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA Y LA CADENA AGROALIMENTARIAS CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y DESARROLLO RURAL JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN	area.dg.industriaycadena@jcy.es defensorcadenaalimentaria@jcy.es
CASTILLA-LA MANCHA	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, AGUA Y DESARROLLO RURAL DE CASTILLA-LA MANCHA	dga@jccm.es
CATALUÑA	DIRECCIÓN GENERAL D'EMPRESSES AGROALIMENTÀRIES, QUALITAT I GASTRONOMIA SECRETARÍA D'ALIMENTACIÓ DEPARTAMENT D'ACCIÓ CLIMÀTICA, ALIMENTACIÓ I AGENDA RURAL DE CATALUNYA	dg06.daam@gencat.cat
C. VALENCIANA	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL CONSELLERÍA DE AGRICULTURA, DESARROLLO RURAL, EMERGENCIA CLIMÁTICA Y TRANSICIÓN ECOLÓGICA GENERALITAT VALENCIANA	dg_desenvolupamentrural@gva.es
EXTREMADURA	SERVICIO DE CALIDAD AGROPECUARIA Y ALIMENTARIA DIRECCIÓN GENERAL DE AGRICULTURA Y GANADERÍA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, DESARROLLO RURAL, POBLACIÓN Y TERRITORIO DE LA JUNTA DE EXTREMADURA	calidad.agropecuaria@juntaex.es
GALICIA	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE LA CADENA E INDUSTRIAS AGROALIMENTARIAS DIRECCIÓN GENERAL DE GANADERÍA, AGRICULTURA E INDUSTRIAS AGROALIMENTARIAS CONSELLERÍA DEL MEDIO RURAL DE LA XUNTA DE GALICIA	mediorural.dxgaia@xunta.gal
C. DE MADRID	DIRECCIÓN GENERAL DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE, VIVIENDA Y AGRICULTURA DE LA COMUNIDAD DE MADRID	dgagriculturayganaderia@madrid.org
R. DE MURCIA	DIRECCIÓN GENERAL DE AGRICULTURA, INDUSTRIA ALIMENTARIA Y COOPERATIVISMO AGRARIO CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE DE LA REGIÓN DE MURCIA	dgaic@carm.es



C.F. DE NAVARRA	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL DEPARTAMENTO DE DESARROLLO RURAL Y MEDIO AMBIENTE DEL GOBIERNO DE NAVARRA	dgdr@navarra.es
PAÍS VASCO	DIRECCIÓN DE CALIDAD E INDUSTRIAS ALIMENTARIAS DEPARTAMENTO DE DESARROLLO ECONÓMICO, SOSTENIBILIDAD Y MEDIO AMBIENTE DEL GOBIERNO VASCO	calimentaria@euskadi.eus
LA RIOJA	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL Y RETO DEMOGRÁFICO CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, MUNDO RURAL, TERRITORIO Y POBLACIÓN DEL GOBIERNO DE LA RIOJA	dg.desarrollorural@larioja.org

2. ANEXO II. LA COMISIÓN NACIONAL DE LA COMPETENCIA (2011) IDENTIFICA PARA LAS RELACIONES ENTRE FABRICANTE Y DISTRIBUIDOR EN EL SECTOR ALIMENTARIO UN CONJUNTO DE 18 PRÁCTICAS QUE SE PUEDEN CONSIDERAR COMO DESLEALES

A) Con respecto a las condiciones contractuales
1. No fijación por adelantado y por escrito de las condiciones contractuales.
2. Modificación retroactiva de cualquiera de las condiciones contractuales pactadas (por ejemplo, con respecto a pagos o a descuentos globales).
3. Ruptura de los términos del contrato sin compensación adecuada. En concreto, el alargamiento de los plazos pactados.
4. Amenaza de desreferenciación para presionar e imponer condiciones no recogidas en los contratos.
5. Aprovisionamiento mediante subastas electrónicas ciegas.
B) Con respecto a pagos
1. Pagos por referenciación y colocación de del producto (cánones de referenciación, los pagos por uso, preferencia de espacio o reposición en los lineales y en cabecera de góndola, etc.).
2. Pagos de contribución a actividades auxiliares llevadas a cabo por el distribuidor (pagos de <i>marketing</i> como las visitas del distribuidor, exigencia de financiación mayoritaria de las campañas promocionales [tipo 2 x 1] del distribuidor, etc.).
3. Pagos «atípicos» que los fabricantes consideran responsabilidades del distribuidor (pagos por expectativas erróneas e incumplidas de ventas y beneficios, la exigencia de recompra de productos no vendidos, pagos como por ejemplo los denominados «regalos de boda», etc.).
C) Con respecto a conductas que afectan a un tercero
1. Imposición de compra de bienes o servicios ofrecidos por un tercero (por ejemplo transporte, envases, etc.), en concreto si el distribuidor recibe compensación por ello.
2. Influencia del distribuidor sobre el proveedor para que no suministre a terceros (acuerdos en exclusiva) o para que aumente los precios a otros distribuidores.
3. Obligación de transferir información sobre los suministros o precios aplicados a otros distribuidores.
4. Fijación de cláusulas del tipo «cliente más favorecido» en los contratos (estas cláusulas obligan al fabricante a igualar las condiciones comerciales en el caso en que se le dé a otro cliente un trato comercial más favorable que el considerado en el contrato).
D) Con respecto a las relaciones entre marca de fabricante (MF) y marca de distribuidor (MDD).
1. Exigencias «injustificadas» de información confidencial a los proveedores y el uso de esa información (planes de lanzamiento, I+D, campañas de promoción) en beneficio de la marca de distribuidor.
2. Vinculación de la relación comercial de la marca de fabricante a la obligación de producir también marcas de distribuidor.
3. Uso o la imitación de la imagen del proveedor en beneficio de la marca de distribuidor.
4. Realización de venta a pérdidas en las marcas de fabricante o de distribuidor (utilizadas como productos «gancho» o «reclamo»).
5. Gestión de categoría por parte del distribuidor de manera discriminatoria (la desreferenciación de un proveedor y en concreto su sustitución por una MDD; la colocación estratégica de los productos en los lineales en beneficio de la MDD, utilización de la política de precios y/o promociones en perjuicio de la marca del fabricante, etc.).