

Todos hablan, pero pocos saben. Los alimentos y su distribución a debate

TERESA RODRÍGUEZ CACHÓN

Profesora permanente laboral de Derecho civil
Universidad de Burgos

RESUMEN

Mucho se ha hablado en los últimos tiempos sobre los alimentos y su distribución. Pero poco se ha hecho con precisión económica y legal suficiente como para plantear medidas realmente capaces de mejorar el funcionamiento de este sector; mejora que redunde en beneficio, tanto de los propios operadores (especialmente, de los productores primarios), como de los consumidores.

En el presente trabajo trato de explicar ciertos aspectos nucleares de los alimentos –en su consideración de bienes de consumo–, de su distribución y de la interrelación entre todos los operadores implicados hasta que son puestos a disposición del consumidor final. Todo ello es abordado desde puntos de vista contable, económico, matemático y jurídico, con la finalidad de refutar algunos de los lugares comunes más habituales sobre este sector. Con el mismo objetivo, en la última parte del trabajo analizo algunas de las medidas más recientes adoptadas en España destinadas a la mejora de la cadena alimentaria.

Ninguna medida económica es inocua. Tampoco la economía es siempre un juego de suma cero. A partir de estas premisas, toda sociedad ha de asumir que la vida en comunidad implica una pugna entre múltiples intereses que, por lo general, son igualmente merecedores de protección y, en muchas ocasiones, contrapuestos.

PALABRAS CLAVE

alimentos, distribución minorista, cadena alimentaria, inflación, venta a pérdida, bajo valor unitario

Everyone talks, but few know. Food and its distribution under debate

ABSTRACT

In recent times, much has been said about food and its distribution. But little has been laid out with sufficient economic and legal precision to propose measures truly capable of improving this sector for the benefit of both, the operators themselves (especially primary producers) and consumers.

In this paper, I attempt to explain certain nuclear aspects of food –as long as consumer goods–, its distribution and the interrelation between all the operators involved until they are made available to the final consumer. All of this is approached from accounting, economic, mathematical and legal points of view, to refute some of the most usual clichés about this sector. With the same goal, in the last part of the paper I analyse some of the most recent measures adopted in Spain aimed at improving the food chain.

No economic measure is innocuous. Nor is the economy always a zero-sum game. Based on these premises, every society must assume that living in a community involves a struggle between multiple interests, which are, generally, equally deserving of protection and, on many occasions, opposing.

KEY WORDS

food, retail distribution, food chain, inflation, sales below cost, low unit value

SUMARIO: I. Introducción.–II. Notas distintivas de los alimentos, su distribución y su consumo. 1. Operadores desiguales. 2. «Voto» del consumidor casi diario. 3. Imposibilidad de comercialización bajo signo distintivo. 4. Valor económico y social de la alimentación.–III. Situación de la distribución minorista de alimentos. 1. Análisis de la oferta en el mercado de distribución minorista de alimentos en España. 2. Análisis de resultados contables de la distribución minorista de alimentos. 3. Análisis de resultados contables de la distribución minorista de alimentos tras la explosión inflacionista de 2022. 3.1 Análisis de la cifra nominal de negocio. 3.2 Análisis del resultado de explotación. 4. Matemáticas en la cadena alimentaria.–IV. Examen de algunas medidas estrella. 1. Premisa de partida. 2. Prohibición de venta a pérdidas. 2.1 Paralelismo con la ley de ordenación del comercio minorista. 2.2 ¿Qué se está prohibiendo en realidad?. 2.3 La entelequia de los costes de producción. 3. Creación de un observatorio público de márgenes de beneficios de la empresas. 4. Fomento de la autorregulación. 4.1 El código de buenas prácticas mercantiles en la contratación alimentaria. 4.2 Motivo del fomento de la autorregulación en la cadena alimentaria. A. Noción de coste de transacción. B. Costes de transacción de la primera fase del proceso contractual. C. Mecanismos informales de reducción de los costes de transacción. 4.3 Análisis de la eficacia del Código: ¿nadar para morir en la orilla? A. Capacidad del Código para reducir los costes de transacción de la primera fase del proceso contractual. B. Capacidad del Código de reducir los costes de transacción en su consideración de mecanismo informal. 5. Impuesto especial sobre los beneficios de las grandes distribuidoras.–V. Reflexiones conclusivas, que no soluciones.–Bibliografía.

I. INTRODUCCIÓN

Mucho se ha hablado en los últimos tiempos sobre los alimentos y su distribución. Pero poco se ha hecho con precisión econó-

mica y legal suficiente como para plantear medidas realmente capaces de mejorar el funcionamiento de este sector, mejora que redunde en beneficio, tanto de los propios operadores (especialmente, de los productores primarios), como de los consumidores.

El infierno está empedrado de buenas intenciones, de palabras bonitas y de medidas aparentemente voluntariosas. La realidad es mucho más compleja de lo que se puede expresar en 280 caracteres o en 20 segundos de una pieza periodística. Por ello, los relatos extremadamente reduccionistas y dicotómicos sobre el funcionamiento del sector alimentario a los que estamos sometidos casi a diario deberían provocar que la academia alce la voz y haga valer su capacidad de realizar análisis sosegados y en profundidad, y con potencial para espolear verdaderos cambios sociales basados en evidencias contrastables.

En las siguientes páginas, trato de explicar ciertos aspectos nucleares de los alimentos, de su distribución y de la interrelación entre todos los operadores implicados hasta que son puestos a disposición del consumidor final. Todo ello es abordado desde puntos de vista contable, económico, matemático y jurídico, con la finalidad de refutar algunos de los lugares comunes más habituales sobre este sector. Con el mismo objetivo, en la última parte del trabajo analizo algunas de las medidas más recientes adoptadas en España destinadas a la mejora de la cadena alimentaria.

Mi voluntad de refutar estos lugares comunes sobre los alimentos, su distribución y la cadena alimentaria no pretende terminar por ofrecer una visión almidarada de la realidad, en la que no existen dilemas ni abusos. Todo lo contrario; mi análisis asume un punto de partida repleto de innegables problemas y complejidades a los que hace frente el conjunto del sector alimentario, tanto estructurales (diferencias en el poder de negociación entre operadores¹, prácticas contractuales desleales²) como coyunturales (inflación desbocada, principalmente), a nivel español y europeo³.

¹ Sobre esta cuestión se centran, entre otros, LIANOS y LOMBARDI, 2016.

² Tal es la relevancia de este problema en el sector alimentario que la UE lo ha debido abordar específicamente en la Directiva (UE) 2019/633 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de abril de 2019, relativa a las prácticas comerciales desleales en las relaciones entre empresas en la cadena de suministro agrícola y alimentario. Esta Directiva está precedida de infinidad de recomendaciones y comunicaciones de diversas instituciones comunitarias.

Asimismo, la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria (Ley de la cadena alimentaria) dedica su capítulo II del título II a este respecto.

³ Parte de las afirmaciones realizadas en este trabajo parten de análisis previos sobre la contratación en la cadena alimentaria, desde un punto de vista tanto doctrinal, como, principalmente, ligado al análisis económico del Derecho. Para un análisis en profundidad de estas cuestiones, véanse RODRÍGUEZ CACHÓN, 2020 y RODRÍGUEZ CACHÓN, 2019.

En cualquier caso, no existe ninguna fórmula mágica para la resolución de los problemas (o la mejora de las circunstancias, según se prefiera). No existen, tampoco, medidas económicas o políticas inocuas. Toda sociedad debe asumir esta realidad, y no cerrar los ojos ante el devenir de la otra cara de cualquier moneda, cuya existencia resulta igualmente indispensable para el desarrollo de todo sector. Solo así, partiendo de análisis omnicomprensivos y desprovistos de posiciones apriorísticas y emocionales, estaremos en disposición de proponer medidas que caminen hacia, al menos, una más equitativa distribución del valor añadido generado en la cadena.

II. NOTAS DISTINTIVAS DE LOS ALIMENTOS, SU DISTRIBUCIÓN Y SU CONSUMO

En los últimos lustros, la consideración de los alimentos como *commodities*, así como las reglas que reglamentan su comercialización y su propiedad, han comenzado a ser puestas en cuestión, de forma semejante a lo ocurrido con el agua tiempo atrás (teoría de los bienes comunes)⁴. No obstante, y dejando tan solo apuntado este interesante debate, resulta ciertamente pertinente detenerse en analizar qué particularidades presentan los alimentos en su dimensión de bienes de consumo sujetos a comercialización.

En el mismo sentido, resulta útil a efectos analíticos hacer uso de la noción de «cadena alimentaria». Esta es una abstracción de las cadenas de suministro de todos los productos agrícolas y alimentarios, conformada por las relaciones entre productores, transformadores y distribuidores de alimentos, quedando excluidos los consumidores finales.

A continuación, se exponen, de manera sinóptica, algunas de las principales notas características de los alimentos, de su distribución y de la cadena alimentaria⁵ como cadena de valor⁶. Esta exposición resulta indispensable para el análisis posterior.

⁴ Para obtener una visión general de la teoría de los *common goods* aplicada a los alimentos, véase VIVERO-POL, *et. at.*, 2019.

⁵ A pesar de las diferencias existentes entre las cadenas alimentarias española y europea, a los efectos que me propongo, tales diferencias carecen de relevancia.

⁶ Gran parte de la literatura sobre gobernanza de las cadenas de valor incluyen las relaciones de consumo (aunque no los consumidores) como parte de la propia cadena de valor. Como ejemplos prominentes de ello, véanse CAFAGGI, 2012 y BALDWIN, 2013.

Sin embargo, a los efectos analíticos que me propongo, así como en concordancia con la regulación específica de la cadena alimentaria en España (fuertemente determinada por fuentes comunitarias), las relaciones de consumo quedarán excluidas de la noción de cadena de valor agroalimentaria.

1. OPERADORES DESIGUALES

La gran diferencia de tamaño entre los operadores que la conforman es una de las notas que en mayor medida definen la cadena alimentaria europea y, muy especialmente, la española, sea cual sea la medida de tamaño que se tome. Abarca desde el atomizado sector primario⁷, escasamente asociado en origen (aunque muy desigual, del 10 % en la patata al 99 % en el plátano)⁸, hasta el concentrado sector de la distribución, pasando por el sector industrial también concentrado (aun siendo el 96 % de las empresas PYMEs de menos de 50 empleados)⁹.

Esta estructura, principalmente la elevada atomización del sector primario, ha tratado de ser modificada por diversas iniciativas legales, sin demasiado éxito hasta el momento. De entre ellas, a nivel nacional destaca la Ley 13/2013, de 2 de agosto, de fomento de la integración de cooperativas y de otras entidades asociativas de carácter agroalimentario¹⁰, aprobada el mismo día que la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria (Ley de la cadena).

Esta estructura desigual de la cadena deriva en fuertes asimetrías de poder contractual entre sus operadores (en este caso, asimetría en el poder de compra)¹¹, muy similar a la situación que se produce, por ejemplo, respecto del consumidor de bienes y servi-

⁷ Para obtener una visión panorámica de la estructura productiva española en el marco comparado internacional, véase VIEIRA JIMÉNEZ-ONTIVEROS, 2022, pp. 169-174.

⁸ Informe de la Comisión Nacional de la Competencia (hoy Comisión Nacional de los Mercados y la competencia) sobre competencia y sector agroalimentario, 16 de junio de 2010, pp. 58-59.

Documento disponible en: <https://www.cnmec.es/expedientes/e-2009-05>

⁹ Respecto del sector agrario, el más atomizado y, en consecuencia, el más expuesto tanto a las inclemencias del mercado como a prácticas comerciales desleales, el 78,5% de las explotaciones agrarias hacen uso del 11,2% de la superficie agrícola utilizada en 2020 en España, siendo todas estas explotaciones agrarias de menos de 10 hectáreas; por otro lado, el 6 % de las explotaciones agrarias representan el 67,8 % de la superficie agrícola utilizada, de una superficie todas ellas mayor de 50 hectáreas.

Información obtenida del Censo Agrario 2020, realizado por el Instituto Nacional de Estadística. Disponible en: <https://n9.cl/407nc>

¹⁰ Para obtener una visión completa de las consecuencias económicas y jurídicas de la aplicación de la Ley 13/2013 de Vargas Vasserot (dir.), Cano Ortega (coord.), 2018.

¹¹ Resulta muy interesante la distinción que realizan VELÁZQUEZ y BUFFARIA, 2017, pp. 2-4, entre poder de mercado (*market power*) y poder de negociación (*bargaining power*). La primera de estas nociones se refiere a la habilidad de una empresa –o un grupo de ellas– para aumentar y mantener los precios por encima del nivel que tendrían bajo condiciones competitivas. Por el contrario, poder de negociación se refiere al poder de una parte para obtener una concesión de la otra mediante la amenaza de la imposición de un coste –o la retirada de un beneficio– si no acepta tal concesión.

Bajo estas premisas, la cadena alimentaria responde una situación de desequilibrio de poder de negociación, y no tanto (o, cuando menos, no en la misma medida) de desequilibrio de poder de mercado.

cios frente a la empresa que se los proporciona. Como consecuencia de ello, *ceteris paribus*, el sector industrial y el distribuidor podrían idealmente imponer un precio de venta inferior al precio competitivo. En esencia, nada nuevo bajo el sol: el pez grande se come al chico.

Hasta aquí la parte más fotografiada y menos puesta en cuestión de la cadena alimentaria. No obstante, como todo escenario humano complejo (y este lo es, mucho), la realidad dista de esa visión maniquea que prácticamente siempre y sin matices se ofrece en los medios de comunicación, incluso desde instancias públicas.

Per se, una mayor concentración empresarial en determinados eslabones de la cadena respecto de otros no implica necesariamente efectos negativos para el funcionamiento del mercado, ni siquiera para el consumidor final. Una elevada concentración en el sector industrial y de la distribución de alimentos favorece las economías de escala, tan necesarias en sectores intensivos en capital y en bienes de equipo, como ambos lo son. De hecho, esta es, precisamente, la función que cumplen las centrales de compra respecto de distribuidores minoristas de reducido tamaño¹².

Una mayor concentración empresarial en alguno o algunos de los eslabones de la cadena puede, finalmente, derivar en menores precios al consumo¹³, sobre todo en sectores sometidos a una elevada competencia, como es este caso (aspecto analizado a continuación). Esa mayor concentración solo sería negativa para el conjunto del mercado si, y solo si, de ella se derivaran abusos de posición de dominio (entendidos estos de forma amplia).

2. «VOTO» DEL CONSUMIDOR CASI DIARIO

No obstante su elevado nivel de concentración, el sector de la distribución minorista de alimentos está presidido por un elevado nivel de competencia. Ello se debe a que el consumidor de alimentos compra y, con ello, «vota» por un distribuidor u otro con frecuencia variable, pero, en cualquier caso, mucho mayor que respecto de otros bienes de consumo, incluso respecto de otros bienes

¹² COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA, 2023. E/CNMC/003/23, Estudio sobre la traslación de la reducción del IVA en el sector alimentario, 25 de julio, p. 52.

¹³ A esta conclusión llegan CIAPANNA y RONDINELLI, 2014, quienes, tras una investigación empírica, concluyen que una mayor concentración de los minoristas de alimentos en su posición de compradores de *commodities* está asociada con menores precios al consumo.

En el mismo sentido, véase European Commission, Dirección General de Competencia, *The Economic Impact of Modern Retail on Choice and Innovation in the EU Food Sector*, 2014, disponible en <https://bit.ly/3JtDFIH>

también consumibles. Esta situación hace que exista competición prácticamente diaria entre distribuidores de alimentos por obtener este «voto» en forma de decisión de compra.

De hecho, la propia Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) se refiere a la distribución de alimentos como distribución minorista de bienes de consumo diario. En el mismo sentido, en sus estudios de mercado, analiza de forma separada los hábitos de compra de alimentos frente a otro tipo de productos no alimentarios que son habitualmente vendidos en los mismos establecimientos minoristas (textiles, herramientas, juguetes, electrodomésticos, entre otros)¹⁴.

Otra circunstancia del sector alimentario que se superpone a la anterior es la ausencia de consumidor cautivo. Esto es, el hecho de que un consumidor compre una vez a un distribuidor de alimentos no implica, en absoluto, que vuelva a hacerlo en el futuro, al ser un bien consumible de ciclo corto. Ejemplos contrarios existen miles: piénsese en la compra de una impresora, que condiciona las futuras decisiones de compra de tinta; o en los repuestos de un coche¹⁵.

Este voto casi diario, sumado a la ausencia de consumidor cautivo, incrementa las asimetrías presentes en el mercado alimentario, ya que hace que sea precisamente el sector de la distribución el que puede desarrollar estrategias de fidelización respecto de clientes, pudiendo así obtener –al menos hipotéticamente– mayor parte del pastel, sin que, para ello, resulte imprescindible contar con un tamaño mayor que el resto de operadores¹⁶. Asimismo, los nuevos sistemas de información y *el big data* permiten precisamente, de nuevo, a los distribuidores recibir señales prácticamente en tiempo real sobre las preferencias del consumidor¹⁷, lo que les facilita una rápida adaptación a las dinámicas del mercado.

¹⁴ COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA, 2023. E/CNMC/003/23, Estudio sobre la traslación de la reducción del IVA en el sector alimentario, 25 de julio, p. 39.

¹⁵ La ecuación se complica si incluyéramos la (nueva) categoría de bienes con elementos digitales, acuñada por la Directiva (UE) 2019/770 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 2019, relativa a determinados aspectos de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales. Esta categoría hace referencia a los supuestos de contenidos/servicios digitales que aparecen incorporados en un bien o que interconectan con el mismo.

En estos casos, el nexo entre el bien comprado y el servicio digital es tal que el primero no funciona sin el segundo. Por ejemplo, un teléfono móvil no funciona (especialmente, pasado un tiempo) sin las debidas actualizaciones del *software* pertinente. Y así, la condición de cautivo del consumidor es máxima.

Como fácilmente se puede deducir, nada de esto sucede con un alimento, dado que, como todo bien consumible, desaparece de la esfera física cuando se hace uso de él conforme a su naturaleza.

¹⁶ CARSTENSEN, *et al*, 2016, p. 25.

¹⁷ LIANOS y LOMBARDI, 2016, p. 8.

Conscientes de esta realidad, las propias organizaciones de empresarios europeos reconocen hacer uso de estrategias de fidelización de clientes (tarjetas de puntos, descuentos por membresías, etc.) como consecuencia de la carencia de vínculos permanentes con los consumidores, lo que se traduce en la necesidad de continua innovación para atraerlos y fidelizarlos¹⁸.

3. IMPOSIBILIDAD DE COMERCIALIZACIÓN BAJO SIGNO DISTINTIVO

Los signos distintivos, entendidos en sentido amplio, desempeñan una finalidad comercial esencial. Respecto de lo que aquí interesa, permiten distinguirse de la competencia y asociar una determinada calidad a un concreto bien o servicio¹⁹. Esto se conoce como «señalización» de la calidad. Esta cuestión resulta especialmente relevante respecto de aquellos atributos ligados a la calidad cuya constatación resulta imposible incluso tras el uso del bien o servicio en cuestión. Piénsese, por ejemplo, en cuestiones relacionadas con el respeto a los derechos de los trabajadores o el cumplimiento de la normativa sobre residuos, tratamiento de aguas o sobre bienestar animal.

Pues bien, la comercialización de alimentos, en este caso circunscribiéndonos a los alimentos frescos no procesados, presenta una especial complejidad, precisamente, por la imposibilidad comercializarlos bajo marca. Es cierto que existe otro tipo de signos distintivos –como las denominaciones de origen protegidas (DOP) o las indicaciones geográficas protegidas (IGP), entre otros–, que, en cierta medida, cumplen la misma función que las marcas. Sin embargo, tan solo una proporción muy pequeña de los alimentos frescos son comercializados bajo estos signos o sellos de calidad porque, por definición, su finalidad es discriminar entre alimentos de diversa calidad.

En este contexto de imposibilidad de comercialización bajo marca y de bajísima proporción de alimentos frescos comercializados bajo signo distintivo, estudios empíricos muestran que el precio es el único elemento tomado por el consumidor para valorar la

¹⁸ *Directorate General for Internal Policies. Policy Department A: economic and scientific policy. «Unfair trading practices in the business-to-business food supply chain (UTPs). Proceedings of the Workshop», Bruselas, 24 de marzo de 2015, pp. 13-15. Punto de vista ofrecido por la directora de EuroCommerce.*

¹⁹ A pesar de su gran relevancia en otros contextos, para el caso analizado dejamos a un lado todas aquellas finalidades de los signos distintivos ligadas al posicionamiento social y a la alineación con determinados valores.

calidad de un alimento²⁰. Es más, en realidad es (casi) el único con el que cuenta²¹.

4. VALOR ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA ALIMENTACIÓN

A medida que la renta disponible disminuye, el peso relativo que el gasto en alimentación representa es mayor. Esta afirmación se explica a través de la noción de elasticidad-renta de la demanda. La elasticidad-renta de la demanda mide, *ceteris paribus*, el grado en que la cantidad demandada de un determinado bien aumenta o disminuye ante una variación en la renta del consumidor. La relación entre ambas magnitudes, cuya representación gráfica se conoce como curva de Engel, divide a los bienes en normales e inferiores. Los bienes normales son aquellos cuya demanda varía de forma directa con relación a una variación de la renta del consumidor, es decir, aquellos cuya elasticidad-renta de su demanda es mayor que cero. Por su parte, los bienes inferiores son aquellos cuya demanda varía de forma inversa respecto de variaciones en la renta del consumidor, esto es, aquellos cuya elasticidad-renta de su demanda es negativa.

Respecto de los bienes normales cabe hacer una subdivisión en función del valor de su elasticidad: bienes normales y bienes de lujo o superiores. Los bienes normales serán de primera necesidad si el valor de la elasticidad-renta de su demanda se sitúa entre cero y la unidad (bienes cuya demanda es inelástica). Esto es, la demanda de bienes de primera necesidad varía menos que proporcionalmente ante variaciones de la renta del consumidor. Por su parte, son bienes de lujo o superiores aquellos cuya elasticidad-renta de su demanda está por encima de uno, es decir, cuya demanda es elástica. O lo que es lo mismo, la demanda de bienes de lujo es especialmente sensible a cambios en la renta del consumidor, ya que su demanda varía más que proporcionalmente ante variaciones en la renta.

En 1857, Ernest Engel demostró empíricamente que los alimentos son, en este sentido, bienes de primera necesidad, pues la proporción de renta de las familias gastada en alimentación (proporción, que no valor absoluto) disminuye según aumenta la renta; o, expresado en términos de elasticidad, que, a partir de un cierto nivel de renta, la elasticidad de la demanda de productos alimenti-

²⁰ BREDHAL, 2004, p. 66.

²¹ No obstante, este hecho no debería extrañarnos, ya que esta es, en términos originales, la función económica del precio.

cios es menor que la unidad, pudiendo llegar a hacerse negativa, lo que comúnmente se conoce como Ley de Engel²². De esta forma, Engel entendía que la proporción de renta familiar gastada en alimentación es un buen indicador de la situación económica de un país: a mayor proporción, menos desarrollado es un país. Y así, tradicionalmente se ha afirmado que la protección al sector alimentario repercute directamente tanto en los países con economías más débiles como en los estratos económicamente menos desarrollados de la sociedad.

Siendo perfectamente consciente del desatino y el anacronismo que supondría pretender explicar la realidad actual con base exclusivamente en la Ley de Engel²³, que obvia cuestiones relacionadas con la calidad de los alimentos, con la posible utilización de los alimentos como insumos de procesos industriales²⁴, o con el nivel de gasto en bienes o servicios sustitutivos perfectos e imperfectos de los alimentos (principalmente, en hostelería), estimo oportuna traerla a colación en este momento, pues cuenta con una capacidad explicativa formidable gracias a su sencillez y carácter sintético.

De tal modo, aún con salvedades, se puede afirmar que la alimentación es proporcionalmente más costosa a medida que disminuye el poder adquisitivo. Por tanto, la protección y la atención preferente a toda cuestión relacionada con la regulación de la alimentación, desde una perspectiva puramente contractual, vinculada con la gobernanza o ligada a la defensa de la competencia²⁵, resulta imprescindible en toda economía social de mercado que se precie de serlo.

Por otra parte, huelga añadir que una buena gestión económica y jurídica de la cadena alimentaria redundará en beneficio de la dimensión cultural exterior de la gastronomía, tan relevante en los países de la Europa meridional, como España²⁶.

²² Téngase en cuenta que la Ley de Engel se basa en la elasticidad-renta de la demanda de un bien, y no en la elasticidad-precio de la demanda. Ambas magnitudes son diferentes, aunque con ciertas relaciones.

²³ De entre los críticos históricos a la aplicación contemporánea de la Ley de Engel destaca TAMAMES, Ramón, 1992, p. 282-283, al afirmar que «la contracción de los sujetos activos (agrarios) junto con la persistencia de la expansión de los rendimientos, disminuye de manera decisiva las razones basadas en la Ley de Engel por ser su impacto mucho menor entre los agricultores (cada vez) menos numerosos y altamente tecnologicados».

²⁴ Los alimentos que constituyen la materia prima para las industrias de transformación presentarán una elasticidad dependiente de los caracteres económicos del producto transformado final. Asimismo, la elasticidad de cada alimento se ve afectada por la calidad de los mismos (piénsese, por ejemplo, en trigo cultivado con pesticidas frente al trigo de cultivo ecológico).

²⁵ A la relevancia social y económica de la regulación sobre competencia en sector de la alimentación se refieren específicamente LIANOS y LOMBARDI, 2016, p. 2.

²⁶ Tanto la investigación cualitativa como la cuantitativa han puesto de relieve la importancia de los condicionantes culturales en la percepción de las experiencias que se

III. SITUACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA DE ALIMENTOS

1. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL MERCADO DE DISTRIBUCIÓN MINORISTA DE ALIMENTOS EN ESPAÑA

A fin de contextualizar correctamente cualquier análisis posterior, resulta interesante examinar cuál es la actual situación de la oferta en el mercado de distribución minorista de alimentos en España, cuál ha sido su evolución y en qué situación se encuentra en términos comparativos respecto de los países de nuestro entorno. Para ello, vamos a tomar dos momentos clave: 2011, año de publicación de un relevante informe de la Comisión Nacional de la Competencia sobre el sector alimentario; y 2023, momento de publicación de otro estudio sobre el sector alimentario.

En 2011, la CNMC (en aquel momento, Comisión Nacional de la Competencia) dio a conocer su Informe sobre las relaciones entre fabricantes y distribuidores en el sector alimentario. Sintéticamente, en este informe se identificaban las siguientes barreras regulatorias sobre las condiciones de apertura y ejercicio de actividad de los establecimientos comerciales: (i) regímenes de acceso a la actividad, (ii) otros elementos normativos relativos a la ordenación territorial y al planeamiento urbanístico, (iii) horarios comerciales y apertura de domingos y festivos, (iv) limitación de los periodos de rebajas, y (v) prohibición de la venta a pérdida.

Centrándonos en aquellas barreras relacionadas con competencias estatales, al momento del cierre de la redacción del presente trabajo (diciembre de 2023), algunas de estas barreras han sido removidas. Por ejemplo, en 2012 se modificó el artículo 25 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (LOCM). Desde ese momento, las ventas en rebaja en comercios

suscitan con relación a la comida (HOOGLAND, *et al*, 2005, pp. 15-23 y OVERBY, *et al*, 2004, pp. 437-460).

Como consecuencia de ello, algunos consumidores están más orientados a la valoración de la calidad de los alimentos, mientras que otros se muestran más preocupados por cuestiones de seguridad alimentaria. Estas diferencias se perciben claramente en el contexto europeo: por un lado, se encuentran los países del norte y centro de Europa, como Reino Unido, Alemania o los países escandinavos, más concienciados con las repercusiones éticas de la producción de alimentos (por ejemplo, el bienestar animal) y con su seguridad; por otro, los países de la Europa meridional, como Francia, España, Italia y Grecia, en los que se valora de forma sobresaliente la calidad de los alimentos y el placer que se deriva de la gastronomía (PETTINGER, *et al*, 2004, pp. 307-316).

minoristas pueden realizarse en cualquier momento y con cualquier duración²⁷.

Asimismo, la (casi) prohibición general de la venta a pérdida identificada en 2011, regulada en el artículo 14 de la misma LOCM, fue modificada en 2018 para alinearse con el artículo 17 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. De tal modo, en la actualidad la venta a pérdida de distribuidores minoristas al consumidor final solo está prohibida en la medida en que se reputa desleal²⁸.

En 2023, la CNMC, en su estudio publicado el 25 de julio sobre la traslación de la reducción del IVA en el sector alimentario²⁹, afirma que «la distribución minorista en España está dominada por grandes cadenas de supermercados e hipermercados, aunque también existen distribuidores minoristas de carácter regional con una presencia muy relevante a nivel provincial o local». De hecho, estos distribuidores de carácter regional han conseguido ser los líderes en 18 provincias españolas, así como situarse en segunda o tercera posición en términos de cuotas de mercado de muchas provincias españolas.

Son precisamente estos distribuidores regionales de tamaño mediano y pequeño los que han permitido mantener en España unos niveles de concentración en el sector de la distribución alimentaria más reducidos que en otros países europeos, lo cual ha generado efectos positivos en el nivel de competencia efectiva del mercado de distribución de gran consumo en España³⁰.

Los datos globales nacionales de cuotas de mercado ofrecidos por la CNMC han de enmarcarse adecuadamente. El mercado de distribución minorista de alimentos es, esencialmente, un mercado de proximidad. Ello implica que el único dato sobre la concentración de mercado que resulta relevante a efectos de competencia y de

²⁷ LOCM, «artículo 25. Temporada de rebajas.

1. Las ventas en rebajas podrán tener lugar en los periodos estacionales de mayor interés comercial según el criterio de cada comerciante.

2. La duración de cada periodo de rebajas será decidida libremente por cada comerciante.»

²⁸ Esta cuestión es analizada en detalle más adelante, respecto de la específica regulación de la cadena alimentaria.

²⁹ COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA, 2023. E/ CNMC/003/23, Estudio sobre la traslación de la reducción del IVA en el sector alimentario, 25 de julio.

Documento disponible en: <https://acortar.link/3Y3zbw>

³⁰ COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA, 2023. E/ CNMC/003/23, Estudio sobre la traslación de la reducción del IVA en el sector alimentario, 25 de julio, pp. 52-53.

cara al consumidor es el dato a nivel local³¹. Los datos nacionales a este respecto pueden resultar distorsionadores respecto del conocimiento de la realidad de cada municipio. Por tanto, la interpretación de los datos de este estudio puede resultar errónea si, con el objetivo de comprobar el grado de competencia en el sector, se toma el dato de cuota de mercado general de cada operador en todo el país³².

Y así, podemos afirmar que: i) la actual situación de la oferta en el mercado de distribución minorista de alimentos en España ha mejorado significativamente su configuración en términos de fomento de la competencia durante la última década, gracias a la eliminación de barreras regulatorias para la apertura de establecimientos comerciales minoristas; ii) en términos comparativos, España presenta un mayor nivel de competencia en el mercado alimentario, hecho que redundará en beneficio del consumidor.

2. ANÁLISIS DE RESULTADOS CONTABLES DE LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA DE ALIMENTOS

Haciendo uso de una simple y básica intuición económica, resulta difícil de comprender esa habitual letanía que afirma que existen grandes distribuidoras de alimentos que venden al consumidor final productos a un precio 4, 5, 6 ó 10 veces superior al precio al que los compran³³, con la consiguiente ingente ganancia, porque, si fuera cierto, ¿no querríamos todos abrir un supermercado, o dos, o cincuenta?

En esencia, ¿es cierto que en un sector como el de la distribución minorista de alimentos, en el que no existen (grandes) barreras ni de entrada ni de salida y con un elevado nivel de competencia, existen operadores que, sin aportar valor, multipliquen por 10 los precios de venta final respecto de los de compra? Vayamos por partes.

³¹ COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA, 2023. E/CNMC/003/23, Estudio sobre la traslación de la reducción del IVA en el sector alimentario, 25 de julio, p. 7.

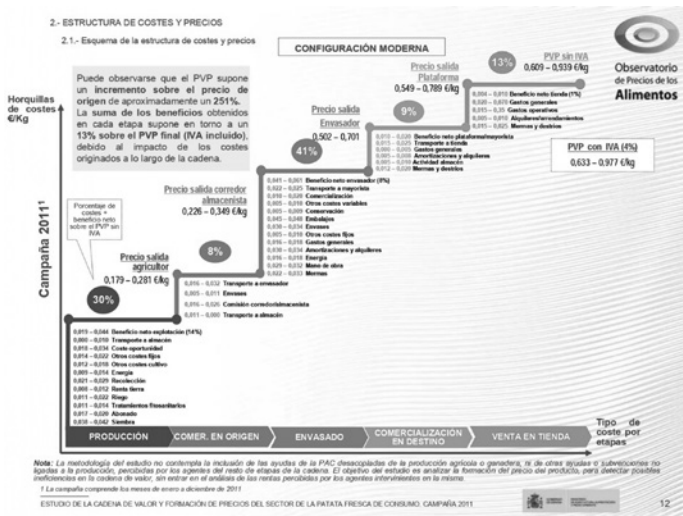
³² Y así, los datos ofrecidos por la COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA, 2023. E/CNMC/003/23, Estudio sobre la traslación de la reducción del IVA en el sector alimentario, 25 de julio, pp. 49-50, indican que Mercadona casi dobla en cuota de mercado (en términos de superficie de venta) al segundo distribuidor en España a nivel nacional, Carrefour (17,3% frente al 9,1%). Sin embargo, este dato agregado a nivel nacional no presenta ninguna correlación respecto del grado de competencia a nivel local.

³³ Para muestra, véanse las siguientes noticias en prensa escrita:

<https://acortar.link/yKWoof>
<https://acortar.link/sizIL5>
<https://acortar.link/H2Ge2o>
<https://acortar.link/LH7BQC>
<https://acortar.link/uHRnBk>

Muy al contrario de las habituales manifestaciones –incluso desde instancias institucionales³⁴– a las que últimamente estamos acostumbrados, lo cierto es que el margen unitario por producto en la gran distribución de alimentos es muy pequeño, realmente pequeño. A esta conclusión se puede llegar por diversos cauces y mediante el análisis de datos de muy diversa procedencia. A continuación, desmenuzo los datos procedentes de dos cauces: información proporcionada por el Ministerio de Agricultura español y las cuentas anuales de las empresas de distribución.

El Ministerio de Agricultura ofrece en su página web de forma abierta una gran variedad de estudios de costes de cadenas de valor de productos frescos, desde el cordero a la zanahoria, desde los huevos a la merluza³⁵. El valor extra que aportan estos estudios es que están fuera de toda sospecha partidista, pues han sido realizados por el Ministerio, y no por alguna entidad privada que pudiera ser acusada de tener intereses ocultos. Como resulta lógico, existen importantes diferencias entre las cadenas de valor de los diversos productos frescos analizados. A modo de ejemplo, tomaré dos cadenas, la de la patata y la del plátano, por ser los productos que, respectivamente, menor y mayor grado de asociacionismo presentan en el sector primario español.



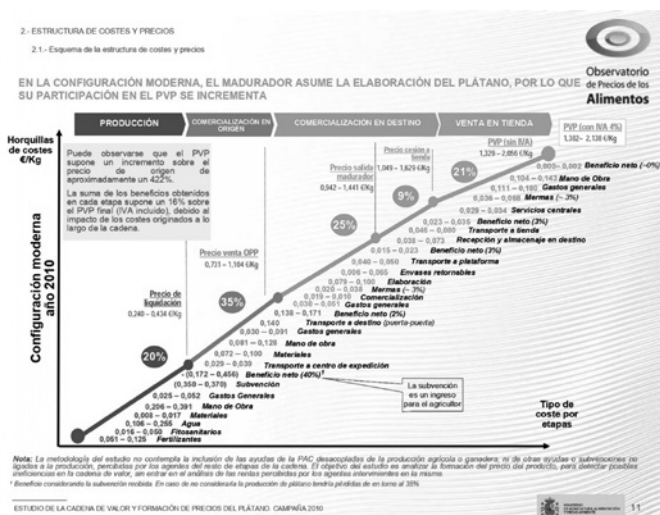
³⁴ Para muestra, véanse unas declaraciones de la Vicepresidenta del Gobierno de España y Ministra de Economía Nadia Calviño el 23 de marzo de 2023: <https://bit.ly/3ZeiGOD>

³⁵ El Ministerio no ha actualizado estos estudios desde 2013. En cualquier caso, todos los estudios pueden consultarse en: <https://bit.ly/3wdGzJE>

Las últimas noticias al respecto parecen indicar que en marzo de 2023 el Ministerio ha decidido retomar estos interesantísimos análisis: <https://bit.ly/3Lx7BnC>

En el «Estudio de la cadena de valor y formación de precios del sector de la patata fresca de consumo. Campaña 2011» se observa que la gran distribución presenta, respecto de la patata, un beneficio neto del 1%³⁶.

Por su parte, en el mismo estudio respecto del plátano, este margen ronda el 0%³⁷.



Estas cifras son congruentes con el resultado que se desprende de las cuentas anuales del año 2021 de, por ejemplo, Día y Carrefour. Respecto de la primera, el resultado de explotación de explotación sobre ingresos totales supone un 2,6%³⁸; con relación a la segunda, el resultado de explotación sobre ingresos totales supone un 2,6%³⁹. De tal modo, la gran cifra que Carrefour ha obtenido como resultado de explotación, y a la que habitualmente se apela como presunta constatación de sus ingentes beneficios, no es tal en términos relativos, dado que una cosa son los ingresos totales, otra cosa es el beneficio de explotación, y otra cosa es el resultado de explotación sobre los ingresos totales.

Esta realidad implica que, para lograr mantenerse a flote, estas empresas deban, simplemente, vender mucho, con un margen unitario por producto muy reducido⁴⁰.

³⁶ «Estudio de la cadena de valor y formación de precios del sector de la patata fresca de consumo. Campaña 2011», p. 12. Documento disponible en: <https://bit.ly/3UB8soA>

³⁷ «Estudio de la cadena de valor y formación de precios del plátano. Campaña 2010», p. 11. Documento disponible en: <https://bit.ly/3F2Vavz>

³⁸ Información disponible en: <https://bit.ly/3iAtaaV>

³⁹ Información disponible en: <https://bit.ly/3F6AOSb>

⁴⁰ Por este motivo, no se entienden declaraciones como estas: <https://bit.ly/3IQEYb6>

Esta situación es muy similar en países de nuestro entorno: *Tesco*, cadena de supermercados británicos, obtuvo en 2021 un 2,75% de beneficio de explotación sobre ingresos totales⁴¹; mientras que *Esselunga*, cadena italiana, obtuvo un 2,3% por el mismo concepto⁴². Piénsese en lo que supone operar con márgenes tan reducidos: supone estar, constantemente, a expensas de cualquier vicisitud.

En el mismo sentido, a efectos comparativos resulta interesante contrastar estos datos con los existentes respecto de la cadena de valor textil, especialmente el *fast fashion*, al ser la cadena que mayores similitudes presenta respecto de la cadena alimentaria. En concreto, en el mismo periodo por el mismo concepto, Inditex obtuvo un margen del 13%; Mango, de un 10%⁴³. Estos márgenes son también pequeños, aunque no tan exigüos como los de la alimentación.

3. ANÁLISIS DE RESULTADOS CONTABLES DE LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA DE ALIMENTOS TRAS LA EXPLOSIÓN INFLACIONISTA DE 2022

El incremento vertiginoso experimentado por la inflación en la mayoría de países occidentales desde mediados de 2021⁴⁴, especialmente relevante respecto de los alimentos⁴⁵, y, dentro de estos, los alimentos frescos⁴⁶, ha tenido en Mercadona su personificación

⁴¹ Información disponible en: <https://bit.ly/3uu1kjf>

⁴² Información disponible en: <https://bit.ly/3utHyEH>

⁴³ Información disponible en: <https://bit.ly/3iFmh8v>

⁴⁴ Según Eurostat, la inflación interanual media en diciembre 2021 en la UE (*Harmonised index of consumer prices*) fue de 5,3%, y en diciembre 2022 fue casi el doble, el 10,4%, aún con grandes variaciones entre países: en 2022 la mayor, el 25%, corresponde a Hungría, mientras que la menor, 5,5%, corresponde a España. Pero, en cualquier caso, es una la inflación muy superior a la media de la Unión durante los últimos años, que rondaba el 2-3%. Fuente: Eurostat. Información disponible en: <https://bit.ly/40o8vaO>

A diciembre 2022, la inflación en España alcanzó 5,7% anual. Por contraposición, la inflación de alimentos y bebidas no alcohólicas es casi tres veces mayor, llegando al 15,7%. Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas. Información disponible en: <https://bit.ly/3JD5A7i>

⁴⁵ Eurostat gestiona el *Food price monitoring tool*, herramienta que recoge datos sobre la evolución específica del precio de los alimentos en la UE. El año base de su cálculo es 2015, el cual corresponde al valor 100.

A diciembre de 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 y 2022 los datos fueron los siguientes: 101,22 – 103,75 – 105,21 – 107,99 – 109,15 – 113,87 – 134,61. Fácilmente se aprecia la escalada de los precios de los alimentos desde mediados de 2021. Información disponible en: <https://bit.ly/3LLklYh>

⁴⁶ Por alimentación fresca se entiende: frutas frescas, hortalizas frescas (incluidas patatas frescas), carnes frescas, pescado fresco, marisco/ molusco fresco, pan fresco y huevos (Informe del consumo alimentario en España 2021, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, p. 33. Informe disponible en: <https://bit.ly/40qAUO1>)

en el discurso político español⁴⁷. Ante esta tesitura, procede analizar con datos la veracidad de las declaraciones que afirman que los grandes de la distribución de alimentos se están enriqueciendo como consecuencia de esta espiral inflacionista, o, incluso, que son ellos quienes la están creando. Para ello, a continuación, comparo la Cuenta Consolidada de Pérdidas y Ganancias del Grupo Mercadona⁴⁸ del año 2022 respecto de la de 2021⁴⁹.

3.1 Análisis de la cifra nominal de negocio

En 2022 respecto de 2021, el importe nominal de la cifra de negocio de Mercadona aumentó en un 10,36%. Este incremento puede deberse: i) a un aumento real en el volumen de negocio⁵⁰; ii) a un aumento en el precio de los productos vendidos; iii) o a una combinación de ambos factores. No resulta complicado advertir que, de estos dos factores, el aumento del precio de los productos vendidos ha sido especialmente relevante, dado que el coste de los aprovisionamientos aumentó en 2022 respecto 2021 en un 11,14%. Esto es, en 2022, Mercadona aumentó sus ingresos (que no beneficios) en un 10,36%, mientras que su coste de aprovisionamiento aumentó en un 11,14%. A su vez, el coste de personal aumentó en el mismo periodo en un 8,08%.

Esto es tanto como afirmar que el aumento en la cifra nominal de ingresos de Mercadona se debió, principalmente, a un aumento tanto en su coste de aprovisionamiento como en su coste de personal; o lo que es lo mismo, Mercadona ingresó más en 2022 porque vendió más caro como consecuencia de que pagó más a sus proveedores y a sus empleados.

El mayor aumento del precio de los alimentos frescos respecto del resto de alimentos se debe a su mayor inmediatez (menor tiempo de procesamiento y transporte) en ser ofrecidos al consumidor. Ello origina que sean especialmente sensibles a los cambios de precio de cualquiera de los suministros que su producción y venta requiere (fitosanitarios, fertilizantes, combustible, etc.), al contar con mucho menor margen de maniobra.

Fácilmente se puede observar este hecho en el Informe del consumo alimentario en España 2021, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. En todos los alimentos frescos se observa un descenso significativamente mayor en su consumo que respecto del resto de alimentos. Aún no se encuentra disponible el informe de 2022, pero cabe aventurar que este descenso será aún más pronunciado.

⁴⁷ Como muestra, véanse las siguientes declaraciones (y concomitantes): <https://bit.ly/3ndZ8fA>

⁴⁸ El Grupo Mercadona está conformado por la propia Mercadona y la Sociedad Irmãdona, a través de la que opera en Portugal.

⁴⁹ Cuentas de Pérdidas y Ganancias de Mercadona correspondientes a los años 2021 y 2022: <https://bit.ly/2QYKVP3>

⁵⁰ Este aumento real del volumen de negocio de Mercadona puede deberse, a su vez, bien a un aumento del mercado general (o de los mercados) de venta minorista de alimentos, bien a un aumento de la cuota de mercado de Mercadona en este mercado de venta minorista de alimentos, bien a una combinación de ambos factores.

3.2 Análisis del resultado de explotación

Respecto del resultado de explotación sobre ingresos totales, en 2021 esta cifra fue 3,27%. Tal y como ya he apuntado, esta cifra en el mismo periodo respecto del Grupo Carrefour fue de 2,6%, 2,75% en el caso de *Tesco*, y 2,3% para *Esselunga*. Por tanto, en 2021 Mercadona obtuvo un resultado sensiblemente mejor al de sus homólogos europeos, pero muy en la línea.

Sin embargo, el dato definitivo que mata el relato imperante es el siguiente: en 2022, el resultado de explotación sobre ingresos totales de Mercadona fue de un 3,24%, tres centésimas inferior al obtenido en 2021. Esto significa que por cada euro que ha ingresado en 2022, su beneficio es de 3,24 céntimos de euro, frente a un beneficio de 3,27 céntimos en 2021.

De tal modo, salvo error u omisión por mi parte, con base en sus Cuentas Anuales, accesibles de forma pública, resulta posible afirmar con certeza matemática que el Grupo Mercadona no se está aprovechando de la escalada de precios para aumentar sus beneficios.

A esta misma conclusión respecto del conjunto del sector alimentario han llegado los autores de un informe sobre precios y márgenes en este sector encargado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación español en 2022⁵¹. Su segunda conclusión es absolutamente ilustrativa: «Las subidas de precios al consumidor [en 2022] están siendo inferiores a los incrementos que se producen en los niveles previos de la cadena de valor (industria y agricultores), mostrando la función estabilizadora que desempeñan los intermediarios frente a los incrementos de precios en origen». O lo que es lo mismo: los distribuidores de alimentos han subido los precios al consumo en menor medida de lo que han subido los precios del total de sus insumos. Ello implica que han mitigado en parte la inflación.

4. MATEMÁTICAS EN LA CADENA ALIMENTARIA

Entonces, ¿dónde está el problema en la cadena alimentaria? Y, casi más importante, ¿quién es el responsable de esta situación? Si es cierto (que lo es) que, por ejemplo, el precio de la patata en un supermercado es entre 4 y 8 veces mayor que el precio en origen,

⁵¹ Informe elaborado por ROMERO DE LA FUENTE, y CRUZ ROCHE. Disponible en: <https://acortar.link/LVzDtV>

¿quién se lleva la diferencia? Es muy posible que la respuesta a estas preguntas no sea la que esperan.

La clave es simple: el bajo precio unitario de los alimentos. Veamos.

Imagine que tiene que transportar una tonelada de plátanos y una tonelada de ordenadores, en ambos casos del punto A al B. El precio de la tonelada de plátanos es 3.500 €, mientras que el de los ordenadores es de 300.000 €. En ambos casos, el transporte cuesta 1.000 €, dado que es el mismo peso y la misma distancia⁵². Suponiendo que no existiera ningún otro coste, *ceteris paribus*, la tonelada de plátanos en destino costaría 4.500 €, y la de material informático, 301.000 €. Y así, el coste que supone el transporte en el precio final de venta de los plátanos es del 22%⁵³, mientras que en el caso de los ordenadores es del 0,33%⁵⁴.

Voilà!, aquí lo tienen. La razón de esa presunta explotación de los productores primarios por parte de las grandes superficies no puede ser más simple: el «problema» (en realidad irresoluble, por lo que no es un problema) es que el valor unitario de los alimentos/productos frescos es (relativamente) bajo, por lo que cualquier incremento de costes en la cadena de valor, por pequeño que sea, tendrá un efecto relativo muy elevado en el precio de venta al siguiente eslabón. Esto es, cuando se trata de bienes de bajo valor unitario, cualquier incremento de costes es proporcionalmente muy elevado; con los mismos datos, mover de un sitio a otro un plátano hace que este se encarezca un 22%, mientras que transportar un ordenador hace que se encarezca un 0,33%.

Por si esto fuera poco, existen tres circunstancias que amplifican este problema. En primer lugar, por lo general, a igual peso entre alimentos y ordenadores, mayor volumen suponen los alimentos (una tonelada de plátanos ocupa más que una tonelada de ordenadores), de modo que será necesario mayor espacio para su transporte. En segundo lugar, lo más habitual es que los alimentos necesiten refrigeración, de modo que su transporte será más caro. Y, en tercer lugar, los alimentos son productos perecederos⁵⁵ (unos

⁵² Más adelante se añaden algunas salvedades a esta presuposición.

⁵³ 1.000 € de coste de transporte sobre 4.500 € de precio de venta.

⁵⁴ 1.000 € de coste de transporte sobre 301.000 € de precio de venta.

⁵⁵ Precisamente, a esta cuestión hace referencia la COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA, 2020. IPN/CNMC/015/20 Informe sobre el Anteproyecto de Ley por la que se modifica la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, 2 de septiembre, pp. 5-6. Afirma la comisión que el hecho de que los alimentos sean productos perecederos hace que su aptitud comercial se vea limitada, al tiempo que supone que toda la cadena esté sujeta a una mayor dependencia coyuntural.

más que otros, evidentemente), por lo que los plazos de transporte y entrega están indefectiblemente constreñidos⁵⁶.

Toda esta situación resulta muy fácil de imaginar ante una compra online de 100 € en material informático frente a 100 € en alimentación. En el primer caso, el pedido le llegará a casa en un paquete presumiblemente no muy grande y de poco peso; en el segundo caso, el peso y volumen del pedido hará poco menos que imposible su entrega en mano (levantado con los brazos sin demasiado esfuerzo) por parte del repartidor al cliente, además de requerirse, como mínimo, de un vehículo refrigerado (incluso con nivel de congelación).

Así las cosas, llama poderosamente la atención que, desde instancias públicas, e incluso desde los mismos organismos que publican algunos de los estudios antes citados, se fomenten discursos maniqueos. Esto es, simplemente, hacerse trampas al solitario.

En el mismo sentido, los costes en que la distribución de alimentos incurre no se limitan a los relacionados con el transporte desde el lugar de producción al lugar de venta, sin cuya existencia (recordemos) no podríamos comer, por ejemplo, naranjas en Santander o percebes en Lérida. Además del transporte, en los estudios de costes antes referidos se puede encontrar el desglose de todos los demás costes en que incurre la distribución de alimentos: mermas, mano de obra, energía, amortización, alquileres, envases, embalaje, conservación, actividad de almacenaje, etc.

IV. EXAMEN DE ALGUNAS MEDIDAS ESTRELLA

1. PREMISA DE PARTIDA

Con el propósito de mejorar la situación de la cadena alimentaria, en España en los últimos años se han propuesto iniciativas de muy diversa consideración y alcance, algunas de las cuales han sido ya implementadas. A lo largo de las siguientes páginas, me centro en el análisis de cuatro de ellas: la (presunta) prohibición de venta a pérdidas en la cadena alimentaria, la creación de un Observatorio Público de Márgenes de las Empresas, el fomento de la autorregulación y la creación de un impuesto especial sobre los beneficios extraordinarios de las grandes distribuidoras.

⁵⁶ En una entrevista en febrero de 2023, Juana Roig, CEO de Mercadona online, afirmó que un pedido online le cuesta a Mercadona 20 €, entre, principalmente, mano de obra, combustible y amortización del vehículo. Al consumidor le cobran 7,21 €. Entrevista disponible en: <https://bit.ly/3GrITU9>

Todas estas iniciativas son analizadas bajo, a mi entender y en este contexto, el prisma más pertinente: valorar en qué grado favorecen la creación de valor en la cadena y, al mismo tiempo, una más equitativa distribución de este valor creado entre todos los operadores.

Ello supone aplicar el criterio de Pareto al análisis de cualquier iniciativa, a pesar de que, en puridad, este criterio se refiere específicamente al ámbito contractual. Una situación es pareto-eficiente si no es posible hacer que, al menos, una persona mejore su posición sin empeorar las condiciones de alguna otra. Por lo tanto, una situación es mejor o pareto-superior a otra cuando: i) o todos los individuos involucrados mejoran su situación; o ii) uno mejora y los demás mantienen su posición⁵⁷.

En realidad, la aplicación absoluta de este criterio es una entelequia, pues solo resultaría posible en un inexistente mundo sin costes de transacción, en el que se produjeran intercambios de forma instantánea y entre extraños, de productos con sustitutivos perfectos y valorados únicamente en unidades monetarias⁵⁸. No obstante, mantiene un gran poder analítico.

2. PROHIBICIÓN DE VENTA A PÉRDIDAS

En 2020, a las puertas del primer confinamiento en España, la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria (en adelante, Ley de la cadena alimentaria⁵⁹) es modificada por Real Decreto-ley 5/2020, de 25 de febrero⁶⁰. A finales de 2021, esta Ley de la cadena alimentaria es de nuevo modificada por Ley 16/2021, de 14 de diciembre⁶¹.

Tras estas modificaciones, el artículo 12.ter de la Ley de la cadena alimentaria establece que «con el fin de evitar la destrucción del

⁵⁷ Por el contrario, el criterio de eficiencia de KALDOR-HICKS exige que quien gana como consecuencia de una transacción o un cambio legal o institucional pueda, potencial e hipotéticamente, compensar a quien pierde para dejarle en una posición idéntica a la inicial y al mismo tiempo mantener un *surplus* (un excedente, un remanente), sin que importe que tal compensación efectivamente se lleve a cabo (QUEROL ARAGÓN, 2014, p. 18, COOTER, y ULEN, 2014, p. 275 y TREBILCOCK, 1993, p. 7).

Para un análisis en profundidad de esta cuestión, véase SMORTO, 2007 y lo apuntado anteriormente sobre la escuela de Chicago.

⁵⁸ FURUBOTN y RICHTER, 1991, p. 630-63, GÓMEZ POMAR, 2006, p. 17, MERCURO Y MEDEMA, 1997, p. 148 y STORDEUR, 2011, p. 120.

⁵⁹ Esta Ley de la cadena alimentaria, aprobada en 2013, es la principal norma reguladora en la actualidad de las principales cuestiones contractuales propias de la cadena alimentaria, así como de ciertas prácticas comerciales con especial incidencia en la misma.

⁶⁰ Real Decreto-ley 5/2020, de 25 de febrero, por el que se adoptan determinadas medidas urgentes en materia de agricultura y alimentación.

⁶¹ Ley 16/2021, de 14 de diciembre, por la que se modifica la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

valor en la cadena alimentaria, cada operador de la misma deberá pagar al operador inmediatamente anterior un precio igual o superior al coste de producción de tal producto [...]. Correlativamente, el mismo texto califica como «infracción grave» (art. 23.2.f) «el incumplimiento de las obligaciones del artículo 12 ter o la destrucción de valor en la cadena alimentaria, conforme al artículo 12 ter».

El correcto análisis de esta prohibición se ha de abordar de forma secuencial en tres pasos⁶².

2.1 Paralelismo con la Ley de Ordenación del Comercio Minorista

Este artículo 12.ter resulta aplicable a las relaciones entre operadores de la cadena (productores, industriales y distribuidores), pero no respecto de ventas a consumidores. Ello se deriva de la propia noción de operador que ofrece esta Ley, en la que excluye expresamente a los consumidores finales⁶³. Por tanto, a pesar de que este artículo 12.ter pudiera parecer redundante respecto del artículo 14 (venta con pérdida) de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (en adelante, LOCM), en realidad no lo es, ya que esta última solo se aplica en ventas al público⁶⁴.

Por tanto, con relación a la venta a pérdidas, la Ley de la cadena y la LOCM presentan diferencias tanto respecto de su ámbito de aplicación subjetivo –operadores de la cadena alimentaria *versus* mercado minorista, incluido el consumidor final– como con relación a su contenido sustantivo respecto de la venta a pérdidas –prohibición absoluta en el primer caso, frente a una prohibición en la medida en que se reputen desleales en el segundo⁶⁵.

Así las cosas, entiendo que resulta más que pertinente plantearse si realmente tiene sentido esta nueva regulación de la Ley de la cadena, y si, bajo el respeto al funcionamiento competitivo de los

⁶² Apunta VIEIRA JIMÉNEZ-ONTIVEROS, 2022, pp. 156-160, a que el principal motivo del retoque que sufrió este artículo 12 ter en 2021 fue tratar de evitar ser objeto de un procedimiento de infracción por dictar normas contrarias al TFUE; en concreto, los artículos 101 y 102.

⁶³ Artículo 5.c de la Ley de la cadena: «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».

⁶⁴ Artículo 14 de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista: «[...] no se podrán realizar ventas al público con pérdida si éstas se reputan desleales [...]».

⁶⁵ La COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA, 2020. IPN/ CNMC/015/20 Informe sobre el Anteproyecto de Ley por la que se modifica la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, 2 de septiembre, p. 12, entiende que resultaría conveniente dotar de mayor seguridad jurídica a esta cuestión mediante la clarificación de los ámbitos de aplicación de ambas normas.

mercados, cumple realmente el objetivo que pretende: proteger a los consumidores, como destinatarios últimos de los bienes producidos en la cadena alimentaria.

La gran mayoría de autoridades de competencia, así como la normativa específica a este respecto, afirman que, para proteger el funcionamiento competitivo de los mercados, ya sea el alimentario o cualquier otro, no resulta necesario prohibir con carácter general la venta a pérdida; para lograr este objetivo, basta con prohibir las ventas a pérdida que sean engañosas, denigratorias o predatorias. Considero que esta es la postura más acetada.

Esta es precisamente la postura adoptada por la mencionada LOCM. Con base en ella, no existe una prohibición general y absoluta de la venta a pérdida a los consumidores generales –esto es, no siempre se reputa desleal–, sino que se establecen tan solo 4 concretas situaciones en las que la venta a pérdida será considerada desleal: cuando induzcan a error sobre el nivel de precios de otros productos del mismo establecimiento, cuando tenga por efecto desacreditar la imagen de un producto o de un establecimiento ajeno, cuando forme parte de una estrategia encaminada a eliminar a un competidor, o cuando forme parte de una práctica comercial que contenga información falsa que pueda inducir a error al consumidor medio.

En este mismo sentido se manifestó el TJUE en 2017, como resultado de una petición de decisión prejudicial planteada por el Juzgado de lo Contencioso-Administrativo n.º 4 de Murcia⁶⁶. Esta sentencia obligó a la modificación del artículo 14 de la LOCM, dando lugar a su actual redacción. Los motivos que llevaron al planteamiento de esta cuestión ante el TJUE fueron las dudas respecto de la transposición al ordenamiento español de algunas de las cuestiones establecidas en la Directiva 2005/29/CE, de 11 de mayo de 2005, sobre las prácticas comerciales desleales⁶⁷.

La trasposición española presentaba un carácter más estricto que la Directiva 2005/29/CE, al prohibir de forma completa la venta con pérdida –incluso a los mayoristas–, y establecer excepciones a dicha prohibición basadas en criterios que no figuran en la propia Directiva. Era precisamente el propio juez español quien se planteaba si esta prohibición general de la venta a pérdida protegía o no los intereses de los consumidores.

El TJUE sentenció que dicha Directiva sobre las prácticas comerciales desleales no permite que las legislaciones nacionales establezcan una prohibición general de ofertar o realizar ventas de

⁶⁶ Texto completo de la sentencia disponible en: <https://bit.ly/3uwazQ5>

⁶⁷ Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior.

bienes con pérdida, dado que una hipotética prohibición general de esta práctica entre mayorista/minorista no protege al consumidor. Este fallo se fundamenta en que, a pesar de que la LOCM no regula directamente relaciones de consumo, su propósito en última instancia es la protección del consumidor⁶⁸.

Este es exactamente el mismo planteamiento que yo propongo respecto de la Ley de la cadena alimentaria. Esto es: a pesar de que la ley de la cadena tampoco regula relaciones con consumidores, su contenido incide indirectamente en ellos. Y, dado que el TJUE entendió que la prohibición general de la venta con pérdida en la LOCM no protege al consumidor, tampoco protege al consumidor de alimentos la prohibición general de venta con pérdida contenida en la Ley de la cadena alimentaria.

2.2 ¿Qué se está prohibiendo en realidad?

Sin embargo, si nos detenemos con calma en el análisis de este artículo 12.ter debemos plantearnos la siguiente cuestión: ¿qué prohíbe exactamente?

Este artículo no prohíbe la venta a pérdida entre operadores de la cadena, entendida como venta por debajo del coste de adquisición. Lo que en realidad prohíbe es la «compra a pérdida». Préstese atención del tenor literal del artículo: cada operador deberá pagar al operador inmediatamente anterior un precio igual o superior al coste de producción de tal producto⁶⁹.

Esto sí que es algo nuevo bajo el sol.

Según queda establecida esta previsión, es sobre el comprador (ya sea el industrial o la distribución) sobre quien recae esta obligación de pagar un precio igual o superior al coste de producción. Pero, dado que no existe una obligación de comprar o deber de contratar sobre ningún operador, ¿cuáles serán los efectos de esta medida?

Pensemos, por ejemplo, que, si comprador y vendedor están de acuerdo en un precio de venta, pero este precio no cubre los costes de producción, ¿qué pueden hacer para cumplir con esta nueva pre-

⁶⁸ Último párrafo del preámbulo de la LOCM: «La Ley no sólo pretende establecer unas reglas de juego en el sector de la distribución y regular nuevas fórmulas contractuales, sino que aspira, también, a ser la base para la modernización de las estructuras comerciales españolas, contribuyendo a corregir los desequilibrios entre las grandes y las pequeñas empresas comerciales y, sobre todo, al mantenimiento de la libre y leal competencia. No es preciso insistir en que los efectos más inmediatos y tangibles de una situación de libre y leal competencia se materializan en una mejora continuada de los precios y de la calidad y demás condiciones de la oferta y servicio al público, lo que significa, en definitiva, la más eficaz actuación en beneficio de los consumidores.»

⁶⁹ Estas reflexiones son compartidas por ALFARO ÁGUILA-REAL, expresadas en 2020 en su blog: <https://acortartu.link/ew1qc>

visión? En el cumplimiento escrupuloso de este 12.ter.3, solo se me ocurre una respuesta: deberían dejar que los productos se echen a perder.

En contra de esta afirmación tan sorprendente, cualquiera podría afirmar que, en realidad, el artículo 12 ter, en su apartado 3, permite la situación descrita⁷⁰. Pero en realidad no es así, dado que lo que permite este 12.ter.3 es realizar ventas a pérdida de los alimentos perecederos que se encuentren en una fecha próxima a su inutilización, pero solo al consumidor final, no entre operadores de la cadena. Es más, esta prohibición de compra a pérdida resulta de aplicación a todas las relaciones comerciales reguladas por la Ley de la cadena alimentaria, y no solo a aquellas que la propia Ley considera desequilibradas⁷¹.

Dicho de un modo más desarrollado, ¿qué sucede si es el vendedor –principalmente, el productor primario– el que, por el motivo que sea, desea vender por debajo de su coste de producción (por liquidación de stock, por sacar algún rendimiento de productos defectuosos o próximos a su fecha de caducidad, por ejemplo), pero, a fin de evitarse posibles sanciones en virtud de este artículo 12 ter, el siguiente eslabón de la cadena se niega a comprarle esos productos por debajo del coste de producción?

Y, lo que es más importante: ¿a quién beneficiaría esto? A nadie, absolutamente a nadie.

2.3 La entelequia de los costes de producción

El tercer paso que cierra el análisis de esta, digamos, *sui generis* prohibición de venta a pérdida consiste en desgranar la función económica del precio.

Este artículo obliga a cada operador a pagar al operador inmediatamente anterior un precio igual o superior al coste de producción de tal producto. Esto es, Juan, dueño de una fábrica de patatas fritas, está obligado a pagarle a María, dueña de una explotación

⁷⁰ Artículo 12.ter.3. «El incumplimiento de lo dispuesto en el apartado anterior tendrá la consideración de venta desleal sin perjuicio de lo establecido en el artículo 14.1 de la Ley 7/1996, de 15 de enero. No se reputarán como desleales las ventas con pérdidas al público de los alimentos o productos alimenticios perecederos que se encuentren en una fecha próxima a su inutilización siempre que se proporcione información clara de esta circunstancia a los consumidores».

⁷¹ COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA, 2020. IPN/CNMC/015/20 Informe sobre el Anteproyecto de Ley por la que se modifica la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, 2 de septiembre, pp. 11-12.

agrícola de patata, un precio por sus patatas que iguale o supere los costes de producción de cada tipo de patata⁷².

Pero ¿quién conoce los costes de producción de cada tipo de patata? María. Entonces, ¿cómo va a saber Juan qué precio pagar?, ¿acaso se establece indirectamente la obligación de que María «se abra en canal» y permita a Juan examinar su contabilidad? Y si esta obligación extrema y kamikaze de transparencia existiera, ¿no implicaría ello, de facto, la desaparición de cualquier margen de beneficio de María, dado que Juan sólo le ofrecerá el precio que cubra estrictamente sus costes?, ¿no supondría eso también un desincentivo a la productividad de María, dado que Juan le va a pagar en función de sus costes?

Y, en última instancia, ¿supone esto un ataque al principio de libre formación de los precios, base del funcionamiento del mercado interior en la UE?⁷³

En una situación normal de mercado, ¿qué «ve» el comprador? El comprador ve los precios de mercado y, con base en ellos, toma sus decisiones contractuales. Esa es precisamente la base de la Teoría de Precios: los precios sirven, *ceteris paribus*, para informar a los demandantes sobre cuánto cuesta producir un bien o servicio y descubrir, de entre los oferentes, a aquellos que pueden producirlos al menor coste.

Un hipotético funcionamiento perfecto del sistema de precios derivaría en aquella situación de mercado en la que el precio incorpora toda la información que los agentes tienen sobre las cualidades y atributos del bien objeto de intercambio y en la que, además, dicha información contenida en el precio resulta completa para conocer todas características relevantes del objeto de la transacción⁷⁴. De tal modo, los agentes económicos responden a incentivos que en todo caso toman la forma de precio, bien sean precios explícitos (los indicados, por ejemplo, en las etiquetas de los productos en un establecimiento de venta al público) o bien sean precios implícitos (en forma de cualquier tipo de sanción ante la con-

⁷² Otra cuestión que complica aún más la situación es que, en principio, este coste de producción se establece respecto de cada producto, y no respecto del conjunto de productos que un determinado operador le venda a otro.

⁷³ Artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea:

«1. Serán incompatibles con el mercado interior y quedarán prohibidos todos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado interior y, en particular, los que consistan en:

a) fijar directa o indirectamente los precios de compra o de venta u otras condiciones de transacción; [...]

⁷⁴ PAZ-ARES RODRÍGUEZ, 1994, p. 77.

travención de una previsión legal o contractual)⁷⁵. En este contexto, el precio representaría el único patrón necesario para comparar todos los bienes existentes en el mercado, pues no sería necesario aportar ni descubrir ninguna información adicional.

Sin embargo, el sistema de precios desempeña perfectamente esta función informativa solo con relación a un ideal (y, por tanto, inexistente) modelo de mercado perfectamente competitivo⁷⁶. En cualquier caso, la cadena alimentaria no es, precisamente, el sector en el que el sistema de precios funcione mejor. Es un sector que presenta fuertes asimetrías en los sistemas de transmisión de los precios⁷⁷, como consecuencia de la presencia de varias de las fuentes de asimetría identificadas por la literatura empírica, como el carácter perecedero de los insumos alimentarios y el elevado nivel de costes fijos⁷⁸. Pero, aún con todo, en este mercado los precios cumplen su función⁷⁹.

En el mismo sentido, la nueva regulación no aclara qué criterios de determinación de costes se deben utilizar en la determinación de los costes efectivos de producción. La regulación contable tanto en España como en el resto de mundo presta gran atención a esta cuestión, dada su complejidad y relevancia, pero, en este caso, ni siquiera se hace referencia a la necesidad de remitirse a normas contables⁸⁰. De tal modo, en principio, no habría impedimento a la inclusión en este coste efectivo de producción de, por ejemplo, costes de oportunidad o costes derivados de la imputación de los costes comunes de cada operador (derivados de otras actividades ajenas a la transacción) al objeto de cada contrato.

Por otro lado, aún pudiéndose determinar estos costes de producción, su determinación supondría una mayor complejidad en la contratación. O, en su caso, a fin de evitar esta complejidad de su determinación caso por caso, esta situación podría terminar por provocar un alineamiento de precios derivado de la utilización de

⁷⁵ TREBILCOCK, 1993, p. 6.

⁷⁶ ALFARO ÁGUILA-REAL, 1996, pp. 133-134.

La inexistencia en términos absolutos del modelo de sistema de precios perfecto no le hace perder su utilidad, pues su utilidad recae en su valor como modelo de comparación.

⁷⁷ Para obtener una síntesis muy ilustrativa de los problemas e imperfecciones del sistema de transmisión de precios en la cadena alimentaria, véase VELÁZQUEZ, BUFFARIA y EUROPEAN COMMISSION, 2017, pp. 2-4.

⁷⁸ FELIS y GARRIDO, 2015; ACHARYA, KINNUCAN y CAUDILL, 2011; y FERNÁNDEZ-AMADOR, BAUMGARTNER y CRESPO-CUARESMA, 2010.

⁷⁹ En el apartado 4.3 se analiza otra medida destinada a mitigar los problemas del sistema de precios en la cadena alimentaria.

⁸⁰ Piénsese que existe una rama de la contabilidad que se dedica específicamente a esta cuestión, la contabilidad de costes (a veces también denominada contabilidad de gestión). Tal es así porque el cálculo de costes no es algo que resulte unívoco.

índices comunes de referencia sobre los costes de producción de cada producto⁸¹.

Según parece estar mostrando la realidad contractual del sector, esta medida, que pretendía proteger a los productores primarios, está quedando absolutamente en agua de borrajas. A fin de cumplir con lo preceptuado, unido al hecho de que no se establece a quién corresponde la responsabilidad de verificar que efectivamente se ha pagado un precio superior al coste efectivo de producción, y partiendo de que no hay forma humana de corroborar el cumplimiento de esta previsión, en la gran mayoría de contratos alimentarios regulados por la Ley de la cadena alimentaria se está incluyendo una cláusula que afirme que «el precio pagado cubre los costes de producción del producto vendido». Todo ello ha terminado por introducir aún más inseguridad jurídica en las transacciones comerciales en el sector.

3. CREACIÓN DE UN OBSERVATORIO PÚBLICO DE MÁRGENES DE BENEFICIOS DE LAS EMPRESAS

En los últimos meses hemos podido escuchar declaraciones referidas a la posible creación de un Observatorio Público de Márgenes de Beneficios de las Empresas⁸². «La publicación de márgenes visibilizaría estos comportamientos [aumento de precios] y en particular la rigidez de los precios finales de consumo a bajar, a pesar de la rebaja que se está produciendo en los costes de la energía, materias primas y transporte. CCOO exige, asimismo, que, para aquellos sectores más inflacionistas, como el de la cadena alimentaria y la energía se publique información individualizada para las grandes empresas», manifiesta CC. OO.⁸³

Estas declaraciones resultan ciertamente curiosas por dos motivos. El primero, por los exigüos márgenes de beneficios de la distribución de alimentos, calculados muchos de ellos por el propio Ministerio de Agricultura. El segundo, la ya actual accesibilidad pública de las cuentas anuales de las grandes distribuidoras, como consecuencia de su depósito obligatorio en el Registro Mercantil y de la, además,

⁸¹ Sobre esta cuestión se expresa la COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA, 2020. IPN/CNMC/015/20 Informe sobre el Anteproyecto de Ley por la que se modifica la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, 2 de septiembre, p. 11. En el mismo sentido, también la CNMC en 2022. Informe sobre el Proyecto de Real Decreto por el que se desarrolla el Registro de Contratos Alimentarios, 26 de julio, p. 9.

⁸² Noticias donde se recogen declaraciones institucionales a este respecto: <https://bit.ly/3ISf4Ug>

⁸³ Comunicado público de CCOO de 14 de marzo de 2023, disponible en: <https://bit.ly/3FZikPL>

habitual accesibilidad de estas cuentas a través de las páginas webs de las empresas en cuestión; todo lo cual permite fácilmente calcular estos márgenes de beneficios (tal y como he hecho yo).

Estos dos motivos por los que, estimo, resultan poco rigurosas las declaraciones reproducidas no deben llevar a la conclusión de que esté afirmando que aumentar la transparencia en un mercado, sea el que sea, no sea positivo. Todo lo contrario; toda medida destinada a aumentar la información disponible en el mercado y, por ende, la transparencia, debe ser bien recibida. Además, en la actualidad, realizar análisis de *big data* resulta extremadamente sencillo y barato. El problema estriba, bajo mi punto de vista, en que esta información ya está disponible, por lo que este Observatorio no aportaría ningún valor al mercado alimentario.

Quizá, lo que sí podría tener sentido –enlazando con una idea apuntada en la introducción– es confiar, valorar y difundir más los trabajos de aquellas personas e instituciones que ya se dedican a analizar la realidad social, siendo una faceta de esta realidad el análisis de los márgenes de las empresas. Estas personas se llaman investigadores y estas instituciones son, principalmente, las universidades.

Quizá, en esencia, la propuesta de creación de este observatorio suponga un ejemplo de la relevancia social y de la capacidad de crear valor de la investigación en ciencias sociales. Quizá se esté planteando la necesidad de crear algo que ya existe.

4. FOMENTO DE LA AUTORREGULACIÓN

4.1 El Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria

Aunque quizá es menos conocida que las anteriores, otra de las medidas estrella de los últimos tiempos sobre la cadena alimentaria, tanto en España como a nivel europeo, es el fomento de la autorregulación a través, principalmente, de códigos de conducta o de buenas prácticas⁸⁴.

⁸⁴ No contamos en el Derecho español una definición legal de código de conducta (FERNÁNDEZ BAÑOS, 2017, p. 3 y VÁZQUEZ RUANO, 2015, p. 330). Por tanto, para esta labor hemos de acudir al Derecho comunitario.

En efecto, en el artículo 2.f de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales de 2005 encontramos la primera definición de código de conducta ofrecida por el legislador comunitario: «acuerdo o conjunto de normas no impuestas por disposiciones legales, reglamentarias o administrativas de un Estado miembro, en el que se define el comportamiento de aquellos comerciantes que se comprometen a cumplir el código de buenas prácticas en relación con una o más prácticas comerciales o sectores económicos concreto».

En línea con ello, la Ley de la cadena alimentaria, en sus artículos 15 y siguientes, fomenta la autorregulación de la cadena a través de la creación de un Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria (en adelante, CBP) por parte del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y las organizaciones y asociaciones [...] representativas de los operadores de la producción, la industria o la distribución.

Este es un código de adhesión (en teoría) voluntaria, de aplicación uniforme en todo el territorio nacional. Fue aprobado el 24 de noviembre de 2015⁸⁵ por la Ministra de Agricultura y Alimentación, Pesca y Medio Ambiente y seis representantes de las organizaciones y asociaciones de operadores de la cadena alimentaria⁸⁶.

El principal objetivo del CBP es establecer «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» que se dirijan al fomento de relaciones justas, equilibradas y leales entre los operadores de la cadena alimentaria (art. 15 de la Ley de la cadena). Desde el momento de la adhesión al CBP, los operadores están obligados a que sus relaciones comerciales se ajusten a sus principios y reglas y a la utilización de los sistemas de resolución de conflictos que contiene⁸⁷.

4.2 Motivo del fomento de la autorregulación en la cadena alimentaria

Existen varios motivos de peso que sustentan el fomento de la autorregulación en la cadena alimentaria. Sin embargo, a los efectos que me propongo en este trabajo, el único relevante es uno: su capacidad para reducir los costes de transacción⁸⁸.

⁸⁵ Publicado en el *BOE* el 10 de diciembre de 2015. Documento disponible en: <https://bit.ly/3uAp5X6>

⁸⁶ El Código ha sido suscrito por las Organizaciones Profesionales Agrarias ASAJA, COAG y UPA; Cooperativas Agro-alimentarias de España, la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y la Asociación Española de Distribuidores de Autoservicio y Supermercados (ASEDAS).

La aprobación del Código no ha estado exenta de polémica debido a la negativa desde el inicio de algunos operadores de plasmar su rúbrica en el documento final. Dos asociaciones de la distribución comercial, ANGED y ACES, aunque daban libertad de adscripción a sus grupos y empresas asociadas, no han suscrito el CBP al considerar que podría restringir la libertad empresarial en este ámbito.

⁸⁷ DOMÈNECH MARTÍNEZ, 2016, p. 81.

Un análisis en profundidad de las consecuencias de la nueva regulación de prácticas desleales en la cadena alimentaria puede encontrarse en AMAT LLOMBART, 2022.

⁸⁸ La fundamentación teórica de este apartado está tomada de RODRÍGUEZ CACHÓN, 2020.

En particular, la autorregulación cuenta con potencial para reducir los costes de transacción de la primera fase del proceso contractual. Ello es así como consecuencia de que la adhesión al código de que se trate permite deducir una mayor voluntad del operador adherido de respetar sus obligaciones contractuales, dado que, en caso de no hacerlo, se expone a dos sistemas de sanción: el articulado por el sistema jurídico propiamente dicho y el que se deriva de la propia iniciativa de autorregulación⁸⁹.

Asimismo, la presencia de un instrumento típico del *soft law*⁹⁰ como es un código de conducta logra también reducir el conjunto de los costes de transacción en su condición de mecanismo informal.

Una vez apuntadas estas cuestiones, vayamos por partes: primero, qué son los costes de transacción; segundo, cuáles son los costes de transacción de la primera fase del proceso contractual, y; en tercer lugar, qué son los mecanismos informales de reducción de los costes de transacción.

A. NOCIÓN DE COSTE DE TRANSACCIÓN

La explícita introducción en el análisis económico de lo que ahora conocemos por costes de transacción se produce en 1937 por parte de Ronald Coase en su artículo *The Nature of the Firm*, dando lugar al nacimiento como escuela del análisis económico del Derecho de la Nueva Economía Institucional, como contraposición a la Vieja Economía Institucional⁹¹.

La economía de los costes de transacción (en adelante, TCE) es una teoría interdisciplinar que combina el Derecho, la Economía y la Teoría de la Organización⁹². Pone el acento en la importancia de entender que la existencia del fenómeno contractual se debe a la necesidad de articular mecanismos que establezcan determinados incentivos y que fomenten la producción e intercambio de información entre las potenciales partes contratantes.

Este análisis se basa en la importancia que para la organización de la actividad económica tiene el estudio de los costes que se derivan del perfeccionamiento de contratos, costes que se denominan

⁸⁹ La única sanción prevista en el CBP es la suspensión temporal o exclusión definitiva del operador incumplidor (punto 7 del CBP). Más adelante se realizarán las oportunas matizaciones sobre esta cuestión.

⁹⁰ Para hacer referencia a los instrumentos típicos del *soft law* también podemos encontrarnos con otras denominaciones. Entre ellas, legislación blanda, autorregulación, autocontrol, autodisciplina, corregulación o regulación auto-otorgada (FERNANDO MAGARZO, 2010, p. 2).

⁹¹ COASE, 1998, p. 72.

⁹² WILLIAMSON, 2007, p. 4.

«de transacción»⁹³. De este modo, la transacción se convierte en la unidad básica del análisis económico, pues en la realización de cualquier transacción económica se incurre indefectiblemente en costes como consecuencia de la inevitable existencia fallos de mercado. Estos fallos de mercado amenazan permanentemente la consecución de la solución de equilibrio, entendida como aquella solución que –en el contexto de un mercado idealmente perfecto, esto es, sin costes de transacción– los individuos racionales alcanzarían de forma natural o automática y que se correspondería con la ubicación de cada recurso en manos de aquel agente que mayor valor le otorgara⁹⁴.

B. COSTES DE TRANSACCIÓN DE LA PRIMERA FASE DEL PROCESO CONTRACTUAL

En un primer estadio de construcción doctrinal de la TCE, Coase lista, a modo de enumeración no cerrada, una serie de costes en los que indefectiblemente se incurre al llevar a cabo una transacción de mercado⁹⁵: descubrir quién es la persona con la que deseamos contratar, informar a la otra parte sobre nuestro deseo de contratar y en qué términos, concretar negociaciones para alcanzar un acuerdo satisfactorio, redactar el contrato en sí mismo, establecer una estructura de control de las respectivas prestaciones que recaen sobre cada parte, etc. Con frecuencia –continúa afirmando Coase–, estas operaciones son extremadamente costosas, en ocasiones hasta tal nivel que complican e incluso impiden que se concreten ciertas transacciones económicas que tendrían lugar en el contexto de un hipotético sistema de precios sin coste⁹⁶.

Posteriormente, otros economistas, de entre los que seguiremos a Dahlman, realizan un análisis estructurado de los costes listados por Coase, dando lugar a su sistematización en tres categorías atendiendo a la fase prototípica del proceso contractual en que se produzcan.

⁹³ Una simple frase que condensa la trascendencia de la inclusión de forma específica de los costes de transacción en el análisis económico y la irrealidad que supone trabajar obviando toda consideración al respecto es la siguiente: «El mundo de costes de transacción nulos es tan extraño como el mundo físico sin fricción.» STIGLER, 1972. «The Law and Economics of Public Policy: A Plea to the Scholars», *Journal of Legal Studies*, vol. 1, n.º 12, citado por COASE, 1988, p. 19.

⁹⁴ PAZ-ARES RODRÍGUEZ, 1994, pp. 85-86.

⁹⁵ En este primer momento, los costes de transacción eran denominados como «el coste de usar el mecanismo de los precios» o «el coste de llevar a cabo una transacción mediante intercambio en el mercado» (COASE, 1998, p. 72).

⁹⁶ COASE, 1960, p. 7. A pesar de atribuírsele la paternidad de este concepto, COASE nunca proporcionó una definición de lo que para él constituían los costes de transacción y ni siquiera llegó a utilizar este término para referirse al concepto (ALLEN, 2000, pp. 895-896).

En la primera fase de todo proceso de contratación nos encontramos con costes de investigación e información. Son aquellos en que se incurre durante la búsqueda de agentes económicos con quienes contratar y en la averiguación de si resulta o no beneficioso contratar. Si esta búsqueda es fructífera, ambas partes deben informar a la otra sobre las opciones de intercambio que existen.

Posteriormente, en la segunda fase de todo proceso de contratación se producen costes de negociación y decisión. Estos costes se derivan del juego de la oferta y la aceptación contractuales y de la propia redacción del contrato. Esto supone acordar cómo se reparte la ganancia conjunta que entraña la transacción. Esta fase está dominada por una racionalidad concesiva: ambas partes están interesadas en hacerse concesiones mutuas a fin de obtener una ganancia neta de la celebración del contrato.

Por último, tras el perfeccionamiento del contrato, esto es, en la tercera fase de todo proceso de contratación, nos encontramos con costes de transacción denominados de vigilancia y ejecución, pues se ha de asegurar si la otra parte cumple con sus obligaciones contractuales y si lo hace en los términos convenidos. En este último tipo de coste se debe incluir los que, en su caso, se deriven de la exigencia forzosa del cumplimiento del contrato. La racionalidad en este caso es meramente individual: las partes, en función de los costes y beneficios que le ocasiona el incumplimiento, han de decidir si cumplir o no con lo pactado⁹⁷.

El propio Dahlman realiza una matización sobre su clasificación de los costes de transacción, la que considera –al menos hasta cierto punto– innecesaria. La razón de esta afirmación radica en que las tres clases de costes pueden ser reconducidas a tan solo una, cuyo nexo de unión es la característica que subyace a todas ellas: la pérdida de recursos en que todo agente económico incurre como consecuencia de la falta de información sobre el mercado⁹⁸. Por lo tanto, planteada de este modo la cuestión, tan solo resultaría necesario hablar de un tipo de costes de transacción: aquellos derivados de la pérdida de recursos (o de la utilización de los mismos, como se prefiera) a causa de falta de información⁹⁹. Así entendido, la noción de costes de transacción resultaría equivalente a la de coste de información.

⁹⁷ DAHLMAN, 1979, pp. 147-148 y PAZ-ARES RODRÍGUEZ, 1994, pp. 86-87.

⁹⁸ En el mismo sentido apunta ALLEN, 2000, p. 906, al afirmar que «*the underlying theme for transaction costs is the notion of ignorance*» (el motivo subyacente a la existencia de costes de transacción lo representa la falta de información).

⁹⁹ En el mismo sentido se expresa PAZ-ARES RODRÍGUEZ, 1994, p. 80, nota 17: «Todos los costes de transacción son costes de información o incertidumbre».

C. MECANISMOS INFORMALES DE REDUCCIÓN DE LOS COSTES DE TRANSACCIÓN

Los mecanismos de reducción de los costes de transacción pueden ser formales o informales. Los mecanismos formales son los mecanismos jurídicos en sentido estricto, es decir, las normas jurídicas emanadas del poder legislativo. Por su parte, se entiende por mecanismos informales o de mercado los desarrollados por el mercado o, en términos jurídicos, los derivados de la autonomía privada¹⁰⁰.

Tomamos la expresión «autonomía privada» de Alfaro Águila-Real, quien la utiliza no en el sentido tradicional en el que es habitualmente utilizada en el Derecho de contratos, sino en un modo ciertamente más ampliado. Con esta expresión, Alfaro Águila-Real se refiere a cualquier modo de articulación de una transacción comercial que, bajo el respeto a los límites marcados por la ley, la moral y el orden público (art. 1.255 del CC español), va más allá de los modos legales convencionales de regulación bajo el Derecho de contratos clásico.

El recurso tanto a los mecanismos de mercado como a los mecanismos jurídicos de reducción de los costes de transacción depende de la eficiencia del sistema de precios en cada concreto sector de la economía.

Cuanto más eficientemente se haya desarrollado el sistema de precios en un mercado, esto es, cuanta más información recoja el precio de los productos intercambiados, menos necesario será para los particulares recurrir a mecanismos de reducción de costes de transacción con el objetivo de obtener información de la contraparte¹⁰¹. En definitiva, en presencia de un hipotético perfecto sistema de precios, no sería necesario recurrir a ningún mecanismo de reducción de los costes de transacción, esto es, no sería necesario acudir ni a mecanismos informales de reducción de estos costes (contratos que regulen los intercambios, además de estructuras creadas por los actores implicados, principalmente instrumentos de *soft law*) ni tampoco a mecanismos jurídicos¹⁰². En definitiva, en

¹⁰⁰ El planteamiento de este epígrafe es adaptado tomando de referencia a ALFARO ÁGUILA-REAL, 1996, p. 145.

¹⁰¹ ALFARO ÁGUILA-REAL, 1996, p. 156.

¹⁰² Sobre esta cuestión, matiza ALFARO ÁGUILA-REAL, 1996, p. 157, que la relación entre los distintos mecanismos que sirven para organizar los intercambios es dinámica. En la medida en que un mecanismo se haga más eficiente (es decir, reduzca en mayor medida los costes de transacción), asistiremos a una reducción en el uso de los mecanismos alternativos con el límite en un sistema de precios perfectamente eficiente. Generalizando, puede afirmarse que existe una sustituibilidad marginal entre los mecanismos que tengan como fin reducir los costes de transacción: se recurrirá en mayor o menor medida a un mecanismo en atención al mejor o peor funcionamiento de los restantes en cada circunstancia.

un mundo donde el sistema de precios funcionara a la perfección no habría lugar para el Derecho¹⁰³.

Tal y como ha sido expuesto en el apartado 4.1.3, en la cadena alimentaria el sistema de precios presenta fuertes asimetrías. Por tanto, es un sector en el que la articulación de medidas reductoras de los costes de transacción reviste una trascendental repercusión como medio a través del que «aumentar, en beneficio de la sociedad y de los consumidores, la eficacia y la competitividad del sector alimentario globalmente considerado»¹⁰⁴.

4.3 **Análisis de la eficacia del Código: ¿nadar para morir en la orilla?**

Partiendo del motivo que justifica el fomento de la autorregulación en la cadena alimentaria que pretendo poner de relieve –la reducción de los costes de transacción–, y una vez realizadas las anteriores aclaraciones, procede examinar en qué medida el CBP ha logrado este objetivo.

A. CAPACIDAD DEL CÓDIGO PARA REDUCIR LOS COSTES DE TRANSACCIÓN DE LA PRIMERA FASE DEL PROCESO CONTRACTUAL

Tal y como ha sido apuntado, la capacidad del CBP de reducir los costes de transacción de la primera fase del proceso contractual se basa en que resulta lógico deducir una mayor voluntad de un operador adherido al CBP de respetar sus obligaciones contractuales. Ello se debe a que, en caso de ser incumplirlas, se expone a dos sistemas de sanción: el articulado por el sistema jurídico propiamente dicho¹⁰⁵ y el que se deriva de la propia iniciativa de autorregulación. Todo ello a pesar de que la única sanción prevista en el CBP ante el incumplimiento de alguna de sus previsiones es la suspensión temporal o exclusión definitiva del operador incumplidor¹⁰⁶.

¹⁰³ PAZ-ARES RODRÍGUEZ, 1994, p. 79.

¹⁰⁴ Artículo 3.a de la Ley de la cadena alimentaria.

¹⁰⁵ En este caso, por sanciones derivadas directamente del sistema jurídico me refiero a las que corresponde por responsabilidad contractual y a las sanciones administrativas establecidas en la Ley de la cadena alimentaria, según corresponda.

¹⁰⁶ MARTÍ MIRAVALLS (2016, pp. 300-303) se muestra extremadamente crítico con el hecho de que el CBP no prevea, a su juicio, ninguna consecuencia jurídica relevante para el caso de contrastarse el incumplimiento de alguno de los compromisos de su articulado. Llega incluso a afirmar que el CBP carece de contenido jurídico. En el mismo sentido, se expresa GONZÁLEZ CASTILLA, 2016, p. 191.

No puedo estar más en desacuerdo con esta afirmación, pues, precisamente, obvia el diferente carácter de una iniciativa de autorregulación, como el CBP, en relación con las normas jurídicas *strictu sensu* y, en consecuencia, el diferente papel que mecanismos formales e informales de reducción de costes de transacción están llamados a desempeñar.

En efecto, al poderse deducir este mayor compromiso con el sector del operador adherido, este operador resultará más atractivo en términos contractuales para el resto de operadores. En consecuencia, le resultará más sencillo contratar y, correlativamente, más barato en términos de costes de transacción, especialmente respecto de aquellos costes que se producen durante la primera fase arquetípica de un proceso de contratación.

Sin embargo, para que esta reducción de costes de transacción efectivamente exista se deben dar simultáneamente dos condiciones: en primer lugar, verdadera voluntariedad de adhesión al código; y, en segundo lugar, alto porcentaje de conocimiento de la existencia del código y buena valoración del mismo, tanto entre el resto de operadores, como entre los consumidores.

Respecto de la primera condición, se precisa de la configuración de un régimen de adhesión al CBP que realmente respete la libertad de los operadores de adherirse, sin vincular su pertenencia a incentivos que sean difícilmente renunciables. En el caso, por ejemplo, de condicionar la concesión de alguna ayuda o subvención pública a la adhesión al CBP (o, tan siquiera, dar prioridad a aquellos operadores adheridos), la función a la que –en este contexto– sirve el código quedaría desactivada, pues no podría deducirse un compromiso extra del operador adherido en cuestión respecto del cumplimiento de sus obligaciones contractuales.

Con relación a la segunda condición, un elevado conocimiento de la existencia del CBP hará que aumente el valor esperado de la sanción por incumplimiento. Bajo el prisma de la TCE, todo contratante está incentivado a ejecutar la prestación a la que contractualmente se ha comprometido solo en la medida en que ello le resulte beneficioso. Para calcular si resulta o no beneficioso cumplir lo acordado, se debe considerar la cuantía de la sanción que en su caso pudiera ser impuesta por incumplimiento contractual, ponderada por la probabilidad de ser descubierto y por las consecuencias reputacionales del incumplimiento; este será el valor esperado de la sanción. Este valor esperado de la sanción se debe comparar con el beneficio privado que hipotéticamente se obtendría del incumplimiento contractual. Si el valor esperado de la sanción es menor que dicho beneficio privado, todo contratante tendrá incentivos a incumplir lo acordado. En suma, todo contratante está incentivado a incumplir sus compromisos contractuales siempre que tal incumplimiento «merezca la pena»¹⁰⁷.

¹⁰⁷ Bajo este planteamiento, subyace la idea de que incumplir el contrato siempre resulta socialmente ineficiente. Mantendremos esta hipótesis de trabajo a fin de ser coherentes con la línea argumental mantenida.

Una vez delimitadas estas dos condiciones, veamos en qué medida se dan en el actual estado de la cuestión.

A.I) *Valoración de la voluntariedad de adhesión al código*

No obstante su aparente voluntariedad¹⁰⁸, el artículo 17.5 de la Ley de la cadena alimentaria determina que «La inscripción de los operadores en el Registro¹⁰⁹ 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». En el mismo sentido, el artículo 7.2 del Real Decreto de desarrollo de la Ley de la cadena alimentaria (art. que en el texto del Proyecto de Ley correspondía con el 8.2) señala que, en las ayudas y subvenciones, el Ministerio dará prioridad a aquellos solicitantes adheridos al CBP.

Esta referencia a la preferencia de los operadores adheridos en la concesión de subvenciones, por somera e irrelevante que pudiera parecer, desvirtúa la capacidad del CBP de enviar las correctas señales al mercado¹¹⁰. Piénsese ante qué tesitura se encuentra cualquier operador que conoce de esta preferencia: cabe suponer que, al menos, en un elevado porcentaje de casos, resultará complicado renunciar a la preferencia en la concesión de subvenciones públicas, especialmente para operadores con poco poder contractual.

De hecho, la propia Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) se refirió ya en 2014 a esta cuestión, al pronunciarse con ocasión de la publicación del Proyecto de Real Decreto de desarrollo de la Ley de la cadena alimentaria¹¹¹. Si bien

Sin embargo, en ocasiones sucede que precisamente la opción contractual óptima es su incumplimiento, esto es, el incumplimiento contractual (bajo determinadas circunstancias) resulta eficiente.

¹⁰⁸ Esta aparente voluntariedad en la adhesión se fundamenta en el artículo 17.3 de la Ley de la cadena alimentaria, el artículo 4.1 del Real Decreto 64/2015 y en el artículo 3 del propio CBP.

¹⁰⁹ Este Registro es el Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria. Es un instrumento público que agrupa a todos aquellos operadores que, interviniendo en la cadena alimentaria, se adhieran voluntariamente al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria.

¹¹⁰ Cualquier persona recelosa sobre la relevancia de la emisión al mercado de señales apropiadas no tiene más que recordar la que ha sido, con toda seguridad, la señal económica más relevante de las últimas décadas: el *Whatever it takes*, pronunciado por Mario GRAGHI en 2012, logró, casi por sí misma, salvar el euro.

¹¹¹ El Informe de la CNMC sobre este RD 64/2015 lleva por título «Informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia relativo al Proyecto de Real Decreto por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de Medidas para Mejorar el Funcionamiento de la Cadena Alimentaria», de 2 de julio de 2014. Documento disponible en: <https://bit.ly/3FdVoA8>

no hace uso del marco teórico de los costes de transacción, el razonamiento de su postura no dista mucho del aquí expuesto.

En principio –apunta la CNMC–, las ayudas y subvenciones públicas deberían dirigirse preferentemente a corregir fallos de mercado, sin que la existencia de diferencias en cuanto al poder de negociación entre compradores y vendedores pueda considerarse como tal en este caso¹¹². Por tanto, concluye la CNMC, la vinculación entre la adhesión al CBP y la concesión de subvenciones menoscaba, en la práctica, el carácter voluntario de la adhesión al Código. De este modo, la voluntariedad de pertenencia al CBP solo es tal desde un punto de vista formal, pero no resulta predicable desde una óptica económica¹¹³.

Además, a pesar de los términos tan generales en que está redactada la preferencia en la concesión de ayudas a los firmantes del CBP, tanto en la Ley de la cadena alimentaria como en su Real Decreto de desarrollo, su mera existencia puede suponer problemas de legalidad derivados de la discriminación positiva respecto de los operadores adheridos¹¹⁴, al tiempo que puede introducir disfunciones en la mitigación de los fallos de mercado a los que, supuesta y preferentemente, se orientan las subvenciones públicas¹¹⁵.

De tal modo, puedo afirmar que la actual configuración legal del CBP respecto de su régimen de adhesión no cumple con la función de reducción de los costes de transacción de la primera fase del proceso contractual.

A.II. *Grado de conocimiento del código y valoración del mismo entre operadores y consumidores*

Una vez comprobado que la configuración del CBP no cumple con la primera de las condiciones necesarias para reducir los costes de transacción de la primera fase del proceso contractual, en realidad no sería necesario analizar la segunda, dado que ambas deben darse de forma simultánea. No obstante, su análisis puede resultar, igualmente, interesante a efectos analíticos.

Como ya se ha apuntado, a un operador adherido le resultará más barato contratar, en términos de costes de transacción, dado

¹¹² Esta misma idea es reiterada por la CNMC en su Informe sobre la propuesta de acuerdo sobre el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria (INF/CNMC/003/15), de 10 de septiembre de 2015, p. 9. Documento disponible en: <https://bit.ly/3FDmdyN>

¹¹³ VAN DER MEULEN, 2011, p. 31. Este autor no se refiere en concreto al CBP, pero su reflexión sobre esta cuestión resulta directamente aplicable al caso español.

¹¹⁴ GARCÍA MAGARZO, 2017, p. 1298 y MARTÍ MIRAVALLS, 2016, p. 287.

¹¹⁵ MAUDES GUTIÉRREZ y SILOS RIVAS, 2016, pp. 106-107.

que se le presumirá más comprometido con el sector. Pero para que esto suceda, el CBP debe ser ampliamente conocido por el resto de operadores y por los consumidores; si nadie conoce el CBP, nadie percibirá ni valorará positivamente las señales que la pertenencia al mismo emite al mercado.

Precisamente, la relevancia de las señales que emite al mercado la simple pertenencia al CBP se aprecia en el hecho –ya apuntado– de que la única sanción prevista en el mismo es la suspensión temporal o exclusión definitiva del operador incumplidor. Por tanto, se entiende que la simple suspensión o expulsión del CBP de un operador es suficiente para dañar su reputación, ante la «puesta en evidencia» del infractor¹¹⁶.

Aún sin hacer referencia a la TCE, existen cuatro fuentes normativas que se refieren a la relevancia del conocimiento del CBP: el artículo 17.3 de la Ley de la cadena, que establece que «periódicamente se dará publicidad de los operadores que figuren inscritos en el Registro en la página web del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación»¹¹⁷; el artículo 46 del CBP, que encomienda a la Comisión de Seguimiento la promoción de actuaciones para facilitar el conocimiento del CBP entre los operadores de la cadena alimentaria; la labor encargada al Observatorio de la Cadena Alimentaria –órgano colegiado, adscrito al Ministerio de Agricultura–, relativa a facilitar el conocimiento del CBP entre los operadores de la cadena y promover su adhesión al mismo (art. 20.1.d de la Ley de la cadena); y el artículo 37.2 de la Ley de Competencia Desleal, que afirma que se dará «publicidad suficiente (a los códigos de conducta) para su debido conocimiento por los destinatarios»¹¹⁸.

En el mismo sentido ahonda la previsión contenida en el artículo 17.2 de la Ley de la cadena. Prevé la posibilidad de que los operadores adscritos utilicen la mención «Acogido al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria», así como el logo diseñado al efecto:



CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS
EN LA CONTRATACIÓN ALIMENTARIA

¹¹⁶ RUIZ PERIS, 2017, p. 240.

¹¹⁷ Esta obligación es cumplida por parte del Ministerio de Agricultura. La lista de operadores adheridos puede ser consultada en: <https://bit.ly/41umaxG>

¹¹⁸ Sobre las interacciones entre el CBP y la normativa de competencia desleal, véase RODRÍGUEZ CACHÓN, 2018.

Como se ha apuntado, si el valor esperado de la sanción por incumplimiento del CBP es menor que el beneficio privado del incumplimiento de un determinado contrato, todo contratante tendrá incentivos a incumplir lo acordado. Veamos en qué medida resulta posible actuar sobre las variables que influyen en esta ecuación.

El beneficio privado que puede ser obtenido de un incumplimiento contractual depende de las circunstancias concretas de cada operador y de cada transacción; por tanto, sobre esa variable no resulta posible actuar de forma directa y general. La cuantía de la sanción, en este caso, no es cuantía como tal, sino la expulsión del CBP; de tal modo, el resultado es dicotómico, a saber, expulsión o no expulsión. La probabilidad de ser descubierto en un incumplimiento depende de cómo ejecute la Comisión de Seguimiento su labor de control del CBP¹¹⁹, la cual, en sí misma, es un instrumento diferente del CBP propiamente dicho; por tanto, actuar sobre esta probabilidad excede de lo aquí planteado. Por último, las consecuencias reputacionales del incumplimiento están directamente ligadas con el grado de conocimiento y valoración positiva del CBP.

De tal modo, la única variable respecto de la que es posible actuar directamente es sobre el grado de conocimiento del CBP, tanto entre los operadores de la cadena como entre los consumidores.

En la actualidad, me ha resultado imposible obtener datos sobre esta cuestión, ni recabados por organismos oficiales ni por cualquier otra entidad. La única información al respecto es la que proporciona la web del Ministerio de Agricultura, donde se puede consultar la lista de operadores adheridos al CBP¹²⁰.

En cualquier caso, la prueba del nueve no resulta complicada: planteo al lector de este artículo, quien estimo es un consumidor medio, si conocía la existencia del CBP o de su logo, o si lo ha visto alguna vez ubicado en la puerta de algún establecimiento o web de alguna empresa.

¹¹⁹ El artículo 16.3 de la LMFCA prevé la constitución de una Comisión de Seguimiento del CBP «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 [...]».

La Comisión de Seguimiento es el órgano encargado de la interpretación del CBP, así como de proponer la suspensión temporal o la exclusión definitiva de la inscripción de un operador en el Registro Estatal. También se ocupa de analizar los resultados obtenidos en la aplicación del CBP y de proponer, en su caso, las modificaciones para su adaptación a la realidad del momento.

¹²⁰ Información disponible en: <https://bit.ly/3LatfN9>

B. CAPACIDAD DEL CÓDIGO DE REDUCIR LOS COSTES DE TRANSACCIÓN EN SU CONSIDERACIÓN DE MECANISMO INFORMAL

Tal y como he mencionado anteriormente, el CBP puede ser considerado como un mecanismo informal de reducción de los costes de transacción.

El Derecho de contratos, en tanto en cuanto mecanismo formal, es el mecanismo más eficiente de reducción de los costes de transacción en aquellas economías –como la española– que han alcanzado un nivel de desarrollo notable. Por tanto, es en este sector normativo en el que debemos redoblar nuestros esfuerzos a fin de articular mecanismos que logren reducir los costes de transacción, pues una economía es más eficiente no sólo si reduce los costes de producción, sino si, al mismo tiempo, reduce los costes de intercambiar las mercancías que produce¹²¹.

No obstante, en especial en mercados –como el alimentario– en los que el sistema de precios funciona de forma deficiente, en ocasiones también puede resultar útil el recurso a mecanismos informales de reducción de costes de transacción, especialmente cuando los intercambios han de desarrollarse entre grupos de operadores que cuentan con estructuras comunes y con relación a los que existen mecanismos de control social con cierta trascendencia que pueden funcionar como mecanismos de gobernanza de la red¹²².

De este modo entendidos los mecanismos informales de reducción de los costes de transacción, podemos afirmar que el CBP lo es, y que la cadena alimentaria es un sector que puede verse altamente beneficiado de su existencia.

Sin embargo, la capacidad del CBP de reducir los costes de transacción también está supeditado a las dos condiciones anteriores: libertad de pertenencia al código y grado de conocimiento en el sector.

¹²¹ MATTHEWS, 1986, pp. 903-907.

¹²² Esta concepción amplia de ordenación que subyace a todo el conjunto de la normativa aplicable a la cadena alimentaria no resulta extraña a nuestra tradición jurídica. Ya en 1999 los profesores ARIÑO ORTIZ y DE LA CUÉTARA MARTÍNEZ acuñan su propia definición de regulación, que dista muy poco del análisis que realizo en el presente trabajo: regulación es «aquel conjunto de elementos jurídicos, técnicos y decisionales, necesario para mantener un sector de actividad humana dentro de unos parámetros determinados» (ARIÑO ORTIZ y DE LA CUÉTARA MARTÍNEZ, 2000, p. 11).

Conforme a esta idea, la regulación de cualquier parcela de actividad humana no es una responsabilidad reservada en exclusiva a los poderes públicos, sino que todos aquellos operadores que, de un modo u otro, tienen intereses en la misma están llamados a participar activamente en la configuración de un marco regulatorio que permita un adecuado funcionamiento de tal parcela de actividad, todo ello como vía para la mejora de su funcionamiento de acuerdo tanto con sus intereses privados como con el interés general (GARCÍA DE CAL, 2014, p. 189).

Por tanto, salvo error u omisión por mi parte, puedo afirmar que, de nuevo, bajo la perspectiva propuesta en este trabajo (a salvo cualquier otra), respecto de esta iniciativa de autorregulación, el legislador español y todos los operadores implicados han nadado para morir en la orilla.

5. IMPUESTO ESPECIAL SOBRE LOS BENEFICIOS DE LAS GRANDES DISTRIBUIDORAS

He dejado para último lugar el análisis de esta medida, dado que, tras la lectura de las páginas precedentes, considero que su valoración resulta palmaria. Aún muy desdibujada, la propuesta de algunos grupos políticos españoles consiste en crear un impuesto del 33% a los beneficios extraordinarios de las grandes cadenas de supermercados¹²³.

En este punto, cualquier persona podría realizar una estimación de la capacidad recaudatoria de esta medida: prácticamente nula. En 2022, no han existido beneficios extraordinarios de las grandes cadenas de supermercados, entendidos estos como incremento del porcentaje que representa el resultado de explotación sobre ingresos totales. Es cierto que el beneficio neto en valor nominal de las empresas analizadas ha aumentado en 2022, pero sería totalmente falaz obviar que ello se debe a un aumento en los precios de venta al consumo derivado del aumento del coste de aprovisionamiento, y no a un aumento en el margen por producto (que, como se ha demostrado, se ha mantenido).

Pero, aun asumiendo que esta medida fuera implementada con base en el aumento nominal del beneficio neto, si su finalidad (como así se ha manifestado) es reducir la inflación, en caso de lograrse, esta sería la primera vez en la historia de la humanidad que la creación de un impuesto produce como efecto la reducción de la inflación.

V. REFLEXIONES CONCLUSIVAS, QUE NO SOLUCIONES

Con todo lo expuesto no pretendo afirmar la ausencia de problemas tanto en las relaciones entre operadores alimentarios como, en específico, en la distribución de los mismos. Todo lo contrario; la cadena alimentaria es un sector como ningún otro, especialmen-

¹²³ Propuesta recogida en varios medios de comunicación: <https://bit.ly/3L54D8y>, <https://bit.ly/3LexyqK>, <https://bit.ly/40FZBF9>, <https://bit.ly/3n2eZya>

te complejo, pero para cuya mejora resulta imprescindible hacer buena la frase «dato mata relato».

Bajo la premisa de que la economía no siempre es un juego de suma cero y asumiendo que ninguna medida económica es inocua, solo puedo afirmar con rotundidad que no existe ninguna solución infalible o mágica que, de un plumazo, vaya a dejar atrás todos los problemas, desequilibrios e ineficiencias que arrastra este sector, tanto estructurales como coyunturales. Todo ello, máxime teniendo presente que algunas de las cuestiones aquí expuestas no son problemas como tal, sino condiciones intrínsecas de este sector.

Ahora bien, partiendo de esta realidad, me aventuro a formular las siguientes reflexiones conclusivas a modo tanto de síntesis como de consciente exhortación provocadora:

1. El transporte de un bien de bajo valor unitario es proporcionalmente muy costoso respecto del valor del propio bien. En consecuencia, comer alimentos, sobre todo alimentos frescos, en lugares distantes de donde se producen conlleva, indefectiblemente, un aumento muy grande (en algunos casos, exponencial) respecto del coste de su producción. Ello sin entrar a valorar las externalidades tanto positivas (aumento del mercado, mayor competencia, mayor surtido para el consumidor) como negativas (contaminación por transporte).

2. Al igual que en el resto de sectores económicos, el rendimiento del sector primario puede verse beneficiado por mejoras técnicas/tecnológicas. Por tanto, la inversión en investigación aplicada a este sector podría redundar en beneficio de todos los operadores de la cadena y del consumidor.

3. A la luz de los datos aportados, la reducción de los márgenes, al ser tan exigüos, en cualquiera de los eslabones de la cadena alimentaria, especialmente en la distribución minorista, resulta (casi) imposible.

4. Si, como sociedad, consideramos adecuado el aumento de los márgenes de beneficio del sector primario (o de cualquier otro), ello solo podría lograrse a través de un aumento del precio final de los alimentos.

5. El fomento del asociacionismo agrario podría mitigar algunos de los problemas derivados de la falta de economías de escala en el sector primario. Pero este fomento no puede descansar en exclusiva en medidas legales, sino que debería ir acompañado de otro tipo de medidas dirigidas al cambio de visión y mentalidad sobre este fenómeno. Deberíamos evitar el conocido como «delirio de omnipotencia»¹²⁴ en el que, en muchas ocasiones, cae el positi-

¹²⁴ COOTER, *et al*, 1999, pp. 11-12. La economía enseña al jurista a despertarse del sueño irreal del positivismo legal, entendido como el principio de autoridad del ordenamiento. Esto es así porque el jurista está habituado a creer que una ley es suficiente para

vismo legal: entender que la mera prohibición de un determinado comportamiento, conducta o actuación es condición suficiente para que las personas alineen su comportamiento conforme a esa nueva prohibición.

6. El fomento de los circuitos cortos de distribución, productos de proximidad y de kilómetro cero supone una reducción del número de intermediarios y, sobre todo, una reducción del coste de transporte. De este modo, su fomento podría aumentar los márgenes del sector primario y/o disminuir los precios de venta al consumo. Pero ello, necesariamente, implica una reducción del mercado en el que cada productor puede colocar su producto, al tiempo que, en el caso de extenderse de forma completa, supondría que en España no comamos piña de Costa Rica ni en Alemania, naranjas españolas. En el mismo sentido, permite a los productores ser directores de todo el proceso comercial, pero también les obliga a embarcarse en actividades para las que, quizá, no estén especializados, aumentando su carga administrativa.

7. No considero necesario crear ningún observatorio público sobre ninguna de las cuestiones aquí analizadas, dotado de personal *ex professo* y presupuesto propio. No es necesario, simplemente, porque lo que hipotéticamente haría ese observatorio es lo que yo he hecho en este trabajo y que podría hacer cualquier otra persona, dado que todos los datos aquí analizados son públicos y accesibles. Ya existen personas y organismos que se dedican, entre otras cuestiones, a monitorear sectores económicos: esos organismos son, principalmente, universidades y centros de investigación.

8. Y así, lo que sería realmente revolucionario es una verdadera puesta en valor de la investigación en ciencias sociales. La gran mayoría de los problemas que acechan nuestra sociedad son de tipo social, nacidos de la interacción humana y que no existirían en el mundo de *Robinson Crusoe*. Esta puesta en valor pasa por, entre otras cuestiones, que los propios investigadores nos creamos la relevancia social, cultural y económica de nuestro trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

ACHARYA, Ram N., KINNUCAN, Henry W. y CAUDILL, Steven B.: «Asymmetric farm–retail price transmission and market power: a new test», *Applied Economics*, vol. 43, núm. 30, 2011.

determinar un determinado curso de acontecimientos, pero, sin embargo, el economista está habituado a estudiar el mercado (también el mercado negro), que muestra cómo estas convicciones de los juristas suponen un «delirio de omnipotencia» de la ciencia jurídica.

- ALLEN, Douglas W.: «Transaction cost», *Encyclopedia of Law and Economics*, vol. 1, editado por B. BOUCKAERT y G. De GEEST. Edward Elgar, 2000.
- AMAT LLOMBART, Pablo: *Relaciones comerciales entre operadores de la cadena alimentaria. contratos alimentarios y prácticas desleales*. Madrid: Reus, 2022.
- ARIÑO ORTIZ, Gaspar y DE LA CUÉTARA MARTÍNEZ, Juan Miguel: «Algunas ideas básicas sobre regulación de sectores estratégicos», *Cuadernos de Derecho Público* núm. 9. Madrid: Instituto Nacional de Administración pública, 2000.
- BALDWIN, Richard: «Global supply chains: Why they emerged, why they matter, and where they are going», en WORLD TRADE ORGANIZATION (ed), *Global Value Chains in a Changing World*, 2013.
- BREDHAL, Lone: «Cue utilisation and quality perception with regard to branded beef», *Food Quality and Preference*, vol. 15, núm. 1. Elsevier, 2004.
- CAFAGGI, Fabrizio: «Transnational Governance by Contract – Private Regulation and Contractual Networks in Food Safety», en *Private Standards and Global Governance*, Edward Elgar Publishing, 2012.
- CARSTENSEN, Peter C., et al: «Competition law and policy and the food value chain», *Concurrences*, n.º 1. París: Institut de Droit de la Concurrence, 2016.
- CIAPANNA, Emanuela, y RONDINELLI, Concetta: «Retail Market Structure and Consumer prices in the Euro Area», *ECB Working Paper Series*, núm. 1744, December, 2014.
- COASE, Ronald: «The New Institutional Economics», *The American Economic Review*, vol. 88, núm. 2. Pittsburgh: American Economic Association, 1998.
- *La empresa, el mercado y la ley*, versión traducida al español por CONCOME Y BOREL, Guillermo. Madrid: Alianza Editorial. Título original: *The Firm, the Market and the Law*; «The Federal Communications Commission», publicado en *Journal of Law and Economics*, vol. 2, octubre. Chicago: University of Chicago Press, 1988.
- «The problem of social cost», *Journal of Law and Economics*, vol. 3, octubre. Chicago: The University of Chicago both School of Business and Law School, 1960.
- COMISIÓN NACIONAL DE LA COMPETENCIA: INFORME SOBRE LAS RELACIONES ENTRE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES EN EL SECTOR ALIMENTARIO, 2011.
- COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA: E/CNMC/003/23, Estudio sobre la traslación de la reducción del IVA en el sector alimentario, 25 de julio, 2023.
- Informe sobre el Proyecto de Real Decreto por el que se desarrolla el Registro de Contratos Alimentarios, 26 de julio, 2022.
- IPN/CNMC/015/20. Informe sobre el Anteproyecto de Ley por la que se modifica la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, 2 de septiembre, 2020.
- COOTER, Robert, et al.: *Il mercato delle regole. Analisi Economica del Diritto Civile*. Bolonia: Il Mulino, 1999.
- COOTER, Robert, y ULEN, Thomas: (sexta edición). *Law and Economics*. Essex: Pearson New International Edition, 2014.
- DAHLMAN, Carl J.: «The Problem of Externality», *Journal of Law and Economics*, vol. 22, núm. 1, abril. Chicago: The University of Chicago both School of Business and Law School, 1979.
- DE LA CUESTA DE LOS MOZOS, María Paz: «Organizaciones de productores en la economía colaborativa», *Revista de Derecho Agrario y Alimentario*, núm. 78, 2021.

- DOMÈNECH MARTÍNEZ, Gloria: «El Código de Buenas Prácticas y los acuerdos de mediación: su ejecución», *Revista de Derecho Agrario y Alimentario*, Año núm. 32, núm. 68. Madrid: E. T. S. Ingenieros Agrónomos, Departamento de Economía y Ciencias Sociales Agrarias, 2016.
- FELIS, Ana, GARRIDO, Alberto: «Market power and price volatility in markets of fresh fruits and Vegetables», working paper núm. 757/2014, Fundación de las Cajas de Ahorro, 2015.
- FERNÁNDEZ-AMADOR, Octavio, BAUMGARTNER, Josef, y CRESPO-CUARESMA Jesús: «The role of asymmetries in the price transmission mechanism for milk products in Austria», *WIFO Working Papers in Economics and Statistics* 378, 2010.
- FERNÁNDEZ BAÑOS, Juan: «Autorregulación y competencia desleal en el sector alimentario español», *Diario La Ley*, n.º 8899, Sección Tribunal. Madrid: Wolters Kluwer, 2017.
- FERNANDO MAGARZO, María del Rosario: «Código de conducta», *Revista de Derecho de la Competencia y de la Distribución*, núm. 7. Editorial Wolters Kluwer, 2010.
- FURUBOTN, Eirik G., y RICHTER, Rudolf: «The New Institutional Economics: An Assessment», en WILLIAMSON, Oliver E., y MASTEN, Scott E, *The International Library of Critical Writings in Economics*, núm. 54, vol I. Aldershot: Edward Elgar Publishing Limited, 1995.
- GARCÍA DE CAL, José Luis: «Control público y autorregulación para mejorar la eficiencia de la cadena alimentaria», en BAÑÓN I MARTÍNEZ, Rafael, y TAMBOLEO GARCÍA, Rubén, *La modernización de la gestión y los asuntos público*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2014.
- GARCÍA MAGARZO, Ignacio: «El código de buenas prácticas mercantiles en la contratación alimentaria», *Distribución comercial: todas las claves de la Distribución desveladas por las grandes compañías del sector*. Pamplona: Thomson Reuters Aranzadi, 2017.
- GEREFFI, Gary, y KORZENIEWICZ, Miguel: *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport: Praeger, 1994.
- GONZÁLEZ CASTILLA, Francisco: «La represión de las prácticas comerciales desleales en la cadena agroalimentaria europea», en GONZÁLEZ CASTILLA, Francisco, y RUIZ PERIS, Juan Ignacio (dirs.), *Estudios sobre el régimen jurídico de la cadena de distribución agroalimentaria*. Madrid: Marcial Pons, 2016.
- GÓMEZ POMAR, Fernando: «Compensation after Termination of Long-Term Distribution Contracts: An Economic Perspective of EU Law», *Indret: Revista para el Análisis del Derecho*, 2006, núm. 4. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2006.
- HOOGLAND, C. T., DE BOER, J. y BOERSEMA, J. J.: «Transparency of the meat chain in light of food culture and history», *Appetite*, vol. 45, núm. 1. Elsevier, 2005.
- LIANOS, Ioannis y LOMBARDI, Claudio: «Superior Bargaining Power and the Global Food Value Chain: The Wuthering Heights of Holistic Competition Law?», *Concurrences I*, 2016.
- MARTÍ MIRAVALLS, Jaume: «Los códigos de buenas prácticas en el mercado agroalimentario», en GONZÁLEZ CASTILLA, Francisco, y RUIZ PERIS, Juan Ignacio (dirs.), *Estudios sobre el régimen jurídico de la cadena de distribución agroalimentaria*. Madrid: Marcial Pons, 2016.
- MARTÍN PARADA GÓMEZ, Álvaro: «La fuerza motriz en el desarrollo económico de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes) en la Cadena Glo-

- bal de Ropa», Revista Iberoamericana de Economía Ecológica (REVIBEC), vol. Extra 10. Morelia: Red Iberoamericana de Economía ecológica, 2009.
- MATTHEWS, R. C. O.: «The Economics of Institutions and the Sources of Growth», *The Economic Journal*, vol. 96, núm. 384. Wiley, 1986.
- MAUDES GUTIÉRREZ, Antonio, y SILOS RIVAS, Mateo: «En defensa de un marco normativo que fomente la competencia efectiva y la eficiencia económica en la cadena alimentaria» en GONZÁLEZ CASTILLA, Francisco, y RUIZ PERIS, Juan Ignacio (dirs.), *Estudios sobre el régimen jurídico de la cadena de distribución agroalimentaria*. Madrid: Marcial Pons, 2016.
- MERCURO, Nicholas, y MEDEMA, Steve G.: *Economics and The Law. From Posner to Post-Modernism*. Princeton: Princeton University Press, 1997.
- OVERBY, J. W., GARDIAL, S. F. y WOODRUFF, R. B.: «French versus American consumers' attachment of value to a product in a common consumption context: a cross-national comparison», *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 32, núm. 4. Springer, 2004.
- PAZ-ARES RODRÍGUEZ, Cándido: «Seguridad jurídica y sistema notarial (Una aproximación económica) », en *La fe pública: jornadas organizadas por el Ministerio de Justicia y el Consejo General del Notariado los días 18, 19 y 20 de abril de 1994*. Madrid: Consejo General del Notariado, 1994.
- PETTINGER, C., HOLDSWORTH, M. y GERBER, M.: «Psycho-social influences on food choice in Southern France and Central England», *Appetite*, vol. 42, núm. 3. Elsevier, 2004.
- QUEROL ARAGÓN, Nuria: *Análisis económico del Derecho*. Madrid: Dykinson, 2014.
- RODRÍGUEZ CACHÓN, Teresa: *Relaciones contractuales en la cadena alimentaria: estudio desde el análisis económico del Derecho*. Dykinson, 2020.
- «Condiciones de eficiencia contractual bajo la economía de los costes de transacción: estudio de los contratos-tipo de productos agroalimentarios», *Indret*, 4/2019. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra, 2019.
- «Posible consideración como acto de competencia desleal de algunas prácticas relacionadas con el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria», *Revista de Derecho Agrario y Agroalimentario*, Año núm. 34, núm. 73, 2018.
- RUIZ PERIS, Juan Ignacio: «Asimetría y abuso en la cadena de distribución», en *Retos y tendencias del Derecho de la contratación mercantil*. Madrid: Marcial Pons, 2017.
- SMORTO, Guido: «Autonomia contrattuale e diritto europeo», *Europa e diritto privato*, 2007, núm. 2. Milán: Giuffrè, 2007.
- STORDEUR, Eduardo: «Economía de los contratos y escuela austríaca de economía: consideraciones preliminares», *Revista de Instituciones, Ideas y Mercados*, núm. 54. Buenos Aires: Instituto Universitario ESEADE, 2011.
- TALBOT, John M.: «Where Does Your Coffee Dollar Go? The Division of Income and Surplus Along of coffee commodity chain», *Studies in Comparative International Development*, vol.32, núm. 1. Springer, 1997.
- TAMAMES, Ramón: «Del proteccionismo agrario a las nuevas tendencias de desarrollo rural (internacionalización y cambio estructural)», *Revista de Estudios Agrosociales*, núm. 161. Madrid: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, 1992.
- TIROLE, J.: *La Teoría de la Organización Industrial*. Barcelona: Ariel Economía, 1990.
- TREBILCOCK, Michael J.: *The Limits of Freedom of Contract*. Cambridge: Harvard University Press, 1993.

- VARGAS VASSEROT CARLOS, (dir.), CANO ORTEGA, Cristina (coord.): *Integración y concentración de empresas agroalimentarias. Estudio jurídico y económico del sector y de la Ley 13-2013 de fomento de la integración cooperativa*. Madrid: Dykinson, 2018.
- VAN DER MEULEN, Bernd: «Private food law», en VAN DER MEULEN, Bernd (ed.) *Private food law. Governing food chains through contract law, self-regulation, private standards, audits and certification schemes*. Wageningen Academic Publishers, 2011.
- VELÁZQUEZ, Beatriz, y BUFFARIA, Bruno: *Agricultural and Food Economics*, vol. 5, núm. 16, 2017.
- VÁZQUEZ RUANO, Trinidad: «La autorregulación en la propuesta del Código Mercantil», en *Estudios sobre el futuro Código Mercantil: libro homenaje al profesor Rafael Illescas Ortiz*. Getafe: Universidad Carlos III de Madrid, 2015.
- VELÁZQUEZ, Beatriz, BUFFARIA, Bruno y EUROPEAN COMMISSION: «About farmers' bargaining power within the new CAP», *Agricultural and Food Economics*, vol. 5, núm. 16, 2017.
- VIEIRA JIMÉNEZ-ONTIVEROS, Emilio: «Los motivos de la escasa eficacia de la Ley 12/2013 de mejora de la cadena alimentaria», *Revista de Derecho Agrario y Alimentario*, núm. 80, 2022.
- VIVERO-POL, José Luis *et. at.*: *Routledge Handbook of Food as a Commons*. Routledge: Abingdon, 2019.
- WILLIAMSON, Oliver E.: «Transaction Cost Economics: An Introduction», *Economics Discussion Papers*, Discussion Paper 2007-3, 2007.
- «Transaction cost economics», *Handbook of Industrial Organization*, vol. 1. North-Holland: Elsevier, 1989.