

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS MERCANTILES EN LA CONTRATACIÓN ALIMENTARIA

Sobre la base de la experiencia alcanzada en los últimos años, en virtud de los debates mantenidos y los informes elaborados, en el ámbito del "Observatorio de Precios de los Alimentos".

Considerando las experiencias de autorregulación del sector agroalimentario en España, singularmente el "Codi de bones pràctiques comercials al llarg de la cadena alimentària a Catalunya", el "Acuerdo sobre Recomendaciones de Buenas Prácticas FIAB/ASEDAS" y las Recomendaciones de AECOC para la "Administración Comercial Eficiente".

Examinados los antecedentes que se disponen, procedentes de la Unión Europea y singularmente los trabajos del Grupo de Alto Nivel sobre la Competitividad del Sector Agroalimentario ("High Level Group on the Competitiveness of the Agro-Food Industry, HLG"), las consultas evacuadas por la Comisión Europea en el "Libro verde sobre las prácticas comerciales desleales en la cadena de suministro alimentario y no alimentario entre empresas en Europa" [COM(2013) 37 final], así como la Comunicación posterior de la Comisión "Hacer frente a las prácticas comerciales desleales en la cadena de suministro alimentario entre empresas" [COM (2014) 472 final], y el "Acuerdo Europeo sobre Principios de buenas prácticas en las Relaciones verticales en la cadena alimentaria".

Teniendo en cuenta lo estipulado en la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal y en Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia y en la restante normativa nacional y comunitaria sobre la materia y en los Informes de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y de otros órganos competentes.

Tomando en consideración que la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, tiene entre sus fines el hacer posible un mayor equilibrio y transparencia en las relaciones comerciales que se registran entre los diferentes operadores que la integran, el mejorar el acceso a la información y la trazabilidad a lo largo de la cadena alimentaria, así como la regulación de las prácticas comerciales, promoviendo para el logro de dichos objetivos, entre otras medidas, la formalización de códigos de buenas prácticas mercantiles en la contratación entre los operadores.

Considerando que el Título III de la citada ley está dedicado a los sistemas voluntarios de control, establecidos bajo la fórmula de códigos

de buenas prácticas, centrándose el Capítulo I en la regulación de un Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria, y se encomienda su impulso al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, junto con el Ministerio de Economía y Competitividad, las Comunidades Autónomas y las organizaciones y asociaciones representativas de la producción, la transformación, la industria y la distribución.

Tomando en cuenta que en el artículo 15 de la citada Ley se establecen, en relación con dicho Código, su finalidad, alcance y proceso de elaboración. Estando el artículo 16 reservado a concretar diferentes cuestiones sobre su contenido, el cual deberá contemplar los principios sobre los que se fundamentarán las relaciones comerciales entre los operadores, así como los sistemas de resolución de conflictos y de mediación, que los operadores económicos, adheridos al mismo, se comprometen a aplicar de forma voluntaria en sus intercambios comerciales, con objeto de facilitar el desarrollo de sus relaciones contractuales.

Con objeto de disponer de un Código que, en el marco de la normativa vigente, diese respuesta a lo anteriormente indicado y recogiese adecuadamente las diferentes circunstancias que intervienen en las operaciones comerciales de los productos alimentarios, las principales asociaciones y organizaciones, representativas de los diferentes operadores que intervienen a lo largo de la cadena agroalimentaria, han colaborado de forma activa en la formulación del presente Código.

Los operadores de la producción, la transformación, la comercialización, la industria y la distribución, cuyas relaciones se encuentren amparadas por la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, así como las asociaciones u organizaciones de dichos operadores, siendo conscientes de que su contribución más eficaz a la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria pasa por su adhesión voluntaria al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria, se comprometen a respetar los principios y pautas que se indican seguidamente y a someter sus relaciones comerciales, en el caso de los operadores, y sus actividades, en el caso de las asociaciones, a las siguientes normas:

I. Principios Básicos

1. Los operadores, que intervienen en las fases de la producción, la comercialización, la industria y la distribución, adheridos al presente Código, así como sus asociaciones u organizaciones adheridas al mismo,

asumen que sus relaciones comerciales, se ajustarán a los siguientes principios generales:

- Principio de legalidad: En la aplicación de este Código, los operadores y sus asociaciones actuarán en todo momento en estricto cumplimiento de la legislación aplicable, especialmente de la normativa Nacional y comunitaria en materia de defensa de la competencia.

Asumiendo, de forma especial, el cumplimiento de lo dispuesto en el Título II de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, en todas sus operaciones.

- Principio de defensa de los consumidores: Los operadores de la cadena alimentaria y sus asociaciones respetarán, en el marco de la ley y del presente Código, los intereses de los consumidores, con el fin de lograr que la mejora de las relaciones comerciales se traduzca en unas condiciones de oferta al consumidor más amplia y variada, a la vez que más favorable y sostenible. Igualmente prestarán una especial atención a la mejora de la percepción del consumidor sobre los productos alimentarios y la puesta en valor del sector alimentario.
- Principios de libertad de empresa, de libertad de mercado y de pactos: La relación comercial entre los operadores de la cadena alimentaria se regirá por el principio de libertad contractual, al tratarse de operadores constituidos como entidades económicas independientes, que respetan el derecho de la otra parte a establecer su propia estrategia y su propia política comercial y de gestión, incluida la libertad de determinar independientemente si deben, o no, comprometerse en un acuerdo.

Las asociaciones y organizaciones adheridas al Código tendrán en cuenta el respeto de estos mismos principios en el desarrollo de las actividades que les son propias.

- Principio de lealtad: Las relaciones entre los operadores de la cadena alimentaria y entre sus asociaciones se ajustarán al principio de lealtad, por lo que asumirán el compromiso de tratarse entre sí de manera responsable, de buena fe y con diligencia profesional. Adicionalmente a las anteriores normas y principios, la relación comercial entre los operadores se regirá también por los principios de interés mutuo, equidad, distribución equitativa de riesgos y responsabilidades, compromiso y confianza.

- Principios de transparencia, claridad, concreción y sencillez: Cuando un operador adherido al Código haga uso de condiciones generales de contratación en sus contratos alimentarios, éstas deberán ajustarse a los principios de transparencia, claridad, concreción y sencillez, en los términos establecidos por la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones generales de contratación.
- Principio de eficiencia: Los operadores adheridos al Código se comprometen a garantizar, en el marco de la ley y del presente acuerdo, la máxima eficiencia y la optimización de los recursos en la distribución de mercancías en la cadena alimentaria. El marco de autorregulación contractual debe permitir una mayor agilidad y seguridad en las transacciones comerciales y profundizar en las mejoras de eficiencia que se han producido en los últimos años así como la mejora del desarrollo tecnológico.
- Principio de sostenibilidad de la cadena alimentaria: Los operadores de la cadena alimentaria y sus asociaciones se comprometen a contemplar las relaciones comerciales entre los operadores, desde el punto de vista de la sostenibilidad general de la cadena alimentaria.

II. Ámbito del Código

2. El presente Código se extiende a las relaciones entre los operadores, que intervienen en las fases de la producción, la transformación, la comercialización, la industria y la distribución de la cadena alimentaria, adheridos al mismo, y que se realicen en España.

En los aspectos que le son propios, el presente Código también se extenderá al quehacer de las asociaciones u organizaciones, de los operadores de la cadena alimentaria, que se encuentren adheridas al mismo.

El código será objeto de formalización y registro de acuerdo con lo previsto en el Título III de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, y se según se establece en el Real Decreto 64/2015, de 6 de febrero y demás normativa de desarrollo.

III. Adhesión y baja del Código

3. Los operadores que intervienen en la cadena alimentaria, así como sus asociaciones u organizaciones, que deseen adherirse al presente Código tendrán que solicitarlo expresamente por escrito, cumpliendo los requisitos del Título III de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, y en los términos establecidos en su normativa de desarrollo. Dicha solicitud deberá venir refrendada por aquellos órganos que, en cada caso, tengan capacidad y poder suficiente y acompañada de la documentación justificativa del cumplimiento de los requisitos indicados en el artículo siguiente.

4. Los operadores que intervienen en las fases de la producción, la transformación, la comercialización, la industria y la distribución, de la cadena alimentaria que deseen adherirse al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria tendrán que cumplir los siguientes requisitos:

- Tener su sede en el territorio nacional o, en caso de no tenerla que:
a) compren productos producidos, procesados o comercializados en la cadena alimentaria española; o b) suministren productos destinados a ser procesados o comercializados en la cadena alimentaria española.
- Desarrollar actividades comerciales relacionadas con la producción, la transformación, la comercialización, la industria y la distribución, de los alimentos o productos alimenticios, definidos en el artículo 5 de la Ley 12/2013, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.
- Comprometerse a la aplicación de los principios de buenas prácticas contemplados en el Código en todas sus relaciones mercantiles con otros operadores de la cadena alimentaria, que operen en España.

5. También podrán adherirse al Código, con carácter institucional, organizaciones o asociaciones, de ámbito supra autonómico, representativas de los intereses de productores, transformadores, comercializadores, industriales y empresas de la distribución, sin que por ello queden vinculados sus asociados.

6. Cualquier operador que voluntariamente desee darse de baja del presente Código, deberá comunicarlo siguiendo el procedimiento indicado en el artículo 8 del Real Decreto 64/2015, de 6 de febrero. Procediéndose

seguidamente a cancelar su inscripción en el Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles de la Contratación Alimentaria.

7. En caso de que por parte de la Comisión de Seguimiento, a la que se hace referencia en el apartado IX, se constatare un reiterado incumplimiento de los compromisos adquiridos, por alguna de las empresas u organizaciones adheridas al Código, dicha Comisión podrá proponer al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, la suspensión temporal o la exclusión definitiva de su inscripción en el Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles.

IV. Compromisos generales de los operadores y sus asociaciones

8. Claridad y constancia de los contratos y acuerdos comerciales:

- Los contratos y acuerdos entre los operadores deben formularse por escrito, utilizando, siempre que sea posible, medios electrónicos para el intercambio de información. Cuando, respetando la legislación aplicable, la forma escrita no sea factible, una de las partes deberá remitir posteriormente una confirmación por escrito a la otra.
- Los contratos y acuerdos habrán de ser claros y transparentes y recoger el mayor número posible de elementos pertinentes y previsibles, incluidos los derechos y obligaciones de las partes.
- Los contratos y acuerdos contendrán las reglas para que las partes puedan modificar conjuntamente las disposiciones del mismo, en el momento oportuno y de manera consciente, y si fuera necesario, las partes acordarán la compensación por cualquier coste que pudiera originarse por dicha modificación.
- Las asociaciones u organizaciones adheridas se comprometen a promover entre sus asociados, en el marco de la Ley, la formalización por escrito de contratos y acuerdos.

9. Previsibilidad de las relaciones comerciales:

- Se promoverá por las asociaciones u organizaciones adheridas el uso de estándares y la utilización de condiciones generales que faciliten la actividad empresarial y que contengan cláusulas razonables.

10. Cumplimiento de los contratos y acuerdos comerciales:

- Los operadores adheridos se comprometen a introducir los cambios operativos y de funcionamiento tendentes a garantizar el cumplimiento íntegro de los contratos y acuerdos y la aplicación de plazos razonables de preaviso para la eventual ruptura de una relación comercial, en los términos previstos en la legislación vigente.
- Las penalizaciones contractuales que proceda aplicar en caso de incumplimiento serán transparentes, justificadas y no desproporcionadas, frente a los daños sufridos.

11. Lealtad, confidencialidad y respeto a la Ley en el intercambio de información:

- Los operadores, así como sus asociaciones u organizaciones, se comprometen a que los intercambios de información se circunscriban a la que resulte justificada en el contexto de la relación comercial entre los mismos y se hagan en estricto cumplimiento de la normativa de defensa de la competencia y demás disposiciones legislativas aplicables, y singularmente de lo preceptuado en el artículo 13.1. de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria. Para lo cual se deberán tomar las precauciones razonables para garantizar que la información facilitada es correcta y no engañosa y no se da un mal uso de la misma, debiéndose por la parte receptora garantizar su confidencialidad.

12. Transferencia del riesgo y de responsabilidades:

- Los operadores que intervienen en las fases de la producción, la transformación, la comercialización, la industria y la distribución de la cadena alimentaria deben asumir sus propios riesgos empresariales, en el marco de la normativa de competencia y singularmente de lo previsto en el artículo 12 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.
- Los operadores se comprometen a no transferir unilateralmente riesgos o imponer un requisito de financiación de las actividades empresariales propias a la otra parte contratante.

13. Justificación de las demandas empresariales:

- Los operadores de la cadena alimentaria se comprometen a no utilizar o ejecutar amenazas, ni imponer condiciones o exigencias injustificadas, como condición para la obtención de ventajas comerciales, especialmente durante la negociación entre las partes.
- Los operadores se comprometen a procurar la mejor planificación, recepción, almacenamiento y presentación de las mercancías entregadas. Cuando por razones operativas una parte necesite adelantar, retrasar o fragmentar la entrega o recepción, advertirá de ello a la otra parte tan pronto como sea posible y teniendo en cuenta lo indicado en el acuerdo establecido entre las partes. No se interrumpirá el calendario de entrega o recepción para obtener un beneficio injustificado.

V. Clausulado de prácticas comerciales comunes a toda la cadena alimentaria

Como complemento de los compromisos generales relacionados en el capítulo IV, los operadores de la cadena alimentaria y sus asociaciones u organizaciones que se adhieran al presente Código, asumirán los siguientes compromisos:

V.1. Negociación comercial.

14. Las negociaciones comerciales anuales se cerrarán y firmarán por las empresas intervinientes en el marco de unos plazos razonables, no superiores a los 3 meses desde su inicio, para la organización de actividades, sin que la dilación indebida de las mismas imputable a una parte pueda utilizarse para debilitar la posición de la otra en dicha negociación. A tal fin, se considerará suficiente para documentar la fecha de inicio un correo electrónico con constancia de recepción por parte del otro operador. En caso de que esté prevista la renovación del contrato alimentario, se negociarán las nuevas condiciones comerciales preferentemente antes del vencimiento del contrato en vigor o en el plazo de los dos meses posteriores a su vencimiento. Durante este tiempo, seguirá vigente el contrato anterior pero se podrá pactar que las nuevas condiciones comerciales retrotraigan su efecto hasta el vencimiento de las anteriores condiciones.

V.2. Contratos.

15. Sin perjuicio de lo dispuesto en el Capítulo I de la Ley 12/2013, los operadores que intervienen en las fases de la producción, la transformación, la comercialización, la industria y la distribución firmantes

del presente Código formalizarán por escrito los contratos en todas las relaciones comerciales que mantenga con cualquier operador de la cadena alimentaria y promoverán que los operadores, con los que mantenga acuerdos comerciales, trasladen dicha práctica al resto de operadores de la cadena.

16. El contrato contendrá los términos y condiciones aplicables a la relación contractual entre el proveedor y el comprador. En particular, el contrato establecerá con claridad, además de lo establecido en el artículo 9 de la Ley 12/2013, los siguientes aspectos:

- Las categorías y referencias contratadas y, siempre que resulte posible y se considere necesario, los elementos de acuerdo al que hayan llegado las partes en relación a los volúmenes fijados o estimados y/o los establecimientos donde se referenciará el producto.
- El procedimiento de facturación y cobro y de gestión de las incidencias relacionadas con él, que deberá respetar los plazos de pago legalmente establecidos.
- Las penalizaciones contractuales por no conformidades, incidencias o cualquier otra circunstancia debidamente documentada, habrán de ser proporcionadas y equilibradas en relación a ambas partes.
- Las excepciones por causa de fuerza mayor. En particular, no se aplicarán penalizaciones por demora en las entregas de productos perecederos cuando estas se deriven de causas de fuerza mayor previstas en el artículo 2.8), del Reglamento CE 1857/2006, de 15 de diciembre de 2006, y de acuerdo con los procedimientos establecidos en el mismo.
- En los contratos de servicios deberán clarificarse las actividades y responsabilidades imputadas a cada una de las partes contratantes. Los operadores y sus asociaciones colaborarán en el seno de AECOC para codificar estos servicios e identificarlos en sus relaciones comerciales.
- En los nuevos contratos y a medida en que vayan siendo revisados o renovados los existentes, se hará constar en los mismos, el compromiso de resolver los conflictos que pudieran surgir, durante su vigencia, conforme a lo establecido en la sección VIII de este código.

17. Se deberá comunicar el cese total o parcial de la relación comercial indefinida, o de duración igual o superior a 1 año (incluyendo renovaciones), mediante un preaviso escrito en un plazo razonable condicionado por las circunstancias concretas de la relación comercial teniendo en cuenta especialmente el caso en que se haya acordado la adquisición de materiales auxiliares, y cumpliendo con las normativas de competencia y competencia desleal. En los nuevos contratos y a medida en que vayan siendo revisados o renovados los existentes, deberá fijarse en los mismos el plazo mínimo de preaviso a aplicar.

18. Si en un determinado sector existe un contrato-tipo homologado por la Administración competente, las empresas que suscriban el código deberán utilizarlo en sus relaciones comerciales sin perjuicio del cumplimiento del resto de disposiciones establecidas en éste Código en relación con la contratación.

19. Las asociaciones u organizaciones representativas de los operadores adheridas al Código identificarán y difundirán entre sus asociados modelos de contratos que, cumpliendo lo previsto por la Ley 12/2013 y en la legislación de defensa de la competencia, contengan mejoras relevantes en el régimen de contratación.

V.3. Mediación.

20. Las asociaciones u organizaciones adheridas se comprometen a impulsar, entre sus asociados, la utilización de instrumentos de mediación para facilitar la resolución de las discrepancias que pudieran producirse en sus operaciones comerciales, utilizando para ello los instrumentos más adecuados para dicha labor, tanto públicos como privados, incluidos los que puedan ser promovidos por dichas asociaciones. En todo caso, la aplicación de estos mecanismos garantizará el estricto cumplimiento de la legislación en materia de contratos y de defensa de la competencia.

21. En el caso concreto, previsto en el artículo 16.1. de la Ley 12/2013, de 3 de agosto, referido a la inexistencia de acuerdo, entre una organización de productores y un comprador, en el precio de los contratos alimentarios que tengan por objeto productos agrarios no transformados en su primera venta, el proceso de mediación se llevará a cabo de acuerdo con lo dispuesto en la Sección 1ª, del Capítulo II, del Real Decreto 64/2015, de 6 de febrero.

V.4. Deberes contractuales.

22. Las partes identificarán a las personas acreditadas para actuar en representación directa o indirecta de sus respectivas empresas, indicando igualmente las funciones que tengan encomendadas.

23. Cuando se intercambie información entre las partes, deberá hacerse por escrito, con antelación suficiente, estará circunscrita a la que resulte justificada en el contexto de la relación comercial, en estricto cumplimiento de la normativa de competencia y demás disposiciones legislativas aplicables. Las partes deberán tomar precauciones razonables para garantizar que la información facilitada es correcta y no engañosa.

V.5. Modificaciones unilaterales de los contratos.

24. Ninguna de las partes modificará unilateralmente las cláusulas del contrato alimentario y las condiciones comerciales a menos que esta posibilidad y sus circunstancias y condiciones se hayan fijado con antelación y por escrito, y de mutuo acuerdo conforme a los principios generales de la Ley 12/2013. En los nuevos contratos y a medida en que vayan siendo revisados o renovados los existentes, deberá fijarse en los mismos, cuando sea necesaria y para circunstancias concretas, una compensación razonable y proporcionada a su impacto por los posibles costes que le puedan suponer a la otra parte tal modificación contractual.

25. En el caso de que los contratos alimentarios prevean la modificación de precios fijados en relación al listado general de tarifa, la modificación por parte del proveedor de su listado general de tarifas deberá comunicarse a sus clientes con un plazo de antelación de 30 días. Cuando se trate de un producto fresco o perecedero este plazo podrá ser inferior de acuerdo a los usos del sector. Esta comunicación deberá hacerse mediante un sistema del que quede constancia escrita, sirviendo a tal efecto el correo electrónico. En todo caso, los clientes podrán renegociar sus condiciones comerciales particulares o comunicar mediante el mismo sistema la resolución del contrato de suministro antes de la entrada en vigor de las nuevas tarifas.

V.6. Gestión de categorías e innovación.

26. Gestión de Categorías

1. Los criterios para la gestión de categorías habrán de ser predeterminados y evitarán tratamientos desleales, como la explotación por parte de una empresa de la situación de dependencia económica en la que puedan encontrarse sus empresas clientes o proveedores que no dispongan de alternativa equivalente para el ejercicio de su actividad. Esta situación se

presumirá cuando un proveedor, además de descuentos o condiciones habituales, deba conceder a su cliente de forma regular otras ventajas adicionales, que no se conceden a compradores similares.

Los operadores gestionarán las marcas de productos alimentarios que ofrezcan al consumidor, tanto las propias como de otros operadores, evitando prácticas contrarias a la libre competencia o que constituyan actos de competencia desleal de acuerdo con lo previsto en la Ley 15/2007 y en la Ley 3/1991, así como actos de publicidad ilícitos de conformidad con la Ley 34/1988.

2. Asimismo, no se hará un aprovechamiento indebido por parte de un operador y en beneficio propio de la iniciativa empresarial ajena, así como la que constituya publicidad ilícita por reputarse desleal mediante la utilización, ya sea en los envases, en la presentación o en la publicidad del producto o servicio, de cualesquiera elementos distintivos que provoquen riesgo de asociación o confusión con los de otro operador o con marcas o nombres comerciales de otro operador, tal como se recoge en el punto 2 del artículo 14 de la Ley 12/2013.

27. Innovación en la cadena agroalimentaria.

1. Los operadores que intervienen en las fases de producción, transformación, comercialización, industria y distribución, adheridos al presente Código, se comprometen a trabajar conjuntamente para facilitar el acceso al consumidor de las innovaciones relevantes de los productos alimentarios, en los términos definidos en el apartado 2. Igualmente se comprometen a impulsar y extender la innovación agroalimentaria en nuestro país, haciendo posible un incremento progresivo de la presencia de innovaciones relevantes en la cadena alimentaria.
2. A efectos del presente Código, se tendrá en cuenta la definición de innovación recogida en el Manual de Oslo (OECD/EC, 2005) que define innovación como *"la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo sistema organizativo en la empresa (bien a nivel interno, bien en las relaciones con el exterior)"*, lo que supone cuatro tipos de innovación según sean de producto, de proceso, de comercialización o de organización.

3. Las organizaciones y asociaciones adheridas al Código y presentes en su Comité de Seguimiento, se comprometen a trabajar conjuntamente con el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente en el diseño y puesta en marcha, en el seno de dicho Comité de un "panel para el seguimiento de la innovación en el sector agroalimentario".

Dicho panel se pondrá en marcha con los siguientes objetivos: a) mejorar la información sobre el esfuerzo innovador de los diferentes eslabones que componen la cadena agroalimentaria en su conjunto; b) conocer los datos agregados del sector que muestren la evolución de las innovaciones relevantes y su significación en los distintos eslabones de la cadena; c) contribuir a la divulgación de las experiencias más relevantes y a las mejores prácticas en materia de innovación a lo largo de toda la cadena; d) contribuir a la generación y transferencia del conocimiento, en materia de innovación; e) mejorar la colaboración de los diferentes agentes implicados en los procesos de innovación.

Con objeto de impulsar en España el desarrollo de la innovación alimentaria, las organizaciones participantes en el panel promoverán, conjuntamente con el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, una estrategia de fomento de la innovación, que nos permita situarnos en niveles de innovación similares a los existentes en los países europeos de nuestro entorno, manteniendo la debida coherencia con las reglas de ayudas de estado establecidas en el TFUE y en los diferentes Reglamentos o directivas aplicables.

V.7. Vinculación con terceros

28. Los operadores adheridos al presente Código asumen, respecto de la intervención de terceros en sus relaciones comerciales, los siguientes principios:

- Los estándares de calidad que se impongan por el comprador y que hagan necesario o conveniente la adquisición por parte del proveedor de los productos o servicios de terceros, deberán ser transparentes, objetivos y no discriminatorios respecto de otros operadores.
- No podrá exigirse al proveedor, como condición para la formalización o el mantenimiento de sus relaciones comerciales, la realización de cualquier tipo de contrato con terceros, salvo que resulte necesario para el cumplimiento del contrato. Esta exigencia

no podrá suponer la imposición de una obligación que se considere abusiva o contraria a la normativa de defensa de la competencia.

- El comprador no podrá exigir ni inducir al proveedor a reducir las cantidades suministradas o a aumentar los precios, en sus contratos con otros compradores.
- Las condiciones de prestación del servicio estarán siempre disponibles para ambas partes, así como el informe sobre los resultados efectivos de la subcontratación.
- En el caso de que la realización de este servicio presente dudas sobre su aplicación, cualquiera de las dos partes podrá proponer la revisión del mismo y, de haberse producido incumplimientos, motivar la inmediata compensación proporcional, de acuerdo con los términos pactados.

V.8. Actividades de promoción

29. Las actividades de promoción que se desarrollen por los operadores adheridos al Código se ajustarán a los siguientes principios:

- El lanzamiento y desarrollo de promociones deberá realizarse en base a los principios de: a) acuerdo y libertad de pactos; b) interés mutuo; y c) flexibilidad para adaptarse a las circunstancias particulares de los distintos operadores.
- Los pactos sobre promociones comerciales se respetarán en su naturaleza e integridad. Dichos pactos, que deberán contar con el acuerdo explícito de ambas partes, recogerán los aspectos que definen la promoción: los plazos (fechas de inicio y finalización), los precios de cesión, los volúmenes, y aquellas otras cuestiones que sean de interés, así como también los aspectos de la promoción relativos al procedimiento, el tipo, el desarrollo, la cobertura geográfica y la evaluación del resultado de la misma.
- El contenido de los servicios de merchandising, degustaciones, u otros soportes promocionales necesarios para determinadas acciones, cuya finalidad es provocar el acto de compra, bien sean prestados por la propia empresa proveedora o distribuidora o bien por terceros -tanto si la elección la realiza el fabricante como si corresponde al distribuidor-, deberá detallarse por escrito, asegurando el estricto cumplimiento de la legislación vigente, especialmente en materia laboral y ser objeto de aprobación por ambas partes. El resultado de los mismos, independientemente de

quien preste el servicio, estará a disposición de las partes en tiempo y forma según lo pactado.

- Los operadores adheridos al Código se comprometen a colaborar con sus proveedores para mejorar la percepción, que tiene el consumidor, de los productos alimentarios como productos de alto valor nutritivo y de calidad mediante los instrumentos promocionales adecuados. Para ello, se comprometen a no realizar actividades promocionales que induzcan a error sobre el precio e imagen de los productos. En este sentido, para no perjudicar la percepción del consumidor sobre la calidad o valor de los productos objeto de una campaña promocional, los operadores deberán identificar claramente en la información publicitaria, en la cartelería y en los tiques de compra su precio, de forma clara para que no pueda dar lugar a equívocos, de tal forma que el consumidor tenga conocimiento exacto del alcance de la campaña promocional.
- Con carácter general, y de forma especial en el desarrollo de actividades promocionales, los operadores adheridos al Código prestarán especial atención para no incumplir lo establecido, en la normativa vigente, en relación con la venta a pérdidas.
- Deberá compensarse a la parte perjudicada por cualquier causa, que no sea ajena a la otra parte, que motive la no consecución de la promoción pactada, o su realización en fechas o términos distintos a los establecidos. Dicha compensación deberá establecerse mutuamente, teniendo en cuenta los efectos ocasionados.
- En los casos en que se realicen acuerdos sobre actividades de promoción con las Centrales de Compras, se incluirá en el acuerdo el porcentaje de adhesión o cobertura de dichas actividades por parte de sus asociados, junto con la relación de los puntos de venta inicialmente adheridos a la misma, siempre que ello resulte posible y haya sido aceptado por las partes.
- Con carácter general, las promociones deberán ser acordadas conforme a esta cláusula. No obstante, cuando se trate de promociones y campañas publicitarias promovidas por los fabricantes, en los envases y etiquetas de sus productos o mediante otros medios propios, que no generen un coste económico u operacional adicional para la distribución, bastará con una comunicación previa, que le permita al distribuidor estar informado.

V.9. Cadena de suministro y logística

30. La logística se considera un beneficio compartido en el que cada parte debe asumir su propia responsabilidad, pero en el que las empresas deben cooperar en todo lo posible para asegurar la máxima eficiencia, indispensable para el buen funcionamiento en la cadena de valor alimentaria y la competitividad de sus operadores. Por ello, los operadores adheridos promoverán la utilización de herramientas de trabajo que permitan alcanzar la máxima eficiencia en materia logística. En relación con el capítulo de incidencias y devoluciones que se pudieran producir en el proceso logístico, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Esta máxima cooperación en materia logística se basará siempre en el cumplimiento íntegro de los acuerdos en materia de: a) aseguramiento del suministro; b) fechas y horas de entrega, que deberán documentarse en todo caso; c) pedidos mínimos, tanto de referencias como de unidad de carga; d) condiciones y niveles del servicio debidamente identificados y cuantificados; e) tiempos de espera y penalización; f) formatos de producto; y g) compensaciones proporcionadas en caso de incumplimiento de los acuerdos anteriores, exigibles a partir del momento de su firma.
- Se evitarán roturas de stock producidas por mala fe o negligencia, compensando por la parte causante, el coste económico producido. Las faltas de suministro, por el perjuicio especialmente grave que causan en toda la cadena de valor y en la credibilidad de las empresas frente a los consumidores, deben ser siempre evitadas por las partes, especialmente mediante la realización de cuantas actividades conjuntas de estrategia y planificación, demanda y administración del suministro, ejecución y análisis sean necesarias para asegurar el suministro.
- En los contratos se establecerán los criterios a tener en cuenta para determinar las compensaciones que procedan cuando se produzcan devoluciones o no recepciones de producto no justificadas. Dicha compensación será proporcional al resultado de la incidencia y deberá ser asumida por la parte causante. Se actuará de la misma forma cuando las devoluciones sean a causa de defectos o errores.
- Cuando se produzcan devoluciones relacionadas con la calidad, se acordará un procedimiento claro para la resolución de las diferencias, identificando a los interlocutores responsables de las empresas y facilitando la gestión de las incidencias.

- En los contratos se establecerán los procedimientos a seguir en caso de existencia de rechazos, cuando éstos respondan a defectos observables incluidos los ocasionados por errores existentes en la orden de compra. Dichos rechazos deberán, siempre que resulte posible, identificarse en el momento de la entrega/recepción de la mercancía y ser justificados y documentados. En los demás casos se producirán en un plazo razonable, acorde con el período de rotación del producto.
- Una vez conocidas, se notificarán las incidencias con la mayor diligencia posible de una forma que garantice su recepción por la otra parte y en su caso se proporcionará el soporte documental necesario.
- Una vez planteada la incidencia por escrito y de forma documentada, si las partes no llegan a un acuerdo sobre ella en el plazo de dos semanas, el operador que ha planteado la incidencia podrá desistir de su reclamación o acudir a los instrumentos de resolución de discrepancias previstos en el Capítulo VIII, del presente Código.
- Se acreditará documentalmente ante el proveedor las incidencias que impliquen la destrucción del producto, la cual se llevará a cabo teniendo en cuenta las normas aplicables al respecto.
- Se deberá preavisar en un plazo razonable y acordar en su caso, los cambios en cualquier aspecto del sistema logístico de los operadores que no estén previstos en el contrato.
- Los acuerdos alcanzados entre los operadores deberán contemplar los distintos aspectos de la logística, que resulten de aplicación, y deberán ser cumplidos en los términos acordados, especialmente, en lo referente a formatos y códigos de producto.
- Teniendo en cuenta los principios de economía y eficacia que abogan por la codificación estandarizada, las partes trabajarán en la consecución de la unificación interna de códigos a nivel comercial y logístico.
- Las partes cooperarán en el cumplimiento de las correspondientes normas aplicables a los pools de palets y facilitarán la correcta gestión en la devolución de envases, embalajes y palets con retorno.

31. En relación con los procedimientos de gestión administrativa asociada a la cadena de suministro, los operadores adheridos tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Identificar debidamente a las personas responsables de la administración y de los pagos en la empresa.
- Promocionar la utilización de procedimientos administrativos electrónicos (pedido, albarán, factura y pago), mediante la utilización de los mecanismos estándar disponibles, al objeto de no incurrir en una duplicidad innecesaria e ineficiente de soportes de información, siempre que no suponga un coste añadido para el suministrador.
- Justificar, a través de su correspondiente documentación, las reclamaciones y los cargos, estableciendo de forma clara y transparente su naturaleza y especificando los conceptos de que se trate, para que sean perfectamente identificables por ambas partes.
- Preferiblemente, se plantearán las reclamaciones de cantidades por servicios, incidencias o cualquier otra circunstancia en el plazo máximo de dos meses, si se trata de productos frescos de temporada, o de seis meses en los restantes casos, desde el hecho que dio lugar al derecho de reclamación. En todo caso, no se plantearán reclamaciones una vez transcurridos 24 meses desde el hecho que dio lugar al derecho a reclamarlas.

V.10. Pagos

32. En materia de pagos los operadores adheridos, además de lo previsto en la normativa vigente al respecto, especialmente en cuanto a los plazos máximos de pago de los productos, actuarán siguiendo lo indicado en los siguientes puntos:

- El comprador deberá abonar las facturas recibidas en su integridad, a menos que se deban aplicar cargos previamente acordados en el contrato alimentario o previamente a la emisión de la factura por servicios, penalizaciones o cualquier otro tipo de liquidación o compensación al proveedor, sin perjuicio de las acciones de reclamación que en derecho entienda oportunas.
- Considerar, para el cómputo del plazo de pago, el periodo efectivo del mismo desde la recepción de la mercancía, de acuerdo con la legislación aplicable.

- Si una vez emitida la factura existen diferencias de precios y/o cantidades entre las partes, se atenderá a lo establecido en el contrato. En ausencia de premisa contractual, se procederá, a solventar la diferencia en los términos previstos en el derecho mercantil y mediante un procedimiento ágil y sin dilaciones indebidas que permita abonar las partes de la factura sobre las que no existan discrepancias.
- El abono de los pagos por los servicios del comprador autorizados en la normativa vigente se sustanciará en forma de descuento sobre el precio de compra, debidamente documentado en la factura del proveedor.
- Los operadores que suscriban el Código se comprometen a, que en caso de utilizar otras empresas para facturar la compra realizada a sus proveedores, no imputar o cargar ningún sobrecoste.
- Los operadores adheridos se comprometen a no aplicar otros pagos adicionales sobre el precio pactado que los contemplados en el Artículo 12 de la Ley 12/2013, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria. En consecuencia, quedarán prohibidos los pagos adicionales, sobre el precio pactado, salvo que se refieran al riesgo razonable de referenciación de un nuevo producto o a la financiación parcial de una promoción comercial de un producto reflejada en el precio unitario de venta al público y hayan sido pactados e incluidos expresamente en el correspondiente contrato formalizado por escrito, junto con la descripción de las contraprestaciones a las que dichos pagos estén asociados.
- En caso de que durante el periodo de vigencia de los contratos se produzcan variaciones de los impuestos, tasas y otros gravámenes, así como de las aportaciones a los sistemas integrados de gestión, se estará a lo dispuesto en el contrato a estos efectos. En caso de que esta circunstancia no estuviese prevista en el contrato, su aplicación por los operadores no podrá llevarse a cabo de manera que se considere abusiva o contraria a la normativa de defensa de la competencia. En cualquier caso su puesta en práctica se realizará en el tiempo y la forma previstos por las normas que los regulen.

V.11. Relaciones con terceros

33. Para facilitar las relaciones con terceras personas que puedan verse involucradas en la relación contractual entre las partes y para evitar la

existencia de discrepancias relacionadas con dichas relaciones, ambas partes acordarán un protocolo que establezca su colaboración en materia de atención a las reclamaciones que sobre los productos objeto de dicha relación comercial pudieran formular terceras personas. El citado protocolo habrá de incluir las condiciones en las cuales el proveedor se hará cargo de dichas reclamaciones.

V.12. Comunicación entre los operadores

34. Con objeto de facilitar la relación y comunicación entre los operadores adheridos al Código, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Comunicar al personal competente de cada empresa, todo aquello que derive de los acuerdos contraídos, para la correcta ejecución de los compromisos que se adquieran.
- Las empresas que no sean PYMES, establecerán un procedimiento para la resolución de conflictos, relacionados con el cumplimiento del presente Código, tal como se señala en la cláusula 42.1.

V.13. Seguridad alimentaria, calidad e información al consumidor.

35. Los operadores reconocen que la calidad de los productos es objetivo compartido por todos los participantes en la cadena de suministro. Para ello, los operadores cooperarán en su aseguramiento. Los operadores, así como sus asociaciones u organizaciones adheridas, se comprometen a cooperar en materia de seguridad alimentaria, utilizando los cauces y mecanismos actualmente existentes para ello y cumplir con los demás requisitos exigidos por la legislación.

36. Los operadores, así como sus asociaciones u organizaciones, promoverán el conocimiento y la utilización de las recomendaciones que resulten adecuadas en materia de criterios de calidad de almacenaje de producto desde la entrega hasta el lineal (temperatura, humedad, paletización, ubicación, información al consumidor, etc.).

37. Los operadores aplicarán un procedimiento claro y coordinado para la resolución de las diferencias en materia de calidad, identificando a los interlocutores responsables de las empresas asociadas y facilitando la gestión de las incidencias.

38. Los operadores reforzarán sus esfuerzos y recursos en materia de atención a las reclamaciones de los consumidores. Para ello se establecerán los cauces de colaboración necesarios para la adecuada

gestión de dichas reclamaciones, en la que ambas partes colaboren y se asistan de manera eficaz en la resolución de las incidencias.

VI. Clausulado de prácticas comerciales específicas para algunos operadores de la cadena alimentaria.

39. Los operadores de la cadena alimentaria adheridos al Código se comprometen a respetar, en sus relaciones comerciales con los productores primarios, los siguientes aspectos:

- No derivar al mercado de fresco productos que hayan sido adquiridos para ser destinados a transformación u otros usos.
- Fomentar la adopción de medidas que coadyuven a lograr la sostenibilidad del sector primario y retribuir, de manera proporcionada, el valor que aportan las producciones agrarias a las cadenas de suministro, siguiendo los principios del comercio responsable y respetando, en todo caso, las normas del derecho de la competencia. Para ello, siempre que sea posible, se destacarán, en el marco de las estrategias comerciales de los operadores adheridos al Código, el valor de los productos agrarios de temporada y de proximidad.
- Prestar una especial atención al cumplimiento de la normativa aplicable en materia de información alimentaria facilitada al consumidor y al origen de los productos. En especial, en el caso de comercialización de frutas y hortalizas frescas se deberá identificar de forma bien visible y con tipografía adecuada, para su fácil identificación por el consumidor, su país de origen o el lugar de procedencia real del producto.

40. Los operadores, de la cadena alimentaria que intervienen en las fases de la comercialización, la transformación y la industria, adheridos al Código se comprometen a respetar, en sus relaciones comerciales con la distribución, los siguientes aspectos:

- Facilitar la información técnica del producto y la modificación de su calidad que resulte necesaria para el cumplimiento de las obligaciones de información alimentaria al consumidor, que corresponden al distribuidor. La información se remitirá en los soportes adecuados para su tratamiento e integración en los procesos de venta presencial y a distancia. Cuando el fabricante y el distribuidor acuerden utilizar los servicios de un tercero para cumplir con las obligaciones de información al consumidor,

derivadas de la normativa vigente, deberán prever en el contrato los criterios para el reparto de su coste.

- Los fabricantes deberán comunicar y justificar las alteraciones de la calidad de un producto objeto de un contrato en vigor, cuando pueda suponer una desventaja o un perjuicio para los consumidores o para los distribuidores que lo comercializan.
- Las modificaciones de las fechas de caducidad y consumo preferente en las fichas de un producto que sea objeto de un contrato en vigor deberán justificarse y comunicarse con un preaviso razonable que permita al distribuidor ajustar su sistema logístico.
- El lanzamiento de vales comerciales o cupones de descuento deberá ser previamente acordado con todos los operadores afectados, que deberán aceptar expresamente las condiciones y el plazo de su puesta en el mercado, así como la contraprestación prevista por la actividad de redención y gestión de los cupones. Los operadores con quienes no se haya acordado dicha colaboración se reservarán el derecho de no participar en tales acciones promocionales, comunicándolo a los consumidores. A estos efectos, las partes se comprometen a difundir y velar por el cumplimiento de la Recomendación AECOC sobre cupones promocionales.

VII. Otros acuerdos

41. Los operadores que intervienen en las fases de la producción, la comercialización, la transformación, la industria y la distribución, que estén adheridos al presente Código asumen adicionalmente otros compromisos destinados a prestar especial atención para garantizar la calidad de los productos alimenticios destinados a ponerse a disposición del consumidor, para reducir el volumen de desperdicios alimentarios en las distintas fases de la cadena, y para reforzar la cooperación entre los operadores ante situaciones de crisis de mercado. En virtud ello, los operadores asumen los siguientes compromisos:

- Disponer, cualquiera que sea la posición del operador en la cadena, de unas guías de gestión y manejo adaptadas a los productos, que permitan la conservación de su calidad y hagan posible que puedan llegar al consumidor en las mejores condiciones de conservación.
- Avanzar en el desarrollo de protocolos de trabajo y manejo de los alimentos, adaptados a la tipología de productos que gestione y la

posición que ocupe en la cadena de suministro, que permitan controlar y reducir el desperdicio alimentario.

- Los operadores adheridos se comprometen a avanzar en la implantación de sistemas de gestión de stocks de productos mediante la utilización eficiente de los pedidos y del transporte de los productos.
- Cuando se produzca o se prevea una crisis sectorial en algún producto agroalimentario por causas exógenas al propio sector en algún punto de la cadena y/o en el consumo por desconfianza del consumidor, las empresas que suscriban el código se comprometen a colaborar estrechamente, respetando la normativa de defensa de la competencia, para buscar estrategias y mecanismos que ayuden a reducir su incidencia.

VIII. Cumplimiento del Código y resolución de discrepancias.

42. En el caso de conflicto o discrepancia respecto de la aplicación del presente Código entre empresas individuales, los operadores adheridos se comprometen a solucionarlo de buena fe y minimizando, en la medida de lo posible, los costes operativos y de gestión, de acuerdo con el siguiente procedimiento:

1. El primer paso a dar por el operador que se considere perjudicado, será solicitar que la cuestión se resuelva a un nivel superior de la jerarquía comercial de la empresa, supuestamente incumplidora, en un plazo máximo de 10 días hábiles desde la presentación de la solicitud.

A estos efectos, las empresas adheridas, cuyo tamaño sea superior al de PYME, deberán diseñar y publicar un procedimiento interno de resolución de conflictos, que deberá ser independiente de los departamentos comerciales y cuya función deberá ser equivalente a un "defensor del cliente y del proveedor". Su funcionamiento habrá de resultar imparcial y, en estos casos, deberá tener capacidad para adoptar una resolución en un plazo máximo de 20 días hábiles, desde la presentación de la solicitud.

2. Si en los plazos señalados no se hubiera obtenido una respuesta, o no se hubiera llegado a un acuerdo, y la parte que se considera perjudicada quisiera continuar las actuaciones, la resolución del conflicto se someterá a un sistema de mediación, o en su defecto las partes podrán acudir directamente a un sistema de arbitraje, tal

como se contempla en el apartado 3. Dicha mediación se iniciará y se llevará a cabo según lo dispuesto en la Ley 5/2012, de 6 de julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles y su normativa de desarrollo.

La adhesión al presente Código supone para los operadores, la aceptación del compromiso de someter a mediación las controversias entre las partes, a los efectos previstos en el artículo 6.2. de la mencionada Ley 5/2012.

3. En caso de no haber acordado previamente acudir directamente al arbitraje, si el anterior sistema de mediación finalizase sin alcanzar un acuerdo, teniendo en cuenta el compromiso de minimizar los costes operativos y de gestión en la resolución de conflictos, los operadores adheridos al Código podrán utilizar los sistemas de arbitraje, siguiendo para ello el procedimiento previsto en la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de arbitraje.

43. En el caso de que el incumplimiento, por parte de un operador, de los principios recogidos en el presente Código afecte a varios operadores, las asociaciones u organizaciones firmantes que los representen, podrán promover, ante la Comisión de Seguimiento, la realización de un procedimiento confidencial y anónimo de reclamación colectiva que permita dictaminar sobre la conformidad o no de dichas prácticas con el presente código.

La Comisión de Seguimiento establecerá en su Reglamento de funcionamiento interno el procedimiento de reclamación colectiva de forma que, en la medida de lo posible, sea compatible con las reglas de procedimiento del órgano de gobierno previsto en los "Principios de buenas prácticas en las relaciones verticales de la cadena alimentaria" acordados por las asociaciones europeas representativas de la industria y la distribución. El sistema de notificación y el procedimiento de trabajo deberán garantizar en todo momento el anonimato y la confidencialidad y las reglas de competencia.

IX. Comisión de Seguimiento del Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria

IX.1. Composición y funcionamiento.

44. La Comisión de Seguimiento del Código, prevista en el artículo 16.3 de la Ley 12/2013, estará presidida por el Director General de la Industria

Alimentaria e integrada adicionalmente por un total de 16 vocales, que se distribuirán de la siguiente manera:

- Dos vocales en representación del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, designados por su titular.
- Dos vocales en representación del Ministerio de Economía y Competitividad, designados por su titular.
- Tres vocales en representación de los productores, propuestos por las organizaciones profesionales agrarias representativas de los operadores del sector productor adheridos al Código.
- Un vocal en representación de las Cooperativas Agroalimentarias de España
- Cuatro vocales en representación de la industria alimentaria, propuestos por las organizaciones y asociaciones sectoriales representativas de los operadores del sector industrial adheridos al Código.
- Cuatro vocales en representación de las empresas de la distribución, propuestos por las organizaciones y asociaciones sectoriales representativas de los operadores del sector de la distribución, moderna y tradicional, adheridos al Código.

Actuará como Secretario, un funcionario de la Subdirección General de Estructura de la Cadena Alimentaria, que tendrá voz, pero no voto en las deliberaciones de la Comisión y que será designado por su Presidente.

Podrá asistir como invitado, con voz pero sin voto, un representante designado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, si así lo solicita.

45. La Comisión de Seguimiento establecerá su reglamento de funcionamiento interno y el sistema de control de cumplimiento del Código. La Comisión trabajará dentro de una estricta confidencialidad y anonimato, por lo que deberán redactarse unas normas adecuadas de procedimiento para evitar los conflictos de intereses, así como un acuerdo de confidencialidad específico y garantizando en todo caso la normativa de defensa de la competencia. La comisión de seguimiento adoptara sus decisiones por mayoría simple, siendo el voto del presidente dirimente en caso de empate

IX.2. Funciones

46. El trabajo de la Comisión de Seguimiento se ajustará a las siguientes funciones:

- La Comisión de Seguimiento será el órgano encargado de la interpretación y alcance de las cláusulas que componen el presente Código.
- Llevar a cabo un seguimiento de la implantación y del grado de cumplimiento del presente Código, por parte de los operadores y sus asociaciones u organizaciones.
- Promover actuaciones para facilitar el conocimiento del Código entre los operadores de la cadena alimentaria.
- Informar anualmente al Observatorio de la Cadena Alimentaria del resultado de sus trabajos y darle traslado de las propuestas que estime oportunas en relación con la mejora y actualización de los compromisos contemplados en el Código.
- De acuerdo con lo previsto en el artículo 7 de este Código, podrá proponer al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente la suspensión temporal o la exclusión definitiva de la inscripción en el Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles, de aquellos operadores de los que se tenga conocimiento que incumplen los términos de su compromiso de adhesión.
- Será informada por las asociaciones y organizaciones que la integran, de las actividades promovidas entre sus asociados para fomentar el conocimiento del Código e incentivar su incorporación al mismo.
- Llevar a cabo, en colaboración con el Observatorio de la Cadena Alimentaria, el diseño y la puesta en marcha del “panel para el seguimiento de la innovación en la cadena agroalimentaria”, al que se hace referencia en el artículo 27 de este Convenio.
- Establecer, en su Reglamento de funcionamiento interno, el procedimiento de reclamación colectiva previsto en el artículo 43 de este Convenio.

X. Publicidad del Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria

47. Con independencia de las actuaciones que lleve a cabo el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, para dar a conocer el Código, de acuerdo con lo previsto en el artículo 17.3 del Ley 12/2013, las asociaciones u organizaciones representativas los operadores de la cadena alimentaria adheridas al Código se comprometen a utilizar los medios que consideren más idóneos para dar la máxima difusión e información sobre su contenido y promover la mayor adhesión de las empresas integrantes de las mismas.

48. Los operadores que intervienen en las fases de la producción, la comercialización, la transformación, la industria y la distribución, y sus asociaciones u organizaciones adheridos, se comprometen a utilizar la mención de "Acogido al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria" y del logo que se cree al efecto.

XI. Implantación del Código.

49. Los operadores adheridos al presente Código, revisarán y, en caso necesario, modificarán sus contratos a fin de garantizar su compatibilidad con el presente código, de modo que puedan ser aplicados tras su adhesión al Código en los nuevos contratos que se formalicen y en aquellos que vayan siendo revisados o renovados.

50. Ante las sanciones que pudieran derivarse de las prácticas y conductas realizadas en aplicación del Código, no podrá alegarse el papel y la participación de los poderes públicos en la elaboración del presente Código, confianza legítima, "confusión normativa", presunción de actuar conforme a derecho, o circunstancias análogas derivadas del papel de los poderes públicos en relación a la elaboración del Código.

Madrid, 2 de noviembre de 2015