

## Capítulo 9

# Incidencias en la seguridad alimentaria del (des)equilibrio en los contratos entre las cadenas de supermercados y sus proveedores: la situación de Costa Rica y Honduras

*Hugo Alfonso Muñoz Ureña, Javier David López Padilla, Rosaura Fonseca Rodríguez y Jillian Miranda Monge*

### ***1. Introducción***

La presente investigación consiste en un estudio exploratorio y comparativo del comportamiento comercial y de mercado de las cadenas de supermercados (grandes distribuidores minoristas) ante sus proveedores. Tomando como punto de partida un enfoque contractual, ello permitirá de seguido reflexionar sobre las legislaciones y las políticas públicas que rigen la temática.

Este planteamiento parte del supuesto de que las relaciones comerciales entre dichos actores (expresadas en contratos escritos o verbales) no tienen una regulación legal específica en las legislaciones comerciales de ambos países; rigiéndose, en lo pertinente, por las normas típicas y generales de la compraventa mercantil.

La naturaleza estrictamente mercantil de este contrato sugiere, desde el inicio del trabajo, una posible inadaptación del derecho aplicable, cuando se está ante productores agropecuarios. Estos últimos deben enfrentar los riesgos típicos de la producción primaria, acentuados por el cambio climático y la premura propia del manejo de productos (altamente) perecederos. Esta situación acentúa su vulnerabilidad, en el marco de estas relaciones contractuales.

En el plano económico, de acuerdo con la información consultada (CDPC, 2012; Consumers International, 2012; British Institute of International Comparative Law, 2012; Domper Rodríguez, 2013; Ritzenthaler, 2016), se identifica la existencia de una posible distorsión en el mercado, causada –hipotéticamente–

por el desequilibrio al comparar la fuerza negociadora superior de las cadenas de supermercados y la posición más débil de los proveedores. Los informes de las autoridades nacionales reguladoras de la competencia en Costa Rica y Honduras reportan, en algunos casos, comportamientos monopsonicos sin que hasta el momento se evidencie una afectación a los consumidores finales. Sin embargo, estos análisis económicos no suelen reflexionar en torno a la afectación de la seguridad alimentaria, ni tampoco en relación con el aumento de la vulnerabilidad de los territorios rurales. En este sentido, se vislumbra que podría estarse incrementando la “vulnerabilidad alimentaria” (Cepal, 2002).<sup>1</sup>

El término *vulnerabilidad alimentaria* hace referencia a “la situación que caracteriza a países, sectores sociales, grupos e individuos que están expuestos o son susceptibles de padecer hambre, desnutrición o enfermedad por no tener acceso física, económica y sustentablemente a una alimentación suficiente, nutritiva y culturalmente aceptable, o por consumir productos insalubres o contaminados” (González Chávez y Macías Macías, 2007: 48). Dicho término ha sido utilizado en distintos foros internacionales, incluyendo “una serie de conferencias, seminarios internacionales, declaraciones (como la celebrada en Cochabamba sobre la Seguridad Alimentaria con Soberanía en las Américas, 2012) y en documentos de la FAO [sigla en inglés de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación], de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), del IPCC [sigla en inglés del Panel Intergubernamental del Cambio Climático], de la Organización Panamericana de la Salud [OPS] o, incluso, del PMA [Programa Mundial de Alimentos]” (González Ballar, s/f).

“Vulnerabilidad alimentaria” es un término empleado con frecuencia para realizar un análisis crítico de las políticas liberales en la agricultura. Se señala así que los Estados comprometidos con el derecho humano a la alimentación deben ser soberanos para decidir qué se consume y qué se cultiva (soberanía alimentaria), por cuanto “las políticas de seguridad alimentaria implementadas hasta ahora priorizan el cultivar lo más rentable e importar el resto de productos necesarios, lo que nos hace vulnerables a los vaivenes de los precios del mercado internacional de alimentos” (Salas Murillo, 2011).

En un escenario similar, los países europeos han procurado establecer recientemente reglas del juego más adecuadas a la tipología jurídica de las relaciones entre proveedores y grandes distribuidores, en el ámbito agroalimentario.<sup>2</sup>

Finalmente, esta investigación dedica algunas consideraciones prospectivas, relacionadas con la cobertura progresiva de esquemas de *economía colaborativa en la distribución de alimentos*. En estos esquemas, la relación entre distribuidores y

1. La definición de la Cepal cita, a su vez, al Programa Mundial de Alimentos (PMA 2002).

2. Véase, por ejemplo, la ley española de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria (ley 12, 2 de agosto de 2013). En el mismo sentido, 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.

consumidores sufre modificaciones y es posible que la mediación de plataformas electrónicas permita un relativo acercamiento entre los “proveedores” y los propios consumidores, al flexibilizar el acceso a los servicios de entrega y consumo de alimentos.

De tal manera, el presente informe, que es fruto de la estrecha colaboración de dos equipos de investigación de la Universidad de Costa Rica (UCR) y de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), se organiza en los siguientes tres apartados: 1) “La determinación del derecho aplicable a las relaciones contractuales”, 2) “Las implicaciones del desequilibrio en las relaciones contractuales” y 3) “Una posible solución alterna con apoyo de la economía colaborativa en la distribución de alimentos”.

Los objetivos que nos hemos planteado son los siguientes: como objetivo general, describir desde la perspectiva jurídica la relación entre los grandes distribuidores minoristas (cadenas de supermercados) y sus proveedores, en el ámbito alimentario. En cuanto a los objetivos específicos, ellos son los siguientes:

- 1) Determinar cuál es el derecho aplicable a estas relaciones, para definir si se trata de un derecho especial y adaptado, o un derecho general e inadaptado.
- 2) Evidenciar las potenciales consecuencias que tendría una relación desequilibrada entre los grandes distribuidores minoristas y sus proveedores, en la seguridad alimentaria de Costa Rica y Honduras en particular, en atención al concepto de vulnerabilidad alimentaria.
- 3) Realizar un breve análisis prospectivo sobre las implicaciones de los esquemas de economía colaborativa en la distribución de alimentos.

## ***2. El derecho aplicable a la relación entre los grandes distribuidores minoristas (cadenas de supermercados) y sus proveedores en el ámbito alimentario***

Los habitantes de los países centroamericanos han podido observar la instalación de grandes cadenas de supermercados en sus territorios. Este fenómeno no es específico de la región, toda vez que se trata de un sector en el que impera una gran concentración, a nivel global. Es así como las personas adquieren gran parte de sus alimentos en estos supermercados, lo que invita a reflexionar acerca de esta situación desde la óptica de la seguridad alimentaria.

Los supermercados fungen como distribuidores minoristas de alimentos, debido a que las personas adquieren allí estos productos. Sin embargo, la producción de los alimentos se da en una etapa previa de la cadena. Así, son los proveedores de estos supermercados quienes producen los alimentos.

El estudio específico sobre las relaciones que se establecen entre esos grandes distribuidores minoristas de alimentos y sus proveedores parece ser de interés para la seguridad alimentaria. Estas relaciones, que siguen una dinámica comercial, tienen también una dimensión jurídica, la cual se plasma a través de diversas figuras contractuales. Se trata entonces de relaciones contractuales que inciden en la seguridad alimentaria de los habitantes de los países centroamericanos.

Para efectos de este breve estudio, se analizarán las realidades de Honduras y Costa Rica.

## 2.1. La situación en Honduras

Las relaciones comerciales (contratos) entre las cadenas de supermercados y los proveedores no tienen una regulación legal específica. En general, estas se rigen por las mismas normas que regulan la compraventa mercantil, contenidas en el Código de Comercio de Honduras. Es decir, por una legislación general.

Por otra parte, existe la Ley y el Reglamento de Representantes, Distribuidores y Agentes de Empresas Nacionales y Extranjeras. Podría pensarse que esta normativa especial aporta un régimen aplicable a las relaciones bajo estudio. No obstante, no constituye una norma suficiente que ampare dichas relaciones comerciales.

En efecto, según la definición del artículo 1º, su ámbito de aplicación se refiere a las “relaciones comerciales y contractuales [...] entre empresas nacionales y extranjeras y las personas naturales o jurídicas que se dediquen en el país a representarlas, o distribuir sus productos o agenciar la colocación de órdenes de compra de sus mercancías”. Debido al carácter principalmente nacional de las partes contratantes, las cadenas de supermercados (en su condición de compradores) no podrían ser calificadas ni de representantes ni de distribuidores ni de agentes de los proveedores,<sup>3</sup> en los términos propios de esta ley. Ello parece excluir la aplicación de esta normativa especial y del régimen jurídico que allí se establece.

El Código de Comercio (CDC), en el artículo 763 inciso 2, establece que son compraventas mercantiles “las de cosas para surtir la empresa que las revende”. En ese sentido, los contratos celebrados entre las cadenas de supermercados y los proveedores constituyen normalmente contratos de compraventa mercantil. Si bien el CDC desarrolla una serie de normas que deben regular este contrato, es

3. En el *Estudio sobre el sector de los supermercados en Honduras: Distrito Central y San Pedro Sula* la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia de Honduras (2012: 31) estableció: “Es preciso mencionar que, en cuanto a las relaciones comerciales entre los supermercados y proveedores, no median contratos de distribución entre ambos. Los supermercados tienen la libertad de comprar al proveedor que les ofrezca productos de calidad, precios, prontitud, entre otros aspectos, percibiéndose en este segmento cierta competencia, puesto que tanto proveedores como supermercados pueden elegir, vender o comprar, respectivamente, al agente que más les convenga”.

entendido que las partes, en el marco de la “libertad de pactos”,<sup>4</sup> pueden disponer situaciones diferentes de las establecidas en dichas normas, siempre y cuando no sean prohibidas expresamente.

Por tanto, es válido que de acuerdo con la conveniencia de las partes se pacten estipulaciones específicas sobre pagos a plazo, lugar de entrega de los productos, constitución de la mora del comprador y el vendedor, entre otros. No obstante lo anterior, en materia mercantil, la libertad de pactos tiene una limitación que se deriva de las disposiciones constitucionales relacionadas con el principio de contratación de empresa.<sup>5</sup> En esta misma línea lo dispone el artículo 727 del CDC, cuando establece: “no tendrán valor las condiciones que establezcan, a favor de quien las redactó, limitaciones de responsabilidad, o la facultad de denunciar el contrato o suspender su ejecución, ni las que consignan a cargo del otro contratante caducidades, limitaciones a la facultad de oponer excepciones, restricciones a la libertad contractual, respecto de terceros, prórrogas tácitas o renovaciones del contrato, cláusulas compromisorias o derogatorias de la competencia de los tribunales”. No obstante, estas limitaciones solo conciernen a las cláusulas establecidas específicamente por escrito.

Adicionalmente, el artículo 713 del CDC establece que los comerciantes solo pueden negarse a contratar en aquellos casos en los que el objeto sea ilícito o abusivo. Para estos efectos se considera literalmente que es “ilícita la renuencia cuando provenga de empresas que [...] se encuentren en situación de imponer precios a las mercancías o a los servicios que proporcionen. El silencio de la empresa requerida para contratar se considerará como negativa a hacerlo. Quien se negare a contratar en los casos anteriores podrá ser obligado a celebrar el contrato respectivo, sin perjuicio de responder siempre de los daños y perjuicios que hubiere ocasionado”.

Dicho lo anterior, en el caso del presente estudio exploratorio deberán diferenciarse dos tipos de relaciones comerciales entre las cadenas de supermercados y sus proveedores: por una parte, aquellas regidas por un contrato escrito, a las

4. El artículo 714 del CDC establece: “las partes pueden determinar libremente el contenido de los contratos en los límites legalmente impuestos”.

5. La libertad en el ejercicio del comercio, inversión, industria y contratación de empresa es una garantía contenida en la Constitución de la República en su artículo 331; dichas libertades son solamente limitadas al interés social, así como no deberán ser lesivas a la moral, la salud o la seguridad pública. Por regla general se entiende que existe libertad de contratación, por cuanto el modelo económico y comercial de Honduras es de corte liberal, en el que se trata de brindar el dinamismo necesario a los actos comerciales para que ello se traduzca en un incremento en el tráfico de bienes y servicios, que en última instancia se debería traducir en una mejora en los índices productivos y de desarrollo.

La Constitución de la República en su artículo 339 prohíbe los monopolios, monopsonios, oligopolios y otras prácticas similares en las actividades mercantiles. En el caso de análisis, se identifica que el comportamiento comercial de las cadenas de supermercados constituye un *oligopsonio*, determinado por el control de precios y el poder de negociación que existe del lado de la demanda de varias empresas (supermercados).

que se les aplicarían las limitaciones precitadas del artículo 727 del CDC, y por otra parte, aquellas que no se basan en un contrato escrito, a las que no les serían aplicables tales limitaciones.

En la Ley de Protección al Consumidor y su Reglamento quedan “parcialmente” excluidos de servir como marco de referencia de las relaciones que se derivan de los contratos entre las cadenas de supermercados y los proveedores. Esto, por cuanto el penúltimo párrafo del artículo 2º estatuye que esta ley “no aplica a quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios que guarden relación específica con su giro comercial y para integrarlos a procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de terceros”, identificándose que la compraventa que se genera en estos contratos (a) guarda una relación específica con el giro comercial de ambos actores y (b) es integrada a procesos de comercialización de las mismas cadenas de supermercados.

Se dice que la exclusión es parcial, porque el Estado podría intervenir en la normalización de una situación de desequilibrio contractual si lograra evidenciarse la afectación de los intereses del consumidor final, como efecto de dicho desbalance en la negociación entre las cadenas de supermercados y los proveedores. De acuerdo con la información consultada, la causa del desequilibrio que surge del poder de compra de los supermercados radica en la debilidad estructural de los proveedores, los cuales no han podido basar sus negociaciones en el principio fundamental del “trato justo”, y ello debido a la fragmentación del sector que se encuentra en el lado de la oferta. La intervención del Estado para garantizar el ajuste a condiciones más equilibradas, en la negociación y cierre de los contratos, depende así de la posibilidad de evidenciar la repercusión negativa de esta situación en los consumidores.

La Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia en su artículo 12 regula todas aquellas concentraciones prohibidas y que tengan por objeto restringir, disminuir, dañar o impedir la libre competencia. Sin embargo, en el segundo párrafo aclara que no se considera una concentración prohibida aquella que genere un incremento en la eficiencia económica o un bienestar al consumidor. Se deja fuera de esta norma de exclusión a otros agentes económicos que pueden salir afectados, como podrían ser proveedores, distribuidores e, incluso, la mediana, pequeña o microempresa que también intenta competir en el libre mercado.

La Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC) elaboró en 2012 un estudio sobre la dinámica de los supermercados en el mercado hondureño, con énfasis en el Distrito Central y San Pedro Sula. En el estudio, se determinó que existe un grado de “competencia efectiva” en el segmento compuesto por los supermercados e hipermercados, donde se ve reflejado un grado de sustituibilidad cercana, en cuanto al nivel de elección de los consumidores.

En dicho estudio, la CDPC (2012: 51) determinó: “aún y cuando [se] registra elevados grados de concentración [...] [se] observa algún grado de competencia efectiva en el mismo, que si bien la expansión ocurrida en las cadenas

de supermercados ha sido en detrimento de los supermercados más pequeños, podría inferirse a priori que las reglas en este segmento del mercado [...] las está dictando el mercado mismo”. De acuerdo con el estudio analizado, la CDPC hace una valoración marginal en lo que se refiere al segmento conformado por los proveedores, estableciendo en sus recomendaciones lo siguiente:

Incentivar a los proveedores en gran escala a establecer reglas claras en cuanto al otorgamiento de tratos preferenciales con relación a precios especiales y otras bonificaciones por compras en volúmenes a los supermercados de mayor tamaño, a efecto de que asimismo se favorezcan, de acuerdo con su volumen de compra, a los supermercados más pequeños, de manera que estos últimos puedan competir en mejores condiciones en el mercado. (CDPC: 2012: 60)

Sobre el particular, es importante resaltar que la CDPC asume una presunción, la cual consideramos cuestionable, al considerar que la relación comercial entre proveedores y las cadenas de supermercados no es de naturaleza contractual, sino “solo comercial”. Pareciera que la CDPC ignora que la relación comercial toma forma mediante un contrato. Y esto queda evidenciado precisamente con la propia relación comercial, la cual implica un acuerdo entre las partes, que sin equívoco el derecho califica como un contrato (el cual evidentemente puede ser no escrito).

Adicionalmente, es importante resaltar que de acuerdo con el artículo 7º de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia se enumeran las “prácticas prohibidas por ser restrictivas por sus efectos”,<sup>6</sup> a saber:

1. Entre agentes económicos que no sean competidores entre sí, la imposición de restricciones concernientes al territorio, al volumen o a los clientes, así como la obligación de no producir o distribuir bienes o servicios por un tiempo determinado a un agente económico distribuidor o proveedor para vender bienes o prestar servicios;
2. La fijación de los precios o demás condiciones, que el agente económico distribuidor o proveedor debe observar al vender bienes o prestar servicios;
3. [...]
4. La subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que por su naturaleza o con arreglo a los usos del comercio no guardan relación con el objeto de tales contratos;
5. La transacción sujeta a la condición de no usar, adquirir, vender o proporcionar los bienes o servicios producidos, distribuidos o comercializados por un tercero;

6. Según el artículo 7º de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, “son prohibidos por su efecto los contratos, convenios, combinaciones, arreglos, o conductas no incluidas en el ámbito del artículo 5º de la presente ley, cuando restrinjan, disminuyan, dañen, impidan o vulneren el proceso de libre competencia en la producción, distribución, suministro o comercialización de bienes o servicios”.

6. La fijación de precios por debajo del costo, para eliminar a los competidores en forma total o parcial o la aplicación de prácticas desleales;
7. La limitación de la producción, distribución o el desarrollo tecnológico por parte de un agente económico, en perjuicio de los demás agentes económicos o los consumidores;
8. El otorgamiento de condiciones favorables por parte de un agente económico a sus compradores con el requisito de que sus compras representen un determinado volumen o porcentaje de la demanda de aquellos; y
9. Cualquier otro acto o negociación que la Comisión considere restrinja, disminuya, dañe, impida o vulnere el proceso de libre competencia en la producción, distribución, suministro, o comercialización de bienes o servicios.

Otro aspecto a considerar es que el mismo Código de Comercio permite que una de las partes pueda exigir la celebración de un contrato, cuando una de ellas se niegue a celebrarlo y que además pueda probarse que una de las partes ha realizado actos abusivos como es la imposición de condiciones en cuanto a precios, comercialización de productos en tiendas, condiciones de pago en la compra de bienes, incumplimiento de políticas referentes a la distribución y otros aspectos sobre los cuales están siendo afectadas las diferentes partes.

El estudio referido anteriormente resalta el papel que el proveedor tiene en la cadena de venta y compra de productos y servicios, los que también se deben enmarcar dentro de un ámbito de competencia efectiva, ya que es el proveedor quien debe cumplir una serie de requisitos al momento de suministrar los productos que al final serán adquiridos por el consumidor. Resulta interesante que sean los supermercados los que tienen la libertad de adquirir sus productos al proveedor que más les convenga, identificando incluso que cada día es más difícil para los proveedores poder competir con los estándares que las cadenas de supermercados exigen.

La situación hondureña no es muy distinta de la de Costa Rica, la cual se presenta de seguido.

## **2.2. La situación en Costa Rica**

Las relaciones contractuales entre los grandes distribuidores minoristas de alimentos y sus proveedores son calificadas en Costa Rica como de naturaleza comercial. Estas relaciones tienen lugar entre dos entidades que se dedican profesionalmente a sus respectivas actividades, son, entonces, comerciantes en términos tanto del derecho comercial como del derecho del consumidor. Las relaciones se caracterizan porque su objeto fundamental es el intercambio, a título oneroso, de bienes que en este caso específico son productos alimentarios.

En este sentido, podría pensarse que el contrato de compraventa constituye el marco contractual de estas relaciones. No obstante, a pesar de su idoneidad para



enmarcar los intercambios puntuales de bienes, este contrato presenta algunas limitaciones en el contexto fáctico de relaciones que perduran en el tiempo, como veremos en el subapartado 9.2.2.1. Se trata, en efecto, de relaciones duraderas, cuyo marco contractual ha de ser propicio para una “ejecución continua o sucesiva” (por oposición a una ejecución “simultánea o instantánea”). Por ello, se ha optado por el uso de otros contratos que se adaptan mejor a estas relaciones comerciales duraderas, los cuales han sido genéricamente denominados “contratos de distribución”, tema que trataremos en el subapartado 9.2.2.2.

### *2.2.1. Los límites del contrato de compraventa en este ámbito*

En Costa Rica, el contrato de compraventa es un contrato típico o nominado, cuya regulación de base se encuentra en el Código Civil.<sup>7</sup> Asimismo, para los negocios de naturaleza comercial, el Código de Comercio contiene un conjunto de disposiciones relativas a la compraventa mercantil.<sup>8</sup>

La compraventa es, quizá, el contrato traslativo de dominio más importante. El presente informe no pretende, ni tiene por objeto, analizar en profundidad este contrato, para ello existe ya literatura al respecto.<sup>9</sup> Más bien, este informe busca señalar puntualmente los límites que presenta este contrato para las relaciones bajo estudio.

Indudablemente, el contrato de compraventa permite el intercambio oneroso de bienes y, desde esa óptica, podría ser un buen instrumento para organizar las relaciones. De igual forma, múltiples elementos accidentales de dicho contrato, surgidos tanto de la ley como de la autonomía de la voluntad de las partes, le dan una gran flexibilidad. Sin embargo, presenta algunas limitaciones cuando se trata de una relación duradera en el tiempo. Estas limitaciones se manifiestan ante la existencia de múltiples bienes que son objeto de transacción, los cuales tienen precios que se calculan de manera diferente (algunos por unidad, otros por peso) y que generan diferentes plazos para los pagos (tanto del precio como de eventuales intereses). Finalmente, las relaciones entre las cadenas de supermercados y sus proveedores se han vuelto más complejas, y no es extraño que el supermercado cobre a sus proveedores por la prestación de ciertos servicios. Esto genera eventualmente una posibilidad de compensación entre el precio de los bienes adquiridos por el supermercado (y que distribuye posteriormente a los consumidores) y los servicios que este presta a sus proveedores.<sup>10</sup>

7. Código Civil, ley 63 del 28 de setiembre de 1887.

8. Código de Comercio, ley 3.284 del 30 de abril de 1964.

9. Véanse, por ejemplo, los manuales de Federico Torrealba Navas (2018) y de Ignacio Monge Dobles (2014).

10. Este tema en particular será abordado más adelante.

Las situaciones descritas en el párrafo anterior hacen que se vuelva demasiado complejo y costoso utilizar “un conjunto” de contratos de compraventa para darle forma jurídica a la relación que mantienen las grandes cadenas de supermercados con sus proveedores agropecuarios. Se ha optado, entonces, por la puesta en aplicación de lo que genéricamente ha sido denominado un “contrato de distribución”. Este tipo de contrato no está estipulado en la ley y su desarrollo surge de la práctica mercantil, es decir de la autonomía de la voluntad, los usos y las costumbres mercantiles.

### 2.2.2. *Los elementos naturales del contrato de distribución*

Al apreciar la tipicidad del contrato de distribución, resulta importante distinguir entre la distribución local o nacional, por una parte, y la distribución internacional, por otra. Si la primera se enmarca en el contexto de un contrato atípico, la segunda (la internacional) encuentra una ley especial que define las pautas del respectivo contrato. La Ley de Protección de Representantes de Casas Extranjeras<sup>11</sup> regula, en efecto, el denominado contrato de distribución internacional en Costa Rica.

Para los efectos del presente estudio, que se enfoca hacia una reflexión acerca de la seguridad alimentaria y que considera en particular el concepto “vulnerabilidad alimentaria”, interesa sobremanera la distribución local o nacional, pues esta vincula a los productores agropecuarios nacionales con las grandes cadenas de supermercados, las que ponen los productos a disposición de los consumidores. Así, en este informe no se abarcará la temática relativa a la distribución internacional.

El contrato de distribución comercial, en el ámbito nacional o local, es un contrato atípico en la legislación costarricense. No obstante, la jurisprudencia y la doctrina han contribuido a su caracterización, al punto de que hoy en día puede afirmarse que se trata de un contrato frecuentemente empleado y bien conocido.

Así, por ejemplo, la doctrina costarricense<sup>12</sup> (en línea con la principal doctrina extranjera)<sup>13</sup> considera a este contrato como “de colaboración”, por cuanto las partes persiguen un objetivo común, pero es categórica en afirmar que no se trata de un contrato asociativo. El caso que nos ocupa se trata de dos partes, que mantienen la individualidad patrimonial propia de cada una de ellas.

11. Ley de Protección al Representante de Casas Extranjeras 6.209 del 9 de marzo de 1978.

12. Véanse en este sentido Federico Torrealba Navas (2018: 1254) e Ignacio Monge Dobles (2014: 586).

13. Véanse, en este sentido, François Collart Dutilleul y Philippe Delebecque (2015), Marie Malaurie-Vignal (2006) y Martine Behar-Touchais y Georges Virassamy (1999).

También suele caracterizarse como un contrato bilateral, a título oneroso, conmutativo, consensual y de ejecución continua (como se mencionó antes). Se da una discusión sobre si tiene o no un carácter *intuitu personae*.

En este mismo sentido, se indica que, a diferencia del contrato de agencia (en el que el agente puede o no actuar en nombre propio o ajeno, según se acuerde), en el contrato de distribución el distribuidor siempre actúa en nombre propio y por cuenta propia. Esto es, que no hay un “control” de una parte sobre la otra.

Además del control, otros elementos que suele señalarse como parte del contrato de distribución son los siguientes: la definición del territorio (de distribución), la exclusividad o no (la cual puede consistir en una “exclusividad de compra” o una “exclusividad de venta” o ambas), la duración (puede ser por tiempo indeterminado o por un plazo definido). Asimismo, puede haber una gran cantidad de obligaciones específicas que cada una de las partes asuma, dependiendo de la relación particular de distribución.

Si bien este es un contrato que ha encontrado un gran auge en la práctica comercial, no debe obviarse el hecho de que presenta, en efecto, múltiples variables. En el caso que nos interesa, no puede dejar de mencionarse una situación fáctica que afecta la configuración específica del contrato de distribución que estudiamos. Esta situación de hecho es, por una parte, la diferencia en la capacidad económica que tienen las partes (siendo la del distribuidor mucho mayor que la del proveedor agropecuario) y, por la otra, la situación de los supermercados de constituir un importante canal de acceso a los consumidores. Estas dos consideraciones hacen que el distribuidor tenga un poder comercial muy superior al de sus proveedores, lo cual incide directamente en la manera en la que se negocian y acuerdan los contratos.

No es extraño, entonces, que el distribuidor imponga las condiciones del contrato, como tampoco lo es que este no llegue a consignarse por escrito. Este último aspecto no debe menospreciarse en absoluto, puesto que la ejecución de un contrato tan complejo como este, sobre la base de un pacto verbal, puede degenerar fácilmente en una situación abusiva de la parte fuerte.

De esta manera, ha podido observarse una situación similar en las realidades costarricense y hondureña. En ambas se puede indicar que no existe un derecho especial que regule la materia y estas relaciones se enmarcan en el derecho general de los contratos comerciales. En este contexto, los grandes distribuidores minoristas tienen un poder de negociación muy superior al de sus proveedores de bienes agropecuarios. Esta situación podría tener consecuencias importantes que trasciendan la relación contractual y que incidan en la seguridad alimentaria.

### ***3. Las potenciales consecuencias que tendría, en la seguridad alimentaria, una relación desequilibrada entre los grandes distribuidores minoristas y sus proveedores<sup>14</sup>***

En el apartado anterior se revisaron los marcos normativos que regulan las relaciones contractuales entre los grandes distribuidores minoristas y sus proveedores de productos agropecuarios, en Costa Rica y Honduras. Se aprecia que el derecho aplicable a dichas relaciones no toma en cuenta la existencia de un desequilibrio de hecho en tal relación. Esta consideración podría incidir indirectamente en la seguridad alimentaria de los países.

Esta incidencia en la seguridad alimentaria podría ser más o menos importante si se atiende, en particular, al concepto de vulnerabilidad alimentaria. En efecto, una excesiva dependencia de los alimentos importados, fruto de un debilitamiento de la capacidad productiva local, aumenta la vulnerabilidad alimentaria de un país. El hecho de someter a los (pequeños) productores agropecuarios a negociaciones y relaciones contractuales desequilibradas de forma sistemática puede causar un debilitamiento del sector y el abandono de la actividad por parte de aquellos que no son capaces de rentabilizar su operación. Las realidades (fácticas y jurídicas) hondureña y costarricense son proclives a causar una mayor vulnerabilidad alimentaria (ver subapartado 3.2).

Así, se pone de manifiesto una relación importante, pero poco explorada por los juristas, entre el derecho de los contratos, por una parte, y el derecho humano a la alimentación, por otra parte (ver subapartado 3.1).

#### **3.1. La relación entre el derecho de los contratos y el derecho humano a la alimentación**

En este apartado se aspira a estudiar las implicaciones y posibles afectaciones de un fenómeno estrictamente comercial y económico, como es el contrato de distribución, sobre un derecho fundamental y de suma importancia para la sobrevivencia del ser humano: la alimentación. El contrato de distribución en el sector alimentario tiene el potencial de afectar la seguridad alimentaria y, por esa

14. Este segundo apartado es fruto del trabajo de campo realizado por las bachilleres Rosaura Fonseca Rodríguez y Jillian Miranda Monge, bajo la dirección de Hugo A. Muñoz Ureña. Estos resultados han sido presentados al Área de Investigación de la Facultad de Derecho de la UCR, como parte del proyecto de trabajo final de graduación en modalidad de tesis, titulado: “Implicaciones para el derecho humano a la alimentación de la relación contractual entre los grandes distribuidores minoristas de alimentos y sus proveedores”, el cual se encuentra actualmente en ejecución.

vía, al derecho humano a la alimentación (subpartado 9.3.1.1). De tal manera, la concentración en la distribución y la conflictividad que surja en el contexto de dicho contrato son de interés para la seguridad alimentaria (subpartado 9.3.1.2).

### *3.1.1. El vínculo entre el contrato de distribución y la seguridad alimentaria*

El derecho humano a la alimentación es objeto de reconocimiento en el plano internacional. Se trata así de un derecho humano consagrado en diversos instrumentos, especialmente de derecho internacional. En este sentido, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC)<sup>15</sup> obliga a los Estados parte a garantizar el derecho de toda persona a la alimentación, como elemento del derecho a un nivel de vida adecuado. La misma obligación se establece para los Estados parte del Protocolo Adicional a la Convención Americana sobre Derechos Humanos en materia de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, conocido como Protocolo de San Salvador.<sup>16</sup> En este instrumento se reconoce expresamente el derecho humano a la alimentación.

Lo anterior debe apreciarse teniendo en cuenta que este derecho humano se caracteriza por ser de naturaleza “prestacional”,<sup>17</sup> “programático” o “de desarrollo progresivo”. Debido a lo anterior, no es suficiente con su simple reconocimiento para satisfacer el mandato. Este tipo de derechos fundamentales se convierten en un programa de acción de los poderes públicos, en cuanto estos deben velar porque se vuelvan realidad. Así, a pesar de las dificultades que puedan presentarse para desarrollarlos, por ejemplo de tipo presupuestario, los derechos fundamentales constituyen mandatos incuestionables, con eficacia directa e inmediata, al estar incluidos en las propias Constituciones políticas o en los instrumentos de derecho internacional de los derechos humanos que han sido adoptados por los Estados.<sup>18</sup>

En otras palabras, el contenido de este derecho consiste en crear y mantener, a través de normativa y políticas públicas, las condiciones económicas, sociales y

15. Aprobado por resolución 2.200 (XXI) del 16 de diciembre de 1966 de la Asamblea General de las Naciones Unidas (ONU), aprobado por la Asamblea Legislativa de Costa Rica el 11 de diciembre de 1968.

16. Adoptado por la Asamblea General de la Organización de los Estados Americanos (OEA) el 17 de noviembre de 1988, y aprobado en su totalidad por la Asamblea Legislativa costarricense mediante ley 7.907 del 3 de septiembre de 1999.

17. Al respecto, véase el considerando IV “Sobre la normatividad de los derechos prestacionales”, en la resolución 2.794 del 8 de abril de 2003 de la Sala Constitucional de la República de Costa Rica.

18. Al respecto, véanse las siguientes resoluciones de la Sala Constitucional de la República de Costa Rica: considerando VIII “Desarrollo progresivo de los derechos prestacionales”, en voto N.º 11.043 del 23 de junio de 2010. Asimismo, votos N.º 2.794 del 8 de abril de 2003 y 11.515 del 6 de diciembre de 2002.

ambientales necesarias para que las personas puedan tener acceso a los alimentos, mediante su adquisición o su producción. De esta manera, se refuerza el vínculo estrecho entre el derecho humano a la alimentación y la seguridad alimentaria, pues los esfuerzos para garantizar la seguridad alimentaria contribuyen a la realización del derecho humano a la alimentación.

De tal manera, el reconocimiento inicial del derecho humano a la alimentación se ve completado por la relación estrecha entre este derecho humano y la seguridad alimentaria. Esta relación estrecha entre un concepto jurídico (derecho humano) y un concepto de orden “técnico gerencial” de administración de los recursos resulta ser un elemento clave para conseguir la realización efectiva del derecho humano a la alimentación.

En una economía de mercado, como la que impera en los dos países estudiados, el distribuidor minorista de alimentos es un actor clave para garantizar la disponibilidad, el acceso y la obtención de alimentos de la población (consumidores). Entonces, el distribuidor minorista de alimentos juega un rol (consciente o inconscientemente) para la seguridad alimentaria. Y los grandes distribuidores (grandes supermercados) son, sin duda, muy importantes por cuanto ayudan al abastecimiento de una gran cantidad de personas.

Sin embargo, este distribuidor de alimentos no es autónomo y forma parte de una “cadena” (Romero Pérez, 2012: 98). Requiere, en efecto, la participación de un proveedor para abastecerse de los productos y llevar a cabo su actividad comercial. En este sentido, tanto los distribuidores como sus proveedores contribuyen al abastecimiento del mercado alimentario.

A partir de la breve explicación anterior, se observa la relación entre el contrato de distribución, regido por el derecho de los contratos comerciales y el derecho humano a la alimentación. El estudio del contrato de distribución y de su entorno fáctico puede entonces articularse bajo el prisma de la alimentación. La conflictividad entre las partes de dicho contrato y la concentración en la distribución puede evidenciar situaciones que incidan en la seguridad alimentaria y, por ende, en la realización del derecho humano a la alimentación.

### 3.1.2. La concentración en la distribución y la conflictividad contractual

En este punto, se hará especial referencia a la realidad costarricense, pero los planteamientos generales podrían ser igualmente válidos para la realidad hondureña.

No es sino hasta la década de 1960 cuando las grandes cadenas de distribución se consolidan en Costa Rica. Supermercados como Más x Menos, Automercado y Palí, entre otros, se caracterizan por aglomerar gran cantidad de productos en un mismo lugar, con el fin de que sean de más fácil acceso para el consumidor final. Más recientemente se da un fenómeno doble de concentración y expansión. Así, en 2010 se observa que *“se dio una expansión muy significativa, especialmente*

*en el caso de las cadenas que sirven a la población de menores ingresos.* Este es el caso de Palí, Súper Compro y Maxi Bodega. Con inversiones superiores a los 20 millones de pesos, las cadenas de supermercados Automercado, Walmart y Gessa abrieron en total 18 nuevos puntos de venta en 2010. Diez son nuevos puntos de venta de Walmart (Palí y Maxi Bodega), dos Automercados y seis nuevos supermercados de Gessa (Perimercados y Súper Compro). De acuerdo a *La Nación* (1° de enero de 2011) una vez estén en operación estos nuevos puntos de venta, *en total, el país contará con 323 supermercados*, de los cuales 170 son de Wal-Mart, 82 de Megasuper, 58 de Gessa y 13 de Automercados [...] Las cadenas de supermercados Walmart, Automercado y Gessa abrirán entre todas 18 nuevos puntos de venta en 2010” (Camareno y Lezcano, 2016: 65; nuestro subrayado).

Aunado a lo anterior, Costa Rica se ha caracterizado históricamente por ser un país con un desarrollo económico muy dependiente del sector agrícola. En esta línea, el estado de la agricultura realizado para el XXI Informe del Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible, de 2014, establece:

La importancia socioeconómica del sector agropecuario va más allá del valor monetario de la producción; este constituye no solo el sustento de muchas familias sino que también es su principal medio de vida, haciendo un aporte al bienestar humano que resulta difícil ser cuantificado. (Chacón Cascante, 2014)

Analizando en conjunto ambos elementos –el éxito de los distribuidores minoristas junto con la conveniencia que implican para el consumidor final–, así como la importancia del sector nacional agrícola, se aprecia cómo los productores costarricenses se han visto en la necesidad de colocar sus productos en esta plataforma de mercado, facilitada por el distribuidor.

En este sentido, existe una relación de provecho común entre distribuidores y proveedores. Esta interacción impacta en el acceso, la calidad y el precio de los alimentos, lo que incide en la efectividad práctica de la seguridad alimentaria y el derecho humano a la alimentación. No obstante, el desequilibrio observado en las relaciones contractuales de distribución ha desencadenado prácticas desleales o abusivas, que inciden negativamente en la producción y el abastecimiento de alimentos. A modo de ejemplo, en Costa Rica se dio a conocer el caso de la empresa Café Volio S.A., que denunció a la Corporación de Supermercados Unidos (CSU) “por supuesta imposición de precios a sus productos [...] y debido a esta situación debió retirar su marca de los estantes de las cadenas de la CSU (Más x Menos, Palí e Hipermás) ante las aparentes presiones ejercidas por la corporación para que le brindara mayores descuentos o le incrementara los precios a otros supermercados o abastecedores. Esto con el fin de que esta corporación pudiera mejorar su rentabilidad” (Camacho y Cordero, 2001).<sup>19</sup>

19. También se puede ver al respecto Randall Cordero (2007).

Asimismo, se comenta el caso de la embotelladora de refrescos y siropes La Cruz Blanca S.A., que tenía treinta años de venderles a los supermercados Más x Menos. Según Víctor Piedra, propietario de la sociedad, se le requirió que el precio otorgado a CSU fuera inferior a todos los demás. Después exigieron descuentos, pagos imprevistos para participar en promociones y para espacios en góndolas (Camacho y Cordero, 2001). El representante manifestó:

En septiembre del año anterior, la CSU comunicó a Cruz Blanca que no le entregara más productos. Querían que les diéramos un 30% de descuento, lo cual era entregarles nuestro margen de utilidad. La otra alternativa era un 15% de descuento y que les pagáramos la diferencia. No aceptamos. Según Piedra, hasta grandes compañías ceden con tal de que CSU les compre. (Camacho y Cordero, 2001)

Estas situaciones, en las cuales impera un desequilibrio en la relación contractual y la parte fuerte “hace su ley”, también han sido observadas en otras latitudes. En la experiencia de la Unión Europea se ha considerado lo siguiente:

En el marco de la cadena de suministro agrícola y alimentario, se producen con frecuencia desequilibrios importantes en cuanto a poder de negociación entre proveedores y compradores de productos agrícolas y alimentarios. Estos desequilibrios en el poder de negociación es probable que conduzcan a prácticas comerciales desleales, si los socios comerciales de mayor tamaño y poder tratan de imponer determinadas prácticas o disposiciones contractuales que les benefician en relación con una transacción de venta. Estas prácticas pueden, por ejemplo, apartarse en gran medida de las buenas conductas comerciales, ser contrarias a la buena fe y a un trato justo e imponerse de manera unilateral por una de las partes a la otra; o imponer una transferencia desproporcionada e injustificada de riesgo económico de una de las partes a la otra; o imponer un desequilibrio importante de derechos y obligaciones a una de las partes. Determinadas prácticas podrían ser manifiestamente desleales, aun cuando ambas partes las aceptaran. Conviene introducir un nivel mínimo de protección en la Unión contra las prácticas comerciales desleales a fin de reducir la incidencia de tales prácticas que pueden tener repercusiones negativas en los niveles de vida de la comunidad agraria. (Ciamba y Tajani, 2019: 59)

La presión que se ejerce sobre los productores, en el contexto de las relaciones contractuales, puede llegar a ser muy fuerte. Esta podría llegar a atentar, incluso, contra la viabilidad o sostenibilidad económica de la actividad. Esta presión incide negativamente en la producción nacional, privilegiando algunas veces las alternativas de importación de alimentos, lo que —a término— puede incrementar la vulnerabilidad alimentaria.



### **3.2. La evidencia de un posible incremento de la vulnerabilidad alimentaria**

Debe señalarse que, además de los ya mencionados, son pocos los casos que se han dado a conocer en Costa Rica. Dicha problemática tampoco ha sido abarcada por la jurisprudencia, debido probablemente al temor por parte del productor agropecuario de presentar sus conflictos ante los tribunales de Justicia. Es por esta razón que, para el desarrollo de este trabajo, se llevaron a cabo una serie de entrevistas exploratorias, con el fin de conocer la realidad nacional; tanto desde la perspectiva de los supermercados como de las cámaras comerciales o corporativas, y prestando también atención a la perspectiva de los productores de alimentos.

De dichas entrevistas se destacan temas fundamentales que justifican el presente estudio y su eventual profundización futura. Es necesario aclarar que la identidad de las personas entrevistadas y los nombres de los distribuidores minoristas a los que hicieron referencia en sus relatos serán manejados de *forma anónima*, en razón de que las personas entrevistadas lo han solicitado así expresamente, pues temen verse perjudicadas en sus relaciones comerciales o laborales.

Tanto la solicitud de anonimato cuanto la inexistencia de diferendos judiciales, como la poca información pública sobre una realidad que sí existe —en Centroamérica y en otras regiones—, hacen suponer la vulnerabilidad de la parte débil de la relación contractual. Esta vulnerabilidad empresarial (del productor agropecuario) incide potencialmente en la vulnerabilidad alimentaria. Esto puede expresarse, al menos, en tres niveles: la política pública (9.3.2.1), el comportamiento del mercado (9.3.2.2) y en la propia relación contractual (9.3.2.3).

#### *3.2.1. Elementos de política pública*

Con respecto a las políticas públicas que han influido en la relación comercial de distribución, se menciona en las entrevistas el rol que ha tenido la suscripción de tratados comerciales por el Estado, debido a su impacto en la producción nacional. Se indica por parte de los afectados que se promueve más la importación que el fortalecimiento de los sectores productivos nacionales, teniendo esto un impacto en los precios de los bienes de consumo; en este sentido, mencionan lo siguiente:

Es común que se manipule el mercado y se manipulen los precios. Esto es porque los que están en el comercio tienen una gran oportunidad de manejar sus inventarios con productos de cualquier parte del mundo y son productos que nosotros producimos entonces en el momento en que ya se da el efecto de que viene un barco que está en bahía sin tocar territorio ya está haciendo un efecto de precios hacia la baja, la baja para los productores, igual si son contenedores. (Entrevista a cámara —sindicato empresarial—, 3 de abril de 2019)

También posee relevancia el papel de la canasta básica de consumo y la implementación de impuestos a ciertos bienes, interviniendo en el mercado desde la incentivación o desincentivación de consumo.

Asimismo, la participación del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, del Ministerio de Salud y del Ministerio de Agricultura y Ganadería tiene un papel de suma importancia en la determinación de las normas técnicas de salud y de calidad mínima que se debe ofrecer para la venta, en relación con los precios, con el fin de fiscalizar y no afectar al consumidor en el mercado. Respecto de este tema, los entrevistados señalan que “en realidad es que ahorita hay tres ministerios obviamente trabajando, el Ministerio de Comercio, de Salud y de Agricultura con ese tema. Porque el de Salud entra porque no se están respetando las normas técnicas, entonces el producto que se está vendiendo en un anaquel es de mala calidad” (entrevista a cámara –sindicato empresarial–, 15 de abril de 2019).

En este mismo sentido, existe una noción por parte de los productores de que el sector agrícola no está representado o amparado de forma idónea por parte de las instituciones gubernamentales:

Por eso es que esto de los mercados debe de ser de gran observancia de política del Estado, pero para que el Estado sea un interventor, no que sea un protector, pero sí para que haya transparencia, que haya tutela del Estado. Y para eso se requiere una mejor legislación y se requiere de un Estado que no sea solo un Estado firmante sino que también el Estado verifique la normativa; no estamos hablando de protección, estamos hablando del derecho que nos asiste como productores y también del derecho que les asiste a los consumidores. Se ha hablado mucho de que estos tratados iban a reducir el precio de los alimentos para los consumidores pero en realidad no ha generado ese efecto. Entonces sí creemos que sí han pagado sobrepuestos, pero también creemos que sí ha afectado a la producción local por la competencia desleal- (Entrevista a cámara –sindicato empresarial–, 3 de abril de 2019)

Como consecuencia de los reclamos de los productores sobre las prácticas que consideran abusivas, se han hecho esfuerzos por parte del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) para firmar un código de buenas prácticas comerciales (Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria *et al.*, 2017) entre varios distribuidores (Automercado, Perimercados, Compre Bien, Pequeño Mundo, PriceSmart, Megasuper y Walmart) y la Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA) en noviembre del 2017. “De acuerdo con el MEIC, las prácticas incluidas en el Código se basan en la dinámica de las relaciones comerciales referente a costos, descuentos, promociones, aceptación e inscripción de nuevos productos, promociones, y discriminación de precios, entre otros aspectos, donde prevalezca la libre competencia y sana negociación” (Villalobos, 2017). Sin embargo, finalmente en mayo del 2018, Walmart estableció su propio “Código de fortalecimiento de las buenas prácticas comerciales para Centroamérica”.

### 3.2.2. Comportamiento del mercado

En relación con el comportamiento del mercado, y siendo también el punto más sobresaliente de las entrevistas, se señala el tema de la fijación del precio. Según los entrevistados, dado que la política de precios es privada,<sup>20</sup> la fijación de estos se da de forma unilateral por debajo del precio determinado por el Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (CENADA) del Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA), que le paga al productor hasta 30% menos del precio mínimo definido para los bienes de consumo, a saber:

Entonces en el caso de ellos tengo un problema serio, por ejemplo, que aquí digamos el mercado más importante y el que se utiliza de referencia para precios se llama PIMA-CENADA. PIMA-CENADA hace una publicación tres veces a la semana que son lunes, miércoles y viernes, y esos precios vienen: precio mínimo, precio máximo y precio de moda (que es como a lo que se vendió mayormente). Pero digamos distribuidor A a nosotros nos paga hasta con 30% del precio mínimo. Ellos hablan de 20% pero no, es a veces hasta 30%. (Entrevista a proveedores agrícolas de supermercados, 11 de abril de 2019)

Bueno, en la compra de brassicas, que sería producto D, producto C y producto B que es más volumen, ellos están pagando eso, moda menos 30%. (Entrevista a proveedores agrícolas de supermercados, 11 de abril de 2019)

Explican también que PIMA-CENADA no refleja bien los precios de los productos, dado que el producto que reciben para hacer las estimaciones de precio no es de tan buena calidad como el que se requiere en los supermercados. Se establece por los entrevistados que, a pesar de lo anterior, los supermercados utilizan ese precio de base para negociar a la baja, y se mencionan cambios de precios de hasta dos veces a la semana por parte de los distribuidores minoristas. Al respecto, alegan lo siguiente:

Ahora, nosotros el mayor problema que tenemos es la fijación de precio, porque por ejemplo distribuidor A te pide a vos un producto calidad *premium* y te está pagando con un precio mínimo de acuerdo con CENADA. CENADA llega (tiene una calificación de) producto bueno, malo y regular. Y digamos el precio mínimo que se vende en CENADA es el producto malo, el de mala calidad, y a nosotros nos están pagando con un precio menor a esa mala calidad. (Entrevista a proveedores agrícolas de supermercados, 11 de abril de 2019)

20. “La política de precios es privada, ellos te interponen un precio, nadie les establece qué precio te ponen” (entrevista, 15 de abril de 2019).

Todos estos elementos podrían ser reveladores de una gran distorsión del mercado, implicando mercados administrados o manipulados, altos precios en relación con la calidad, exceso de oferta en relación con la demanda, y una baja rotación de producto, dadas las condiciones mencionadas. Se habla de una falta de elasticidad del mercado y de muchas oportunidades para que haya un margen de manipulación por los actores más poderosos, incurriendo en ventas por debajo del precio en relación con la calidad y con la cantidad ofrecida por el proveedor. Esto conlleva, además, el efecto de que el consumidor tiene que pagar más caro el producto y, por lo tanto, tiende a comprar menos cantidad.

Uno de los proveedores entrevistados resalta haber observado que, dadas las políticas de fijación de precios, el distribuidor (quien acepta el producto y pertenece a una cadena de supermercados) al realizar la compra de productos inicial se gana un porcentaje del valor del bien, porque lo está comprando a un precio más barato, para luego revenderlo a la cadena de supermercados a un precio mayor. Lo anterior implica que dicho distribuidor se gana un valor mayor por producto, a costas del pago de un mal precio al proveedor.

Ah, bueno; por cierto, antes de avanzar en ese tema, te comento que X, yo me di cuenta de que X maneja un precio de venta a distribuidor A, o sea cuando nosotros le vendemos a X, X cobra un porcentaje de ese producto y le vende a distribuidor A, y distribuidor A se gana el otro porcentaje. O sea, imagínate el nivel de manejo que llevan ellos, entonces ellos están diciendo: “Ok, separemos X de distribuidor A, entonces distribuidor A le compra a X tanto, X se ganó tanto, entonces ahora distribuidor A se ganó otro porcentaje”. (Entrevista a proveedores agrícolas de supermercados, 1 de abril de 2019)

También es importante resaltar que existe una dificultad para organizar a los productores, ya que son muchos y de diversos sectores productivos.

Relacionado con la actuación de los supermercados en el país, se revela que está supeditada a las instrucciones de representantes internacionales de la cadena. Se menciona por parte de los entrevistados que existe una preocupación en los distribuidores minoristas acerca de que las prácticas que acostumbran tener se vuelvan de conocimiento público, hecho que afectaría su reputación o sus ventas: “Distribuidor A tiene pavor de que se hagan públicas las cosas. Por ahí nos hemos dado cuenta de que si se hace público les llaman la atención, entonces por ahí vamos bien también” (entrevista a proveedores agrícolas de supermercados, 1 de abril de 2019).

### 3.2.3. *Relación contractual*

Sobre la relación contractual como tal, se observa que usualmente no existe un contrato escrito y que es común que no se dé una negociación formal entre ambas

partes, sino que las condiciones se establecen unilateralmente por la parte más poderosa, que es el distribuidor minorista. En este sentido, se argumentó lo siguiente:

No hay un contrato firmado como tal por ambas partes, en el que se diga que nos van a recibir tanta cantidad, el precio va a ser fijado de tal forma. Eso es más que todo fijado, bueno, en mi caso yo al que le entrego es a distribuidor B y a distribuidor A. Ellos lo que hacen es una cuestión unilateral, en la que por ejemplo la empresa viene y nos hace una serie de inspecciones a la bodega, pide una serie de requisitos tanto en el manejo del producto como la planta donde se va a manipular el producto. De acuerdo con esa inspección nos dice que cumple con los requerimientos y entonces usted es apto para... Eso es como una primera parte. (Entrevista a proveedores agrícolas de supermercados, 11 de abril de 2019)

Según relatan, al inicio lo que se les solicita a los proveedores es completar un formulario para tener datos relativos a pagos, pero ni siquiera los distribuidores minoristas de alimentos entrevistados tienen claridad de si solicitan toda la información necesaria, o si cumplen o no con la normativa. También los productores entrevistados mencionan por qué les han requerido firmar documentos en los que se libera de responsabilidad al distribuidor. Al respecto se mencionó lo siguiente:

Contrato no tenemos. Más bien las empresas nos hacen firmar algo como un contrato en el que ella queda exenta si aparecen problemas de los productos que uno lleva. Si aparece algo es responsabilidad de uno. Es como una carta... Uno firma un papel donde deja exenta a la empresa de cualquier problema. Nunca hemos tenido contrato, hemos negociado de palabra con el comprador que existe ahí. (Entrevista a proveedores agrícolas de supermercados, 3 de abril de 2019)

Debido a lo anterior, esta relación comercial es propensa a que constantemente se den cambios repentinos en las condiciones contractuales, ya que se van determinando durante la ejecución del negocio, al no estar establecidas claramente de previo, o en un instrumento que obligue a la parte más fuerte.

Igualmente, de las entrevistas se desprende que la mayoría de las veces las promociones o descuentos son asumidas por el proveedor y esto sin un acuerdo previo entre las partes. Generalmente, se definen las condiciones de forma unilateral por parte del distribuidor minorista. Este determina el momento de inicio y finalización de la promoción, así como el porcentaje a reducir del valor del producto. Como resultado, a los productores les pagan el precio ya definido a la baja, menos el porcentaje aplicado en la promoción. Los entrevistados mencionan que la práctica que utilizan los distribuidores para recompensar al proveedor en estos casos es realizar un pedido de mayor volumen. Sin embargo, el punto en el que se muestra mayormente la inconformidad gira en torno a que la cantidad

de producto solicitado en los pedidos posteriores es muy baja, y se mantiene el precio normal de venta que paga el distribuidor, con lo que el proveedor sigue siendo perjudicado. En síntesis, se considera por parte de los entrevistados que, con la promoción, el distribuidor aprovecha para suplir con producto el supermercado, utilizando lo que se vende en la época de promoción, pero quedándose con un producto sobrante, por lo que los pedidos posteriores a los proveedores son sumamente reducidos. Sobre este aspecto, se indicó lo que sigue:

Las promociones las manejan ellos de la siguiente manera. Ellos te dicen: “Bueno, vea una vez al mes vamos a manejar una promoción del 20%, entonces el precio menos el 20% te voy a pagar, y te voy a pedir más volumen”. Entonces ellos lo que hacen es que te piden, si vos estás llevando, un ejemplo, 200 cajas de producto, esa vez te van a pedir 600 cajas para ese día, entonces ellos te dicen: “Es que usted con el volumen va a compensar el precio menos 20 que te estamos pagando”, y es totalmente al contrario porque vos estás echando más producto; si más barato, estás perdiendo más todavía. El tema es que después de que sucede eso, el siguiente pedido o los dos siguientes pedidos son muy bajos ya con un precio normal [...] no conozco ningún proveedor que esté de acuerdo, están proveyendo porque no sé qué les queda, o no tienen tal vez otro foco, u otro canal de comercialización, pero no es algo que sea bueno en términos de venta, es completamente una pérdida para uno. (Entrevista a proveedores agrícolas de supermercados, 2 de abril de 2019)

A pesar de la posibilidad de verse perjudicados por la imposición de promociones, los productores entrevistados resaltan que en ciertas oportunidades sí les conviene realizar descuentos o promociones con el propósito de deshacerse del producto perecedero que tienen de más. Sin embargo, al no existir un espacio de negociación real entre el distribuidor y el proveedor, ni siquiera cuentan con la posibilidad de hacer propuestas en las que se podrían ver beneficiadas ambas partes.

Vinculado con lo anterior, los proveedores entrevistados que informan que en ciertas ocasiones se les obliga a comprarles las etiquetas y bolsas al supermercado, incluso sobresale el hecho de que el productor a veces debe incurrir en el pago de gastos operativos que corresponderían normalmente a la actividad del supermercado. A modo de ejemplo, se dio a conocer por medio de las entrevistas que recientemente los productores se manifestaron disconformes debido a que una gran cadena de supermercados les impuso el pago de las cajas e se entrega el producto, es decir, el productor le debe comprar las cajas al mismo supermercado que les recibe los bienes, y en caso contrario no se los aceptan.

Sumado a lo anterior, los productores entrevistados indican que el distribuidor de esta cadena comercial les estaba cobrando por el lavado de cada una de las cajas mencionadas, por lo que los productores recurrieron a una corporación de interés público, la cual tiene como uno de sus objetivos establecer un régimen equitativo en las relaciones de producción, industrialización y mercadeo entre

productores y comercializadores, para que vele por sus intereses, con el fin de defenderse y evitar la consolidación de esta medida. A pesar de que se suspendió tal práctica, los entrevistados relatan que actualmente, como represalia, la cadena de supermercados está tardando mucho al recibir los bienes, por lo que los productores tienen que invertir más en el precio del transporte desde las fincas a los centros de evaluación y recepción del producto, pues se incurre en gastos operativos adicionales como la gasolina, el pago al conductor y el personal que se encarga de la entrega, entre otros.

De lo expuesto por los entrevistados, se determina que existe una serie de parámetros que consisten en estipulaciones previas al inicio de la relación comercial sobre cuestiones físicas de orden estético, referentes a las características y la calidad con las que debe entregarse el producto. Por ejemplo, en cuanto a presentación, tamaño, color, textura, cantidad de manchas permitidas en la fruta, que no se presenten gusanos, insectos, babosas o algún tipo de animal que sea perjudicial para el ser humano. Sin embargo, estos requerimientos son solicitados vía mensaje de texto o conversaciones informales, ya que no se encuentran presentes en documentos formales o en contratos escritos, lo que se presta para ir variando o modificando los requerimientos conforme transcurre la relación.

Aunado a lo anterior, los entrevistados comentan las “irregularidades” (o arbitrariedades) en que incurren los distribuidores en cuanto a la evaluación de los productos, previo a ingresarlos al supermercado, en razón de que relatan que algunas veces los proveedores llevan los bienes al distribuidor y estos son rechazados debido a supuestos incumplimientos de los requerimientos técnicos o cuestiones de calidad. Pero los productores señalan que se presentan al día siguiente para revisión, con el mismo producto sin realizarle ningún cambio, y esta vez sí son aceptados por el distribuidor. Del mismo modo, se indica que si hay mucha oferta de producto o se cuenta con producto de sobra, los estándares de calidad son más altos y rígidos, es decir, los distribuidores son más minuciosos a la hora de revisar el producto. No obstante, cuando la oferta es baja o existe escasez de determinado producto, los estándares son menos exigentes y se admiten calidades inferiores. En esta misma línea, también se resalta el alegato de los productores entrevistados relativo a la diferencia en cuanto a las exigencias de calidad al comparar la situación de los productos nacionales con los importados. Para estos últimos no se requiere un respeto riguroso de las normas técnicas, lo que conlleva que el distribuidor parece no tener problemas en recibir el producto internacional de una muy mala calidad, mientras que la calidad exigida a los productores nacionales es muy estricta.

Sobre estos aspectos, se menciona en las entrevistas:

Las promociones, la calidad exagerada, bueno... calidad exagerada entre comillas porque ya te expliqué: al final uno no entiende, y la tercera sería el tipo de pedidos que hacen ellos porque ellos te piden la mercadería, qué sé yo,

el día anterior te hacen un pedido y fluctúa demasiado, entonces así un día te pueden pedir 20 cajas, al otro día pueden ser 200, entonces ellos piensan que usted tiene una refri [nevera], abre, saca y ya; no es así jamás, eso ellos no lo tienen en cuenta. (Entrevista a proveedores agrícolas de supermercados, 2 de abril de 2019)

Con relación a la organización de los productos en los anaqueles o cámaras de refrigeración, no se observan inconvenientes en cuanto a la ubicación de los productos perecederos dentro del supermercado, ya que usualmente tienen sus espacios muy definidos dentro del local para todos los productores agrícolas. Lo anterior también es relevante, en cuanto los productores entrevistados reportan que una vez que el producto aprueba los requerimientos técnicos y se concreta la venta, los proveedores se desentienden de la administración interna de los productos, ya que es el distribuidor quien se encarga de toda la organización en sus propios locales.

Acerca de la morosidad en el pago, no existe consistencia en cuanto a los plazos que tiene el distribuidor para realizarlo. Algunos productores entrevistados mencionan que es cada diez días, otros cada quince días, y hasta se llega a hacer alusión a plazos de pago de un mes. De lo anterior, si bien no se determina exactamente el tiempo de pago de la obligación, sí se evidencia que este no se efectúa contra la entrega periódica del producto; usualmente se concede un plazo en que quedan créditos pendientes al cobro. Esta situación afecta a los productores debido a que requieren el dinero para la actividad de producción de los alimentos.<sup>21</sup>

En esta misma línea de ideas, no existe orden en cuanto a la forma y el medio para realizar los pedidos de productos perecederos. De las entrevistas se desprende que muchas veces los pedidos son solicitados vía mensaje de texto, por medio de la aplicación de WhatsApp, donde solicitan la cantidad de producto que necesita el distribuidor semanalmente. Se agrega en las entrevistas que debido a la informalidad anterior se realizan en muchas ocasiones pedidos de forma tardía, así como variaciones de la cantidad de pedido, algunas veces solicitando muchas unidades y otras veces muy pocas.

En este sentido, ante la consulta de si los intercambios entre las partes suceden mediante correo electrónico o por fotos, etc., aunque no haya un contrato escrito, un trabajador de un supermercado menciona:

Generalmente así es. [...] Eso se maneja por oficinas centrales directamente con el proveedor. Ya cuando haya una negociación y ambas partes están conformes con lo que negociaron, ahí ya empiezan a mandar por vía correo,

21. En la entrevista realizada el 2 de abril del 2019, el proveedor B se refiere a la cuestión de la siguiente manera: “Hay un dicho que dice que el cultivo no espera, la plata no está esperando a que vos vendas en quince días para aplicarle lo que ella necesita, ella lo ocupa ya. Entonces, sí, claro que hay una afectación y grande”.



fotos y todo. [Indican que] a partir de tal fecha tal proveedor ingresa, va a tener esto, esto y esto. Tantas unidades van a entrar de esto, con tal fecha de vencimiento. El proveedor va a asumir de tal manera, o el proveedor no va a asumir la merma. Todos esos términos de negociaciones [se dan] en las entrevistas que se hacen con el encargado del área de allá de mercadeo. A nosotros nada más nos dicen: “Estos son los pasos a seguir”. (Entrevista a trabajador de supermercado, 1 de abril de 2019)

Relacionado con lo anterior, es relevante resaltar que otro elemento de estudio en el presente trabajo es la falta de control y orden en cuanto a la cancelación de los pedidos, ya que constantemente esta se da con escasa antelación, generando una desventaja para el productor al tratarse de productos agrícolas y perecederos. Se resalta el hecho de que muchas veces les cancelan el pedido intempestivamente, sin ningún tipo de compensación a cambio, implicando gastos operativos y pérdidas de producto para el proveedor, lo que tiene una repercusión económica importante.

Una vez que los productos ya no son requeridos por el distribuidor minorista, al ser perecederos, el proveedor debe buscar una solución rápida para colocarlos en otros sectores del mercado, lo cual también genera gastos operativos. Se relata en las entrevistas que usualmente los productores se dirigen a CENADA para vender su producto. Para comprender la gravedad de lo anterior, debe considerarse que usualmente son pedidos relativamente importantes en cantidad, por lo que, según los entrevistados, al vender el producto en CENADA, si existía mucha oferta en ese momento, el precio de este se reduce, perjudicando a los productores. Lo anterior acontece de forma cíclica, debido a que al ser comprado el producto a un precio muy bajo en CENADA, posteriormente los supermercados utilizan ese precio de referencia para el pago de ese producto a los proveedores, tal como se indicó antes. Al final, para el distribuidor resulta ventajoso porque compra a un precio menor, pero la calidad para el consumidor, el funcionamiento del mercado y la economía del productor se ven seriamente afectados.

Del análisis de las entrevistas se concluye que no existen sanciones a nivel monetario, es decir que no se cobra ningún tipo de multa a los productores que no se adhieren o cumplan con las cuestiones determinadas por parte de los distribuidores minoristas de alimentos. No obstante, sí se presentan sanciones que se pueden catalogar como “estratégicas” y que no son tan evidentes, ya que se dan prácticas en las cuales se los castiga con menores pedidos de producto, se les hacen requerimientos más grandes a otros proveedores con los que no han tenido inconvenientes, entre otros. Por lo anterior, se hace constante referencia al miedo a actuar por parte de los productores, especialmente para actuar a nombre propio, debido a que la consecuencia de enfrentarse a los distribuidores minoristas y a sus prácticas puede significar perder clientes y perder el acceso al mercado. Esto genera, como ya se mencionó, que las partes del contrato no recurran a los tribunales de Justicia. Una alternativa es que los productores ante un conflicto

recurran a cámaras comerciales o representantes, tanto de corporaciones como de cooperativas.

Finalmente, como consecuencia de todo lo expuesto y debido a la falta de planificación y de formalidad en la ejecución de la relación contractual, los productores sufren a raíz de las prácticas que podrían calificarse de abusivas y desleales, las cuales en algunas ocasiones les impiden contar con suficiente producto para suplir a los distribuidores, o invertir en gastos operativos. Esto genera el aumento de los costos de producción, el encarecimiento de los productos y que los precios resulten más ventajosos para el distribuidor que para el productor o para el consumidor final.

En este sentido, el presente trabajo encuentra su justificación en que existe una problemática de hecho que el derecho desatiende, ya que se impacta directamente el acceso que tienen las personas a los alimentos, tanto en calidad como en cantidad. Esta constatación preliminar se traduce en una afectación en la realización del derecho humano a la alimentación, dado el incremento de prácticas que podrían ser calificadas como desleales en el contexto de la relación contractual entre el distribuidor minorista de alimentos y sus proveedores agrícolas. En otras palabras, el funcionamiento del mercado en el que se desenvuelven el productor y el distribuidor minorista tiene un marcado impacto en las condiciones prácticas del derecho humano a la alimentación y en la seguridad alimentaria y nutricional.

Las entrevistas realizadas ponen de relieve que, en la realidad costarricense, el desequilibrio en la relación contractual de distribución afecta la estabilidad económica de los proveedores. No resultaría extraño que esta constatación también sea común a la realidad hondureña. Sin duda, al afectarse la viabilidad económica de las empresas agropecuarias que proveen a los supermercados, estas se vuelven más vulnerables al entorno de mercado (incluido el mercado internacional).

De esa forma, al afectarse la estabilidad y sostenibilidad financiera de los productores agropecuarios locales, no resulta descabellado considerar que la vulnerabilidad alimentaria podría estar acrecentándose. En efecto, el debilitamiento económico de los productores agropecuarios podría implicar una mayor vulnerabilidad alimentaria del país, en su conjunto. Esto, debido a la mayor dependencia relativa de las importaciones de alimentos.

Se puede apreciar la manera como las relaciones contractuales de distribución, regidas por un derecho general de los contratos comerciales, inciden así en la seguridad alimentaria. Por vía del incremento en la vulnerabilidad, se disminuye la seguridad y, por ende, se ve afectada la realización del derecho humano a la alimentación. Ello plantea la necesidad de revisar, entre otros, el rol de los grandes distribuidores minoristas de alimentos.

La tecnología moderna, la cual está al alcance de la población, ha empezado a facilitar el surgimiento de nuevos modelos de organización del mercado o a potenciar otros que ya existían. Se habla de una economía colaborativa, la cual podría disminuir el peso relativo de los distribuidores, acercando los productores a los consumidores finales.

#### **4. Breve análisis prospectivo sobre las implicaciones de los esquemas de economía colaborativa en la distribución de alimentos**

En los últimos años, la cadena de distribución tradicional de alimentos ha sido objeto de una constante evaluación con el propósito de adaptarla a las nuevas condiciones de mercado, especialmente de consumo, impactadas por el uso de herramientas en línea. Mediante el empleo de plataformas virtuales para la comercialización de alimentos, se genera la posibilidad de incrementar los márgenes de beneficio y de acceder a un mercado más grande y variado, estableciendo una relación directa, o de corta intermediación, entre productores y consumidores.

En la revista N.º 12 de la Red Europea de Desarrollo Rural se utiliza la frase “cadena de suministro corta” o *short value chain* para referirse a la distribución de alimentos con poca o ninguna intermediación, reconociendo además las características siguientes:

- a) La distancia entre el productor y el consumidor (proximidad) debe ser lo más corta posible; b) el número de intermediarios que intervienen en la cadena de suministro debe ser el mínimo posible y c) el conocimiento y la comunicación entre el productor y el consumidor deben fomentarse al máximo, desde el momento en que el reconocimiento y la estimación de la “narrativa” que hay detrás del producto añaden valor a la compra del consumidor y permiten desarrollar la lealtad a largo plazo y la relación con los productos. (Red Europea, 2012: 5)

Los esquemas de negocio basados en la *economía colaborativa* constituyen una alternativa emergente de comercialización que se apoya considerablemente en el acceso a las tecnologías de comunicación por parte de los productores y consumidores, en una relación de oferta y demanda que redistribuye positivamente la capacidad disponible, tanto productiva como de distribución, y mejora la posición del productor en el mercado, obteniendo beneficios económicos de sus activos infrautilizados.

Siguiendo a Ana Galeano Revert y José P. García-Sabater (2016: 88), “en este modelo de negocio, la oferta de producto no permite su escalabilidad [y se caracteriza por] la triple sostenibilidad [entendida como una propuesta sostenible] financieramente, medioambientalmente y socialmente; por la existencia de una producción colaborativa a través de prácticas de trabajo abiertas y descentralizadas”, y el contacto permanente y colaborativo entre consumidores y productores mediante una base tecnológica, fenómeno que no está presente en los modelos tradicionales de comercialización. Este tipo de intercambio comercial ha pasado de ser un fenómeno marginal y desconectado para convertirse en uno global e

interconectado que también está impactando los entendimientos tradicionales del negocio de los alimentos.

El cambio de comportamiento económico de consumo en este entorno afecta la cadena de valor tradicional y presiona a las compañías a evolucionar sus modelos de negocios a otro estándar, abandonando la simple intermediación y facilitando una plataforma hacia modelos de servicios que impulse las transacciones con clientes que se conectan unos con otros.

El Grupo de Políticas Públicas y Regulación del Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación de España (2016) mediante el *Informe sobre economía colaborativa* establece que, a 2016, los sectores más afectados en ese país por el fenómeno de la economía colaborativa eran el transporte público, el sector inmobiliario (alquiler de espacios, oficinas y garajes), el sector turístico y restaurantes, el sector financiero, la educación, los servicios profesionales, de logística, hostelería, cuidado de mascotas, entre otros. A la fecha, se conocen algunas experiencias de regulación normativa en Estados Unidos, Francia, España, Alemania, Reino Unido.

Particularmente en el caso de estudio, ni Honduras ni Costa Rica cuentan con normativa específica para la regulación del conjunto de negocios basados en economía colaborativa. Como se ha establecido en este estudio, en ambos países las relaciones comerciales siguen desarrollándose en el marco de la libertad contractual garantizada en los códigos de comercio respectivos, a pesar de que sí existen evidencias en ambos contextos de la existencia de este tipo de esquemas comerciales, casi en los mismos sectores señalados por el informe del Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación de España.

En cuanto a la relación del fenómeno de la economía colaborativa con la distribución de alimentos, si bien no existe aún suficiente información empírica que refleje impactos en la relación entre distribuidores y consumidores, sí es importante exponer algunas consideraciones que en el tiempo puedan servir para determinar las posibles modificaciones en las relaciones económicas de distribución y el potencial para lograr un acercamiento significativo entre productores agropecuarios y consumidores finales de alimentos.

En ese sentido, tal como se ha expuesto precedentemente, tanto en Costa Rica como en Honduras se identifican prácticas comerciales desequilibradas en la cadena de distribución de alimentos, sin que pueda probarse el posible impacto o afectación al consumidor final. Este último tiene el rol de adquirir los alimentos, eligiendo entre la oferta controlada por los intermediarios, en el marco de una aparente competencia efectiva. Lo anterior, sin perder de vista que entre todos los agentes que conforman la cadena de distribución alimentaria los productores son los menos preparados y organizados para dar respuesta a los cambios del entorno económico, lo que los coloca en una posición de mayor desventaja.

Un estudio elaborado en 2015 por la Oficina Comercial de Chile en Miami (Prochile, 2015) sobre el canal de distribución y venta *online* de alimentos en los

Estados Unidos indica: “los hábitos de compra del consumidor americano están cambiando, los nichos de compra *online* en la categoría de *grocery* están ganado terreno en un escenario donde gigantes como Amazon compiten día con día con los costos de infraestructura y logística. Entre 2013 y 2018 se estima que la venta online de la categoría *grocery* aumentará a una tasa de 21,1%, llegando a casi 18 mil millones de dólares en comparación al 3,1% anual en que lo harán la venta *offline* en el mismo período”.

La introducción de este tipo de esquema de negocio en la región centroamericana posiblemente suponga un reacomodo de las actuales reglas del juego y, a la vez, requerirá que los productores de alimentos asuman retos en relación con los márgenes de los productos y los costos de logística de la industria. Igualmente, necesitará la debida apropiación de la plataforma mediante la cual se ofrecerán productos al consumidor y la debida justificación para el consumidor de la preferencia de la adquisición online, como elemento diferenciador que motive su opción de compra.

## **5. Conclusiones**

Del presente trabajo se desprenden tres conclusiones:

- 1) Se ha logrado confirmar que las realidades jurídicas que se presentan en Costa Rica y Honduras, en relación con el tema de estudio, tienen grandes similitudes. No existe una legislación especial que regule la temática, siendo esta objeto de tutela por parte del derecho mercantil (ordinario). Esto significa que no existe una legislación que tome en cuenta el desequilibrio en las relaciones ni la vulnerabilidad comercial que ese desequilibrio genera.
- 2) En relación con las situaciones fácticas y el presumible impacto del desequilibrio en la relación contractual entre los distribuidores y sus proveedores, es necesario profundizar más la investigación para poder obtener conclusiones categóricas. No obstante, en el estudio de campo realizado en Costa Rica se ha podido vislumbrar un panorama en el cual la fuerza que ejercen los distribuidores sobre sus proveedores es tal, que se aprecia una gran reserva por parte de estos últimos al narrar sus vivencias, e incluso se observa una actitud temerosa en algunos de ellos. Es presumible, sin que aún haya sido objeto de constatación, que esta reacción se origine en un sentimiento de vulnerabilidad comercial, la cual puede incidir en una vulnerabilidad alimentaria, al verse afectada la sostenibilidad económica de los productores agropecuarios. Esta vulnerabilidad alimentaria puede provocar fácilmente un debilitamiento de la seguridad alimentaria de los países de la región.

- 3) No existe aún suficiente información empírica que refleje impactos en la relación entre distribuidores y consumidores, al emplearse esquemas de economía colaborativa en la distribución de alimentos. Se requiere una mayor observación del fenómeno para determinar sus posibles modificaciones y el potencial para lograr un acercamiento significativo entre productores agropecuarios y consumidores finales de alimentos.

## 6. Referencias

- Behar-Touchais, M. y G. Virassamy (1999), *Les contrats de la distribution*, París, LGDJ.
- British Institute of International Comparative Law (2012), *Models of Enforcement in Europe for Relations in the Food Supply Chain*, Londres (disponible en <http://www.anilact.pt/documentos/hlf001.pdf>).
- Camacho, A. y C. Cordero (2001), “Más x Menos a examen”, *El Financiero*, Costa Rica (disponible en [http://www.efinancierocr.com/ef\\_archivo/2001/agosto/04/negocios1.html](http://www.efinancierocr.com/ef_archivo/2001/agosto/04/negocios1.html)).
- Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria *et al.* (2017), “Actualización y fortalecimiento de las buenas prácticas comerciales”, anexo VIII, firmado por proveedores: CACIA, Walmart, Perimercados, Automercado, Pequeño Mundo, Megasuper, Pricessmart, Grupo Bata, Ministra de Economía, Industria y Comercio (testigo de honor) y segunda vicepresidenta de la República (testigo de honor), Costa Rica (disponible en <http://www.cacia.org/wp-content/uploads/2017/12/Anexo-VIII-final-con-firmas-completas.pdf>).
- Camareno, J. y S. Lezcano (2016), “Estudio de prefactibilidad para la remodelación de las instalaciones del mercado ecológico El Guayaboy: definición de una estrategia de operación”, tesis para optar por el grado de Magister Scientiae en Gerencia de Proyectos de Desarrollo, ICAP (disponible en <http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/TESIS/2016/43.%20Camareno%20P%C3%A9rez,%20Johnny.pdf>).
- CDPC (2012), *Estudio sobre el sector de los supermercados en Honduras: Distrito Central y San Pedro Sula*, Honduras (disponible en [https://www.cdpc.hn/sites/default/files/Privado/estudios\\_mercado/Estudio%20Sectorial%2000023.pdf](https://www.cdpc.hn/sites/default/files/Privado/estudios_mercado/Estudio%20Sectorial%2000023.pdf)).
- Cepal (2002), “Seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe”, División de Desarrollo Social (disponible en <https://dds.cepal.org/san/marco-conceptual>).
- Chacón Cascante, A. (2014), “Estado de la agricultura: XXI Informe del Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible” (disponible en [https://estadonacion.or.cr/files/biblioteca\\_virtual/021/ambiente/Chacon\\_Cascante\\_Agricultura.pdf](https://estadonacion.or.cr/files/biblioteca_virtual/021/ambiente/Chacon_Cascante_Agricultura.pdf)).

- Ciamba, G. y A. Tajani (2019), “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” (disponible en <https://eur-lex>).
- Collart Dutilleul, F. y P. Delebecque (2015), *Contrats Civils et commerciaux*, París, Dalloz.
- Consumers International (2012), *La relación entre los supermercados y los proveedores ¿Cuáles son las consecuencias para los consumidores? Resumen del informe principal*, Madrid (disponible en [http://www.promarca-spain.com/pdf/130115\\_relationship\\_between\\_supermarkets.pdf](http://www.promarca-spain.com/pdf/130115_relationship_between_supermarkets.pdf)).
- Cordero, R. (2007), “El orgullo de decirle no a un gigante”, *El Financiero*, Costa Rica (disponible en [http://www.elfinancierocr.com/ef\\_archivo/2007/abril/15/entrevista.html](http://www.elfinancierocr.com/ef_archivo/2007/abril/15/entrevista.html)).
- Domper Rodríguez, M.L. (2013), *Análisis económico de la sentencia del Tribunal de la Libre Competencia respecto del comportamiento de los supermercados (sentencia N.º 9/2004, AGIP-D&S)*, Santiago de Chile (disponible en <https://lyd.org/wp-content/uploads/2015/02/pp-267-302-Analisis-economico-de-la-sentencia-del-Tribunal-de-la-Libre-Competencia-respecto-del-comportamiento-de-los-super-MDomper.pdf>).
- Galeano Revert, Ana y José García-Sabater (2016), *Modelo de negocio de economía colaborativa en la venta al por menor: caso de estudio en el sector de la alimentación*, Departamento de Organización de Empresas, Universidad Politécnica de Valencia (disponible en <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/402/GALEANO%20y%20GARCIA%20SABATER.pdf>).
- González Ballar, R. (s/f), *Vulnerabilidad*, Costa Rica, Instituto de Investigación en Derecho Alimentario (disponible en <https://inida.org/derecho-alimentario-vulnerabilidad>).
- González Chávez, H. y A. Macías Macías (2007), “Vulnerabilidad alimentaria y política agroalimentaria en México”, *Desacatos. Revista de ciencias sociales*, N.º 25 (disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5858807>).
- Grupo de Políticas Públicas y Regulación del Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación de España (2016), *Informe sobre economía colaborativa* (disponible en [https://www.aeit.es/sites/default/files/migrate/content/downloads/20160608\\_informe\\_economia\\_colaborativa\\_9720405c.pdf](https://www.aeit.es/sites/default/files/migrate/content/downloads/20160608_informe_economia_colaborativa_9720405c.pdf)).
- Malaurie-Vignal, M. (2006), *Droit de la distribution*, París, Dalloz Sirey.
- Monge Dobles, I. (2014), *Curso de derecho comercial*, San José, IJSA.
- Prochile (2015), “Canal de distribución y venta online de alimentos en Estados Unidos” (disponible en [https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2016/01/Canal\\_EEUU\\_Ecommerce\\_Alimentos\\_2015.pdf](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2016/01/Canal_EEUU_Ecommerce_Alimentos_2015.pdf)).
- Red Europea de Desarrollo Rural (2012), “Los alimentos locales y las cadenas de suministro cortas”, *Revista Rural de la UE*, N.º 12 (disponible en

<https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/3E989F15-DBB7-D377-4D95-796A97416053.pdf>).

Ritzenthaler, A. (2016), *Les circuits de distribution des produits alimentaires*, París, 2016.

Romero Pérez, J. (2012), “Regulación jurídica contractual de la distribución comercial”, *Revista de Ciencias Jurídicas*, 129 (disponible en <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/juridicas/article/view/10423/9788>).

Salas Murillo, O. (2011), “Seguridad alimentaria y nutricional: expertos critican políticas sobre seguridad alimentaria del país” (disponible en <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2011/06/29/seguridad-alimentaria-y-nutricional.html>).

Torrealba Navas, F. (2018), “Contratos especiales civiles y mercantiles”, mimeo.

Villalobos, N. (2017), “MEIC estimula Código de Buenas Prácticas Comerciales”, *El País*, Costa Rica (disponible en <https://www.elpais.cr/2017/11/27/meic-estimula-codigo-de-buenas-practicas-comerciales>).