Competencia defiende la venta a pérdida como "pro competitiva" y ventajosa para el consumidor

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) de España afirma en un informe publicado el 10 de septiembre, pero dado a conocer el 22 de ese mismo mes, que la venta a pérdida no debe prohibirse ni criticarse de forma generalizada. Sus razones son que "en determinadas situaciones puede resultar pro competitiva y conllevar ventajas para el consumidor salvo que se refiera a los supuestos ya señalados".

La CNMC ha hecho estas consideraciones sobre la venta a pérdida en un informe sobre el "Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria". La consulta a Competencia es uno de los pasos antes de la aprobación definitiva de este código, que todavía no se ha producido.

La CNMC opina que no siempre es un abuso

La CNMC ve con buenos ojos lo establecido en el código sobre la venta a pérdida, ya que "reitera la especial atención que los operadores tienen que prestar a no incumplir lo establecido en la normativa vigente25 en relación con la venta a pérdida con lo que no es novedoso". Pero recuerda su propia opinión al respecto: que esta práctica no debe ser denostada a priori porque puede ser beneficiosa.

Los "supuestos ya señalados" en los que la venta a pérdida es rechazable se refieren a aquellos en los que la ley prohíbe esta práctica. Son, esencialmente, cuando induzca a error a los consumidores acerca de los precios de otros productos de ese establecimiento, cuando "tenga por efecto desacreditar la imagen de un producto o de un establecimiento ajenos", y "cuando forme parte de una estrategia encaminada a eliminar a un competidor o grupo de competidores del mercado", según la Ley de Competencia Desleal de 1991. También se sancionará la venta a pérdida cuando el distribuidor tiene "posición dominante" y por tanto el precio marcado puede llegar a ser "predatorio".