

## **CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN REALIZADAS EN EL 2002**

El control de mercado se realiza por una parte a través de actuaciones puntuales no programadas consecuencia de denuncias, comunicaciones e inhibiciones entre comunidades autónomas y, por otra parte, mediante actividades programadas que inciden sobre aquellos productos, servicios o prácticas comerciales que por distintas razones (cambios normativos, gran consumo, número de reclamaciones, detección de problemas, necesidad de normalización, etc.) son seleccionados para su control específico.

Siguiendo estas premisas se realizaron durante el año 2002 las siguientes campañas, por orden cronológico, cuyo resultado a continuación se detalla.

- ✓ Venta en rebajas.
- ✓ Etiquetado y condiciones de venta de golosinas.
- ✓ Etiquetado carne de vacuno (segunda fase).
- ✓ Venta de productos homeopáticos no autorizados.
- ✓ Toma de muestras de recipientes plásticos en contacto con los alimentos.
- ✓ Servicios bancarios.
- ✓ Etiquetado de los productos de la pesca.
- ✓ Toma de muestras de alimentos con organismos genéticamente modificados.
- ✓ Indicación de precios en libros de texto.
- ✓ Seguridad de los juguetes.

## **Venta en rebajas**

Los Servicios de Inspección de la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco visitaron en esta campaña 357 comercios del sector textil, calzado y deporte de los tres territorios históricos. En líneas generales, se puede afirmar que los resultados fueron positivos puesto que hay un elevado nivel de cumplimiento de las distintas exigencias de la ley para la venta de productos en rebajas.

Por ejemplo, la norma exige que los productos rebajados estén en buen estado y claramente diferenciados de otros artículos que no lo están. Pues bien, el 94 % de los comerciantes inspeccionados así lo hace.

Otro aspecto objeto de control fue el relacionado con la información al consumidor de la duración del periodo de rebajas que se cumple correctamente en el 81 % de los casos. Aquí si se observó una mejora considerable si se compara con el resultado registrado en la campaña de inspección de venta de promoción que se llevó a cabo en fechas navideñas y en la que se observó que sólo un 34 % de los comercios comunicaba al comprador las fechas de comienzo y finalización de la promoción. Finalmente, el 97 % de los comercios comunicó a las oficinas territoriales de consumo el periodo de rebajas, previo a su comienzo, tal y como está legislado.

En materia de indicación de precios, los establecimientos deben indicar el precio original del producto y el precio rebajado o bien el porcentaje de descuento que se aplica con motivo de la rebaja. El cumplimiento de este aspecto también fue elevado puesto que el 90 % de los comercios lo hacía correctamente, porcentaje que llega al 97 % si hablamos de la obligación de indicar los precios en el escaparate. En estas primeras rebajas desde la implantación del euro, el doble marcado de precios es obligatorio en euros.

Además, se verificó cómo rebajaron los precios los comercios que antes del periodo de rebajas habían realizado promociones. En el 23 % de los casos, el porcentaje rebajado se aplicaba a los precios anteriores a la promoción, mientras que el resto aplicaba la rebaja al precio que ofertó durante la promoción. Por ejemplo, si el artículo costaba 100 € en temporada y 90 € en promoción, el 23 % de los comercios se aplicó la rebaja a los 100 € que costaba en temporada.

La venta en rebajas es aquella en la que los artículos se ofertan en el mismo establecimiento a precios más bajos de los habituales con el fin de venderlos antes de finalizar la temporada y evitar, de esta manera, su "stock" o almacenamiento. La venta en promoción, por su parte, ofrece a los compradores condiciones ventajosas, generalmente, mediante descuentos en los precios.

## **Hojas de reclamaciones**

Los inspectores de Consumo aprovecharon las visitas a los establecimientos para comprobar el cumplimiento de la normativa vasca que regula las hojas de reclamaciones. Así, los inspectores constataron que el 87 % de los comercios inspeccionados poseía hojas de reclamaciones, mientras que el resto, el 13 %, o bien no tenía o bien no exhibía al público el cartel anunciador de que poseía hojas de reclamaciones a disposición de los clientes.

## **Etiquetado y condiciones de venta de golosinas**

Esta campaña se realizó durante la segunda quincena de febrero. El objetivo era conocer el grado de cumplimiento de la norma que obliga a los vendedores de este producto a indicar al consumidor la denominación de venta del producto, los datos del fabricante, envasador o vendedor de la Unión Europea y la lista de ingredientes, además, por supuesto, del precio.

Los resultados de la inspección fueron diferentes según se tratara de venta de golosinas envasadas o de venta a granel. Así, el etiquetado de las golosinas envasadas apenas presentaba irregularidades puesto que la denominación del producto aparecía en el 94 % de los casos, el fabricante, envasador o vendedor de la Unión Europea se identificaba en todos los productos inspeccionados y la lista de ingredientes, en el 84 % de ellos.

Por lo que respecta a las golosinas que se venden a granel, la normativa permite su venta en régimen de autoservicio, pero obliga a los comerciantes a que detallen al consumidor los mismos datos que deben indicarse en las chucherías envasadas, esto es, denominación del producto, fabricante, envasador o vendedor e ingredientes. El índice de cumplimiento de los establecimientos de venta a granel de golosinas que visitó la inspección fue el siguiente: la denominación del producto aparecía en el 43 % de ellos, el 50 % informaba sobre el fabricante, envasador o vendedor y los ingredientes se especificaban en el 52 % de los casos. Sin embargo, un 77 % de los establecimientos visitados conservaba los envases de las golosinas, lo que permitía informar al consumidor en el caso de que lo solicite.

Otro dato que existe obligación de facilitar es el precio en euros que será por unidad si se vende por unidades o por unidad de medida, esto es, por kilogramos, en el caso de venta de golosinas a granel. Todos los establecimientos inspeccionados cumplían este aspecto tanto en venta de productos envasados como a granel.

La inspección de Consumo visitó 124 establecimientos de venta de golosinas de la comunidad autónoma: 31 en Álava, 51 en Bizkaia y 42 en Gipuzkoa. En producto no envasado o a granel, los índices de cumplimiento en Álava y Bizkaia rondaban el 50 %. En Gipuzkoa, por su parte, el 30 % indicaba la denominación del producto mientras que el 73 % aportaba la lista de ingredientes. En producto envasado el cumplimiento de la normativa fue generalizado.

En total, se revisó el etiquetado de 321 golosinas de todo tipo: golosinas líquidas envasadas para congelar, jarabes, chucherías derivadas de almidones, féculas y harinas alimenticias, chicles, gominolas, nubes, regalices y caramelos duros. Además, Consumo envió a laboratorio 30 muestras para el análisis de su contenido y composición, de las que 4 de ellas presentaban diversas irregularidades en materia de etiquetado, siendo el resto conforme con la normativa aplicable.

### Etiquetado carne de vacuno (segunda fase)

El 81 % de los establecimientos de venta de carne de vacuno inspeccionados informaba correctamente de los códigos de trazabilidad de la carne no envasada que comercializaban, es decir, de los números de identificación de la red, de matadero y de sala de despiece. Esta es una de las conclusiones de la campaña que realizó la inspección de Consumo del Departamento de Industria, Comercio y Turismo durante el mes de abril. En esta segunda inspección al sector se visitaron 206 establecimientos de los tres territorios vascos: en 194 se supervisó el etiquetado de la carne sin envasar y en el resto, 12, el de la carne envasada. Todos ellos ya se inspeccionaron el año pasado y, entonces, la Dirección de Consumo les requirió la subsanación de los incumplimientos localizados. A pesar de ello, aún había 37 establecimientos, el 19 %, que seguían incumpliendo la normativa europea de etiquetado obligatorio de la **carne de vacuno sin envasar** y que fueron objeto de expediente sancionador, si bien, como decimos, el 81 % subsanó los errores. En este sentido, hay que señalar que Gipuzkoa es el territorio que en mayor medida (94%) se corrigieron los incumplimientos.

Desde enero de 2002, la normativa europea exige, además, que conste en la etiqueta de la carne no envasada el país de origen y el país o países donde se ha criado el animal. Estos datos se aportaban en el 50 % de los establecimientos inspeccionados. Otro dato exigible en el etiquetado de la carne no envasada es la denominación comercial de la pieza, que, a pesar de que se seguía incumpliendo en el 31 % de los establecimientos, ha mejorado considerablemente: el año pasado se registró un 69% de irregularidades. Por último, en la etiqueta debe aparecer el precio por kilogramo, dato éste que se cumplía en el 86 % de los establecimientos visitados por la inspección. El Departamento de Industria, Comercio y Turismo requirió la subsanación de los incumplimientos a los establecimientos que no indicaban el país de origen y el país o países de cría de la res y a quienes no ponían el precio por kilo.

Por lo que respecta a la **carne envasada**, la inspección visitó 12 establecimientos. En general, el etiquetado era correcto y se apreció que había mejorado considerablemente con respecto al año pasado. Únicamente, se percibieron deficiencias en cuanto a la indicación del país de origen y país o países de cría del animal, dato que se omitía en la mitad de los casos.

La inspección del Departamento de Industria, Comercio y Turismo revisó, además, el etiquetado facultativo de la carne de vacuno y constató que el 5 % de los establecimientos visitados (en Gipuzkoa el 13%) hacía referencias geográficas que podían hacer pensar en unas características especiales sobre la calidad de la carne, la denominación de origen o su sabor y alimentación que había recibido. El etiquetado facultativo está regulado por el Departamento de Agricultura y Pesca del Gobierno Vasco (a quien se dio cuenta de nuestras actuaciones) y, precisamente, prohíbe cualquier información que induzca a error o confusión al consumidor de tal manera que, cuando la etiqueta haga menciones geográficas sobre el origen del animal, se debe incluir, obligatoriamente tres informaciones: lugar de nacimiento, lugar o lugares de cría y lugar de sacrificio, según pliego de condiciones aprobado por el Departamento de Agricultura y Pesca.

### **Venta de productos homeopáticos no autorizados**

Esta campaña de inspección se realizó motivada por una alerta comunicada por el Departamento de Sanidad en la que figuraban diversos productos homeopáticos cuya venta no estaba autorizada.

Se inspeccionaron 112 establecimientos entre los tres territorios históricos y se localizaron 44 unidades de dichos productos, todas ellas en Bizkaia.

### **Toma de muestras de recipientes plásticos en contacto con los alimentos**

Verificar el grado de adecuación de la normativa de envases vacíos y de material destinado a estar en contacto con alimentos, bebidas u otros productos alimentarios fue el objetivo de la campaña de toma de muestras de recipientes plásticos que llevó a cabo la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco. En concreto, se pretendía comprobar si los recipientes plásticos que tienen o pueden tener contacto con el calor cumplen tanto las condiciones de etiquetado como el nivel de calidad del producto y, en especial, las características de permeabilidad, absorción y migración sobre el alimento.

Los resultados del laboratorio dejaron clara una cuestión: la mayoría de las muestras analizadas se comercializa incorrectamente puesto que la normativa vigente exige que los envases plásticos destinados a uso alimentario se vendan "debidamente envasados o embalados", cuestión que no se cumplía en el 75 % de los casos. Por su parte, el 20 % de los envases estaba mal etiquetado: no indicaba los datos del responsable u otras indicaciones obligatorias.

En cuanto a las características del material utilizado para su fabricación, todos los recipientes cumplían los límites de migración que establece la normativa y no presentaban irregularidades por su absorción y permeabilidad.

Ante los resultados de la campaña en la que se tomaron diversas muestras de biberones, vasos y tazas para niños, jarras y vasos de plásticos y fiambreras, la Dirección de Consumo requirió la subsanación de estas infracciones a los responsables.

## Servicios bancarios

La Inspección de Consumo llevó a cabo una campaña en el sector de banca. El objetivo, fue comprobar si las entidades financieras habían adaptado las últimas modificaciones previstas por el Banco de España con el fin de garantizar un adecuado nivel de información a los consumidores que realizan transferencias bancarias con algún estado miembro de la Unión Europea. Dicha obligación de informar se canaliza a través de dos medios: el tablón de anuncios y el folleto de tarifas de comisiones. Al mismo tiempo, se verificó que en el folleto sobre préstamos hipotecarios se informaba sobre el derecho del cliente de proponer y de elegir de mutuo acuerdo con la entidad prestamista, la persona o entidad que tasaré el inmueble objeto de la hipoteca, así como la entidad aseguradora y la que se vaya a encargar de la gestión administrativa de la operación.

De esta manera, se visitaron las oficinas centrales de todas las entidades de crédito que operan en la Comunidad Autónoma de Euskadi: cajas de ahorro y cooperativas de crédito, bancos estatales y bancos internacionales. En total, 33 entidades financieras, de las que cinco son cajas de ahorro y cooperativas de crédito vascas.

En cuanto a resultados, hay que hablar de un cumplimiento generalizado de sus obligaciones de informar a los usuarios: 26 de las entidades bancarias (el 79 %) lo hacía correctamente tanto en el tablón como en los folletos sobre comisiones y sobre préstamos hipotecarios. Las siete restantes, que representan el 21 %, incumplían alguno de los tres aspectos mencionados, si bien, solamente una de ellas (3%) no ofrecía la información debida ni en el tablón de anuncios, ni en los folletos sobre comisiones y sobre préstamos hipotecarios.

Por lo tanto, y teniendo en cuenta los tres aspectos que verificó la Inspección, los resultados fueron:

1. Sobre la información a los consumidores que realizan transferencias bancarias con algún estado miembro de la Unión Europea y que se debe canalizar a través de dos medios: el tablón de anuncios y el folleto de tarifas de comisiones:
  - Un único banco (3%) no informaba sobre estas comisiones en el tablón de anuncios.
  - Dos bancos (6%) las omitían en el folleto de tarifas, y otros dos (6%), no informaban adecuadamente.
2. Sobre el derecho del usuario de proponer y a elegir tanto a la persona o entidad que se tasaré el inmueble a hipotecar como a la entidad aseguradora, derecho que se debe dar a conocer en el folleto sobre préstamos hipotecarios:
  - Un total de seis entidades (18%) no informaba.

En cuanto a las cajas de ahorro y cooperativas de crédito vascas, todos los resultados fueron correctos, salvo en el caso de una entidad que no ofrecía la información necesaria en el folleto sobre préstamos hipotecarios.

## **Etiquetado de los productos de la pesca**

Durante el mes de noviembre la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco llevó a cabo la campaña de inspección del etiquetado de pescado en venta a granel y envasado en el comercio minorista de la Comunidad Autónoma del País Vasco.

El objeto de la campaña fue el de informar y sensibilizar a este sector del comercio minorista de aplicar la normativa estatal y europea relacionadas con el etiquetado del pescado. Las citadas normas establecen una etiqueta o cartel anunciador que debe acompañar al producto en las diversas fases de comercialización, desde la primera venta o puesta en el mercado hasta que llega al consumidor

El pescado fresco en venta a granel que se ofrece al consumidor debe llevar una etiqueta o cartel anunciador expuesto de forma visible y legible, en el que consten los datos de origen, calibre, categoría de frescura, nombre comercial de la especie, forma de obtención, modo de presentación y tratamiento y precio por kilogramo.

El contenido de la etiqueta del pescado fresco envasado contiene, además de los datos anteriores, aquellos referidos a peso neto, importe total y marcado de fechas de envasado y consumo preferente.

Los servicios de inspección de la Dirección de Consumo visitaron 134 establecimientos de pescaderías, nueve hipermercados y grandes almacenes y 12 supermercados distribuidos en los tres territorios de la Comunidad.

Los datos de precio de venta y nombre comercial de la especie fueron identificados en la mayoría de los productos inspeccionados de venta a granel. Mayor incidencia de deficiencias se detectó en el resto de los datos que debe contener la etiqueta, tales como calibre, grado de frescura y forma de obtención ( 48,9%).

En la inspección que se realizó sobre los productos de pescado fresco envasados, los epígrafes correspondientes a nombre comercial de la especie, peso neto, precio, importe total y fecha de consumo preferente estaban indicados en la totalidad de los productos, siendo la incidencia de deficiencias similar a la de productos frescos en el resto de los datos a reseñar en el etiquetado.

Se informó a los comerciantes minoristas de las deficiencias encontradas en el desarrollo de la campaña, se les entregó modelos de etiquetas y se señaló la importancia de etiquetar el pescado porque identifica la especie sin ningún tipo de duda, permite valorar el producto objetivamente y garantiza el origen del producto.

En otra fase de inspección está previsto realizar otra campaña para verificar el grado de cumplimiento de las normas.



## **Tooma de muestras de alimentos con organismos genéticamente modificados**

Dentro del programa coordinado con la Unión Europea para el control oficial de productos alimenticios los Servicios de Inspección de la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco participaron con la toma de muestras reglamentaria de seis productos alimenticios que contenían maíz y/o soja entre sus ingredientes.

El fin de esta campaña coordinada era comprobar, mediante análisis, si estos componentes estaban modificados genéticamente o bien fabricados a partir de organismos genéticamente modificados (O.G.M) y, en ese caso, contrastar con lo indicado en su etiquetado.

Las seis muestras reglamentarias que se tomaron se remitieron al laboratorio para su análisis. Del resultado del mismo se pudo constatar que todas ellas eran correctas.

## Indicación de precios en libros de texto

La Dirección de Consumo del Gobierno Vasco inspeccionó la venta de libros de texto durante los primeros días de septiembre.

En esta ocasión, los inspectores visitaron 27 establecimientos de venta de libros de texto de los tres territorios históricos:

- Álava: seis establecimientos (tres librerías y los tres centros comerciales del territorio)
- Bizkaia: un total de 15 (ocho librerías y siete centros comerciales) y
- Gipuzkoa: seis establecimientos (dos librerías y cuatro centros comerciales)

La inspección se realizó en base a nueve cuestiones:

- En el libro expuesto para la venta figura la indicación de su precio final de venta
- El precio final incluye:
  - El IVA
  - El importe de incrementos y descuentos
- Dispone de catálogo o listas de precios, facturas o albaranes o cualquier otro documento mercantil donde se especifique el precio de venta al público de los libros de texto.
- Oferta de venta a precio de coste
- Se especifica con claridad el precio final ofertado frente al precio habitual de venta
- El precio final de venta que se facilita al consumidor es el que figura como precio de coste del libro de texto en la factura o albarán de compra del establecimiento
- Oferta de venta precio venta al público menos % de descuento
- Se especifica con claridad el precio del producto y el importe de los descuentos bien indicando los dos precios o el precio originario y la reducción porcentual
- El precio final de venta que se facilita al consumidor coincide con el precio de venta al público del libro de texto menos el % de descuento que oferta el establecimiento.
- En el supuesto de que exista folleto publicitario
- Se corresponde lo que está dispuesto para la venta con lo publicitado

Las irregularidades detectadas se produjeron en tres aspectos:

- la indicación correcta del precio final,
- la indicación de los descuentos y
- la posesión del catálogo de publicaciones que facilita el editor.

Por territorios, los **resultados** fueron los siguientes:

- Álava. Sólo un comercio presentó una irregularidad: no disponer del catálogo de precios.
- Bizkaia. Dos de los establecimientos visitados no especificaban con claridad el precios del producto y el importe del descuento. Un tercero no ponía el precio final de los libros.
- Gipuzkoa. La inspección constató que tres establecimientos incurrían en irregularidades, si bien, dos de ellos las corrigieron tras el requerimiento de la Dirección de Consumo. El tercero no indicaba con claridad el descuento.

La Dirección de Consumo requirió a los establecimientos para que subsanaran las deficiencias y abrió expediente sancionador, en su caso.

## Seguridad de los juguetes

Comprobar la seguridad y el etiquetado correcto de los juguetes fue el objetivo de la campaña de inspección que llevó a cabo la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco, tal y como es habitual año tras año en las fechas de compra masiva de juguetes, si bien, en esta ocasión, los inspectores de Consumo repararon en los juguetes destinados a los más pequeños, los menores de tres años.

La inspección retiró del mercado vasco juguetes que incumplían la normativa sobre seguridad y etiquetado, en este caso, de 575 unidades de un total de 21 juguetes entre dominóes y puzzles de madera, carruseles musicales de cuna y sonajeros, y los retiró por dos razones:

- Por comercializarse con un doble etiquetado que inducía a error al consumidor, nueva irregularidad de la que no se tenía constancia hasta la fecha y que se descubrió por primera vez en esta campaña. Así, se encontraron con el etiquetado original del fabricante en el que se señalaba que son juguetes destinados a menores de 36 meses y un segundo etiquetado añadido por el distribuidor o importador que indicaba en castellano que se trataba de juguetes “no recomendados para menores de tres años”. Por ejemplo, un sonajero en el que fabricante recomendaba su uso a bebés de hasta 18 meses y el distribuidor o importador añadía la etiqueta en castellano con la leyenda “no recomendado para menores de 36 meses por contener piezas pequeñas que podrían ser tragadas”. La explicación de esta nueva etiqueta del distribuidor puede ser evitar que Aduanas impida la entrada a nuestro mercado de estos productos por no cumplir la normativa de seguridad y etiquetado exigida para juguetes destinados a menores de 36 meses. En total, fueron 249 unidades de seis juguetes fabricados fuera de la Unión Europea, mayoritariamente en países asiáticos. La Dirección de Consumo envió estos juguetes al laboratorio para comprobar un segundo dato: si, efectivamente, respetan la normativa de seguridad de los juguetes que prohíbe la comercialización de todos aquellos que tengan piezas muy pequeñas que se desprenden con facilidad y pueden producir asfixia por ingestión (ojos y narices de muñecos de peluche, rompecabezas, juguetes encajables y muñecos con silbato), que presenten bordes cortantes o tengan composición incorrecta, por ejemplo. Junto a estos juguetes, se mandaron a analizar otros 18, tal y como estaba previsto en la campaña.
- Por no tener el marcado CE que garantiza la seguridad de los productos. Fueron 326 unidades, correspondientes a quince tipos de juguetes.

Un resultado positivo de la campaña, que se desarrolló a partir de la última semana de noviembre, fue la correcta indicación de los precios en, prácticamente, el 100 % de los juguetes. La inspección visitó 114 establecimientos de venta de juguetes de toda la Comunidad Autónoma de Euskadi, entre grandes superficies, supermercados, tiendas de “Todo a cien” y, por supuesto, establecimientos especializados de venta de juguetes.

A la vista de los resultados de la campaña, la Dirección de Consumo solicitó a quienes localizaran juguetes destinados a menores de 36 meses en los que figurara en un doble etiquetado la leyenda de que “no son recomendados para menores de tres años”, lo denunciaran para su posterior retirada del mercado.