

## 2. SECCIÓN DE CONTROL DE MERCADO



# INTRODUCCIÓN

- La inspección de consumo, tiene como competencias específicas, la ordenación de actividades para el control de la calidad comercial de productos alimenticios, industriales y servicios; igualmente, le corresponde, la tramitación y resolución de las redes de alerta de productos industriales, la coordinación de las actuaciones con cualquier otra inspección en temas que afecten a los intereses de los consumidores y usuarios, la tramitación de reclamaciones, el asesoramiento a empresarios y comerciantes, la tramitación y propuesta de resolución, en su caso, de expedientes sancionadores, la elaboración de informes y la difusión de la normativa, todo ello en materia de Consumo.

## Competencias y funciones de la inspección de consumo.

- La defensa de los consumidores y usuarios debe ser garantizada por los poderes públicos según reza el artículo 51 de nuestra Constitución. Entre estos poderes se cuentan tanto el ejecutivo como el legislativo y el judicial.
- La participación del poder judicial en la defensa de los intereses de los consumidores y usuarios queda plasmada en la multitud de sentencias de las diferentes magistraturas, que poco a poco han ido creando un cuerpo jurisprudencial que frecuentemente se recurre para poder discernir derechos y obligaciones.

- El poder legislativo ha participado también activamente en la protección de la salud, seguridad y legítimos intereses económicos de los consumidores con la promulgación de leyes tanto nacionales como autonómicas y buena prueba de ello es en este momento los estatutos del consumidor existentes.

- La intención de la Administración es sus diversas modalidades de fomento, arbitral, de limitación, es una constante en la defensa de los consumidores llevada a cabo en todos los países de nuestro entorno más inmediato, y que se hace más necesaria a medida que la oferta de bienes y servicios se hace más compleja, dificultando o imposibilitando que el mercado, por sí sólo, realice una correcta asignación de los costes que supongan lograr la seguridad e información socialmente exigibles.

- La actividad administrativa de limitación en nuestro ámbito abarca fundamentalmente la de ordenación pública de conductas privadas en materia de consumo, y cabe delimitar su contenido en cuatro tareas fundamentales:

- Concretar los deberes generales de no perjudicar; no poner en peligro la seguridad y la salud de los consumidores; respetar sus legítimos intereses económicos y sociales; e informar positivamente sobre las características esenciales de bienes y servicios que se les ofertase. Al hablar de concretar nos referimos a la actividad normativa e interpretativa de la norma de la administración, tarea no encomendada hasta el momento a este servicio.

# FUNCIONES

- Comprobar el cumplimiento efectivo de esos deberes y limitaciones.
- Sancionar las conductas que transgredan los deberes establecidos.
- Adoptar las medidas más o menos correctivas para forzar el cumplimiento y para que no se continúen poniendo en peligro los intereses generales de los consumidores.
- Estas tres últimas tareas, junto con la participación en su justa medida en la primera (labor normativa e interpretativa), constituye el cuerpo de lo que se conoce como <Control de Mercado>, misión fundamental de la Inspección de Consumo.
- Cabe destacar como ya se señaló en la Conferencia Sectorial, en su Plan Estratégico 94-97, que <considera imprescindible la existencia de un servicio público de control, entendido en su sentido integral, y por lo tanto, con funciones de inspección, sanción y prevención de supuestos ilícitos, mediante la cooperación con los operadores económicos, en una labor informativa y de asesoramiento permanente, y no sólo coactiva y represiva, que tenga en cuenta determinados principios>.
- Tales principios no son otros que los de profesionalidad, suficiencia, claridad, armonía y eficacia, que mantienen toda su vigencia como orientadores permanentes de la acción de la Administración de Consumo en este campo de Control de Mercado.
- Sin embargo la inspección de consumo topa con una serie de condiciones en la práctica, como son:
- La necesidad de mantener la confianza de los ciudadanos mediante un funcionamiento absolutamente transparente de la administración.
- La necesidad de mantener una adecuada coordinación con los diferentes organismos administrativos con intervención concluyente en el control del mercado. Esta necesidad tiene una serie de dificultades que proceden del carácter sumamente heterogéneo del objeto material de la defensa de los consumidores, pues tiene unos contornos sumamente difusos, entrecruzado de ámbitos específicos con distribución de responsabilidades propias.
- En la práctica esta concepción ha provocado que el espacio que debe ser ocupado por la intervención pública para la consecución del interés general de proteger a los consumidores, ha sido cubierto por la suma de actuaciones parciales desde perspectiva específicas (salud, agricultura, comercio) completada con la acción general realizada desde la inspección de consumo que debía rellenar todos los huecos existentes, evitando la superposición de actuaciones.
- Por tanto, la coherencia de este modelo radica en que la defensa del consumidor se mantiene una acción constante dirigida a ese bien jurídico.
- Sin embargo, este modelo lleva a que la inspección de consumo padezca una crónica falta de especialización y profesionalización, al tener que abarcar terrenos

# FUNCIONES

tremendamente dispares, lo que conlleva constantemente a la aparición de zonas grises competenciales, insatisfacción profesional y constantes esfuerzos de adaptación.

- Por ello, se considera fundamental avanza hacia un marco competencial estable, en el que cada órgano que participe en el control de mercado pueda asumir plenamente su responsabilidad.
  - En este sentido se decanta la Conferencia Sectorial de Consumo, en su Plan Estratégico 1997-2001, reconociéndose también la necesidad de elaborar un documento que comprometa a otras administraciones en la adopción de sus competencias, asumiendo asimismo la tarea de contactar con otros órganos para realizar un equitativo reparto de competencias.
  - En Extremadura la inspección de consumo se afronta desde el mandato legal del Estatuto de los Consumidores (Ley 6/2001 de 9 de marzo), que, en colaboración con el resto de Administraciones, debe desarrollar de forma continuada actuaciones de inspección y control de calidad de bienes y servicios puestos a disposición, de los consumidores y que se adecuan a la legalidad en cuanto a sus características técnico-sanitarias, de seguridad y comerciales; y que se ajusta razonablemente a las expectativas que pueden motivar a su adquisición, expectativas derivadas de la descripción realizada en su presentación, publicidad, precio y otras circunstancias.
  - Dentro de ese marco general, las actuaciones de inspección tienen preferentemente por objeto el control de aquellos bienes y servicios considerados como de uso o consumo común ordinario y generalizado.
- Por lo tanto las modalidades de la actuación inspectora, realizada sobre instalaciones, bienes y servicios se subdividen en las siguientes líneas de actividad:
    - 1º La vigilancia y control del mercado en los sectores objeto de campañas específicas.
    - 2º La investigación y obtención de información, sobre sectores sometidos a estudio, así como la recopilación de cuantos datos e investigaciones han sido necesarias para la ampliación de diligencias, a fin de determinar la responsabilidad e imputabilidad de irregularidades o infracciones detectadas en una primera actuación inspectora.
    - 3º El asesoramiento e información a los Agentes de Mercado, a fin de favorecer el correcto cumplimiento de las normas aplicables y la extensión de buenas prácticas comerciales.
  - Todo ello dirigido a la protección de los Derechos Básicos:
    - Derecho a la protección de la salud de los consumidores.
    - Derechos a la protección de la seguridad.
    - Derecho a la protección de los legítimos intereses económicos y sociales.
  - Para una mejor comprensión del resumen o síntesis de las actuaciones realizadas, se presenta la siguiente sistematización:

## Actividades Inspectoras

- La inspección de consumo, tiene como competencias específicas, la ordenación de actividades para el control de la calidad comercial de productos alimenticios, industriales y servicios; igualmente, le corresponde, la tramitación y resolución de las redes de alerta de productos industriales, la coordinación de las actuaciones con cualquier otra inspección en temas que afecten a los intereses de los consumidores y usuarios, la tramitación de reclamaciones, el asesoramiento a empresarios y comerciantes, la tramitación y propuesta de resolución, en su caso, de expedientes sancionadores, la elaboración de informes y la difusión de la normativa, todo ello en materia de Consumo.
- Para una mejor comprensión del resumen o síntesis de las actuaciones realizadas, se presenta la siguiente sistematización:
  - Actividades inspectoras.
  - Control de calidad de productos de consumo.
  - Actuaciones en materia de consumo.
- La defensa de los intereses de los consumidores, pasa necesariamente, aunque no de modo exclusivo, por la realización de controles e inspecciones de todo tipo de productos y servicios, con el objetivo de verificar su adecuación a la normativa aplicable en cada caso; en una segunda fase, si los derechos de los consumidores y usuarios fuesen lesionados, la Administración puede restablecerlos a través del mecanismo del procedimiento sancionador.
- La tarea de control e inspección se agrupa en varios apartados:
  - A. **Control Sistemático del Mercado.**
  - B. **Campañas de Control de Mercado.**
  - C. **Toma de Muestras.**
  - D. **Instrucciones**

## A. Control Sistemático del Mercado.

En este apartado se han realizado durante el año 2010, las siguientes actuaciones por la Inspección de Consumo:

<b><u>PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL</u></b> Productos cárnicos, de la pesca (frescos y congelados), lácteos, huevos, pates.	10
<b><u>GRASAS E HIDRATOS DE CARBONO</u></b> Aceites y grasas, harinas y derivados. (Pastas, galletas, pan, cereales en copos, bollería, etc.), productos de aperitivo.	10
<b><u>ESTIMULANTES, CEREALES Y LEGUMINOSAS</u></b> Alimentos estimulantes (cacao y derivados, café, te, especias para infusiones), cereales y legumbres, alimentos diversos (frutas y hortalizas, frutos secos, etc.).	10
<b><u>BEBIDAS</u></b> Aguas y hielo, bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas, vinagres.	10
<b><u>DIETÉTICOS, CONSERVAS Y PREPARADOS</u></b> Productos dietéticos y especiales, conservas y semiconservas vegetales y de pescado, caldos y sopas deshidratadas, platos preparados.	10
<b><u>PRODUCTOS DE CONFITERÍA Y CONDIMENTOS</u></b> Edulcorantes y derivados (azúcares, jarabes, miel, caramelos y chicles, turrónes y mazapanes), sal, condimentos y especias, salsas de mesa, aditivos.	10
<b>TOTAL PRODUCTOS ALIMENTICIOS</b>	<b>60</b>

## A. Control Sistemático del Mercado.

<b><u>ELECTRICIDAD</u></b> Aparrallaje eléctrico, electrodomésticos (gama blanca y marrón) pequeño electrodoméstico, pilas y acumuladores, varios electromecánicos.	10
<b><u>MATERIALES Y MECANICA</u></b> Material polimérico, material no polimérico (cerámicos, cuberterías, cristalería, herramientas, etc.)	10
<b><u>COMBUSTIBLES Y PRODUCTOS QUÍMICOS</u></b> Colas y pegamentos, combustibles y lubricantes, cosméticos, lejías y detergentes, pinturas, barnices y disolventes, productos químicos y plaguicidas de uso doméstico.	10
<b><u>JUGUETES Y TEXTILES:</u></b> Artículos de broma pirotécnicos, calzados y marroquinería, juguetes y material escolar, textiles, artículos de puericultura ( chupetes, biberones, ...)	10
<b>TOTAL PRODUCTOS INDUSTRIALES</b>	40

<b>TOTAL PRODUCTOS</b>	100
------------------------	-----

## B. Campañas de Control de Mercado.

### B 1. CAMPAÑAS GENERALES NACIONALES.

#### B 1.1. Campañas Nacionales de Inspección: ALIMENTOS

##### CAMPAÑA NACIONAL GENÉRICA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

**AÑO:** 2010

**OBJETIVO:** CONTROL GENERAL

**DENOMINACIÓN:** CONTROL DE LOS ASPECTOS ESENCIALES Y BÁSICOS DE LA INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR EN FRUTAS Y HORTALIZAS

**PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:**

EN ESTA CAMPAÑA SE CONTROLARÁ EN LAS FRUTAS Y HORTALIZAS ENVASADAS QUE LAS AUTORIDADES DE CONSUMO DE LAS CCAA DETERMINEN, EN CADA CASO, LO SIGUIENTE: LA IDENTIFICACIÓN DEL ENVASADOR Y/O EXPEDIDOR, LA NATURALEZA DEL PRODUCTO, EL ORIGEN DEL PRODUCTO Y LAS CARACTERÍSTICAS COMERCIALES: CATEGORÍA Y CALIBRE, EN SU CASO.

**INTEGRANTES:**

ANDALUCÍA	MADRID
ASTURIAS	PAIS VASCO
BALEARES	G. VALENCIANA
CASTILLA LA MANCHA	CEUTA
CATALUÑA	MELILLA
EXTREMADURA	
GALICIA	
LA RIOJA	

**RESULTADOS:**

Total de productos/servicios controlados -- 29  
Total de productos/servicios correctos -- 23  
Total de productos/servicios incorrectos -- 6



## B. Campañas de Control de Mercado.

### B 1. CAMPAÑAS GENERALES NACIONALES.

#### B 1.2. Campañas Nacionales de Inspección: INDUSTRIA

##### CAMPAÑA NACIONAL GENÉRICA DE PRODUCTOS INDUSTRIALES

**AÑO:** 2010

**OBJETIVO:** CONTROL GENERAL

**DENOMINACIÓN:** CONTROL DE LA INFORMACION SOBRE CONSUMO DE COMBUSTIBLE Y EMISIONES DE CO2 EN VEHÍCULOS

**PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:**

EN ESTA CAMPAÑA SE CONTROLARÁ LA INFORMACIÓN RELATIVA AL CONSUMO DE COMBUSTIBLE Y A LAS EMISIONES DE CO2 DE LOS TURISMOS NUEVOS QUE SE PONGAN A LA VENTA O SE OFREZCAN EN ARRENDAMIENTO FINANCIERO EN TERRITORIO ESPAÑOL.

**INTEGRANTES:**

TODAS LAS CC.AA.

**RESULTADOS:**

Total Protocolos	84
Negativos	50
Procedimiento	34

## B. Campañas de Control de Mercado.

### B 1. CAMPAÑAS GENERALES NACIONALES.

#### B 1.3. Campañas Nacionales de Inspección: SERVICIOS

##### CAMPAÑA NACIONAL GENÉRICA DE SERVICIOS

**AÑO:** 2010

**OBJETIVO:** CONTROL GENERAL

**DENOMINACIÓN:** CONTROL DE LA INCLUSIÓN DEL IVA EN EL PRECIO DE LOS SERVICIOS, INCLUIDOS LOS DE HOSTELERÍA.

**PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:**

EN ESTA CAMPAÑA SE CONTROLARÁ SI EN LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS, ENTENDIDOS COMO TALES LOS QUE DESCRIBE EL ARTÍCULO 11 DE LA LEY 37/1992, SE INCLUYE EL IVA, TANTO EN LA OFERTA/PRESUPUESTO DEL SERVICIO COMO EN LAS FACTURAS O DOCUMENTOS SUSTITUTIVOS EN SU CASO.

<b>INTEGRANTES:</b>	GALICIA
ANDALUCÍA	LA RIOJA
ARAGÓN	MADRID
ASTURIAS	MURCIA
BALEARES	NAVARRA
CANARIAS	PAÍS VASCO
CANTABRIA	G. VALENCIANA
CASTILLA LA MANCHA	CEUTA
CASTILLA Y LEÓN	MELILLA
CATALUÑA	
EXTREMADURA	

**RESULTADOS:**

Total de productos/servicios controlados	7
Total de productos/servicios correctos	7
Total de productos/servicios incorrectos	0

## B. Campañas de Control de Mercado.

### B 2. CAMPAÑAS ESPECÍFICAS NACIONALES.

#### B 2.1. Campañas Nacionales de Inspección: ALIMENTOS

##### CAMPAÑA NACIONAL ESPECÍFICA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

**AÑO:** 2010

**OBJETIVO:** CONTROL GENERAL

**DENOMINACIÓN:** ALIMENTOS INFANTILES

**PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:**

COMPROBACIÓN DEL ETIQUETADO Y SU ADECUACIÓN A LA NORMATIVA VIGENTE EN UN SECTOR ESPECIALMENTE OBJETO DE PROTECCIÓN CUAL ES LA POBLACIÓN INFANTIL Y AÚN MÁS TRATÁNDOSE DE MENORES DE 36 MESES.

**INTEGRANTES:**

ASTURIAS  
BALEARES  
CASTILLA Y LEÓN  
CATALUÑA  
EXTREMADURA  
MADRID  
G. VALENCIANA  
CEUTA

**RESULTADOS:**

Total de productos/servicios controlados -- 20  
Total de productos/servicios correctos -- 18  
Total de productos/servicios incorrectos -- 2

## B. Campañas de Control de Mercado.

### B 2. CAMPAÑAS ESPECÍFICAS NACIONALES.

#### B 2.1. Campañas Nacionales de Inspección: ALIMENTOS

##### CAMPAÑA NACIONAL ESPECÍFICA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

**AÑO:** 2010

**DENOMINACIÓN:** CAMPAÑA ESPECIFICA ALIMENTOS DE USO CORRIENTE DESTINADOS A LA POBLACIÓN DIABÉTICA.

**PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:**

COMPROBAR LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS INCLUIDOS EN ESTA CAMPAÑA SERÁN: MERMELADAS, GALLETAS, BEBIDAS REFRESCANTES, PANES ESPECIALES, CHOCOLATES Y EN GENERAL DULCES Y ALIMENTOS SIN AZÚCAR Y QUE EN SU ETIQUETADO FIGURE UNA O VARIAS DE LAS SIGUIENTES LEYENDAS:

- APTO PARA DIABÉTICOS
- TOLERADO POR DIABÉTICOS
- ENTIDAD COLABORADORA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE DIABÉTICOS
- SIN AZÚCAR
- BAJO CONTENIDO EN AZÚCAR

**C.A. PROPONENTE:** BALEARES

**CC.AA. INTERESADAS:**

ASTURIAS	
BALEARES	
CANARIAS	EXTREMADURA
CASTILLA-LA MANCHA	MADRID
CATALUÑA	PAÍS VASCO
	CEUTA

**RESULTADOS:**

Total de productos/servicios controlados -- 20

Total de productos/servicios correctos -- 14

Total de productos/servicios incorrectos -- 6

## B. Campañas de Control de Mercado.

### B 2. CAMPAÑAS ESPECÍFICAS NACIONALES.

#### B 2.2. Campañas Nacionales de Inspección: INDUSTRIA

##### CAMPAÑA NACIONAL ESPECÍFICA DE PRODUCTOS INDUSTRIALES

**AÑO:** 2010

**OBJETIVO:** CONTROL GENERAL

**DENOMINACIÓN:** ETIQUETADO Y SEGURIDAD DE LOS JUGUETES MAGNÉTICOS

**PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:**

CONTROLAR EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS DE ETIQUETADO PREVENTIVO EN LOS JUGUETES MAGNÉTICOS.

**C.A. PROPONENTE:** ANDALUCÍA, ASTURIAS, INC

**C.A. ESPECIALISTA:** VALENCIA

**CC.AA. INTERESADAS:** ANDALUCÍA, ASTURIAS, BALEARES, CANARIAS, EXTREMADURA, MADRID, NAVARRA, C.VALENCIANA.

**RESULTADOS:**

Total de productos/servicios controlados -- 20

Total de productos/servicios correctos -- 18

Total de productos/servicios incorrectos -- 2

## B. Campañas de Control de Mercado.

### B 2. CAMPAÑAS ESPECÍFICAS NACIONALES.

#### B 2.2. Campañas Nacionales de Inspección: INDUSTRIA

##### CAMPAÑA NACIONAL ESPECÍFICA DE PRODUCTOS INDUSTRIALES

**AÑO:** 2010

**OBJETIVO:** CONTROL GENERAL

**DENOMINACIÓN:** CONTROL ARTÍCULOS DE PUERICULTURA Y JUGUETES DESTINADOS A SER INTRODUCIDOS EN LA BOCA FABRICADOS EN PVC BLANDO; ETIQUETADO Y FTALATOS.

**PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:**

COMPROBACIÓN DE LAS EXIGENCIAS NORMATIVAS QUE AFECTAN A LOS ARTÍCULOS DE PUERICULTURA Y JUGUETES DESTINADOS A SER INTRODUCIDOS EN LA BOCA FABRICADOS EN PVC BLANDO, QUE DE FORMA ESPECÍFICA SE COMERCIALIZAN PARA SER UTILIZADOS POR NIÑOS MENORES DE 36 MESES.

**INTEGRANTES:**

ASTURIAS  
BALEARES  
EXTREMADURA

**RESULTADOS:**

Total de productos/servicios controlados -- 30  
Total de productos/servicios correctos -- 22  
Total de productos/servicios incorrectos -- 8

## B. Campañas de Control de Mercado.

### B 2. CAMPAÑAS ESPECÍFICAS NACIONALES.

#### B 2.2. Campañas Nacionales de Inspección: INDUSTRIA

##### CAMPAÑA NACIONAL ESPECÍFICA DE PRODUCTOS INDUSTRIALES

**AÑO:** 2010

**OBJETIVO:** CONTROL GENERAL

**DENOMINACIÓN:** CONTROL Y TOMA DE MUESTRAS DE INSECTICIDAS Y AMBIENTADORES DE USO DOMÉSTICO (CON ESPECIAL ATENCIÓN A LOS QUE UTILIZAN DISPOSITIVOS ELÉCTRICOS PARA SU UTILIZACIÓN).

**PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:**

VERIFICAR LA CORRECTA CUMPLIMENTACIÓN DEL ETIQUETADO CON LA INFORMACIÓN OBLIGATORIA EL CONTROL ANALÍTICO DE EXIGENCIAS NORMATIVAS, EN CUANTO A INGREDIENTES Y DISPOSITIVOS ELÉCTRICOS (SEGURIDAD ELÉCTRICA).

**CC.AA. PROPONENTE:** CASTILLA-LA MANCHA

**CC.AA. PARTICIPANTES:** BALEARES, CANARIAS, CANTABRIA, CASTILLA LA MANCHA, EXTREMADURA, MADRID, MURCIA, NAVARRA, LA RIOJA, CEUTA Y MELILLA.

**RESULTADOS:**

Total de productos/servicios controlados -- 19

Total de productos/servicios correctos -- 15

Total de productos/servicios incorrectos -- 4

## B. Campañas de Control de Mercado.

### B 2. CAMPAÑAS ESPECÍFICAS NACIONALES.

#### B 2.3. Campañas Nacionales de Inspección: SERVICIOS

##### CAMPAÑA NACIONAL ESPECÍFICA DE SERVICIOS

**AÑO:** 2010

**DENOMINACIÓN:** ALIMENTOS DE USO CORRIENTE DESTINADOS A LA POBLACIÓN DIABÉTICA: MERMELADAS, GALLETAS, BEBIDAS REFRESCANTES, PANES ESPECIALES, CHOCOLATE. DULCES Y ALIMENTOS SIN AZÚCAR

**PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:**

VERIFICAR LA POSESIÓN DE TODOS LOS PERMISOS ADMINISTRATIVOS EXIGIBLES.

COMPROBAR LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN QUE FACILITAN A LOS CONSUMIDORES

ANALIZAR LOS CONTRATOS QUE FORMALIZAN CON LOS CONSUMIDORES PARA COMPROBAR SI EXISTEN CLÁUSULAS ABUSIVAS.

VERIFICAR LA EXISTENCIA DE HOJAS DE RECLAMACIONES.

**COMUNIDADES AUTÓNOMAS PROPONENTES:** CANTABRIA

**COMUNIDADES AUTÓNOMAS ESPECIALISTAS:** CANTABRIA

**COMUNIDADES AUTÓNOMAS PARTICIPANTES:** ARAGÓN, BALEARES, CANARIAS, CASTILLA-MANCHA, CANTABRIA, EXTREMADURA, MADRID, MURCIA, NAVARRA, LA RIOJA, G. VALENCIANA Y CEUTA.

**RESULTADOS:**

Total de productos/servicios controlados -- 28

Total de productos/servicios correctos -- 23

Total de productos/servicios incorrectos -- 5



## B. Campañas de Control de Mercado.

### B 2. CAMPAÑAS ESPECÍFICAS NACIONALES.

#### B 2.3. Campañas Nacionales de Inspección: SERVICIOS

##### CAMPAÑA NACIONAL ESPECÍFICA DE SERVICIOS

**AÑO:** 2010

**OBJETIVO:** CONTROL GENERAL

**DENOMINACIÓN:** ALIMENTOS DE USO CORRIENTE DESTINADOS A LA POBLACIÓN DIABÉTICA: MERMELADAS, GALLETAS, BEBIDAS REFRESCANTES, PANES ESPECIALES, CHOCOLATE. DULCES Y ALIMENTOS SIN AZÚCAR

**PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:**

CON ESTA CAMPAÑA SE PERSIGUE COMPROBAR EL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA QUE LES ES APLICABLE A LAS EMPRESAS QUE PRESTAN SERVICIOS FUNERARIOS, Y EN OCASIONES REALIZAN VENTAS, ARRENDAMIENTOS O CESIONES POR TIEMPO DETERMINADO DE SEPULTURAS, PANTEONES O NICHOS.

**PROPONENTE:** COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CASTILLA Y LEÓN

**CC. AA. INTERESADAS:** ANDALUCÍA, CANTABRIA, CASTILLA Y LEÓN, EXTREMADURA, GALICIA, MURCIA, NAVARRA, PAÍS VASCO.

**RESULTADOS:**

Total de productos/servicios controlados -- 13

Total de productos/servicios correctos -- 8

Total de productos/servicios incorrectos -- 5

## B. Campañas de Control de Mercado.

### B 3. CAMPAÑAS EUROPEAS

#### CONTROL DE LA INFORMACION Y CARACTERISTICAS DE CASCOS DE PROTECCIÓN

**AÑO:** 2010

**OBJETIVO:** CONTROL GENERAL

**DENOMINACIÓN:**

COMPROBAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS, SOBRE TODO SUS PROPIEDADES MECÁNICAS.  
IDENTIFICAR TRAZAS DE DIMRILFUMARATO (DMF) EN LAS PARTES TEXTILES Y DE CUERO DE LOS CASCOS, PARTICULARMENTE EN LOS EMPLEADOS EN LOS DEPORTES ECUESTRES.  
MEJORAR LAS PRÁCTICAS DE CONTROL DE MERCADO Y COLABORACIÓN ENTRE LAS AUTORIDADES DE LOS EEMM.

**PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:**

A .- CASCOS PARA ESQUIADORES ALPINOS Y SNOWBOARDERS, ARMONIZADOS POR LA NORMA EN 1077:2007  
B .- CASCOS PARA CICLISTAS Y PARA USUARIOS DE MONOPATINES Y PATINES DE RUEDAS, ARMONIZADOS POR LA NORMA EN 1078:1997 Y EN 1078:1997/A1:2005  
C .- CASCOS DE ALTAS PRESTACIONES PARA ACTIVIDADES ECUESTRES Y CASCOS PARA DEPORTES HÍPICOS, ARMONIZADOS POR LAS NORMAS EN 14572:2005 Y EN 1384:1996 RESPECTIVAMENTE  
D .- CASCOS DE PROTECCIÓN CONTRA IMPACTOS PARA NIÑOS, ARMONIZADOS POR LA NORMA EN 1080:1997, DEBIDO A LOS CASOS DE ESTRANGULAMIENTO QUE SE HAN INFORMADO

**COORDINADA POR EMARS, POR DELEGACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA. PARTICIPAN TODAS LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS.**

## C. Toma de Muestras.

### ALIMENTOS

**AÑO:** 2010

**DENOMINACIÓN:** ALIMENTOS DIETÉTICOS DESTINADOS A CELIACOS Y ALIMENTOS DE USO CORRIENTE QUE DECLAREAN LA AUSENCIA DE GLUTEN

**PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:**

CONOCER EL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA VIGENTE EN MATERIA DE ALIMENTOS “SIN GLUTEN”.

ALCANZAR UN ADECUADO CONOCIMIENTO DEL MERCADO DE ESTOS PRODUCTOS.

ADOPTAR LAS CORRESPONDIENTES MEDIDAS CORRECTORAS Y SANCIONADORAS CON EL PROPÓSITO DE CORREGIR Y

ALCANZAR UN ORDENAMIENTO DEL MERCADO.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

CONSTATAR ANALÍTICAMENTE QUE LOS ALIMENTOS EXPUESTOS PARA LA VENTA Y ETIQUETADOS CON EL LEMA «SIN GLUTEN» CUMPLEN EFECTIVAMENTE LOS REQUISITOS DE NO CONTENER GLUTEN ENTRE SUS INGREDIENTES, CONSERVANTES Y/O EDULCORANTES.

COMPROBAR SI ENTRE LOS INGREDIENTES DE AQUELLOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN LOS QUE NO SE MENCIONA LA EXISTENCIA DE GLUTEN SE ENCUENTRA O NO REALMENTE ESTE ELEMENTO.

**RESULTADOS:**

## C. Toma de Muestras.

### ALIMENTOS

**CÓDIGO:** 01101

**PRODUCTO:** JAMON CURADO, PALETA CURADA, LOMO EMBUCHADO, CECINA.

**OBJETIVO:** VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA APLICABLE RESPECTO A LAS DETERMINACIONES INDICADAS.

**DETERMINACIONES A REALIZAR:**

- ETIQUETADO
- CONTENIDO NETO
- NITRITO SÓDICO
- NITRATO SÓDICO

**NÚMERO TOTAL DE MUESTRAS:** 20

CANTIDAD (O NÚMERO DE UNIDADES) MÍNIMA POR MUESTRA: ENVASES ORIGINALES CON UN PESO TOTAL MÍNIMO DE 250 g

**FECHA DE RECEPCIÓN EN EL CICC:** MAYO

**OBSERVACIONES:** LA MUESTRA DEBE VENIR ENVASADA AL VACÍO. NUNCA DEBE SER REMITIDA ENVUELTA EN PAPEL DE ALUMINIO Y/O PLÁSTICO, YA QUE LLEGARÍA AL CENTRO EN CONDICIONES NO ADECUADAS PARA PODER REALIZAR SU ANÁLISIS.

## C. Toma de Muestras.

### ALIMENTOS

**CÓDIGO:** 01102

**PRODUCTO:** QUESOS FRESCOS O MADURADOS

**OBJETIVO:** VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA APLICABLE RESPECTO A LAS DETERMINACIONES INDICADAS.

**DETERMINACIONES A REALIZAR:**

- ETIQUETADO
- EXTRACTO SECO
- GRASA
- IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIE (SOLO EN LOS QUESOS ELABORADOS CON LECHE DE OVEJA Y/O CABRA O BÚFALA)

**NÚMERO TOTAL DE MUESTRAS:** 20

CANTIDAD (O NÚMERO DE UNIDADES) MÍNIMA POR MUESTRA: ENVASES CON UN PESO TOTAL MÍNIMO DE 250 g

**FECHA DE RECEPCIÓN EN EL CICC:** JUNIO

**OBSERVACIONES:** LAS MUESTRAS DEBEN VENIR ACONDICIONADAS AL VACÍO O SER PIEZAS COMPLETAS. NUNCA DEBE SER REMITIDA ENVUELTA EN PAPEL DE ALUMINIO, YA QUE LLEGARÍA AL CENTRO EN CONDICIONES NO ADECUADAS PARA PODER REALIZAR SU ANÁLISIS.

## C. Toma de Muestras.

### ALIMENTOS

**CÓDIGO:** 01103

**PRODUCTO:** TÉ NEGRO

**OBJETIVO:** VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA APLICABLE RESPECTO A LAS DETERMINACIONES INDICADAS.

**DETERMINACIONES A REALIZAR:**

- ETIQUETADO
- CONTENIDO NETO
- CAFEINA
- MICROBIOLOGIA: LISTERIA MONOCYTÓGENES

**NÚMERO TOTAL DE MUESTRAS:** 20

CANTIDAD (O NÚMERO DE UNIDADES) MÍNIMA POR MUESTRA: 200 GRAMOS

**FECHA DE RECEPCIÓN EN EL CICC:** MAYO

**OBSERVACIONES:** NO ENVIAR OTRO TIPO DE TÉ

## C. Toma de Muestras.

### INDUSTRIA

**CÓDIGO:** 01105

**PRODUCTO:** GASOLINAS

**OBJETIVO:** VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA APLICABLE RESPECTO A LAS DETERMINACIONES INDICADAS.

**DETERMINACIONES A REALIZAR:**

- DENSIDAD
- INDICE DE OCTANO ( RON, MON )
- PRESIÓN DE VAPOR
- DESTILACIÓN
- VLI ( INDICE DE VOLATILIDAD )
- ANÁLISIS DE HIDROCARBUROS
- CONTENIDO DE OXIGENO
- OXIGENADOS
- COLOR
- ASPECTO

**NÚMERO TOTAL DE MUESTRAS:** 20

**CANTIDAD MÍNIMA POR MUESTRA:** UN LITRO

**FECHA DE RECEPCIÓN EN EL CICC:** MAYO

**OBSERVACIONES:** LAS MUESTRAS SE TOMARÁN EN ENVASES METÁLICOS DE SEGURIDAD

## C. Toma de Muestras.

### INDUSTRIA

**CÓDIGO:** 01106

**PRODUCTO:** PROTECTORES SOLARES

**OBJETIVO:** VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA APLICABLE RESPECTO A LAS DETERMINACIONES INDICADAS.

**DETERMINACIONES A REALIZAR:**

- ETIQUETADO
- FILTROS SOLARES

**NÚMERO TOTAL DE MUESTRAS:** 20

**CANTIDAD MÍNIMA POR MUESTRA:** UN ENVASE

**FECHA DE RECEPCIÓN EN EL CICC:** MAYO



## C. Toma de Muestras.

INDUSTRIA

**CÓDIGO:** 01104

**PRODUCTO:**

**OBJETIVO:** VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA APLICABLE RESPECTO A LAS DETERMINACIONES INDICADAS.

DETERMINACIONES A REALIZAR:

- MARCADO
- ESTUDIO DE DUREZA

**NÚMERO TOTAL DE MUESTRAS:** 20

**CANTIDAD (O NÚMERO DE UNIDADES):** UNA

**FECHA DE RECEPCIÓN EN EL CICC:** OCTUBRE

## D. Instrucciones.

### INSTRUCCIONES

**AÑO:** 2010

**DENOMINACIÓN:** IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO Y COMPROBACIÓN DOCUMENTAL

**PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:**

VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA APLICABLE RESPECTO A LAS DETERMINACIONES INDICADAS.

**RESULTADOS:**

**NÚMERO TOTAL DE MUESTRAS:** 20

**CANTIDAD (O NÚMERO DE UNIDADES) MÍNIMA POR MUESTRA:** ENVASES ORIGINALES CON UN PESO TOTAL MÍNIMO DE 250 G .

**TIPO DE MUESTRA:** REGLAMENTARIA.

**OBSERVACIONES:** LA MUESTRA DEBE VENIR ENVASADA AL VACÍO. NUNCA DEBE SER REMITIDA ENVUELTA EN PAPEL DE ALUMINIO Y/O PLÁSTICO, YA QUE LLEGARÍA AL CENTRO EN CONDICIONES NO ADECUADAS PARA PODER REALIZAR SU ANÁLISIS.

## D. Instrucciones.

### INSTRUCCIONES

**AÑO:** 2010

**DENOMINACIÓN:** COMPROBACIÓN DEL MERCADO DE PRECIOS

**PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:**

VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA APLICABLE RESPECTO A LAS DETERMINACIONES INDICADAS.

**RESULTADOS:**

**NÚMERO TOTAL DE MUESTRAS:** 20

**CANTIDAD (O NÚMERO DE UNIDADES) MÍNIMA POR MUESTRA:** ENVASES ORIGINALES CON UN PESO TOTAL MÍNIMO DE 250 G .

**TIPO DE MUESTRA:** REGLAMENTARIA.

**OBSERVACIONES:** LA MUESTRA DEBE VENIR ENVASADA AL VACÍO. NUNCA DEBE SER REMITIDA ENVUELTA EN PAPEL DE ALUMINIO Y/O PLÁSTICO, YA QUE LLEGARÍA AL CENTRO EN CONDICIONES NO ADECUADAS PARA PODER REALIZAR SU ANÁLISIS.