



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES  
E IGUALDAD



**INC**  
INSTITUTO  
NACIONAL  
DEL CONSUMO

# COMISIÓN DE COOPERACIÓN DE CONSUMO

## CONSULTAS 2013

<b>AÑO 2013</b>	
<b>CONSULTA</b>	<b>TÉRMINOS</b>
<b>Nº - 1</b>	<p>INFORME SOBRE QUÉ PRECIO SE DEBE COBRAR/PAGAR EN EL CASO DE QUE NO COINCIDA EL PRECIO MARCADO EN EL EMBALAJE DE UN PRODUCTO CON EL PRECIO COBRADO EN CAJA</p> <p><a href="#">REF.: SCC/AP/I.12.13/F</a></p>
<b>Nº - 2</b>	<p>INFORME SOBRE CONSULTA EFECTUADA ACERCA DE LA DENOMINACIÓN CORRECTA DE UNA MUESTRA DENOMINADA "ARROZ SIVARIS SALVAJE" Y SI ESTA AJUSTADA A LA NORMATIVA</p> <p><a href="#">REF.: SCC/AP/I.13.13/F</a></p>
<b>Nº - 3</b>	<p>INFORME SOBRE POSIBLES PRÁCTICAS IRREGULARES DE COMPAÑÍAS ESPAÑOLAS DE ALQUILER DE VEHÍCULOS</p> <p><a href="#">REF.:</a></p>
<b>Nº - 4</b>	<p>INFORME SOBRE LA INCOMPATIBILIDAD DEL ARTÍCULO 20.2 DE LA LEY 7/1996, DE 15 DE ENERO, DE ORDENACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA CON EL ARTÍCULO 20.1 DEL TRLGDCU</p> <p><a href="#">REF.: SCC/AP/I.1.13/F</a></p>
<b>Nº - 5</b>	<p>INFORME SOBRE DE LA INTERPRETACIÓN NORMATIVA SOBRE LA DENOMINACIÓN DE VENTA "HARINA" ACOMPAÑADA POR LOS TERMINOS "ESPECIAL" O "SUPERIOR".</p> <p><a href="#">REF.: SCC/AP/I.3.13/F</a></p>
<b>Nº - 6</b>	<p>INFORME SOBRE LA INTERPRETACIÓN NORMATIVA ACERCA DEL USO DEL TERMINO "GAZPACHO".</p> <p><a href="#">REF.: SCC/AP/I.15.13/F</a></p>
<b>Nº - 7</b>	<p>INFORME SOBRE LA INTERPRETACIÓN DE LA NORMATIVA EN MATERIA DE CANTIDADES NOMINALES PARA PRODUCTOS ENVASADOS Y CONTROL DEL CONTENIDO EFECTIVO</p> <p><a href="#">REF.: SCC/AP/I.17.13/F</a></p>
<b>Nº - 8</b>	<p>INFORME SOBRE EL POSIBLE CARÁCTER ABUSIVO DE LA APLICACIÓN DE INTERESES USURARIOS EN DISTINTOS CONTRATOS, EN VIRTUD DEL REAL DECRETO LEGISLATIVO 1/2007, DE 16 DE NOVIEMBRE.</p> <p><a href="#">SGANAC/1540/2013/F</a></p>
<b>Nº - 9</b>	<p>INFORME SOBRE LA POSIBLE CALIFICACIÓN COMO ABUSIVA DE LA CLAUSULA DE UN CONTRATO QUE PERMITE EL COBRO POR LA EMISIÓN DE FACTURAS EN PAPEL.</p> <p><a href="#">SGANAC/1542/2013/F</a></p>
<b>Nº - 10</b>	<p>INFORME SOBRE LA DENOMINACION DE VENTA DE UN PRODUCTO CARNICO QUE CONTIENE CARNE DE CERDO.</p> <p><a href="#">REF.: SCC/AP/I.47.13/F</a></p>

<b>Nº - 11</b>	INFORME SOBRE LA INTERPRETACIÓN NORMATIVA ACERCA DEL ETIQUETADO DE LAS MERMELADAS. <a href="#">REF.: SCC/AP/I.28.13/F</a>
<b>Nº - 12</b>	INFORME SOBRE EL CONTENIDO NETO DE LOS HELADOS QUE DEBE FIGURAR EN LA INFORMACIÓN ALIMENTARIA DEL ETIQUETADO. <a href="#">REF.: SCC/AP/I.53.13/F</a>
<b>Nº - 13</b>	INFORME SOBRE LA DENOMINACION DE VENTA "JARABE DE GLUCOSA Y MIEL" O "SUCEDANEO DE MIEL" REFERENTE AL PRODUCTO "EMIR DE GRANADA". <a href="#">REF.: SCC/AP/I.34.13/F</a>

INFORME SOBRE QUÉ PRECIO SE DEBE COBRAR/PAGAR EN EL CASO DE QUE NO COINCIDA EL PRECIO MARCADO EN EL EMBALAJE DE UN PRODUCTO CON EL PRECIO COBRADO EN CAJA

En este Organismo se ha recibido una consulta de la Dirección General de Salud Pública, Drogodependencias y Consumo de la Comunidad Autónoma de Castilla la Mancha, en relación a la respuesta del Centro de Estudios de Consumo de la Universidad de Castilla la Mancha (CESCO) a una consulta de la OMIC de Alcázar de San Juan, en la que se planteaba la disquisición de que cuando no coincide el precio marcado en el embalaje de un producto con el precio cobrado en caja, cuál de los dos es el que se debe cobrar/pagar.

[\(Volver\)](#)

En relación con este asunto se informa lo siguiente:

**Primero:** La conclusión a la que llega el CESCO es que el precio que se debe cobrar es el marcado en caja, independientemente del que marque el producto, omitiendo en la respuesta parte de la legislación de consumo que regula la información sobre los precios.

**Segundo:** El Decreto 2807/1972, de 15 de septiembre, por el que se regula la publicidad y marcado de precios en la venta al público de artículos al por menor, obliga en el artículo 1º, apartado 1, a que *los establecimientos sin excepción, quedan obligados a exhibir el precio de las mercancías que se encuentran expuestas para su venta.* Además, en el apartado 2, se recoge el requisito de que *el P.V.P. sea anunciado en forma tal que el posible adquirente quede informado de su contenido con la sola lectura de su anuncio, sin necesidad de obtener, a tal efecto, ningún tipo de información complementaria.*

Por otro lado, el artículo 3º dispone también que los precios se fijarán sobre cada producto, *no necesitando el consumidor, sobre este particular, aclaración alguna por parte del vendedor.*

Además, en el artículo 8º se señala que *la exigencia de un precio superior al anunciado para la venta de bienes o la prestación de servicio se considerará infracción a la disciplina del mercado,* matizando en el apartado 2 de este mismo artículo que *cuando exista discordancia entre los precios anunciados para un mismo*

*producto se entenderá que la exigencia del que sea más elevado constituye igualmente infracción administrativa a la disciplina del mercado.*

**Tercero:** El Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, reconoce en el Artículo 8, letras b) y d), como derechos básicos del consumidor:

*“b) La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales, en particular frente a las prácticas comerciales desleales y la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.*

*d) La información correcta sobre los diferentes bienes y servicios...”*

Por otra parte, en el Artículo 19 del mismo, titulado del Principio general y prácticas comerciales, se recoge que:

*“1. Los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores deberán ser respetados en los términos establecidos en esta norma, aplicándose, además, lo previsto en las normas civiles, mercantiles y las demás normas comunitarias, estatales y autonómicas que resulten de aplicación.*

*2. Sin perjuicio de lo dispuesto en los apartados siguientes, para la protección de los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios, las prácticas comerciales de los empresarios dirigidas a ellos están sujetas a lo dispuesto en esta ley, en la Ley de Competencia Desleal y en la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.*

*A estos efectos, se consideran prácticas comerciales de los empresarios con los consumidores y usuarios todo acto, omisión, conducta, manifestación o comunicación comercial, incluida la publicidad y la comercialización, directamente relacionada con la promoción, la venta o el suministro de un bien o servicio a los consumidores y usuarios, con independencia de que sea  
Realizada antes, durante o después de una operación comercial.*

*No tiene la consideración de prácticas comerciales las relaciones de naturaleza contractual, que se regirán conforme a lo previsto en el artículo 59.”*

En cuanto a la materia sobre información de precios, en el apartado 4 se dispone que:

*“4. Las normas previstas en esta ley en materia de prácticas comerciales (...), indicación de precios y cualesquiera otras normas que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales previstos en normas comunitarias prevalecerán en caso de conflicto sobre la legislación de carácter general aplicable a las prácticas comerciales desleales.”*

Además, en el Artículo 49, apartado 1, letras e) y f), se identifican como infracción en materia de defensa de los consumidores y usuarios,

*“e) El incumplimiento de las normas reguladoras de precios,...*

*f) El incumplimiento de las normas relativas a (...) y publicidad de bienes y servicios.”*

Por otra parte, el Artículo 60 establece que:

*“1. Antes de contratar, el empresario deberá poner a disposición del consumidor y usuario de forma clara, comprensible y adaptada a las circunstancias la información relevante, veraz y suficiente sobre las características esenciales del contrato, en particular sobre sus condiciones jurídicas y económicas, y de los bienes o servicios objeto del mismo.”*

Entre esta información precontractual relevante debe darse información sobre el precio completo de los bienes y servicios ofrecidos, incluidos los impuestos correspondientes aplicables.

Finalmente, el Artículo 61 recoge el principio de integración de la oferta, promoción y publicidad en el contrato:

*“1. La oferta, promoción y publicidad de los bienes o servicios se ajustarán a su naturaleza, características, utilidad o finalidad y a las condiciones jurídicas o económicas de la contratación.*

*2. El contenido de la oferta, promoción, publicidad, (...) las condiciones jurídicas o económicas deberán tenerse en cuenta en la determinación del principio de conformidad con el contrato,...”*

Todo ello implica que las condiciones económicas del contrato en este caso la información precontractual referente al precio del producto - vinculan al empresario y se integran en el contenido del contrato. En consecuencia, la información precontractual relativa a las condiciones económicas del contrato, de conformidad con el principio referido, implica que el precio realmente publicitado y expuesto por el empresario ya sea en lineal o, por ejemplo, en un documento de oferta de servicios, le vincula ante los consumidores.

**Cuarto:** Por otro lado, la conducta descrita supone una práctica engañosa, publicitariamente hablando, y una práctica desleal. Entendemos que debe seguirse con firmeza el argumento sobre este particular en el sentido de que a los efectos de determinar qué se entiende por publicidad engañosa, debe acudirse a la Ley 34/1988, de 11 de noviembre General de Publicidad. Dicho texto legal establece en su artículo 1 que: *"La publicidad se regirá por esta Ley, por la Ley de Competencia Desleal y por las normas especiales que regulen determinadas actividades publicitarias"*.

En su artículo 2, señala que se entiende por publicidad: *"toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones."*

Los destinatarios de la publicidad se definen como: *"las personas a las que se dirija el mensaje publicitario o a las que éste alcance"*.

Por lo que respecta a la publicidad ilícita se considera como tal, entre otras: *"La publicidad engañosa, la publicidad desleal y la publicidad agresiva, que tendrán el carácter de actos de competencia desleal en los términos contemplados en la Ley de Competencia Desleal"*.

Resulta preciso, por tanto, acudir a la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal para poder determinar qué se entiende por publicidad engañosa. Esta Ley comienza señalado en su artículo 1 cuál es su finalidad y señala a este respecto que: *"Esta Ley tiene por objeto la protección de la competencia en interés de todos los que participan en el mercado, y a tal fin establece la prohibición de los actos de competencia desleal, incluida la publicidad ilícita en los términos de la Ley General de Publicidad"* y es aplicable, tal y como establece el artículo 3, a los empresarios, profesionales y a cualesquiera otras personas físicas o jurídicas que participen en el

mercado. Asimismo, es aplicable a cualesquiera actos de competencia desleal, realizados antes, durante o después de una operación comercial o contrato, independientemente de que éste llegue a celebrarse o no.

Con carácter general la Ley en el artículo 4 reputa desleal todo comportamiento que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe. En lo que respecta a las relaciones con consumidores y usuarios entiende contrario a las exigencias de la buena fe el comportamiento de un empresario o profesional contrario a la diligencia profesional, entendida ésta como el nivel de competencia y cuidados especiales que cabe esperar de un empresario conforme a las prácticas honestas del mercado, que distorsione o pueda distorsionar de manera significativa el comportamiento económico del consumidor medio o del miembro medio del grupo destinatario de la práctica, si se trata de una práctica comercial dirigida a un grupo concreto de consumidores.

A los efectos de delimitar aún más el concepto de acto de competencia desleal y, conexo con ello, el de publicidad ilícita por engañosa la Ley define qué se entiende por comportamiento económico del consumidor o usuario señalando que es *toda decisión por la que éste opta por actuar o por abstenerse de hacerlo en relación con:*

- a) La selección de una oferta u oferente.*
- b) La contratación de un bien o servicio, así como, en su caso, de qué manera y en qué condiciones contratarlo.*
- c) El pago del precio, total o parcial, o cualquier otra forma de pago.*
- d) La conservación del bien o servicio.*
- e) El ejercicio de los derechos contractuales en relación con los bienes y servicios.*

A los mencionados efectos la Ley entiende por distorsionar de manera significativa el comportamiento económico del consumidor medio, *utilizar una práctica comercial para mermar de manera apreciable su capacidad de adoptar una decisión con pleno conocimiento de causa, haciendo así que tome una decisión sobre su comportamiento económico que de otro modo no hubiera tomado.*



Centrándonos aún más en el contenido de la Ley el artículo 5 establece que: *"Se considera desleal por engañosa cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico, siempre que incida sobre alguno de los siguientes aspectos:*

*a) La existencia o la naturaleza del bien o servicio.*

*b) Las características principales del bien o servicio, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus accesorios, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al bien o servicio.*

*c) La asistencia posventa al cliente y el tratamiento de las reclamaciones.*

*d) El alcance de los compromisos del empresario o profesional, los motivos de la conducta comercial y la naturaleza de la operación comercial o el contrato, así como cualquier afirmación o símbolo que indique que el empresario o profesional o el bien o servicio son objeto de un patrocinio o una aprobación directa o indirecta.*

*e) El precio o su modo de fijación, o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio.*

*f) La necesidad de un servicio o de una pieza, sustitución o reparación, y la modificación del precio inicialmente informado, salvo que exista un pacto posterior entre las partes aceptando tal modificación.*

*g) La naturaleza, las características y los derechos del empresario o profesional o su agente, tales como su identidad y su solvencia, sus cualificaciones, su situación, su aprobación, su afiliación o sus conexiones y sus derechos de propiedad industrial, comercial o intelectual, o los premios y distinciones que haya recibido.*

*h) Los derechos legales o convencionales del consumidor o los riesgos que éste pueda correr."*

Por su parte, el artículo 7 dedicado a las omisiones engañosas, establece que:

*"1. Se considera desleal la omisión u ocultación de la información necesaria para que el destinatario adopte o pueda adoptar una decisión relativa a su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa. Es también desleal si la información que se ofrece es poco clara, ininteligible, ambigua, no se ofrece en el momento adecuado, o no se da a conocer el propósito comercial de esa práctica, cuando no resulte evidente por el contexto.*

*2. Para la determinación del carácter engañoso de los actos a que se refiere el apartado anterior, se atenderá al contexto fáctico en que se producen, teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias y las limitaciones del medio de comunicación utilizado.*

*Cuando el medio de comunicación utilizado imponga limitaciones de espacio o de tiempo, para valorar la existencia de una omisión de información se tendrán en cuenta estas limitaciones y todas las medidas adoptadas por el empresario o profesional para transmitir la información necesaria por otros medios."*

**Quinto:** Como conclusión de todo lo expuesto y sin entrar en valoraciones de situaciones particulares que pueden deberse a errores manifiestos o presuntas manipulaciones atribuibles a un tercero que deberán ser acreditadas por el establecimiento, cabe señalar que la práctica de cobrar en caja un precio distinto del precio marcado, es una infracción administrativa en materia de defensa de los consumidores y usuarios.

---

[\[Volver\]](#)

**CONSULTA Nº 2**

REF.: SCC/AP/I.13.13/F

INFORME SOBRE CONSULTA EFECTUADA ACERCA DE LA DENOMINACIÓN CORRECTA DE UNA MUESTRA DENOMINADA "ARROZ SIVARIS SALVAJE" Y SI ESTA AJUSTADA A LA NORMATIVA

En este Organismo se ha recibido un escrito de fecha, 10 de enero de 2013, de la Dirección General de Planificación, Calidad y Consumo de la Junta de Extremadura, en el que a la vista de los resultados de los análisis realizados en el Centro de

Investigación y Control de la Calidad (CICC), en una muestra denominada "Arroz Sivaris Salvaje", cuyo contenido se corresponde morfológicamente con la especie botánica "Zizania palustris L.", se formula la consulta acerca de si: a) estaría ajustada a la normativa la citada denominación y b) si la denominación que debería figurar sería "Zizania palustris L.".

[\[Volver\]](#)

En relación a las cuestiones planteadas y, una vez consultada la Subdirección General de Cultivos Herbáceos e Industriales y la Subdirección General de Planificación y Control Alimentarios, del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, se informa lo siguiente:

**Primero.**- El Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, en su artículo 6, punto 1, establece que *la denominación de venta de un producto alimenticio será la denominación prevista para este producto en las disposiciones de la Comunidad Europea que le sean aplicables*. Asimismo, en el citado punto 1, ap. a) señala que *a falta de disposiciones de la Comunidad Europea, la denominación de venta será la denominación prevista por las disposiciones legales, reglamentarias o administrativas que le sean aplicables en España. En defecto de lo anterior, estará constituida por el nombre consagrado por el uso en España, o por una descripción del producto alimenticio y de su utilización, si fuera necesario, lo suficientemente precisa para permitir al comprador conocer su naturaleza real y distinguirlo de los productos con los que pudiera confundirse*. De igual forma, en el citado artículo 6, punto 2, determina que *no podrá ser sustituida la denominación de venta por una marca comercial o de fábrica o de una denominación de fantasía*.

Por otra parte, en su artículo 4, punto 1, indica que *el etiquetado y las modalidades de realizarlo no deberán ser de tal naturaleza que induzcan a error al comprador, especialmente:*

*a) Sobre las características del producto alimenticio y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación y obtención.*

**Segundo.**- La Orden de 12 de noviembre de 1980 por la que se aprueba la norma de calidad para el arroz envasado con destino al mercado interior, en el punto I,

sobre definición del producto, establece que *la presente norma se refiere al arroz, es decir, a los granos maduros procedentes de las variedades de la especie "Oryza sativa L." y dispuestos para su venta al consumidor.*

*Se aplicará a:*

*1.- Arroz descascarillado o cargo*

*2. Arroz blanco*

*3. Arroz sancochado o parboiled*

*4. Arroz tratado*

*4.1. Arroz glaseado*

*4.2. Arroz matizado a camolino*

*4.3. Arroz enriquecido*

**Tercero.-** De igual forma, la Norma del CODEX Alimentarius para el arroz (CODEX STAN 198-1995), en la Sección 2.1. Definiciones, punto 2.1.1., define el arroz como *granos enteros o quebrados de la especie Oryza sativa L.*

Asimismo, en la Sección 7 de etiquetado, en el punto 7.1. Nombre del producto: establece que *El nombre del producto que deberá aparecer en la etiqueta deberá ajustarse a las definiciones que figuran en la sección 2.1.*

**Cuarto.-** Teniendo en cuenta lo expuesto, se desprende lo siguiente:

I. La denominación "arroz" solamente puede utilizarse para los granos maduros de la especie "Oryza sativa L."

II. La gramínea acuática de la especie "Zizania palustris L.", nada tiene que ver con la especie "Oryza sativa L."

**Quinto.-** A la vista de lo señalado, se concluye que la denominación de venta como "Arroz Sivaris Salvaje", no es correcta, ya que atendiendo a la normativa, no se trata de arroz sino de otro cereal y, por tanto, induciría a error al consumidor sobre la verdadera naturaleza del producto.

Por otro lado, no se entra a valorar el término Sivaris que por el lugar que ocupa en el etiquetado parece acompañar a la denominación del producto.

**Sexto.-** Respecto a la propuesta que formula la Unidad consultante acerca de que la denominación de venta que debe figurar en el envase es "Zizania palustris L.", este Organismo considera adecuada dicha proposición.

---

[\[Volver\]](#)

**CONSULTA N° 3**

REF.:

**INFORME SOBRE POSIBLES PRÁCTICAS IRREGULARES DE COMPAÑÍAS ESPAÑOLAS DE ALQUILER DE VEHÍCULOS**

El Centro Europeo del Consumidor de España ha detectado, a resultas del elevado número de reclamaciones que recibe contra compañías españolas de alquiler de vehículos, cuatro tipos de prácticas susceptibles de vulnerar los intereses económicos de los consumidores: en primer lugar, en relación con la política de combustible; en segundo lugar, en relación con el precio final de la reserva on line; en tercer lugar, en relación con pagos por prestación de servicios, en cuarto lugar, en relación con las condiciones de pago.

[\[Volver\]](#)

## **1. Política de combustible**

Es una constante entre el clausulado de condiciones generales de los contratos ofrecidas por las agencias de alquiler de coches aquella que obliga al consumidor en el momento de recogida del vehículo a pagar un importe por el tanque lleno de combustible y devolverlo con el depósito vacío<sup>1</sup>. En la práctica si el consumidor entrega el coche con el depósito lleno la compañía no le devuelve el importe del combustible no consumido, alegando que es su responsabilidad leer los términos y condiciones, y, en consecuencia, saber que debe devolverlo vacío. En suma, como resulta poco probable la devolución del vehículo con el depósito totalmente vacío, las compañías siempre salen ganando.

El Centro Europeo del Consumidor en España considera que dicha cláusula, recogida en las condiciones generales de los contratos propuestos por dichas compañías, puede ser abusiva en los términos que define el artículo 87.5 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, que aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Se trataría de una cláusula abusiva por falta de reciprocidad, toda vez que prevé el cobro por productos o servicios no usados o consumidos por el consumidor de manera efectiva. La razón es que el consumidor queda obligado de antemano a pagar un importe por el depósito lleno de combustible y a devolverlo tan vacío como sea posible, de modo que queda compelido a pagar un volumen de combustible que no tiene porqué llegar a consumir.

Por otra parte, la conducta descrita se hallaría también tipificada en el artículo 3.2.4. del Real Decreto 1945/1983, de 22 de junio, por el que se regulan las infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor y de la producción agroalimentaria, conforme al cual es infracción: “La realización de transacciones en las que se imponga injustificadamente al consumidor o usuario la condición expresa o tácita de comprar una cantidad mínima o productos no solicitados, o la de prestarle o prestar él un servicio no pedido o no ofrecido” .

## **2. Precio final de la reserva *on line***

El Centro Europeo del Consumidor en España ha verificado mediante simulación de la reserva de un coche a través de la web de algunas compañías que el precio final ofrecido no se ajusta con el precio real del servicio en los casos de devolución

---

<sup>1</sup> Por ejemplo: “Condiciones relativas a la gasolina: En las oficinas propias de la Agencia de alquiler, siempre procure entregar el vehículo con el depósito lleno y deberá de ser devuelto con el depósito vacío, ya que no habrá devoluciones”.

del vehículo en un establecimiento distinto al que tuvo lugar la entrega, así como en el caso de devolución del vehículo fuera de horario de oficina. En los dos supuestos citados las compañías analizadas omiten incluir el cargo extra, dando lugar a una posible práctica comercial desleal engañosa, tipificado como tal por los artículos 4.1. y 7 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, por omisión de la obligación de información que, al respecto, establece el artículo 20.c) del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, que aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios: las prácticas comerciales deberán contener, al menos la siguiente información: “El precio final completo, incluidos los impuestos, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación a la oferta y los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario”.

### **3. Pagos por la prestación de servicios tras la devolución del vehículo**

El Centro Europeo del Consumidor en España ha detectado situaciones de indefensión de los consumidores que se producen tras la devolución del vehículo. Concretamente, estas situaciones se suscitan en relación con el cargo posterior a la tarjeta de crédito del consumidor en concepto de entrega del vehículo en no buen estado de limpieza y por daños menores. Dicho cargo tienen su origen en una cláusula recogida en las condiciones generales que obliga a incluir en el contrato de alquiler, tanto al momento de la entrega como de la devolución del vehículo, cualquier daño menor visible como el estado de limpieza del vehículo<sup>2</sup>. Los

---

<sup>2</sup> Por ejemplo: “2.1. Tanto en la entrega como en la devolución del Vehículo, la Agencia de Alquiler y el Arrendatario incluirán en el contrato de alquiler cualquier daño menor visible en el Vehículo de conformidad con la lista de daños y costes promedios de reparación expuestos en el mostrador de la oficina de alquiler que el Arrendatario declara conocer. A los efectos de la presente cláusula los daños menores se encuentran recogidos en la /s lista /s de daños expuestos en el mostrador de la oficina de alquiler según se recoge en el Artículo 4 de estas condiciones generales. En el momento de la entrega del Vehículo, los daños menores no reparados deberán reflejarse en el Contrato de Alquiler con las correspondientes firmas de la Agencia de Alquiler y el Arrendatario. A la finalización del alquiler, en el momento de la devolución del Vehículo, se identificará cualquier nuevo daño menor que se haya producido al vehículo, en cuyo caso se recogerá expresamente en el contrato de alquiler, y será aprobado y firmado por la Agencia de Alquiler y el Arrendatario; cuando sea posible, el Arrendatario validará los nuevos daños a la devolución del vehículo mediante firma electrónica o mediante al firma del correspondiente documento adicional al contrato de arrendamiento. Los nuevos daños menores serán cargados al Arrendatario al precio de promedio de reparación incluidos en la /s lista /s exhibidas en el mostrador de la oficina de alquiler según se recoge en el Artículo 4 de estas condiciones Generales. Dicho promedio de reparación será facturado al Arrendatario directamente por la Agencia de Alquiler incluirá los conceptos que resulten de aplicación según lo definido en el Artículo 4 de estas Condiciones Generales. El Arrendatario abonará este coste a la Agencia de Alquiler conforme a lo estipulado en el artículo 4.2 de estas Condiciones Generales. 2.2 Excepto por los posibles daños menores que pudieran haberse reflejado en el contrato de alquiler según lo descrito en el Artículo 2.1 el Arrendador hace entrega del Vehículo al Arrendatario en buen estado aparente de funcionamiento y en buen estado exterior y de limpieza, y habiendo superado los controles internos del Arrendador; con un par de triángulos de

problemas se producen en el momento de la devolución del vehículo porque la cláusula citada permite a la compañía efectuar dicha revisión sin la presencia del consumidor, el cual queda obligado, en el caso de que aquélla identifique un daño menor o constate la entrega del vehículo en no buen estado de limpieza, a asumirlo sin haber tenido conocimiento expreso ni disponer de copia del contrato en el que se recoja aquello expresamente. El Centro Europeo del Consumidor en España considera que dicha cláusula es abusiva por vincular el contrato a la voluntad del profesional en los términos que define en general el artículo 85 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, que aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, al otorgar al empresario la facultad de aumentar el precio inicialmente estipulado sin que existan razones objetivas para ello. Y de manera más particular, la cláusula sería también abusiva al tener su encuadre en el artículo 85.3 del RDL 1/2007: “las cláusulas que reserven a favor del empresario facultades de interpretación o modificación unilateral del contrato, salvo, en este último caso, que concurren motivos válidos especificados en el contrato”.

#### **4. Condiciones de pago**

En relación con las condiciones de pago se ha detectado también el carácter abusivo de las cláusulas que limitan las condiciones de pago al aceptar solamente tarjetas de crédito, no admitiendo y rechazando las tarjetas de débito y el pago en efectivo<sup>3</sup>.

---

emergencia, con un chaleco reflectante de seguridad de alta visibilidad y con todos sus neumáticos (incluido el de repuesto) en buen estado y sin pinchazos. En caso de deterioro y/o pérdida de cualquiera de los neumáticos (por causa que no sea desgaste normal, deficiente montaje o defecto de fabricación) el Arrendatario se compromete a reemplazarlos inmediatamente, a su cargo, por otros neumáticos de idénticas características y misma marca y modelo, salvo que el deterioro y/o pérdida sea consecuencia de un accidente de tráfico, robo o actos vandálicos, en cuyo caso regirá lo dispuesto en el artículo 7 de las presentes Condiciones Generales. 2.3 Queda prohibido al Arrendatario variar cualquier característica técnica del Vehículo, las llaves, equipamiento, las herramientas y/o accesorios del Vehículo, así como efectuar cualquier modificación de su aspecto exterior y/o interior (salvo expresa autorización escrita por parte del Arrendador). En caso de infracción de este artículo, el Arrendatario deberá correr con los gastos, debidamente justificados, de reacondicionamiento del Vehículo a su estado original y abonar una cantidad en concepto de indemnización por inmovilización del Vehículo que será calculada de acuerdo al criterio establecido en el artículo 4.1 b) de las presentes Condiciones Generales”.

<sup>3</sup> **Por ejemplo:** “Las condiciones de pago son: a) Tarjeta de crédito VISA o MasterCard; b) No se admitirá el pago con tarjeta de débito, Diners Club, American Express, Postepay ni dinero en efectivo; c) La tarjeta de crédito debe estar a nombre de la persona que figure como conductor principal del contrato de alquiler”.



Consideramos que la cláusula es abusiva al tipificar lo dispuesto en el artículo 86.7 del RDL 1/2007, según el cual se consideran abusivas aquellas estipulaciones que prevean “la imposición de cualquier renuncia o limitación de los derechos del consumidor y usuario”. Asimismo, se podría encauzar con los artículos 82 y 89, que recogen tanto el concepto de cláusulas abusivas como las cláusulas abusivas que afectan al perfeccionamiento y ejecución del contrato.

---

[\[Volver\]](#)

#### **CONSULTA Nº 4**

REF.: SCC/AP/I.1.13/F

**INFORME SOBRE LA INCOMPATIBILIDAD DEL ARTÍCULO 20.2 DE LA LEY 7/1996, DE 15 DE ENERO, DE ORDENACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA CON EL ARTÍCULO 20.1 DEL TRLGDCU**

En este Organismo se ha recibido una consulta de la Secretaría General de Consumo de la Junta de Andalucía, sobre la interpretación que debe darse al artículo 20.2 de la Ley 7/1996, de 18 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista en lo que se refiere a la publicidad de precios en materia de rebajas, y su compatibilidad con el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado mediante Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.

[\[Volver\]](#)

En cuanto al objeto de la consulta cabe informar lo siguiente:

---

En el artículo 20 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, dedicado a la constancia de la reducción de precios, se dispone que:

*“1. Siempre que se oferten artículos con reducción de precio, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior junto con el precio reducido, salvo que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez.*

*Se entenderá por precio anterior, el que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos durante un periodo continuado de al menos treinta días, en el curso de los seis meses precedentes.*

*2. No obstante lo señalado en el apartado precedente, cuando se trate de una reducción porcentual de un conjunto de artículos, bastará con el anuncio genérico de la misma sin necesidad de que conste individualmente en cada artículo ofertado.”*

El artículo 20 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, sobre información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios, establece que:

*1. Las prácticas comerciales que, de un modo adecuado al medio de comunicación utilizado, incluyan información sobre las características del bien o servicio y su precio, posibilitando que el consumidor o usuario tome una decisión sobre la contratación, deberán contener, si no se desprende ya claramente del contexto, al menos la siguiente información:*

*(...)*

*c) El precio final completo, incluidos los impuestos, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación a la oferta y los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario.*

*En el resto de los casos en que, debido a la naturaleza del bien o servicio, no pueda fijarse con exactitud el precio en la oferta comercial, deberá informarse sobre la base de cálculo que permita al consumidor o usuario comprobar el precio. Igualmente, cuando los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario no puedan ser calculados de antemano por razones objetivas, debe informarse del hecho de que existen dichos gastos adicionales y, si se conoce, su importe estimado...”*

El artículo 20.1 del TRLGDCU es aplicable únicamente a las “invitaciones a comprar”, de acuerdo con el concepto definido en la letra i) del artículo 2 de la Directiva 2005/29/CE, de 3 de diciembre de 2009, de prácticas comerciales desleales, que en el TRLGDCU fue transpuesto con el concepto de “oferta comercial”. La citada Directiva define la invitación a comprar como la comunicación comercial que indica las características del producto y su precio de una manera adecuada al medio de comunicación comercial utilizado, y permite así al consumidor realizar una compra.

El artículo 7.4 de la Directiva establece que, en los casos en que haya una invitación a comprar, se considera sustancial, si no se desprende ya claramente del contexto, una serie de informaciones, entre las que se encuentran unos requerimientos en relación con el precio (letra c) del apartado 7.4). Concretamente, señala que se ha de indicar el precio, incluidos los impuestos, o, en caso de que éste no pueda calcularse razonablemente de antemano por la naturaleza del producto, la forma en que se determina el precio, así como, cuando proceda, todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales o, cuando tales gastos no puedan ser calculados razonablemente de antemano, el hecho de que pueden existir dichos gastos adicionales. Por lo tanto, en las “invitaciones a comprar” debe incluirse el precio final completo, ya que en caso contrario sería considerado como una omisión engañosa.

Por ello, los anuncios, ofertas o promociones con rebaja de precio en los que se indica un porcentaje de descuento no pueden considerarse en ningún caso por sí solas, como ofertas comerciales o invitaciones a comprar, dado que o bien no incorporan las características esenciales del producto o servicio, o bien no incluyen el precio. En efecto, ningún comerciante está obligado a informar del precio en su publicidad o en sus comunicaciones comerciales.

Debido a estos motivos, no puede considerarse como una obligación de los comerciantes la información “siempre y en todo caso” del precio de los productos y servicios, pudiendo libremente referirse a porcentajes de descuentos u otro tipo de ventajas sin necesidad de informar de los diferentes precios del producto en función de la oferta.

Sin embargo, cuestión distinta es la exhibición de un producto con su precio en la estantería de un comercio, como es el caso que plantea la Junta de Andalucía. En este supuesto y con independencia del anuncio genérico de un tanto por ciento de rebaja, nos encontraríamos ante una invitación a la compra u oferta comercial.

A la hora de hacer esta valoración, es preciso tener en cuenta lo dispuesto en el Documento de trabajo de los servicios de la Comisión Europea "Orientaciones para el desarrollo/aplicación de la Directiva 2005/29/CE", de 3 de diciembre de 2009. Tal como se indica en página 50 del citado informe, de conformidad con el artículo 2, letra i), una comunicación comercial o publicidad que contenga las características del producto y el precio debe considerarse una «invitación a comprar» a tenor de la Directiva.

El requisito de las «características del producto» mencionado en el artículo 2, letra i), de la Directiva se exige de forma invariable a partir del momento en que existe una presentación escrita o visual del producto. A este respecto, se destaca por la Comisión que una interpretación diferente constituiría un incentivo para que los comerciantes facilitasen descripciones vagas de los productos u omitiesen información en sus ofertas comerciales con objeto de eludir los requisitos relativos a la información establecidos en el artículo 7, apartado 4.

La última parte de la definición del artículo 2, letra i), de la Directiva («permite así al consumidor realizar una compra») significa que la información contenida en la comercialización del producto debe ser suficiente para hacer posible que el consumidor tome una decisión de compra (es decir, decidir si compra o no ese producto a ese precio).

Por otra parte, el referido informe de la Comisión establece un listado de supuestos que por lo general constituyen una invitación a comprar, si presentan el precio y las características del producto, y cita entre ellos *"un producto con su precio en la estantería de una tienda"*.

En el caso que nos ocupa, se trata de una venta en rebajas en la que se ofertan al público un conjunto de productos puestos a la venta en el comercio, respecto a los cuales se anuncia un descuento de un tanto por ciento. A este respecto, hay que tener en cuenta que, tal como se indica en el Documento de trabajo de los servicios de la Comisión Europea, las prácticas comerciales, tales como las ofertas combinadas o vinculadas, los descuentos, las rebajas de precios, las ventas promocionales, los sorteos comerciales, los concursos y los bonos están incluidos en el ámbito de aplicación de la Directiva y, por consiguiente, se rigen por sus disposiciones.

Nos encontramos en este caso con productos ofrecidos a la venta en un comercio abierto al público que, de acuerdo con la normativa vigente deben incorporar necesariamente la etiqueta obligatoria con sus características esenciales, y en los que, al mismo tiempo, se indica un precio. No parece, por tanto, que quepan dudas al respecto de que estemos ante una invitación a la compra y, por ello, resulta exigible que los distintos productos a los que se refiere el anuncio genérico de la rebaja de un tanto por ciento, incorporen necesariamente el precio final de venta al público. Y ello con independencia de que deba figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior junto con el precio reducido, en virtud de lo dispuesto en el artículo 20.1 de la LORCOMI.

En función de las anteriores consideraciones, se concluye que el artículo 20.2 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, resulta incompatible con el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, en concreto con su artículo 20.1 (transposición del artículo 7.4 de la Directiva de prácticas desleales) que regula la información necesaria en la oferta de bienes y servicios, y exige que se informe al consumidor del precio final completo, incluidos los impuestos, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación a la oferta y los gastos adicionales que se repercutan al consumidor y usuario.

El artículo 3.5 de la Directiva admite un período de 6 años a partir del 12 de junio de 2007, en que los Estados miembros podrán seguir aplicando disposiciones nacionales más exigentes o restrictivas en base a directivas de armonización mínima. Dado que el plazo finaliza el próximo 12 de junio, se hace preciso proceder a modificar el citado artículo 20.2 de la LORCOMI en orden a su adecuación a la Directiva 2005/29/CE sobre prácticas comerciales desleales.

[\[Volver\]](#)

**CONSULTA N° 5**

REF.: SCC/AP/I.3.13/F

INFORME SOBRE DE LA INTERPRETACIÓN NORMATIVA SOBRE LA DENOMINACIÓN DE VENTA "HARINA" ACOMPAÑADA POR LOS TERMINOS "ESPECIAL" O "SUPERIOR".

En este Organismo se ha recibido una consulta de la Dirección General de Salud Publica, Drogodependencias y Consumo, de Castilla-La Mancha, acerca de si estaría ajustada a la normativa la denominación de venta "harina" acompañada de palabras como "especial" o "superior". Se reciben además, varias etiquetas de productos.

[\[Volver\]](#)

En relación a la cuestión planteada y, una vez consultada la Subdirección General de Control y de Laboratorios Alimentarios, del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, se informa lo siguiente:

**Primero.**- El Real Decreto 1286/1984, de 23 de mayo, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria para la elaboración, circulación y comercio, de las harinas y sémolas de trigo y otros productos de su molienda para consumo humano, en el artículo. 2, de definiciones, punto 2.4., establece que *Deberá*

*entenderse por harina, sin otro calificativo, el producto finamente triturado obtenido de la molturación del grano de trigo. Triticum aestivum o la mezcla de éste con el Triticum durum, en la proporción máxima 4:1 (80% y 20%), maduro, sano y seco e industrialmente limpio. Los productos finamente triturados de otros cereales deberán llevar adicionado, al nombre genérico de la harina, el del grano del cual proceden.*

**Segundo.-** Asimismo, en el artículo 13 de etiquetado y rotulación, señala que el etiquetado de los envases y la rotulación de los embalajes deberán cumplir la norma general del etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios envasados.

Además, en el punto 13.1., indica que la información del etiquetado de los envases de los productos sujetos a esta Reglamentación que vayan destinados al consumidor final o a restaurantes, hospitales y otros establecimientos y colectividades similares, constará obligatoriamente de las siguientes especificaciones:

Punto 13.1.1. Denominación del producto.- *Serán las definiciones y denominaciones específicas de la Reglamentación Técnico-Sanitaria contempladas en el citado artículo 2.*

A la vista de lo expuesto, se concluye que en la etiqueta debe figurar como denominación de venta "harina" sin otros calificativos, cuando proceda de la molturación del grano de trigo. En el caso de otros cereales, debe indicarse harina seguida del grano de que proceda.

**Tercero.-** Por otra parte, el Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, en el artículo 6, punto 1, establece que *la denominación de venta de un producto alimenticio será la denominación prevista para este producto en las disposiciones de la Comunidad Europea que le sean aplicables.* Asimismo, en el citado punto 1, ap. a) señala que *a falta de disposiciones de la Comunidad Europea, la denominación de venta será la denominación prevista por las disposiciones legales, reglamentarias o administrativas que le sean aplicables en España. En defecto de lo anterior, estará constituida por el nombre consagrado por el uso en España, o por una descripción del producto alimenticio y de su utilización, si fuera necesario, lo suficientemente precisa para permitir al comprador conocer su naturaleza real y distinguirlo de los productos con los que pudiera confundirse. De*

igual forma, en el citado artículo 6, punto 2, determina que *no podrá ser sustituida la denominación de venta por una marca comercial o de fábrica o de una denominación de fantasía*. Además, dicho artículo 6, punto 5, establece que *cuando el producto alimenticio está regulado por disposiciones específicas, deberán utilizarse las designaciones de calidad tipificadas, quedando expresamente prohibidos los adjetivos calificativos diferentes a los establecidos en las disposiciones correspondientes*.

Por otra parte, en su artículo 4, punto 1, indica que *el etiquetado y las modalidades de realizarlo no deberán ser de tal naturaleza que induzcan a error al comprador, especialmente:*

*a) Sobre las características del producto alimenticio y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación y obtención.*

*c) Sugiriendo que el producto posee características particulares, cuando todos los productos similares posean estas mismas características.*

Abundando en lo anteriormente indicado, la denominación de venta "harina", no puede ir acompañada de palabras como "especial", "superior" o similares, ya que induciría a error al consumidor al pensar que se trata de una harina con unas características superiores a las de una harina que no va acompañadas de tales calificativos.

**Cuarto.-** En relación con las etiquetas recibidas, se señala que:

**1.-** Harina de trigo y en otro lugar de la etiqueta figura la palabra integral.- El artículo 2.5 de definiciones de la citada RTS para la elaboración, circulación y comercio, de las harinas y sémolas de trigo y otros productos de su molienda para consumo humano, establece la denominación "harina integral" como *el producto resultante de la molturación del grano del trigo, maduro, sano y seco, industrialmente limpio, sin separación de ninguna parte de él, es decir, con un grado de extracción del 100 por 100*. Por lo tanto, la denominación que debe figurar en la etiqueta es "harina integral" y no la de harina de trigo y de manera separada la palabra "integral". De otro modo, además de incumplir la



normativa, podría inducir a error al consumidor sobre la verdadera naturaleza del producto.

**2.-** Harina y en otro lugar de la etiqueta figura la indicación Especial Croquetas & Bechamel.- Al examinar la etiqueta surge la pregunta de en qué características se basa la indicación "especial croquetas & bechamel". Observamos la lista de ingredientes y vemos que solamente figura "harina", como en otras harinas que se comercializan sin indicar dicha alegación. Por lo tanto, se concluye que dicho etiquetado induce a error al consumidor al creer que se trata de una harina con unas características especiales distintas al resto de las harinas.

**3.-** Harina de trigo y en otro lugar de la etiqueta figura la indicación "especial fritos y rebozados". Al examinar la etiqueta, se observa que encima de la lista de ingredientes indica "preparado para fritos y rebozados" y como ingredientes figuran: harina de trigo (70%) y sémola de trigo (30%).

El punto 2.8.1. de la citada RTS para la elaboración, circulación y comercio, de las harinas y sémolas de trigo y otros productos de su molienda para consumo humano, define "harinas para rebozar" como *las harinas acondicionadas por la adición de determinadas sustancias, debidamente autorizadas y que se utilizan en la condimentación de alimentos. Deberán cumplir los requisitos exigidos en el punto 1.2 de esta Reglamentación.*

Sin otro particular que el simplemente ilustrativo de lo que se considera como "sustancia que se utiliza en la condimentación", se hace mención al Real Decreto 2242/1984, de 26 de septiembre, por el que se aprueba la Reglamentación técnico-sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de condimentos y especias, en cuyo art. 2º establece que Especia o condimento aromático.- *A efectos de esta Reglamentación, se designa con el nombre de especia o condimento aromático a las plantas o partes de las mismas, frescas o desecadas, enteras o troceadas o molidas, que por su color, aroma o sabor característicos se destinan a la preparación de alimentos y bebidas, con el fin de incorporarles estas características, haciéndoles mas apetecibles y sabrosos y, en consecuencia, consiguiendo un mejor aprovechamiento de los mismos.*

Por lo tanto, considerando que la sémola de trigo no se trata de una sustancia para la condimentación, no podría denominarse al producto "harina para rebozar".

No obstante, si nos fijamos en la indicación de uso que se hace del producto como "preparado para fritos y rebozados", parece que como denominación de venta lo mas adecuado sería hacer una descripción del mismo (ap 6.1.a, RD 1334/1999), dado que como se ha indicado no corresponde su composición con ninguna de las denominaciones contempladas en el citado RD 1286/1984.

A la vista de lo expuesto, se entiende que la denominación podría ser "preparado a base de harina y sémola de trigo". Lo que no se considera correcto es que se utilice como denominación de venta "harina de trigo", ya que podría inducir a error al consumidor.

**4.-** Harina superior de trigo y en otro lugar de la etiqueta figura la indicación "especial fuerza", preparada para elaborar panes especiales, bollería y alta repostería.

El punto 2.10. de la citada RTS para la elaboración, circulación y comercio, de las harinas y sémolas de trigo y otros productos de su molienda para consumo humano, define "harina de fuerza" como *la harina de extracción T-45 y T-55, exclusivamente, procedentes de trigos especiales, con contenido mínimo en proteínas del 11 por ciento y valor de características alveográfica W mínimo 200, admitiéndose una tolerancia en defecto del 10 por ciento.*

A la vista de lo indicado, se deduce que la denominación "Harina superior de trigo", induce a error al consumidor sobre la naturaleza del producto, al pensar que se trata de una harina superior a las restantes. Por otra parte, incumple la normativa citada al no adaptarse la denominación de venta a las denominaciones específicas contempladas en el artículo 13.1.1.. En este caso, la denominación debería ser "harina de fuerza"

**Quinto.-** Finalmente, abundando en lo anterior, se concluye que la palabra "harina" sin otros calificativos, se refiere a la derivada de la molturación de los granos de trigo, por lo que de no tratarse de harina de otro cereal, no es necesario indicar harina de trigo. Así mismo, las denominaciones de venta de las harinas, tienen que ser, obligatoriamente, las contempladas en el artículo 13.1.1. de la citada RTS, no admitiéndose ningún otro calificativo como "especial", "superior", etc, que pueda inducir a error al consumidor sobre su verdadera naturaleza.

En relación a las cuestiones planteadas, una vez consultada la Subdirección General de Planificación y Control Alimentarios, del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, se informa lo siguiente:

**Primero.**- En cuanto a la pregunta del punto 1, acerca de que no existe legislación específica sobre el uso del término "gazpacho", se confirma la no existencia de la misma. No obstante, se indica que se trata de una denominación consagrada por el uso con arreglo a su composición y características.

**Segundo.**- Respecto a la cuestión planteada en el punto 2., de considerar legalmente el "gazpacho" como una sopa fría, se señala lo siguiente:

A.- El Real Decreto 2452/1998, de 17 de noviembre, por el que se aprueba la Reglamentación técnico- sanitaria para la elaboración, distribución y comercio de caldos, consomés, sopas y cremas, en el artículo 2, punto 1. define que los Caldos y Consomé: *son productos líquidos claros y poco espesos, obtenidos: a) Cocinando con agua alguno de los siguientes ingredientes: cloruro sódico, hidrolizados proteicos, condimentos, aromas y especias y sus extractos o destilados naturales u otros productos alimenticios para mejorar su sabor, grasas comestibles, extractos de carne, y, en su caso vegetales, productos pesqueros, hidrolizados proteicos, condimentos, aromas y especias y sus extractos o destilados naturales u otros productos alimenticios para mejorar su sabor y los aditivos autorizados por la legislación vigente.*

Asimismo, en el artículo 2, punto 1, define que los Caldos y Consomé: *son productos líquidos claros y poco espesos, obtenidos: b) Reconstituyendo una mezcla equivalente de ingredientes deshidratados, de acuerdo con las instrucciones de uso o utilización.*

B.- El citado artículo 2, punto 2 define que las Sopas: *son los productos más o menos líquidos o pastosos obtenidos de la misma forma y constituidos por los mismos ingredientes que los caldos y consomés pero pudiendo llevar además incorporados pastas alimenticias, harinas, sémolas, otros productos amiláceos y cantidades variables de otros productos alimenticios de origen animal y, en su caso, vegetal*

A la vista de lo expuesto, se desprende que para que un producto pueda denominarse "sopa", ha de seguir un proceso de cocción con agua o de rehidratación de los ingredientes enumerados en los puntos anteriores.

En el caso del "gazpacho", su composición es una mezcla de productos vegetales frescos: tomate, cebolla, pimientos, pepino, ajo, junto con aceite, vinagre o limón y, en su caso, pan, batidos.

Por lo que se deduce que no podría considerarse el "gazpacho" como una sopa fría, al tratarse de un producto que no lleva los ingredientes de la forma establecida (deshidratados) para la definición de "sopa", ni ha seguido el consiguiente proceso de cocción en agua o de rehidratación.

**Tercero.**- En relación a la pregunta planteada en el punto 3., de que para poder llamar a una sopa fría "gazpacho", ésta no tiene que llevar necesariamente tomate, se indica que:

El Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, en el artículo 6, punto 1, establece que *la denominación de venta de un producto alimenticio será la denominación prevista para este producto en las disposiciones de la Comunidad Europea que le sean aplicables*. Asimismo, en el citado punto 1, ap. a) señala que *a falta de disposiciones de la Comunidad Europea, la denominación de venta será la denominación prevista por las disposiciones legales, reglamentarias o administrativas que le sean aplicables en España. En defecto de lo anterior, estará constituida por el nombre consagrado por el uso en España, o por una descripción del producto alimenticio y de su utilización, si fuera necesario, lo suficientemente precisa para permitir al comprador conocer su naturaleza real y distinguirlo de los productos con los que pudiera confundirse*. De igual forma, en el citado artículo 6, punto 2, determina que *no podrá ser sustituida la denominación de venta por una marca comercial o de fábrica o de una denominación de fantasía*.

Por otra parte, en su artículo 4, punto 1, indica que *el etiquetado y las modalidades de realizarlo no deberán ser de tal naturaleza que induzcan a error al comprador, especialmente:*

*a) Sobre las características del producto alimenticio y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación y obtención.*

Abundando en lo anteriormente indicado, no sería admisible la denominación de "gazpacho" para una sopa fría, lleve o no lleve como ingrediente el tomate, por

tratarse de dos productos muy diferentes en su composición. Por otra parte, al denominar "gazpacho" a una "sopa fría" se induciría a error al consumidor, al tiempo que se le impediría conocer la auténtica naturaleza de estos productos al no poder diferenciarlos, dándose la paradoja de la existencia en el mercado de dos productos muy distintos con la misma denominación de "gazpacho".

**Cuarto.-** No obstante, el Real Decreto 3484/2000, de 29 de diciembre, por el que se establecen las normas de higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas, en el artículo 2, punto 1, define Comida preparada.- *elaboración culinaria resultante de la preparación en crudo o del cocinado o del precocinado, de uno o varios productos alimenticios de origen animal o vegetal, con o sin la adición de otras sustancias autorizadas y, en su caso, condimentadas. Podrá presentarse envasada o no y dispuesta para su consumo, bien directamente, o bien tras un calentamiento tratamiento culinario posterior.*

Atendiendo a lo expuesto, tratándose el producto en cuestión de una comida preparada, es el fabricante quien tiene conocimiento sobre sus características y, por tanto, el indicado para denominarlo de manera que no induzca a error al consumidor y de conformidad con las reglas anteriormente indicadas y previstas en el artículo 6 de la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.

[\[Volver\]](#)

---

**CONSULTA N° 6**

REF.: SCC/AP/I.15.13/F

INFORME SOBRE LA INTERPRETACIÓN NORMATIVA ACERCA DEL USO DEL TERMINO "GAZPACHO".

En Este Organismo se ha recibido una consulta formulada por D. Sebastián Romero Melchor (K&L Gates), remitida por la Subdirección General de Gestión de Riesgos Alimentarios (AESAN), al objeto de corroborar su interpretación acerca de que: 1.

No existe legislación específica sobre el uso del término "gazpacho". 2. El "gazpacho" tiene la consideración legal de sopa fría, y como tal le es aplicable el Real Decreto 2452/1998, de 17 de noviembre, por el que se aprueba la Reglamentación técnico-sanitaria para la elaboración, distribución y comercio de caldos, consomés, sopas y cremas y 3. Para poder llamar a una sopa fría "gazpacho", ésta no tiene que llevar necesariamente tomate.

[\[Volver\]](#)

En relación a las cuestiones planteadas, una vez consultada la Subdirección General de Planificación y Control Alimentarios, del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, se informa lo siguiente:

**Primero.**- En cuanto a la pregunta del punto 1, acerca de que no existe legislación específica sobre el uso del término "gazpacho", se confirma la no existencia de la misma. No obstante, se indica que se trata de una denominación consagrada por el uso con arreglo a su composición y características.

**Segundo.**- Respecto a la cuestión planteada en el punto 2., de considerar legalmente el "gazpacho" como una sopa fría, se señala lo siguiente:

A.- El Real Decreto 2452/1998, de 17 de noviembre, por el que se aprueba la Reglamentación técnico- sanitaria para la elaboración, distribución y comercio de caldos, consomés, sopas y cremas, en el artículo 2, punto 1. define que los Caldos y Consomé: *son productos líquidos claros y poco espesos, obtenidos: a) Cocinando con agua alguno de los siguientes ingredientes: cloruro sódico, hidrolizados proteicos, condimentos, aromas y especias y sus extractos o destilados naturales u otros productos alimenticios para mejorar su sabor, grasas comestibles, extractos de carne, y, en su caso vegetales, productos pesqueros, hidrolizados proteicos, condimentos, aromas y especias y sus extractos o destilados naturales u otros productos alimenticios para mejorar su sabor y los aditivos autorizados por la legislación vigente.*

Asimismo, en el artículo 2, punto 1, define que los Caldos y Consomé: *son productos líquidos claros y poco espesos, obtenidos: b) Reconstituyendo una mezcla equivalente de ingredientes deshidratados, de acuerdo con las instrucciones de uso o utilización.*

B.- El citado artículo 2, punto 2 define que las Sopas: *son los productos más o menos líquidos o pastosos obtenidos de la misma forma y constituidos por los mismos ingredientes que los caldos y consomés pero pudiendo llevar además*

*incorporados pastas alimenticias, harinas, sémolas, otros productos amiláceos y cantidades variables de otros productos alimenticios de origen animal y, en su caso, vegetal*

A la vista de lo expuesto, se desprende que para que un producto pueda denominarse "sopa", ha de seguir un proceso de cocción con agua o de rehidratación de los ingredientes enumerados en los puntos anteriores.

En el caso del "gazpacho", su composición es una mezcla de productos vegetales frescos: tomate, cebolla, pimientos, pepino, ajo, junto con aceite, vinagre o limón y, en su caso, pan, batidos.

Por lo que se deduce que no podría considerarse el "gazpacho" como una sopa fría, al tratarse de un producto que no lleva los ingredientes de la forma establecida (deshidratados) para la definición de "sopa", ni ha seguido el consiguiente proceso de cocción en agua o de rehidratación.

**Tercero.**- En relación a la pregunta planteada en el punto 3., de que para poder llamar a una sopa fría "gazpacho", ésta no tiene que llevar necesariamente tomate, se indica que:

El Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, en el artículo 6, punto 1, establece que *la denominación de venta de un producto alimenticio será la denominación prevista para este producto en las disposiciones de la Comunidad Europea que le sean aplicables*. Asimismo, en el citado punto 1, ap. a) señala que *a falta de disposiciones de la Comunidad Europea, la denominación de venta será la denominación prevista por las disposiciones legales, reglamentarias o administrativas que le sean aplicables en España. En defecto de lo anterior, estará constituida por el nombre consagrado por el uso en España, o por una descripción del producto alimenticio y de su utilización, si fuera necesario, lo suficientemente precisa para permitir al comprador conocer su naturaleza real y distinguirlo de los productos con los que pudiera confundirse*. De igual forma, en el citado artículo 6, punto 2, determina que *no podrá ser sustituida la denominación de venta por una marca comercial o de fábrica o de una denominación de fantasía*.

Por otra parte, en su artículo 4, punto 1, indica que *el etiquetado y las modalidades de realizarlo no deberán ser de tal naturaleza que induzcan a error al comprador, especialmente:*

a) *Sobre las características del producto alimenticio y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación y obtención.*

Abundando en lo anteriormente indicado, no sería admisible la denominación de "gazpacho" para una sopa fría, lleve o no lleve como ingrediente el tomate, por tratarse de dos productos muy diferentes en su composición. Por otra parte, al denominar "gazpacho" a una "sopa fría" se induciría a error al consumidor, al tiempo que se le impediría conocer la auténtica naturaleza de estos productos al no poder diferenciarlos, dándose la paradoja de la existencia en el mercado de dos productos muy distintos con la misma denominación de "gazpacho".

**Cuarto.**- No obstante, el Real Decreto 3484/2000, de 29 de diciembre, por el que se establecen las normas de higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas, en el artículo 2, punto 1, define Comida preparada.- *elaboración culinaria resultante de la preparación en crudo o del cocinado o del precocinado, de uno o varios productos alimenticios de origen animal o vegetal, con o sin la adición de otras sustancias autorizadas y, en su caso, condimentadas. Podrá presentarse envasada o no y dispuesta para su consumo, bien directamente, o bien tras un calentamiento tratamiento culinario posterior.*

Atendiendo a lo expuesto, tratándose el producto en cuestión de una comida preparada, es el fabricante quien tiene conocimiento sobre sus características y, por tanto, el indicado para denominarlo de manera que no induzca a error al consumidor y de conformidad con las reglas anteriormente indicadas y previstas en el artículo 6 de la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.

[\[Volver\]](#)

**CONSULTA Nº 7**

REF.: SCC/AP/I.17.13/F

INFORME SOBRE LA INTERPRETACIÓN DE LA NORMATIVA EN MATERIA DE CANTIDADES NOMINALES PARA PRODUCTOS ENVASADOS Y CONTROL DEL CONTENIDO EFECTIVO

En este Organismo se ha recibido una consulta de AINIA - Centro Tecnológico - acerca de la interpretación de la normativa en materia de cantidades nominales para productos envasados y control del contenido efectivo, según se establece en el Real Decreto 1801/2008, de 3 de noviembre, por el que se establecen normas relativas a las cantidades nominales para productos envasados y al control de su



Una vez consultada la Subdirección General de Control y de Laboratorios Alimentarios del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente el cual, a su vez, ha recabado la opinión a los Servicios de Inspección de Calidad Alimentaria y Defensa contra Fraudes, se informa:

- Que los autocontroles llevados a cabo, por los envasadores o importadores, para certificar que los envases responden a las modalidades de control estadístico, establecidas en el Real Decreto 1801/2008, deben realizarse mediante muestreo, con la frecuencia por ellos determinada para poder garantizarlo.
- Que en caso de que algún autocontrol ponga de manifiesto que los envases no cumplen lo establecido en la citada norma, se debe efectuar un muestreo sistemático hasta corregir las deficiencias detectadas, dada la prohibición de comercializar los lotes rechazados.

**Primero:** Las cuestiones iniciales planteadas por AINIA son:

1º) ¿el control del contenido efectivo se debe hacer de forma horaria, considerando como lote esa franja de producción (1 hora)?, es decir, ¿en el caso de una empresa que trabaje las 24 horas continuadamente, deben hacer 24 lotes de producción? o

2º) ¿el control del contenido efectivo se debe hacer a lo largo de la producción de un lote (24 horas de producción) tomando como criterio para la selección del tamaño de muestra la capacidad horaria máxima del proceso?

En relación con las cuestiones acerca de lo que se constituye en lote a efectos de lo dispuesto en el Real Decreto sobre contenido efectivo, cabe señalar que el artículo 3, letra h) define como lote:

*“conjunto de envases de iguales cantidades nominales, modelo y fabricación, llenados en el mismo lugar y que son objeto de control.*

*Cuando el control de los envases se realiza al final de la cadena de envasado, el tamaño del lote es igual a la producción horaria máxima de aquella. En otros casos, el tamaño se limita a 10.000 unidades”.*

Por lo tanto, dependerá del tipo de control que realiza el responsable. Es decir que si como dice la norma se hace el control al final de la cadena de envasado, el tamaño del lote a efectos de determinar el número de muestras será igual a la producción máxima en una hora.

Si el control se realizara en otro momento diferente al final de la cadena de envasado, el tamaño se limitará a 10.000 envases.

En conclusión, la norma establece que el momento en el que se realiza el control es el que debe considerarse a efectos de determinar el tamaño del lote para el control estadístico.

En cualquier caso, habrá una correspondencia inequívoca de los lotes con los datos que consten en la documentación que demuestre la eficacia del control de muestreo estadístico. Estos datos deberán conservarse conforme a lo que se señala en el artículo 14.

**Segundo:** Asimismo, la consultante hace la siguiente solicitud de aclaración:

Dado el supuesto de fabricación en proceso continuo de 24 horas en las mismas condiciones, con todos los envases codificados/identificados de manera inequívoca con el mismo lote y con una producción horaria superior a 3021 envases ¿Es correcta la interpretación para el control efectivo del lote según el RD 1801/2008, si se aplica el plan de muestreo?:

- Para **control no destructivo** al final de la cadena de envasado, muestreo de 80 envases en total repartidos durante todo el periodo de fabricación (24 horas).

- Para **control destructivo** al final de la cadena de envasado, muestreo de 20 envases en total repartidos durante todo el periodo de fabricación (24 horas).

¿Los mencionados planes de control cumplen con lo requerido por el Real Decreto 1801/2008?

Respecto a estas cuestiones cabe señalar que el muestreo sería de 80 envases al final de la cadena para el control no destructivo y de 20 envases para el control destructivo, en ambos casos para cada hora de producción (teniendo en cuenta que la producción horaria máxima es superior a 3021 envases) y no para el total de las 24 horas, todo ello conforme a la definición de lo que se constituye en un lote en el artículo 3, apartado h).

La interpretación hecha por AINIA implicaría asimilar como producción horaria máxima las 24 horas de producción continua, lo que no se correspondería con la definición de lote a la que se ha aludido en el párrafo precedente. Abundando en lo anterior, hay que tener en cuenta que para el supuesto de que se realizase el control en un momento diferente al del final de la cadena de envasado, el límite en el tamaño del lote se establece en 10.000 envases, cifra que queda muy por debajo de los más de 72.000 envases que constituirían el lote según interpreta AINIA y que sería el resultado de calcular con una producción horaria máxima superior a 3021 envases una producción en continuo de 24 horas.

---

[\[Volver\]](#)

**CONSULTA Nº 8**

REF.: SGANAC/1540/2013/F

**INFORME SOBRE EL POSIBLE CARÁCTER ABUSIVO DE LA APLICACIÓN DE INTERESES USURARIOS EN DISTINTOS CONTRATOS, EN VIRTUD DEL REAL DECRETO LEGISLATIVO 1/2007, DE 16 DE NOVIEMBRE.**

La Secretaria General de Consumo de la Consejería de Administración Local y Relaciones Institucionales de la Junta de Andalucía formula consulta, conforme al procedimiento aprobado por la 8ª Conferencia Sectorial de Consumo, sobre el posible carácter abusivo de la aplicación por parte de ciertas casas de empeño e intermediarios financieros de tipos de interés excesivamente elevados.

[\(Volver\)](#)

La Junta de Andalucía manifiesta que, en el desarrollo de una Campaña de Inspección en materia de joyerías, establecimientos de compra venta de oro, y casas de empeño, ha detectado que las casas de empeño aplicaban a la operación de recompra del bien entregado por la persona consumidora, en el tiempo determinado en el contrato, un tipo de interés medio del 179% (en algunos casos llegaba al 300%).

En el mismo sentido, en el ámbito de la Campaña de Inspección sobre inscripción de los intermediarios financieros de crédito en el registro dependiente del Instituto Nacional del Consumo se han detectado intereses del 400 y 500%.

En concreto, la Junta de Andalucía plantea consulta sobre si la aplicación de estos tipos de interés tan elevados puede considerarse como una “práctica abusiva” conforme a lo dispuesto en el artículo 82.1 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, y por consiguiente, puede ser sancionado por incumplimiento de la normativa vigente en materia de consumo.

En relación con la consulta planteada por la Junta de Andalucía se formulan las siguientes consideraciones:

La Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores, cuya incorporación al Derecho español se lleva a cabo mediante la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación y en el texto refundido de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, dispone, en su artículo 4.2 lo siguiente:

*«La apreciación del carácter abusivo de las cláusulas no se referirá ni a la definición del objeto principal del contrato ni a la adecuación entre precio y retribución, por una parte, ni a los servicios o bienes que hayan de proporcionarse como contrapartida, por otra, siempre que dichas cláusulas se redacten de manera clara y comprensible».*

Por tanto, quedan fuera de los mecanismos de control de contenido de la Directiva aquellas cláusulas que se refieran a las prestaciones principales del contrato, así como a la relación de equivalencia económica entre ambas.

Sin embargo, esta exclusión se suprimió durante la tramitación en el Congreso de

la Ley nacional, al aceptarse la enmienda 71 que justificó esta supresión con el argumento de que «*el objeto principal y el precio puedan ser abusivos como es el caso de algunos contratos de préstamos con tipos TAE de más del 30%. Hacer que el coste no pueda ser abusivo supone una gran indefensión de los consumidores*».

Por tanto, la normativa española por la que se ha adaptado el Derecho interno a esta Directiva no ha incorporado estas excepciones. Dicha normativa permite a los órganos jurisdiccionales nacionales apreciar el carácter abusivo de una cláusula que se refiera al objeto principal del contrato, incluso en supuestos en que esta cláusula haya sido redactada de antemano por el profesional de manera clara y comprensible.

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea, mediante sentencia de 3 de junio de 2010 en el asunto C-484/08, en respuesta a una cuestión prejudicial, aclaró que no hay ningún obstáculo para que el legislador nacional extienda el control judicial más allá de los requisitos mínimos impuestos por la Directiva y que autoriza un control jurisdiccional del carácter abusivo de las cláusulas contractuales que se refieren a la definición del objeto principal del contrato o a la adecuación entre, por una parte, precio y retribución y, por otra, los servicios o bienes que hayan de proporcionarse como contrapartida, aunque estas cláusulas estén redactadas de manera clara y comprensible. Posteriormente, el Tribunal de Justicia ha confirmado la licitud de este tipo de control.

No obstante, como afirma la doctrina, el control judicial de la justicia o razonabilidad de los precios y las prestaciones con carácter general y con base en una cláusula general como es la «*contrariedad a la exigencia de la buena fe que, en perjuicio del consumidor y usuario, dé lugar a un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes*» (artículo 82 TRLGDCU) para los contratos referidos a toda clase de productos y servicios, será inconstitucional por atentar contra los artículos 10.1 y 38 de la CE, pues la determinación del contenido del contrato ya no quedaría en manos de las partes, sino en manos del juez, quedando vacía de contenido la libertad contractual.

Por otra parte, el hecho de que la citada Directiva sea de mínimos, si bien permite a la legislación nacional otorgar mayor protección al consumidor (artículo 8 de la Directiva transpuesta), no autoriza la alteración sustancial del modelo jurídico-económico europeo, pues los fines perseguidos por la armonización se verían puestos en peligro si la legislación estatal pudiera entender el control del contenido ilimitadamente.

En el supuesto que plantea la Junta de Andalucía, lo primero que habría que delimitar es el tipo de contrato ante el cual nos encontramos. Del planteamiento de la consulta parece deducirse que sería un contrato de compraventa con pacto de recompra. Así, se deduce del siguiente párrafo:

*“Para una empeño de una pieza valorada en 22.50 €, el precio de recuperación era de 28,69 €. Esto supone un incremento de 6,19 €. Se firma el 16-12-2011, y vence el 15-01-2012, es decir, 30 días de plazo. El cálculo del interés mensual  $(6,19/22,5)*100$  es del 27,5%, lo que anualmente aproximadamente podría suponer un 330%  $(27,5*12=330)$ .”*

En función del marco jurídico de referencia citado anteriormente, si el contrato que se firma con el consumidor contiene sin más, un precio de venta de 22.50 € y un precio de recompra por 28,69 €, nos encontraríamos ante un elemento esencial del contrato, como es el precio, cuya justicia o razonabilidad no puede ser valorado por las autoridades de consumo, por lo que no cabría entender que estemos ante una cláusula abusiva.

Lo anterior no impide, sin embargo, un control de contenido de algunos aspectos relativos a los elementos esenciales del contrato, como es la forma de determinación del precio, cuando ésta sea arbitraria en perjuicio del consumidor y usuario sin justificación objetiva, pues, tal como señala la doctrina, el propio Anexo de la [Directiva](#) relaciona como cláusulas abusivas alguna que afecta a la forma de estipular el precio (apartado 1. letra l) que se corresponde con la definida en el art. 85.10 TRLGDCU, relación que constituye una enumeración indicativa no cerrada, de modo que, aunque el supuesto de hecho litigioso no coincida con el previsto en ella, permite sostener que existe posibilidad de control si el procedimiento de fijación del precio es abusivo e injustificado, no del precio en sí. En tal sentido, por ejemplo, caber citar las sentencias que han considerado abusiva la cláusula de redondeo al alza en los préstamos hipotecarios suscritos a tipo de interés variable (entre otras, sentencias de la Audiencia Provincial de Madrid, sección 11ª, de [10 de octubre de 2002 \[AC 2002, 1417\]](#) y de Baleares, de [17 de marzo de 2003 \[AC 2003, 1624\]](#).)

En consecuencia, es preciso distinguir entre cláusulas que definen sustancialmente el bien, el servicio o el precio que se paga por ellos, y cláusulas que se refieren accidentalmente a los mismos, quedando las primeras exentas y las segundas sometidas al control. Así, las cláusulas contractuales no negociadas relativas al precio pueden quedar sujetas al control de contenido siempre que no contenga una

definición sustancial del mismo. Como se indicaba antes, en el supuesto que nos ocupa, si el precio de recompra está claramente establecido y ha sido aceptado por el consumidor no habría lugar a entrar a valorar el carácter abusivo del mismo, pues se sobreentiende que en las prestaciones principales del contrato siempre existe un verdadero acuerdo entre las partes: el consumidor sabe qué es lo que va a adquirir y el precio que va a tener que pagar por ello. Por el contrario, ejemplo de cláusulas que se refieren incidentalmente al precio serían aquellas que regulan los intereses de demora, que sí podrían ser objeto de valoración.

Es por tanto desde esta perspectiva conforme a la que cabe apreciar el posible carácter abusivo del importe del precio impuesto a los consumidores y usuarios en aquellos supuestos en que el precio de recompra no esté fijado claramente desde un principio, sino que se regule mediante una cláusula que determine la cantidad a pagar en el momento en que se produzca la recompra. En tal caso, dicha cláusula sí podría ser objeto de control con arreglo al artículo 82.1 de TRLGDCU.

En efecto, el control de una cláusula que pudiera ser considerada abusiva, incorporada a las condiciones generales de contratación debe examinarse a la luz de las disposiciones que en materia de cláusulas abusivas se recogen en el TRLGDCU, es decir, el control de las estipulaciones a que se refiere el artículo 82.1 es sin lugar a dudas básico para la protección de los consumidores frente a la imposición del contenido contractual por parte del empresario.

De conformidad con el texto refundido, para que una cláusula de un contrato pueda ser considerada como abusiva se tienen que dar tres requisitos: que no exista negociación individual de las cláusulas del contrato, que se produzca en contra de la buena fe un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes, y que las circunstancias concurrentes en el momento de la celebración, así como todas las demás cláusulas del contrato o de otro del que dependa, lleven a tal conclusión. Así se desprende del artículo 82 del citado texto refundido, en el que se dispone lo siguiente:

1. *"Se consideran cláusulas abusivas todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente y todas aquéllas prácticas no consentidas expresamente que, en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio del consumidor y usuario, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato."*

2. *El hecho de que ciertos elementos de una cláusula o que una*

*cláusula aislada se hayan negociado individualmente no excluirá la aplicación de las normas sobre cláusulas abusivas al resto del contrato.*

*El empresario que afirme que una determinada cláusula ha sido negociada individualmente, asumirá la carga de la prueba.*

*3. El carácter abusivo de una cláusula se apreciará teniendo en cuenta la naturaleza de los bienes o servicios objeto del contrato y considerando todas las circunstancias concurrentes en el momento de su celebración, así como todas las demás cláusulas del contrato o de otro del que éste dependa.*

*4. No obstante lo previsto en los apartados precedentes, en todo caso son abusivas las cláusulas que, conforme a lo dispuesto en los artículos 85 a 90, ambos inclusive:*

- a) vinculen el contrato a la voluntad del empresario,*
- b) limiten los derechos del consumidor y usuario,*
- c) determinen la falta de reciprocidad en el contrato,*
- d) impongan al consumidor y usuario garantías desproporcionadas o le impongan indebidamente la carga de la prueba,*
- e) resulten desproporcionadas en relación con el perfeccionamiento y ejecución del contrato, o*
- f) contravengan las reglas sobre competencia y derecho aplicable."*

Por otra parte, la declaración de nulidad por abusiva de una condición general corresponde, en principio, a los jueces (art. 83 TRLGDCU), sin perjuicio de la función de control y calificación que corresponde, respectivamente, a notarios y registradores (art. 23 de la Ley de Condiciones Generales de la Contratación, art. 84 del TRLGDCU y art. 258.2 de la Ley Hipotecaria).

A las autoridades de consumo les corresponde la potestad sancionadora en materia de cláusulas abusivas, quienes podrán sancionar al profesional que utilice las citadas cláusulas en los contratos (art. 49.1 letra i del TRLGDCU).

En función de las consideraciones anteriores, cabe concluir, en respuesta a la Junta de Andalucía, que en el supuesto de que el precio de recompra figure concretamente en el contrato y haya sido aceptado por las partes, no podría valorarse como cláusula abusiva por encontrarnos ante un elemento esencial del mismo. Por el contrario, si el precio de recompra no se fija directamente en el contrato, sino que se determina a través de los datos contenidos en las cláusulas



generales del mismo, y del examen de dichas cláusulas se establece que se trata de condiciones generales incorporadas a un contrato, no negociadas individualmente y que, en perjuicio del consumidor, producen un desequilibrio importante entre los derechos de ambas partes que es contrario a la buena fe, en la medida que finalmente imponen al consumidor un importe desproporcionado, si podría afirmarse que nos encontraríamos, en tal caso, ante una o varias cláusulas abusivas introducidas en el contrato firmado por el consumidor, que podrían ser objeto de inspección y sanción por parte de las autoridades de consumo de las diferentes Comunidades Autónomas. Dicho supuesto podría encuadrarse además en el artículo 88.1 del TRLGDCU que en todo caso considera abusivas las cláusulas que supongan "la imposición de garantías desproporcionadas al riesgo asumido".

En cuanto a los intereses del 400 y 500% que se han detectado por la Junta de Andalucía en el desarrollo de la Campaña de Inspección sobre inscripción de los intermediarios financieros de crédito en el registro dependiente del Instituto Nacional del Consumo, serían válidas las mismas conclusiones a las que se ha llegado respecto a los contratos de compra y recompra de bienes, si bien en este caso si puede hablarse en propiedad de intereses remuneratorios o de demora.

A la hora de valorar si el precio o los intereses correspondientes resultan abusivos parece razonable acudir como punto de referencia a los intereses usurarios que contempla la Ley de 23 de julio de 1908, de la Usura, así como, en su caso, a la Ley de Crédito al consumo, cuyo artículo 20.4 dispone al efecto lo siguiente: *"En ningún caso podrá aplicarse a los créditos que se concedan en forma de descubierto a los que se refiere este artículo un tipo de interés que dé lugar a una tasa anual equivalente o superior al 2,5 veces el interés legal del dinero"*, y ahora también a la ley Hipotecaria, modificada por la Ley 1/2013, de 14 de mayo, de medidas para reforzar la protección a los deudores hipotecarios, reestructuración de deuda y alquiler social, cuyo artículo 114, tercer párrafo, dispone al efecto lo siguiente: *«Los intereses de demora de préstamos o créditos para la adquisición de vivienda habitual, garantizados con hipotecas constituidas sobre la misma vivienda, no podrán ser superiores a tres veces el interés legal del dinero y sólo podrán devengarse sobre el principal pendiente de pago...»*.

[\(Volver\)](#)

**CONSULTA N° 9**

REF.: SGANAC/1542/2013/F

**INFORME SOBRE LA POSIBLE CALIFICACIÓN COMO ABUSIVA DE LA CLAUSULA DE UN CONTRATO QUE PERMITE EL COBRO POR LA EMISIÓN DE FACTURAS EN PAPEL.**

La Agencia Catalana del Consumo, formula consulta, conforme al procedimiento aprobado por la 8ª Conferencia Sectorial de Consumo, sobre la viabilidad jurídica de la práctica realizada por parte de determinadas empresas consistente en el cobro de un 1 € o cantidad similar para realizar el envío de la factura física o en formato papel a las personas consumidoras.

[\(Volver\)](#)

La Agencia destaca que estas empresas interpretan que al dar la posibilidad de realizar la consulta a través de medios electrónicos o telemáticos, el envío de la factura física en papel debe considerarse un servicio adicional y no un derecho

reconocido.

En torno a la cuestión planteada se formulan las siguientes consideraciones:

El Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, procede a la aprobación del Reglamento por el que se regulan con carácter general las obligaciones de facturación. En virtud del artículo 1 de este Real Decreto, los empresarios o profesionales están obligados a expedir y entregar, en su caso, factura u otros justificantes por las operaciones que realicen en el desarrollo de su actividad empresarial o profesional, así como a conservar copia o matriz de aquellos. Las facturas podrán expedirse por cualquier medio, en papel o en formato electrónico, que permita garantizar al obligado a su expedición la autenticidad de su origen, la integridad de su contenido y su legibilidad, desde su fecha de expedición y durante todo el periodo de conservación (art. 8.1). Ahora bien, para la expedición de la factura electrónica es necesario siempre que, previamente, el destinatario haya manifestado expresamente su consentimiento a recibirlas a través de este medio (art. 9.2).

Por otra parte, de conformidad con la disposición adicional primera del Real Decreto, lo dispuesto en el citado Reglamento ha de entenderse sin perjuicio de cuantos otros deberes sean además exigidos en cuanto a la expedición, entrega y conservación de la factura o documento análogo por parte de los empresarios y profesionales en el ámbito mercantil, financiero y asegurador, del régimen de sus actividades profesionales, en materia de subvenciones o ayudas públicas o a efectos de la defensa de los consumidores y usuarios.

Por tanto, en cuanto a la adecuada protección de los consumidores y usuarios en este ámbito de la facturación y teniendo en cuenta que el citado Reglamento no se pronuncia sobre la gratuidad o no de la emisión de factura, habrá que estar a lo dispuesto en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado mediante Real Decreto legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, cuyo artículo 63 dispone al efecto lo siguiente:

*1. En los contratos con consumidores y usuarios se entregará recibo justificante, copia o documento acreditativo con las condiciones esenciales de la operación, incluidas las condiciones generales de la contratación, aceptadas y firmadas por el consumidor y usuario, cuando éstas sean utilizadas en la contratación.*

*2. Salvo lo previsto legalmente en relación con los contratos que, por prescripción legal, deban formalizarse en escritura pública, la formalización del contrato será gratuita para el consumidor, cuando legal o reglamentariamente deba documentarse éste por escrito o en cualquier otro soporte de naturaleza duradera.*

De la redacción de este artículo se desprende que, salvo lo dispuesto en relación con los contratos que, por prescripción legal, deban formalizarse por escritura pública, en aquellos casos en que legal o reglamentariamente el contrato deba de documentarse por escrito o en cualquier soporte de naturaleza duradera, la formalización del mismo tendrá carácter gratuito para los consumidores y usuarios.

Con carácter general la factura emitida por un empresario cumple una función de acreditación, bien de la celebración y términos del contrato, bien de su ejecución. Por ello, en el caso servicios de tracto sucesivo, cada una de las facturas emitidas por el empresario suponen el cumplimiento formal de las obligaciones que para éste se derivan del contrato, y de conformidad con el artículo 63 del TRLGDCU su emisión debe tener carácter gratuito.

En consecuencia, el cobro por la emisión en papel de la factura de los servicios resulta contrario a las disposiciones de la legislación vigente, pudiendo dar lugar, en su caso, a la apertura del correspondiente expediente sancionador.

En cuanto a la valoración del posible carácter abusivo de este tipo de prácticas, la legalidad de las cláusulas de este tenor, incorporadas en este caso a las condiciones generales de un contrato de servicios, deben examinarse a la luz de las disposiciones que en materia de cláusulas abusivas se recogen en el TRLGDCU.

De conformidad con las disposiciones del texto refundido, para que una cláusula de un contrato pueda ser considerada como abusiva se tienen que dar tres requisitos: que no exista negociación individual de las cláusulas del contrato, que se produzca en contra de la buena fe un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes, y que las circunstancias concurrentes en el momento de la celebración, así como todas las demás cláusulas del contrato o de otro del que dependa, lleven a tal conclusión. Así se desprende del artículo 82 del TRLGDCU que establece la denominada cláusula general y dispone al efecto lo siguiente:

***“Artículo 82. Concepto de cláusulas abusivas.***

*1. Se considerarán cláusulas abusivas todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente y todas aquellas prácticas no consentidas expresamente que, en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio*

*del consumidor y usuario, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato”.*

*2. El hecho de que ciertos elementos de una cláusula o que una cláusula aislada se hayan negociado individualmente no excluirá la aplicación de las normas sobre cláusulas abusivas al resto del contrato.*

*El empresario que afirme que una determinada cláusula ha sido negociada individualmente, asumirá la carga de la prueba.*

*3. El carácter abusivo de una cláusula se apreciará teniendo en cuenta la naturaleza de los bienes o servicios objeto del contrato y considerando todas las circunstancias concurrentes en el momento de su celebración, así como todas las demás cláusulas del contrato o de otro del que éste dependa.*

Además, el apartado 4 de este artículo 82 del TRLGDCU está referido a la denominada lista negra de cláusulas abusivas recogida en los artículos 85 a 90 del mismo, es decir aquellas cláusulas que en cualquier circunstancia son abusivas:

*“4. No obstante lo previsto en los apartados precedentes, en todo caso son abusivas las cláusulas que, conforme a lo dispuesto en los artículos 85 a 90, ambos inclusive:*

- a) vinculen el contrato a la voluntad del empresario,*
- b) limiten los derechos del consumidor y usuario,*
- c) determinen la falta de reciprocidad en el contrato,*
- d) impongan al consumidor y usuario garantías desproporcionadas o le impongan indebidamente la carga de la prueba,*
- e) resulten desproporcionadas en relación con el perfeccionamiento y ejecución del contrato, o*
- f) contravengan las reglas sobre competencia y derecho aplicable.”*

Por otra parte, la declaración de nulidad por abusiva de una condición general corresponde, en principio, a los jueces (art. 83 TRLGDCU), sin perjuicio de la función de control y calificación que corresponde, respectivamente, a notarios y registradores (art. 23 de la Ley de Condiciones Generales de la Contratación, art. 84 del TRLGDCU y art. 258.2 de la Ley Hipotecaria).

A las autoridades de consumo les corresponde la potestad sancionadora en materia de cláusulas abusivas, quienes podrán sancionar al profesional que utilice cláusulas abusivas en los contratos (art. 49.1, letra i del TRLGDCU).

Partiendo de estas premisas, en el supuesto debatido cabe concluir que estamos en presencia de una cláusula abusiva por los siguientes motivos: se trata de una condición general incorporada a un contrato que no ha sido negociada individualmente y que, en perjuicio del consumidor, produce un desequilibrio importante entre los derechos de ambas partes que es contrario a la buena fe. En concreto, dicha cláusula puede encuadrarse en el supuesto contemplado en el

apartado 86.7 del TRLGDCU, que contempla las cláusulas abusivas por limitar los derechos básicos del consumidor y usuario, y dispone al efecto lo siguiente:

*“En cualquier caso serán abusivas las cláusulas que limiten o priven al consumidor y usuario de los derechos reconocidos por normas dispositivas o imperativas y, en particular, aquellas estipulaciones que prevean: ... 7. La imposición de cualquier otra renuncia o limitación de los derechos del consumidor y usuario.”*

En función de las anteriores consideraciones y en respuesta a la Agencia Catalana del Consumo, cabe concluir que el cobro a las personas consumidoras que realizan determinadas compañías telefónicas para la emisión de la factura en papel sería una práctica abusiva de conformidad con la previsión recogida los artículos 82 y 86.7 del Texto refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias.

-----  
[\(Volver\)](#)

## **CONSULTA Nº 10**

REF.: SCC/AP/I.47.13/F

**INFORME SOBRE LA DENOMINACION DE VENTA DE UN PRODUCTO CARNICO QUE CONTIENE CARNE DE CERDO.**

En este Organismo se ha recibido una consulta de la Agencia Catalana de Consumo sobre la denominación de venta de un producto cárnico que según su lista de ingredientes contiene carne de cerdo (79%), agua, sal, proteína de soja y de leche, azúcares y antioxidantes (E-331, E-301).

[\(Volver\)](#)

En relación con este asunto, una vez consultada la Subdirección General de Control y de Laboratorios Alimentarios del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, se informa lo siguiente:

Primero: La Agencia consultante informa que el producto alimenticio incluye en su etiquetado con letras mayúsculas la leyenda “Salmuerado de solomillo de cerdo congelado” y un poco más abajo, al lado de la mención de la lista de ingredientes,

la indicación "Preparado de carne" (la información anterior es la que consta en la etiqueta que se recibe junto con la consulta).

Segundo: Se puede entender que el término salmuerado se está refiriendo únicamente a la descripción del tratamiento con una salmuera o disolución en agua potable de sal comestible, adicionada o no de otras sustancias.

Tercero: Por lo tanto, la información sobre el tratamiento "salmuerado" preceda o no al término relativo a la pieza de carne que se ha sometido al mismo, lleva a la siguiente conclusión: se trata de la pieza cárnica "solomillo de cerdo" correspondiente al despiece normal de carnicería, sometida a un tratamiento con salmuera y posteriormente congelada.

Sin embargo, esta conclusión inicial no se ve refrendada y no se corresponde con la realidad del producto, en tanto que en la propia etiqueta, pero en un tamaño de letra muy inferior, se informa que se trata de un preparado de carne elaborado a partir de una mezcla de ingredientes, entre los que la carne de cerdo representa el 79% y el resto de los ingredientes utilizados están presentes en una cantidad del 21%.

Cuarto: Como también indica el consultante, en el punto 1.15 del Anexo I del Reglamento (UE) n° 853/2014, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2004, por el que se establecen normas específicas de higiene de los alimentos de origen animal, se incluye la definición de "preparado cárnico" en los siguientes términos: «Preparados de carne»: la carne fresca, incluida la carne que ha sido troceada, a la que se han añadido productos alimenticios, condimentos o aditivos, o que ha sido sometida a transformaciones que no bastan para alterar la estructura interna de la fibra muscular ni, por lo tanto, para eliminar las características de la carne fresca.

Quinto: Por otra parte, cabe señalar que el artículo 4.1 de la norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, aprobada por el Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, sobre principios generales del etiquetado, establece que el etiquetado y las modalidades de realizarlo no deberán ser de tal naturaleza que induzcan a error al comprador, especialmente: a) Sobre las características del producto alimenticio y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación o de obtención.

Sexto: Como conclusión de todo lo señalado, se considera que la indicación "salmuerado de solomillo de cerdo congelado" induce a confusión al comprador y, por lo tanto, debe eliminarse del etiquetado.

[\(Volver\)](#)

---



**INFORME SOBRE LA INTERPRETACIÓN NORMATIVA ACERCA DEL ETIQUETADO DE LAS MERMELADAS.**

En este Organismo se ha recibido un escrito de fecha, 27 de mayo de 2013, del Instituto de Consumo de Extremadura, por el que se solicita la interpretación normativa acerca de diferentes cuestiones relativas al etiquetado de las mermeladas, planteadas por la empresa "Sabores del Guijo" sobre los productos que elabora.

[\(Volver\)](#)

En relación a las cuestiones planteadas y, una vez consultada la Subdirección General de Gestión de Riesgos Alimentarios de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición y la Subdirección General de Control y de Laboratorios Alimentarios, del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, se informa lo siguiente:

**Primero.-**

**A.-** El consultante indica en primer término que elabora una mermelada extra a partir de pimiento, pimiento verde, cebolla, calabaza y cabello de ángel, entendiendo que se encuentran definidos en el artículo 4.5 de la RTS para la elaboración y venta de conservas vegetales.

Sobre este particular, antes de entrar a informar el resto de las cuestiones formuladas, cabe señalar que los términos de mermelada extra y mermelada, están regulados en el Real Decreto 670/1990, de 25 de mayo, por el que se aprueba la norma de calidad para confituras, jaleas y marmalades de frutas, crema de castañas y mermelada de frutas. Esta disposición reserva la denominación de mermelada y mermelada extra a la elaboración realizada a partir de frutas y de unos productos que son asimilados a las frutas: tomates y partes comestibles de los tallos de ruibarbo, las zanahorias y las batatas. De acuerdo con lo expuesto, los productos que menciona el consultante fabricados a partir de pimiento, pimiento verde, cebolla, calabaza y cabellos de ángel, deben recibir otra denominación adecuada a sus características.

**B.-** Por otro lado, el consultante quiere saber en qué normativa se recoge la mención "EXTRA", ya que no aparece como tal en el Real Decreto 863/2003, de 4 de julio, por el que se aprueba la Norma de calidad para la elaboración, comercialización y venta de confituras, jaleas, marmalades de frutas y crema de castañas.

Cabe señalar, que las mermeladas no entran en el ámbito de aplicación del Real Decreto 863/2003 y, como se ha indicado en el apartado anterior (A), el Real Decreto 670/1990, de 25 de mayo, es el de aplicación en la elaboración de la mermelada de frutas.

**C.-** Al margen de lo anterior, parece que el consultante solicita confirmación acerca de si en la denominación de mermelada extra de (frutas en general), a la que se aplica el RD 670/1990, debe aparecer la mención: "preparado con... gramos de fruta por 100 g de producto", considerando que no es incorrecto que en la etiqueta figure 65% de fruta y 35% de azúcar, porque esos gramos de azúcar es lo que marca el refractómetro y los reales decretos fijan entre 40°-60° Brix.

En relación a la consulta formulada, se reitera que la normativa de aplicación a las mermeladas, como indica el Instituto de Consumo de Extremadura, es el Real Decreto 670/1990, de 25 de mayo, por el que se aprueba la Norma de calidad para confituras, jaleas y marmalades de frutas, y mermelada de frutas. En el ANEJO UNICO, ap. 2.7, se define la mermelada extra como el producto preparado por cocción de frutas enteras, troceadas o trituradas, a las que se han incorporado azúcares hasta conseguir un producto semilíquido o espeso.

La cantidad de fruta utilizada para la fabricación de 1.000 gramos de producto acabado no será inferior a 500 gramos.

El contenido en materia soluble, determinado por refractometría será igual o superior al 40 por ciento e inferior al 60 por ciento.

Además, el art. 3 de Definiciones de materias primas, ap. 3.1, define Fruta como la fruta fresca, sana, sin ninguna alteración, con todos sus componentes esenciales y en el grado de madurez apropiada para la fabricación de los productos definidos en los apartados 2.1 a 2.8, después de lavada, pulida y despuntada.

Quedan asimiladas a la fruta, para la aplicación de la presente Norma de Calidad, los tomates y las partes comestibles de los tallos de ruibarbo, las zanahorias y las batatas.

El término "castaña", designa al fruto del castaño (*castanea sativa*).

El término "jengibre", designa las raíces comestibles de jengibre.

De igual forma, el art. 5, enumera las sustancias que podrán añadirse a los productos definidos en el art.2.

Del mismo modo, el ap. 7.1.2, establece que la denominación de venta se completará con: La indicación de la fruta o de las frutas utilizadas, en el orden decreciente de la importancia ponderal de las materias primas empleadas; no obstante, para los productos fabricados a partir de tres o mas frutas, la indicación de las frutas utilizadas podrá sustituirse por la mención "varias frutas" o por el número de frutas, seguido de la mención "frutas".

Y la indicación de los ingredientes que figuran en el ap. 5.1.2.

Por otra parte, el ap. 7.2 sobre otras menciones obligatorias, señala que el etiquetado de los productos definidos en el apartado 2, implica igualmente las siguientes menciones obligatorias, que figurarán en el mismo campo visual que la denominación del producto, la cantidad neta y la fecha de duración mínima:

7.2.1 La mención "preparado con...(cifra)...gramos de fruta por 100 gramos", en la que la cifra indicada representa las cantidades por 100 gramos de producto acabado...[...].

7.2.2 La mención "contenido total en azúcares:...(cifra)...gramos por 100 gramos", en la que la cifra indicada representa el valor refractométrico del producto acabado, determinado a 20 grados Celsius, con una tolerancia de mas o menos 3 grados refractométricos.

A la vista de lo expuesto, se desprende que:

Para poder elaborar una mermelada, hay que limitarse a las materias primas contempladas en el citado RD 670/1990.

La cantidad de fruta utilizada en la elaboración de la mermelada extra debe representar, al menos, el 50% sobre el producto acabado.

En la etiqueta debe figurar en el mismo campo visual que la denominación del producto, el contenido neto y la fecha de duración mínima, las menciones de los apartados 7.2.1 y 7.2.2.

El contenido en materia soluble, determinado mediante el refractómetro, debe estar comprendido entre el 40 y el 60%.

Si atendemos a los datos que se citan en la consulta (65% de fruta y 35% de azúcar), el contenido de fruta cumple con la exigencia normativa. En cuanto al contenido en materia soluble, sería necesario realizar el análisis mediante un refractómetro para verificar si cumple los valores establecidos.

Al margen de lo anterior, en la elaboración de la mermelada se deben utilizar solamente las frutas contempladas en la normativa.

Finalmente, las indicaciones en la etiqueta sobre el contenido de frutas y azúcares, debe ajustarse en su redacción a lo que se establece en los apartados 7.2.1 y 7.2.2.

**Segundo.-** El consultante elabora una mermelada de frambuesa y grosella que es denominada "Mermelada REINA".

No obstante, pregunta "cómo debe denominarla", ya que entiende que la normativa europea hace referencia a que cuando la mermelada se elabora con frutas de al menos tres tipos se puede poner la denominación (nombre comercial) que se quiera. Para el caso de mezcla de dos ¿Quiere saber si pueden seguir denominándola así o tendrían que cambiarlo?. En la etiqueta aparece la imagen de las dos frutas.

Con respecto a la denominación de venta del producto, el citado ap.7.1.2. del RD. 670/1990, establece que la denominación de venta se completará con la indicación de la fruta o las frutas utilizadas, en el orden decreciente de la importancia ponderal de las materias primas empleadas; no obstante, para los productos fabricados a partir de tres o más frutas, la indicación de las frutas utilizadas podrá sustituirse por la mención "varias frutas" o por el número de frutas, seguido de la mención "frutas".

Abundando en lo anterior, el Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, en el artículo 6, punto 1, establece que la denominación de

venta de un producto alimenticio será la denominación prevista para este producto en las disposiciones de la Comunidad Europea que le sean aplicables. Asimismo, en el citado punto 1, ap. a) señala que a falta de disposiciones de la Comunidad Europea, la denominación de venta será la denominación prevista por las disposiciones legales, reglamentarias o administrativas que le sean aplicables en España. En defecto de lo anterior, estará constituida por el nombre consagrado por el uso en España, o por una descripción del producto alimenticio y de su utilización, si fuera necesario, lo suficientemente precisa para permitir al comprador conocer su naturaleza real y distinguirlo de los productos con los que pudiera confundirse. De igual forma, en el citado artículo 6, punto 2, determina que no podrá ser sustituida la denominación de venta por una marca comercial o de fábrica o de una denominación de fantasía.

Teniendo en cuenta lo expuesto en el citado apartado 7.1.2 del RD 670/1990 y lo establecido en el artículo 6 del RD 1334/1999 sobre la denominación de venta, se concluye que en la etiqueta de la mermelada elaborada con frambuesa y grosella, debe figurar "mermelada de....seguida de la indicación de las frutas utilizadas en el orden ponderal de las materias primas empleadas", no pudiendo sustituirse por la mención "REINA".

**Tercero.-** Cuestiona el fabricante con respecto a la mermelada elaborada con fructosa, si puede figurar en el etiquetado "Apta para diabéticos".

El Real Decreto 2685/1976, de 16 de octubre de 1976, de la Presidencia de Gobierno, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de preparados alimenticios para regímenes dietéticos y/o especiales, el art. 2 define que los Preparados alimenticios para una alimentación especial: Son aquellos que, por su composición peculiar o por el particular proceso de su fabricación, se distinguen claramente de los productos alimenticios de consumo corriente, son apropiados para el objetivo nutritivo señalado y se comercializan indicando que responden a dicho objetivo.

El art. 3 sobre Tipos de preparados alimenticios para regímenes dietéticos y/o especiales, contempla en el ap.3.2.7 los alimentos para diabéticos.

Asimismo, el art. 18, establece que los alimentos utilizados para el consumo por diabéticos, habrán de cumplir las siguientes exigencias:

1. Limitación del contenido en glúcidos:

1.2. Mermeladas, compotas, dulces, jaleas, néctares, zumos de frutas y otras conservas de frutas: Contener menos de un 8 por 100 m/m de azúcares que no figuren entre los indicados en el punto 2.2 de este artículo, en el producto listo para el consumo.

2. Adición de azúcares y edulcorantes:

2.2. Como edulcorantes naturales sustitutivos del azúcar puede emplearse la Fructosa.

Por otra parte, el art. 20 de Etiquetado y Publicidad, ap. 20.2 indica que Los productos a que se refieren los apartados 2.1.2 (Determinadas clases de personas que se encuentran en condiciones fisiológicas particulares y que, por ello, obtienen beneficios especiales de una ingestión controlada de determinadas sustancias de los alimentos) y 2.1.3. (Determinadas clases de personas cuyos procesos de asimilación o de metabolismo se encuentran alterados) del artículo 2 podrán caracterizarse por las indicaciones "dietéticos" o de "régimen".

De igual forma, el ap. 20.4 recoge que en el etiquetado, en la presentación y en la publicidad de los productos alimenticios de consumo corriente estarán prohibidas:

20.4.1 la utilización de los calificativos "dietéticos" o "de régimen" solos o en combinación con otros términos, para designar dichos productos alimenticios.

20.4.2 cualquier otra indicación o cualquier presentación que pueda hacer creer que se trata de uno de los productos definidos en el artículo 2.

A la vista de lo señalado, se concluye que para que la mermelada pueda llevar la mención "apta para diabéticos", debe cumplir todos los requisitos exigidos por el citado RD. 2685/1976 y, además, debe ser registrado en el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, como un preparado alimenticio para regímenes dietéticos y/o especiales, según lo establecido en el Real Decreto 191/2011, de 18 de febrero sobre Registro General Sanitario de empresas alimentarias y alimentos. De no ser así, al tratarse de un alimento de uso corriente, no se permite ninguna indicación o presentación que pueda hacer creer al consumidor que se trata de un preparado alimenticio para una alimentación especial.

**Cuarto.-** Pregunta el fabricante si los requisitos obligatorios de etiquetado en tarros pequeños de mermeladas de 2 cm de alto por 8 cm de ancho, son los mismos que en las etiquetas de tamaños mayores. Alega que en algún Real Decreto, posiblemente de etiquetado, leyó que en etiquetas de tamaño inferior a 10 cm, solamente eran obligatorios algunos datos. Indica que, en el caso de la consulta, el tamaño de la etiqueta es inferior a 4 cm.

El citado Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, en el art. 14 relativo a pequeños envases, dice que cuando la cara mayor de los envases tenga una superficie inferior a 10 cm<sup>2</sup> solamente será obligatorio indicar la denominación del producto, la cantidad neta y el marcado de fechas.

**Quinto.-** Consulta sobre “si es obligatorio poner en las etiquetas ya sean de productos de alimentación o de cosmética el Registro Sanitario”.

En lo que respecta a los productos alimenticios, se informa que el Real Decreto 191/2011, de 18 de febrero, sobre registro general sanitario de empresas alimentarias y alimentos, no obliga a que dicho registro figure en el etiquetado de alimentos.

De igual forma, el citado Real Decreto 1334/1999 sobre el etiquetado de productos alimenticios, no contempla que en la etiqueta figure el registro sanitario del producto.

No obstante, según el Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril, por el que se establecen norma específicas de higiene de los alimentos de origen animal (CE) N° 853/2004, en el artículo 5.1 indica que los operadores de empresa alimentaria no pondrán en el mercado productos de origen animal manipulados en un establecimiento sujeto a autorización de conformidad con el apartado 2 del artículo 4 que no lleven:

una marca sanitaria fijada de conformidad con el Reglamento (CE) n° 854/2004

o bien,

en caso que el citado Reglamento no contemple la aplicación de una marca sanitaria, una marca de identificación fijada de conformidad con lo dispuesto en la sección I del anexo II del presente Reglamento.

En cuanto a los productos cosméticos, el Reglamento (CE) N° 1223/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de noviembre, sobre los productos cosméticos, no establece que en el etiquetado figure el registro sanitario.

Para más información, se puede visitar la página web de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios.

[\(Volver\)](#)

---



**INFORME SOBRE EL CONTENIDO NETO DE LOS HELADOS QUE DEBE FIGURAR EN LA INFORMACIÓN ALIMENTARIA DEL ETIQUETADO.**

En este Organismo se ha recibido un escrito de fecha, 19 de julio de 2013, del Secretario General de FEHRCAREM, por el que se formula la consulta sobre la interpretación del Reglamento (UE) Nº 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, acerca de la información sobre el contenido neto de los helados que debe figurar en el etiquetado.

[\(Volver\)](#)

En relación a la cuestión planteada y, una vez consultada la Subdirección General de Gestión de Riesgos Alimentarios de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición y la Subdirección General de Control y de Laboratorios Alimentarios, del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, se informa lo siguiente:

**Primero.-** El citado Reglamento (UE) Nº 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre, en el artículo 23.1. establece que la cantidad neta de un alimento se expresará en litros, centilitros, mililitros, kilogramos o gramos, según el caso:

- a) *En unidades de volumen en el caso de los productos líquidos;*
- b) *En unidades de peso en el caso de los demás productos.*

**Segundo.-** La Reglamentación técnico-sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de helados y mezclas envasadas para congelar, aprobada por el Real Decreto 618/1998, de 17 de abril, en el artículo 2.1. recoge la siguiente definición:

*Helados de forma genérica: los helados son preparaciones alimenticias que han sido llevadas al estado sólido, semisólido o pastoso, por una congelación simultánea o posterior a la mezcla de las materias primas utilizadas y que han de mantener el grado de plasticidad y congelación suficiente, hasta el momento de su venta al consumidor. Esta definición abarca a los productos definidos en el artículo 3.1.*

**Tercero.-** Por otra parte, la Guía "Information on Controls on Prepacked Product", desarrollada en el seno de WELMEC (European cooperation in legal metrology), recoge en el apartado 7.12. *que también se ha reconocido que si el producto contiene aire como ingrediente, el volumen nominal puede no ayudar a los consumidores a tomar una decisión informada en cuanto a la relación calidad-precio, ya que el aire adicional producirá un aumento de volumen sin ningún beneficio para el consumidor.*

**Cuarto.-** Teniendo en cuenta lo expuesto y, fundamentalmente, la definición de la citada Reglamentación técnico-sanitaria, se deduce que la indicación de la cantidad neta debe hacerse en unidades de peso.

**Quinto.-** A la vista de la conclusión del anterior apartado del presente informe, la información nutricional, de acuerdo con la normativa vigente, deberá referenciarse a los 100 gramos de producto.

Respecto a la información del precio por unidad de medida y, conforme a la conclusión señalada, deberá ir referenciada al kilogramo, según el Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios.

[\(Volver\)](#)

---

INFORME SOBRE LA DENOMINACION DE VENTA "JARABE DE GLUCOSA Y MIEL" O "SUCEDANEO DE MIEL" REFERENTE AL PRODUCTO "EMIR DE GRANADA".

En este Organismo se ha recibido un escrito de fecha, 17 de junio de 2013, de la Secretaría General de Consumo de la Junta de Andalucía, por el que se formula la consulta acerca de si estarían ajustadas a normativa las denominaciones de venta "Jarabe de glucosa y miel" o "Sucedáneo de miel" referente al producto "Emir de Granada", cuyos ingredientes son jarabe de glucosa (80%) y miel (20%). Se reciben además, varias etiquetas del producto.

[\(Volver\)](#)

En relación a las cuestiones planteadas y, una vez consultada la Subdirección General de Control y de Laboratorios Alimentarios, del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, se informa lo siguiente:

**Primero.-** Respecto a la cuestión relativa a denominar el producto "Emir de Granada" como "Jarabe de glucosa y miel", cabe señalar que en el informe elaborado conforme al procedimiento aprobado por la 8ª Conferencia Sectorial de Consumo (Documento SCC/AP/I.52.08/F), se concluyó que en productos con composición del 90% miel y otros ingredientes añadidos, se consideraban apropiadas aquellas denominaciones que antepusieran alguno de los términos: "preparado de..." o "especialidad de..." a la designación del nombre de los ingredientes que, en su caso, componen el producto.

**Segundo.-** En cuanto a si el citado producto puede ser denominado "Sucedáneo de miel", se informa que el Real Decreto 1049/2003, de 1 de agosto, por el que se aprueba la Norma de Calidad relativa a la miel, no admite esta posibilidad, dado que solamente contempla la denominación "miel" y las diferentes variedades de miel según su origen, según su elaboración o presentación, así como, la miel para uso industrial.

**Tercero.-** En relación con las etiquetas recibidas, se señala que el Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, del Ministerio de la Presidencia, por el que se aprueba la Norma General de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, el artículo 3.1, define que se entiende por Etiquetado: las menciones,

indicaciones, marcas de fábrica o comerciales, dibujos o signos relacionados con un producto alimenticio que figuren en cualquier envase, documento, rótulo, etiqueta, faja o collarín que acompañen o se refieran a dicho producto alimenticio.

Asimismo, el artículo 4.1, establece que el etiquetado y las modalidades de realizarlo no deberán ser de tal naturaleza que induzcan a error al comprador, especialmente:

Sobre las características del producto alimenticio y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación o de obtención.

Atribuyendo al producto alimenticio efectos o propiedades que no posea.

De igual forma, el artículo 4.2, indica que estas prohibiciones se aplicarán igualmente a la presentación de los productos alimenticios (en especial a la forma o al aspecto que se dé a éstos o a su envase, al material usado para éste y a la forma en que estén dispuestos, así como al entorno en que estén expuestos) y a la publicidad.

A la vista de lo expuesto, se concluye que en la etiqueta del producto objeto de la consulta, no pueden figurar las imágenes de un panal, una abeja o una cuchara de miel que cae sobre un recipiente, ya que inducen a error al consumidor haciéndole creer que el contenido del envase que adquiere es miel cuando, en realidad, se trata de un producto elaborado con jarabe de glucosa (80%) y miel (20%).

[\(Volver\)](#)

---