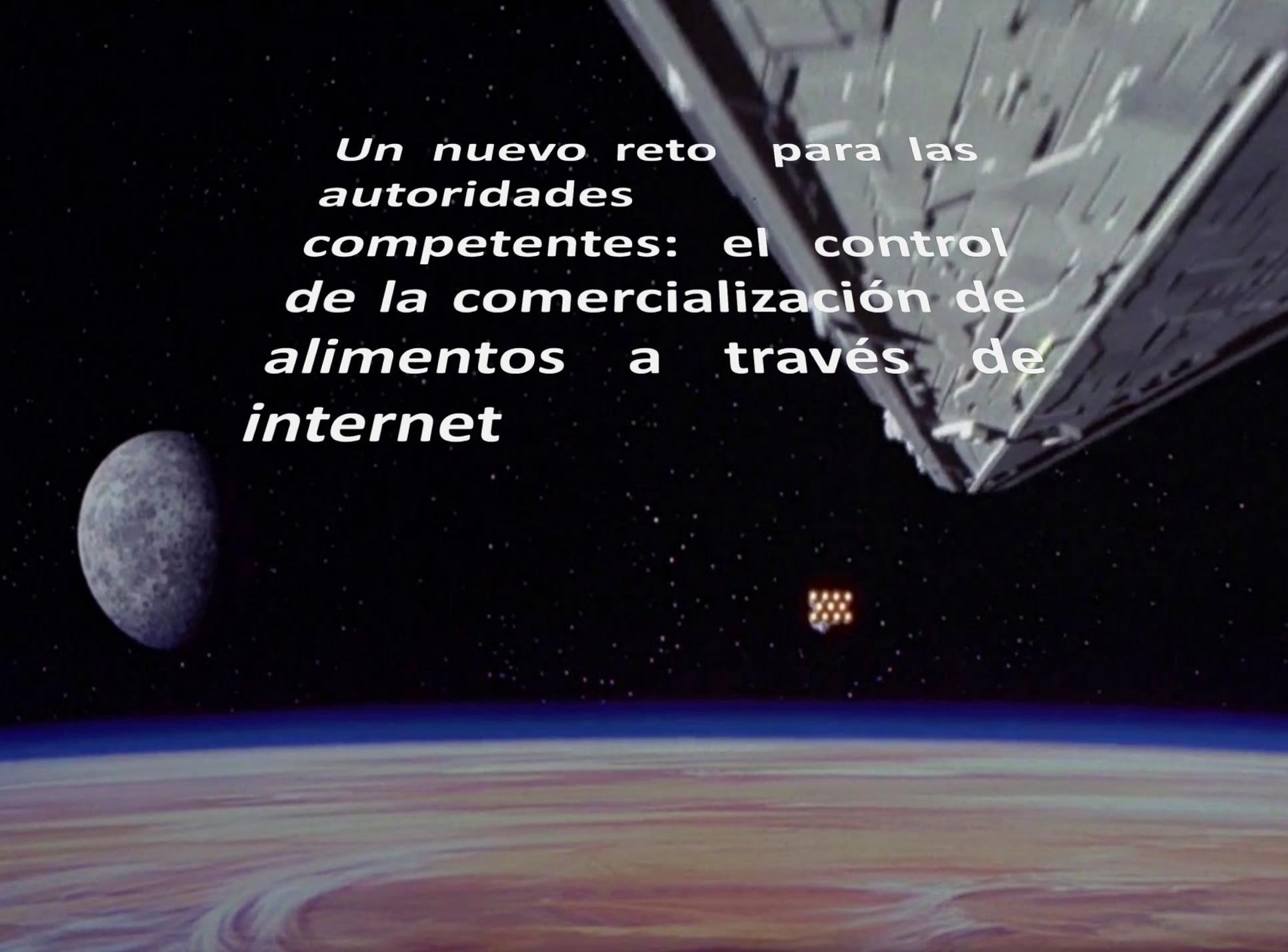


El control oficial de la venta de alimentos por internet



***Un nuevo reto para las  
autoridades  
competentes: el control  
de la comercialización de  
alimentos a través de  
internet***



## El control oficial de la venta de alimentos por internet

1. Los alimentos por internet
2. ¿Existe normativa que nos ampare?
3. Situación en Europa
4. Situación en España
5. Tareas en marcha

## El control oficial de la venta de alimentos por internet

1. **Los alimentos por internet**
2. ¿Existe normativa que nos ampare?
3. Situación en Europa
4. Situación en España
5. Tareas en marcha



## 1. Alimentos que se venden por internet

La venta por Internet es una vía cada vez más frecuentemente empleada para la compra-venta de productos alimenticios

Modelos de negocio:

- Establecimientos **fabricantes, almacenes o distribuidores** que han incluido la venta por internet dentro sus canales de comercialización
- Establecimientos de comercio **al por menor** que han incluido la venta por internet dentro sus canales de comercialización
- Empresas de **catering** que distribuyen platos preparados a colectividades
- Empresas o particulares que comercializan productos alimenticios a través de páginas Web que **no tienen establecimiento físico asociado**

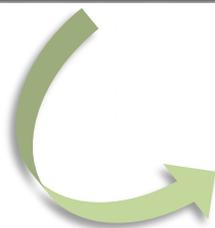


Complementos alimenticios



## 1. Alimentos que se venden por internet

- Los productos alimenticios que adquieren por internet han de ser **igual de seguros** que los que se ponen a disposición del consumidor por las *vías tradicionales*
- Hay que **realizar controles oficiales** sobre las páginas Web y los productos así comercializados para comprobar el cumplimiento de la normativa en materia de seguridad alimentaria



**Responsabilidad de las  
Autoridades Competentes**



## El control oficial de la venta de alimentos por internet

1. Los alimentos por internet
2. ¿Existe normativa que nos ampare?
3. Situación en Europa
4. Situación en España
5. Tareas en marcha

## 2. ¿Que normativa nos ampara?

Es de aplicación toda la normativa alimentaria

Reglamento (UE) 625/2017 relativo a los controles y otras actividades oficiales realizados para garantizar la aplicación de la legislación sobre alimentos y piensos, y de las normas sobre salud y bienestar de los animales, salud vegetal y productos fitosanitarios

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación

*.....cualquier fase de la producción, transformación y distribución de alimentos*

Artículo 15. Obligaciones de los operadores

*.....información sobre las actividades que efectúan los operadores, incluidas aquellas que emprenden por medios de comunicación a distancia*

Artículo 36. Muestreo de animales y mercancías puestos a la venta por medios de comunicación a distancia

*Las autoridades competentes podrán encargar muestras sin identificarse*

*Los operadores serán informados y podrán ejercer el derecho a un segundo dictamen pericial*



## 2. ¿Que normativa nos ampara?

Reglamento (UE) 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al de información al consumidor

### Artículo 2. Información alimentaria

La información relativa a un alimento puesta a disposición del consumidor final por medio de una etiqueta, otro material de acompañamiento, o cualquier otro medio, incluyendo **herramientas tecnológicas modernas** o la comunicación verbal



### Artículo 14. Venta a distancia

- Antes de que se realice la compra figurará en el soporte de la venta a distancia la información alimentaria obligatoria, **salvo las menciones previstas en el artículo 9, apartado 1, letra f),**
- todas las menciones obligatorias estarán disponibles en el momento de la entrega

**f) Fecha de duración mínima o la fecha de caducidad**

## 2. ¿Que normativa nos ampara?

DIRECTIVA 2000/31/CE

Ley 34/2002, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico

cualquier persona física o jurídica que suministre un servicio de la sociedad de la información

### Prestadores de servicios

- Restricciones (art. 8)
- Deber de colaboración (art. 11)
- Responsabilidad (art. 16)



Los órganos competentes podrán adoptar las **medidas necesarias para que se interrumpa la prestación** o para retirar los datos que los vulneran.

Los prestadores de servicios actuarán con **diligencia para retirar los datos o hacer imposible el acceso a ellos.**

## El control oficial de la venta de alimentos por internet

1. Los alimentos por internet
2. ¿Existe normativa que nos ampare?
3. **Situación en Europa**
4. Situación en España
5. Tareas en marcha



### 3. Situación en Europa

- 24 países hacen controles →
  - ✓ 7 con unidades centralizadas
  - ✓ 9 descentralizados
  - ✓ 8 países con unidades específicas para e-commerce
- Tipo de controles →
  - ✓ 13 países realizan controles proactivos
  - ✓ Ante alertas RASFF y denuncias
- Tipo de alimentos →
  - ✓ Control prioritario en complementos alimenticios
  - ✓ Alimentos con denominaciones de origen por fraudes
- N° de controles variable: De 0 a 2150 (por país)
- N° de incumplimientos variable de 0 a 800 (por país)
- Lugares de búsqueda de productos →
  - ✓ Buscadores (25)
  - ✓ Redes sociales (13)
- Cooperación →
  - ✓ Plataformas de venta (e-bay, Amazon, Alibaba...) (5 países)
  - ✓ Plataformas de pago (Paypal) (2 países)
- "Mystery shopping" →
  - ✓ 9 países SI
  - ✓ 4 en marcha



La situación es variada en los diferentes EEMM aunque en general se ha convertido en una línea prioritaria en la mayoría de ellos

### 3. Situación en Europa



La Comisión Europea ha desarrollado iniciativas:

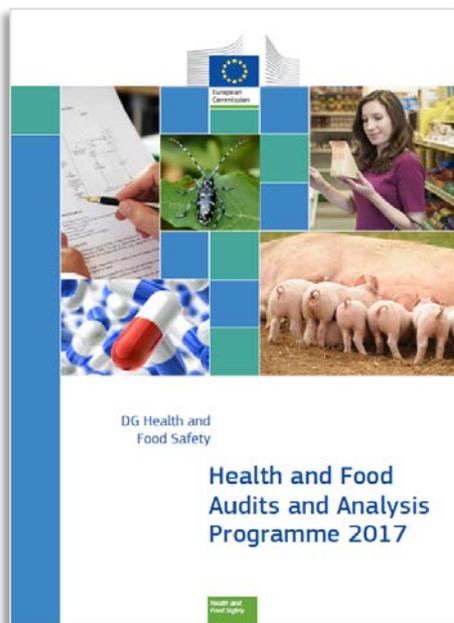
- Encuesta en 2015 a todos los Estados miembros
- Cursos de formación BTSF
- *Working Group e-commerce* que se ha reunido 2 veces en 2016
- Acción Coordinada de Control
- Auditorías de la HFAA



### 3. Situación en Europa

## Auditorías sobre controles de comercio electrónico de alimentos por SANTE/F (HFAA) en 2017

Objetivo: entender y compartir la manera de abordar el control en cada Estado Miembro e identificar buenas prácticas.



### Controls of internet sales of food

|                        |   |
|------------------------|---|
| <b>Objective</b>       | To evaluate how Member States have integrated into their official control systems controls on the sales of products via the internet, especially of foodstuffs (business to business, business to consumer and cross-border trade).   |
| <b>Project summary</b> | <p>Based on Member States' answers to a questionnaire, and additional information received in a working group meeting with Member State experts, a short series of fact-finding missions will be developed. Additional information will be gathered on how official controls of internet sales of food are carried out in some non-EU countries.</p> <p>The project will result in an overview report which will be discussed with Member States at a Better Training for Safer Food (BTSF) workshop.</p> |
| <b>Outputs</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 7 fact-finding missions: Denmark, France, Germany, Ireland, Portugal, Sweden, UK;</li> <li>• overview report;</li> <li>• BTSF workshop.</li> </ul>   |

- Dinamarca
- Francia
- Alemania
- Irlanda
- Portugal
- Suecia
- Reino Unido

## 3. Situación en Europa

### Auditorías sobre controles de comercio electrónico de alimentos por SANTE/F (HFAA) en 2017

#### Puntos a revisar

- Legislación nacional , guías y procedimientos
- Forma de realizar los controles oficiales:
  - Recursos y procedimiento
  - “Compra misteriosa”
  - Tipos y casos de no conformidad detectados
  - Actuaciones en caso de incumplimientos (RASFF, AAC)
  - Cooperación con otras AACCC: Aduanas, guardia civil....
- Registro y/o aprobación de los operadores que venden por internet
- Iniciativas desarrolladas (coordinación...)
- Información y comunicación a consumidores y operadores económicos
- Buenas prácticas detectadas

## El control oficial de la venta de alimentos por internet

1. Los alimentos por internet
2. ¿Existe normativa que nos ampare?
3. Situación en Europa
4. **Situación en España**
5. Tareas en marcha

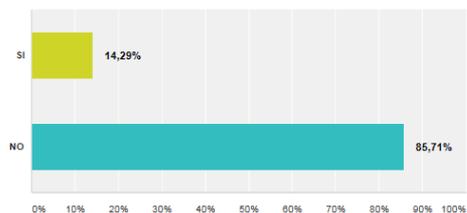
- 4 CCAA disponen de datos
- 52% Incumplimientos

## 4. Situación en España

### Encuesta realizada a las Comunidades Autónomas

¿Se controlan en su Comunidad Autónoma las empresas de alimentación que ofrecen alimentos vía internet (sin establecimiento físico asociado)?

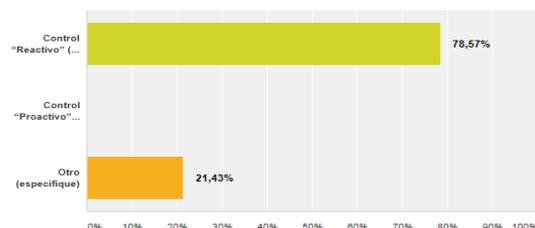
Respondido: 14 Omitido: 0



| Opciones de respuesta | Respuestas |
|-----------------------|------------|
| SI                    | 14,29% 2   |
| NO                    | 85,71% 12  |
| Total                 | 14         |

¿Cuáles son los factores desencadenantes para realizar un control de páginas Web o productos no conformes vendidos por internet en su Comunidad?

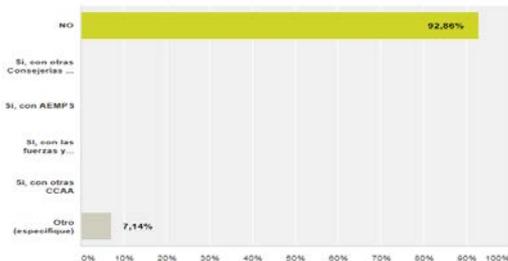
Respondido: 14 Omitido: 0



| Opciones de respuesta  | Respuestas |
|--|------------|
| Control "Reactivo" (no programado): vigilancia del mercado a partir de la recepción de información proveniente de diversas fuentes | 78,57% 11  |
| Control "Proactivo" (programado): controles de páginas Web basados en los planes de vigilancia en función del riesgo               | 0,00% 0    |
| Otro (especifique)   | 21,43% 3   |

¿Existe algún mecanismo de cooperación en su Dirección General con otros Organismos para el control de comercio electrónico de alimentos?

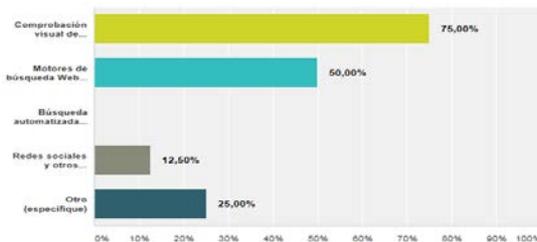
Respondido: 14 Omitido: 0



| Opciones de respuesta                      | Respuestas |
|--|------------|
| NO   | 92,86% 13  |
| SI, con otras Consejerías de mi C.A.       | 0,00% 0    |
| SI, con AEMPS                              | 0,00% 0    |
| SI, con las fuerzas y cuerpos de seguridad | 0,00% 0    |
| SI, con otras CCAA                         | 0,00% 0    |
| Otro (especifique)                         | 7,14% 1    |
| Total de encuestados: 14                   |            |

¿Qué clase de herramientas o software está utilizando en la búsqueda de ofertas en internet de alimentos (productos) en su Comunidad Autónoma?

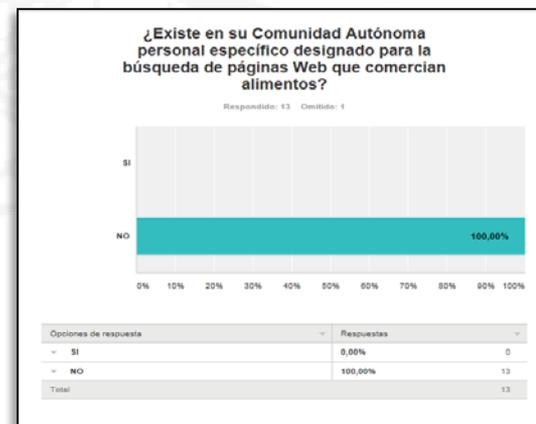
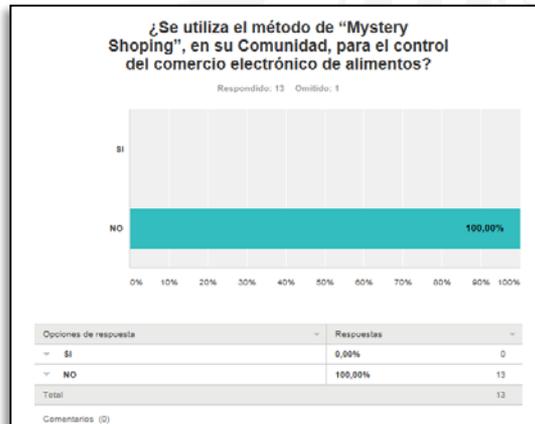
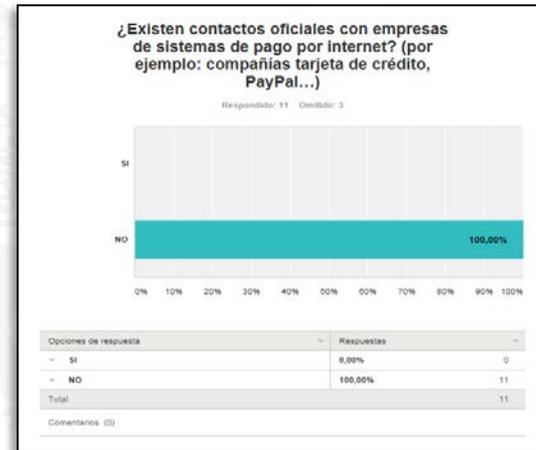
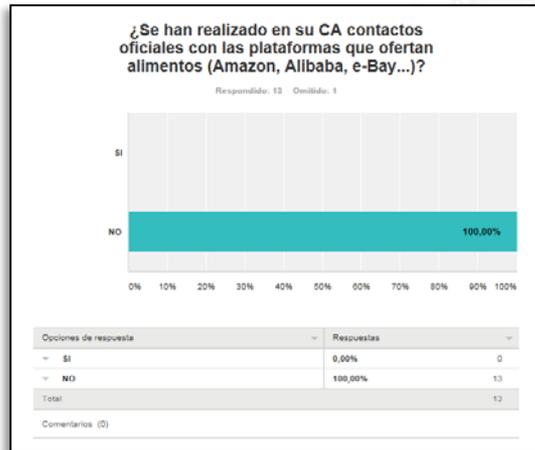
Respondido: 0 Omitido: 5



| Opciones de respuesta   | Respuestas |
|---|------------|
| Comprobación visual de páginas Web  | 75,00% 0   |
| Motores de búsqueda Web (por ejemplo: Google, Bing, Yahoo!...)                              | 50,00% 4   |
| Búsqueda automatizada (software especializado)  | 0,00% 0    |
| Redes sociales y otros servicios Web (por ejemplo: Facebook, Myspace, LinkedIn, Twitter...) | 12,50% 1   |
| Otro (especifique)  | 25,00% 2   |
| Total de encuestados: 5   |            |

## 4. Situación en España

### Encuesta realizada a las Comunidades Autónomas





INFORME ANUAL 2015

PLAN NACIONAL DE CONTROL OFICIAL DE LA CADENA ALIMENTARIA 2015 - 2015



## 4. Situación en España

### Objetivos

Realizar **controles oficiales** de alimentos que se venden por internet

### Punto de control

**Páginas Web** que pone a disposición del consumidor los alimentos:

- ✓ Plataformas de ventas
- ✓ Redes sociales

### Naturaleza del control

- **Inspección de la información** contenida en la página Web
  - ✓ Inspección de la información disponible
  - ✓ Identificación del responsable
- **Toma de muestras** del producto comercializado:
  - ✓ Adquirir el producto mediante "Compra misteriosa"
  - ✓ Inspección del etiquetado
  - ✓ Análisis del producto en laboratorio

### Detección de incumplimientos

- El control oficial del comercio electrónico, por sus especiales características, requiere una **organización, recursos, metodología y adopción de medidas ante incumplimientos diferentes a lo habitual.**

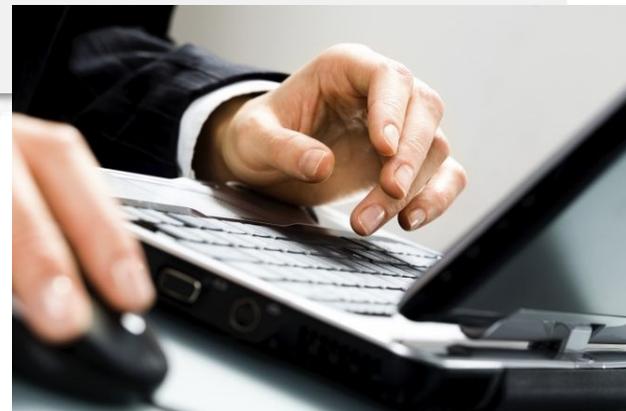
### Adopción de medidas

- **Retirada del producto por el proveedor de servicios**
- **Iniciación de una alerta o comunicación por el ACA**
- Visita de inspección si está ubicado en España
- Retirada del mercado
- Suspensión cautelar del establecimiento
- Procedimiento sancionador

## 4. Situación en España

### NECESIDADES

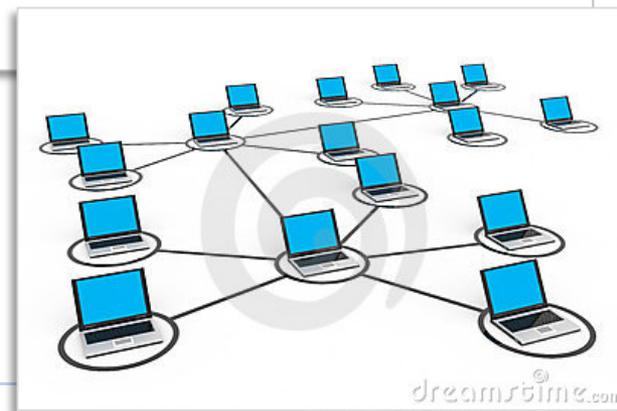
- **Formación específica** tanto en informática como en legislación de seguridad alimentaria.
- **Tecnológicas**, ordenador y tarjeta de crédito “no fichados”
- **Legales**, vacíos legales para este sistema de venta (Registro de empresas comercializadoras, muestreo oficial por triplicado en presencia del operador...)
- **Mecanismos de coordinación entre AACCC**
- **Mecanismos de colaboración con plataformas**
- **Centralizar los controles**



## 4. Situación en España

### DIFICULTADES

- No existe un **registro de páginas Web** autorizadas
- Las páginas Web y sus responsables pueden estar **alojados en cualquier parte del mundo**
- Es difícil adoptar medidas frente a **productos de países terceros**
- La información de los responsables del producto o de la página Web **puede no aparecer o ser falsa**
- La “**compra misteriosa**” requiere un comprador con identidad falsa, ordenador “libre”, tarjeta de crédito y respaldo legal a la toma de muestras (segundo dictamen pericial).



## El control oficial de la venta de alimentos por internet

1. Los alimentos por internet
2. ¿Existe normativa que nos ampare?
3. Situación en Europa
4. Situación en España
5. **Tareas en marcha**

## 5. Tareas en marcha

### 1. Participación en la Acción Coordinada de Control organizada por la Comisión:

- Periodo de control del 4 al 29 de septiembre 2017
- Periodo de notificación de resultados: del 4 de septiembre al 10 de noviembre

- Complementos con alegaciones de salud prohibidas por el artículo 7(3) del Reglamento 1169/2011
- Nuevos alimentos no autorizados

Noticias: **INCIBE lanza un juego en línea que enseña a hacer uso más seguro de Internet**

a a a



## observatorio de internet



### Acerca del Observatorio

Portada

¿Qué es el Observatorio?

Funciones

### Noticias

Titulares

### Legislación

Conocimientos básicos

Normativa de cookies

Española

Europea

### Colaboradores

Organismos públicos

Otras organizaciones

### Contacta con nosotros

Formulario de consulta

Preguntas frecuentes

¿Cómo encontramos?

### Portada

### ¿Quiénes somos?

El **Observatorio de Internet** surge como una iniciativa de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, para proteger al consumidor en internet, ante la necesidad de combatir los fraudes electrónicos y fomentar el consumo responsable.

Dependiendo de la Subdirección General de Coordinación, Calidad y Cooperación en Consumo, el Observatorio de Internet se crea para desempeñar, en el ámbito de la red, las funciones que tiene encomendadas la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición relativas al buen funcionamiento del mercado para la protección del consumidor. El correcto desarrollo del consumo en Internet se basa en tres pilares fundamentales: **confianza, seguridad y educación**.

La apuesta del Observatorio es fomentar un consumo sostenible, consciente y responsable a través de la consecución de los siguientes cuatro puntos:

### Seguridad Confianza Cooperación Educación

Contribuir a que internet sea un sitio más seguro.

- Rastreo sistemático de posibles fraudes en los sectores de mayor interés para el consumidor medio.
- Identificación de páginas que puedan suponer un riesgo potencial.
- Alertar sobre fraudes y abusos en la red.

## 5. Tareas en marcha



Iniciativa de la AECOSAN para desempeñar funciones de protección al consumidor en el ámbito de la Red

### ✓ Actividades

- Resolución de reclamaciones
- Asistencia a otras áreas de la AECOSAN
- Participación en redes de cooperación de defensa al consumidor
- Barridos: análisis periódicos de diversos sectores de consumo en Internet

## 5. Tareas en marcha



observatorio de internet

### ✓ Gestión de casos

- 1150 desde su puesta en marcha
- 232 en el último año (64% ya cerrados)

Fases:

- **Mediación amistosa.**
  - Gran número de empresas agradece este enfoque
  - La mayoría de los casos se resuelve en esta 1ª fase
- **"Enforcement"**. Dependiendo de la naturaleza del caso hay diferentes canales de resolución y distintos tipos de sanciones

### ✓ Mecanismos de coordinación



## 5. Tareas en marcha

### 2. Elaboración de un procedimiento/guía sobre control oficial de Internet:

- Recursos técnicos
- Captura de evidencias
- Coordinación entre AACCC
- Definición de no conformidades y actuaciones derivadas
  - Comunicación entre AACCC
  - Comunicación al RASFF y ACA

## 5. Tareas en marcha

3. Establecer contacto con las Plataformas que venden alimentos por internet (e-bay, Amazon, Google, Facebook...)

4. Establecer mecanismos de coordinación:

- Fuerzas de seguridad (guardia civil, policía)
- AEMPS
- Controles en frontera/Aduanas

5. Revisión/Clarificación normativa (R.D. 191/2011, R.D. 1945/1983)

6. Organizar el mystery shopping



## Tareas futuras

- ❑ Taller de formación
- ❑ Campañas informativas a consumidores y operadores económicos
- ❑ Organización de campañas de control coordinado en nuestro país
- ❑ Seguir trabajando en coordinación





# Muchas gracias

*Elena Barco Alcalá*

*[ebarco@mssi.es](mailto:ebarco@mssi.es)*

*Area de Planificación*

*SG de Coordinación de Alertas y Programación del Control Oficial*

