

INFORME DE RESULTADOS

PLAN DE CONTROL COORDINADO SOBRE ESTABLECIMIENTOS QUE ELABORAN COMIDAS PREPARADAS Y LAS COMERCIALIZAN POR INTERNET

Fecha de ejecución: 1 de julio al 31 de diciembre de 2024

ÍNDICE

1. Objetivo y justificación	3
2. Base legal	3
3. Plazo de ejecución	5
4. Autoridades competentes en la ejecución de este plan.....	5
5. Descripción de los controles	5
6. Resultados de los controles.....	6
6.1. Resultados de los controles con respecto a la información de la página web	8
6.2. Resultados de los controles realizados sobre los productos comercializados	9
7. Medidas adoptadas ante los incumplimientos detectados	15
8. Conclusiones	16

INFORME DE RESULTADOS DEL PLAN DE CONTROL COORDINADO SOBRE ESTABLECIMIENTOS QUE ELABORAN COMIDAS PREPARADAS Y LAS COMERCIALIZAN POR INTERNET

1. Objetivo y justificación

El comercio electrónico se ha consolidado como una vía cada vez más habitual para la compraventa de productos alimenticios.

Las tiendas *online* dirigidas tanto a empresas alimentarias como al consumidor final representan una modalidad de distribución de alimentos que emplea internet como canal de comercialización. En los últimos años se ha observado un notable incremento en el número de establecimientos alimentarios que elaboran comidas preparadas y las venden a través de internet, ya sea mediante páginas web o perfiles en redes sociales. Las características específicas de este tipo de establecimientos, junto con la detección de determinados incumplimientos asociados a esta forma de comercialización y las dificultades que plantea para los servicios de inspección, motivaron la necesidad de abordar su control a través de un plan coordinado.

En este contexto, y tras el acuerdo en el seno del *Grupo de trabajo de comercio electrónico* de la AESAN, se decidió realizar un plan de control coordinado centrado en establecimientos que elaboran comidas preparadas y comercializan sus productos a través de páginas web o redes sociales.

Este Plan tenía como objetivos:

1. Verificar que los operadores de empresa alimentaria que ponen a disposición del consumidor comidas preparadas a través de internet cumplen con las obligaciones previstas en el artículo 10 de la *Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico* (en adelante LSSI), en relación con la información general del prestador de servicios de la sociedad de la información y su obligación de registro como empresa alimentaria.
2. Comprobar que los productos alimenticios comercializados por estos establecimientos en sus páginas web o perfiles en redes sociales cumplen la legislación aplicable en materia de seguridad alimentaria e información al consumidor.

2. Base legal

Los operadores de empresas alimentarias que comercializan sus productos a través de internet y los productos alimenticios que comercializan tienen que cumplir todas las normas comunitarias y nacionales establecidas en materia de seguridad alimentaria, tal y como indica el *Reglamento (CE) nº 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria*, que, en su artículo 17, indica que "*los explotadores de empresas alimentarias (EEA) se asegurarán en todas las etapas de la producción, transformación y distribución de que los alimentos cumplen los requisitos de la legislación alimentaria*".

El marco legal para ejercer el control oficial de estas empresas y los productos que comercializan es el común para todos los alimentos y empresas alimentarias, que desde el 14 de diciembre de 2019 es el *Reglamento (UE) 2017/625 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de marzo de 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, sanidad vegetal y productos fitosanitarios, que introduce aspectos novedosos como el muestreo de animales y mercancías puestos a la venta por medios de comunicación a distancia sin identificarse (art. 36) o la posibilidad de ordenar el cese durante un periodo de tiempo adecuado de la totalidad o de una parte de las actividades del operador de que se trate y, en su caso, de los sitios de internet que gestione o utilice (art. 138 (2 i)).

Sin embargo, para poder realizar controles oficiales del comercio electrónico de alimentos, por sus especiales características, se requiere una organización y un procedimiento diferente al control oficial del resto de canales de distribución. El comercio electrónico se rige, entre otras disposiciones, por la LSSI, que traspone al ordenamiento nacional la *Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico)*, y el *Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre de 2022, relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE (Reglamento de Servicios Digitales)*, mediante el cual se incluyen las redes sociales como plataformas *online* a efectos de requisitos normativos.

En el ámbito del Registro General de Empresas Alimentarias y Alimentos (RGSEAA), regulado por el *Real Decreto 191/2011*, el artículo 2 establece que se inscribirán en el Registro cada uno de los establecimientos de las empresas alimentarias o, en el caso de que éstas no tengan establecimientos, las propias empresas que produzcan, transformen, elaboren y/o envasen alimentos o productos alimenticios destinados al consumo humano, así como si los almacenan, distribuyen o transportan. En el caso de establecimientos de comercio al por menor, estos deberán inscribirse en los registros de las autoridades competentes establecidos al efecto. Por tanto, el operador de empresa alimentaria que elabore y/o distribuya/transporte comidas preparadas a través de internet, debe estar en el registro nacional (RGSEAA) o en el registro autonómico en el caso de que sea un establecimiento de comercio al por menor, según los criterios generales de clasificación de empresas y establecimientos de la "*Guía para el registro sanitario de las empresas y establecimientos alimentarios*" (Rev.15).

En cuanto a la información alimentaria, el *Reglamento (UE) n° 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor* ha tenido en cuenta la necesidad de garantizar la información alimentaria en todas las formas de suministrar alimentos a los consumidores, incluyendo la venta de alimentos mediante técnicas de comunicación a distancia. En particular, en el artículo 2, se define "información alimentaria" como "*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*" y en el artículo 14, "*Venta a distancia*", apartado (a), dispone que "*la información alimentaria obligatoria, salvo las menciones previstas en el artículo 9, apartado 1, letra f), estará disponible antes de que se realice la compra y figurará en el soporte de la venta a distancia o se facilitará a través de otros medios apropiados claramente determinados por el operador de empresas alimentarias...*", sin que esto suponga un coste adicional al consumidor.

Además, en el caso específico de comidas preparadas destinadas a ser suministradas al consumidor final, resulta también de aplicación el *Real Decreto 126/2015, de 27 de febrero, por el que se aprueba la norma general relativa a la información alimentaria de los alimentos que se presentan sin envasar, de los envasados en el lugar de venta a petición del comprador y de los envasados por los titulares del comercio al por menor*. En particular, el artículo 4 establece la obligación de informar sobre la presencia de sustancias o productos que causen alergias o intolerancias en los alimentos sin envasar, mientras que el artículo 5 regula la información alimentaria obligatoria que debe facilitarse en los alimentos envasados por los propios titulares del comercio al por menor con vistas a su venta inmediata en el establecimiento. En ambos casos,

dicha información debe estar disponible también cuando la comercialización se realice a través de internet, de forma claramente accesible antes de la compra y sin que ello suponga un coste adicional para el consumidor, en línea con lo establecido en el artículo 14 del Reglamento (UE) nº 1169/2011 para la venta a distancia.

Por otro lado, el *Reglamento (UE) nº 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos*, armoniza las disposiciones legales, reglamentarias o administrativas de los Estados miembros relativas a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables efectuadas en las comunicaciones comerciales, ya sea en el etiquetado, la presentación o la publicidad de los alimentos que se suministren como tales al consumidor final, incluidos los alimentos comercializados sin envase o suministrados a granel.

Además, tanto los productos que son puestos a disposición del consumidor por internet como las empresas que comercializan sus productos por esta vía, han de cumplir con la normativa alimentaria aplicable.

3. Plazo de ejecución

Los controles contemplados en este plan coordinado se realizaron entre el 1 de julio y el 31 de diciembre de 2024.

4. Autoridades competentes en la ejecución de este plan

En la aplicación del presente Plan Coordinado de Control, la Subdirección General de Control Oficial y Alertas (SGCOA) de la AESAN ha ejercido la función de coordinación de las actividades desarrolladas por los distintos organismos implicados, que son:

- Área de Planificación: responsable de la elaboración de la propuesta del plan, de actuar como punto de contacto con las autoridades competentes participantes y de redactar el informe de resultados a nivel nacional.
- Área de Coordinación de Alertas: encargada de trasladar la información a través de las redes de alerta, cuando proceda.
- Subdirección General de Gestión de la Seguridad Alimentaria: responsable de proporcionar asesoramiento sobre la legislación aplicable y su interpretación, cuando ha sido necesario.
- Autoridades competentes de salud pública de las comunidades autónomas, ciudades autónomas y entidades locales (en adelante AA. CC.): responsables de ejecutar los controles oficiales descritos en el plan, proponer y adoptar las medidas oportunas y remitir la información sobre los incumplimientos detectados, con el fin de elaborar el informe de resultados.

5. Descripción de los controles

En el marco de este plan de control, las AA. CC. han llevado a cabo inspecciones dirigidas a páginas web y perfiles en redes sociales de operadores que elaboran y comercializan comidas preparadas, tanto para el consumidor final como para otras empresas alimentarias.

En total, han participado **15 AA. CC.** en este plan coordinado. Cada autoridad debía realizar controles sobre 3 páginas web y seleccionar, de forma aleatoria, 2 productos ofertados en cada una de ellas.

La estrategia de control se ha desarrollado en dos líneas principales:

1. Inspección de operadores registrados que comercializan comidas preparadas por internet

Como punto de partida, se ha utilizado el listado de establecimientos alimentarios inscritos en el **RGSEAA** o en los **registros autonómicos**.

- En el caso del **RGSEAA**, la búsqueda se ha realizado seleccionando la **clave 26**, correspondiente a: *"Comidas preparadas; alimentos para grupos específicos; complementos alimenticios y otros ingredientes y productos alimenticios"*.
- En el caso del **registro autonómico**, se ha filtrado por el tipo de minorista según la actividad "Comidas preparadas".

Una vez identificada la empresa, se ha verificado que efectivamente elabora y comercializa alimentos a través de una página web o red social.

2. Inspección de operadores localizados a través de búsquedas por internet

Se han identificado operadores que elaboran y venden comidas preparadas por internet mediante búsquedas en plataformas como Google o directamente en redes sociales.

Para ello, se han utilizado términos de búsqueda como: *"comidas preparadas"*, *"comprar"*, *"compra online"*, *"comprar alimentos"* o *"alimentos online"*, junto con referencias geográficas (provincia o comunidad autónoma).

En todos los casos, se ha comprobado que las empresas seleccionadas elaboraban y comercializaban alimentos a través de una página web o red social.

Controles realizados

Una vez localizadas las páginas web o perfiles en redes sociales desde los que se comercializan alimentos, se han llevado a cabo los siguientes controles:

- **Verificación de la información del operador**, a fin de poder contactar con él e informar sobre el control realizado.
- **Revisión de productos alimenticios** seleccionados aleatoriamente entre los comercializados en la página web o red social.
- **Inspección *in situ* del establecimiento**, cuando ha sido posible, o revisión de la información y resultados de la última inspección, para comprobar el cumplimiento de los requisitos higiénico-sanitarios en la elaboración, conservación, transporte y envío de alimentos al consumidor final.

6. Resultados de los controles

En este plan coordinado se han llevado a cabo controles a **136 páginas web** y **273 productos alimenticios** puestos a disposición del consumidor para su venta en dichas páginas. En la siguiente tabla se puede observar el número de controles realizados por cada autoridad competente, así como el número y el porcentaje de páginas web o productos que incumplen en alguno de los aspectos evaluados:

CC. AA.	Controles realizados		Incumplimientos		% de incumplimientos	
	Páginas web	Productos	Páginas web	Productos	Páginas web	Productos
Andalucía	26*	48	3	34	11,54 %	70,83 %
Aragón	6	14	3	4	50,00 %	28,57 %
Asturias	5	10	1	7	20,00 %	70,00 %
Baleares, Islas	19	38	19	38	100,00 %	100,00 %
Canarias	9	21	9	21	100,00 %	100,00 %
Cantabria	3	6	2	4	66,67 %	66,67 %
Castilla y León	6	11	4	11	66,67 %	100,00 %
Cataluña	12	24	8	24	66,67 %	100,00 %
C. Valenciana	9	18	5	17	55,56 %	94,44 %
Extremadura	8	16	4	6	50,00 %	37,50 %
Galicia	16	33	9	21	56,25 %	63,64 %
Murcia, Región de	3	6	2	6	66,67 %	100,00 %
Navarra, Comunidad Foral de	4	8	4	4	100,00 %	50,00 %
País Vasco	7	14	4	11	57,14 %	78,57 %
Rioja, La	3	6	2	2	66,67 %	33,33 %
Total	136	273	79	210	58,09 %	76,92 %

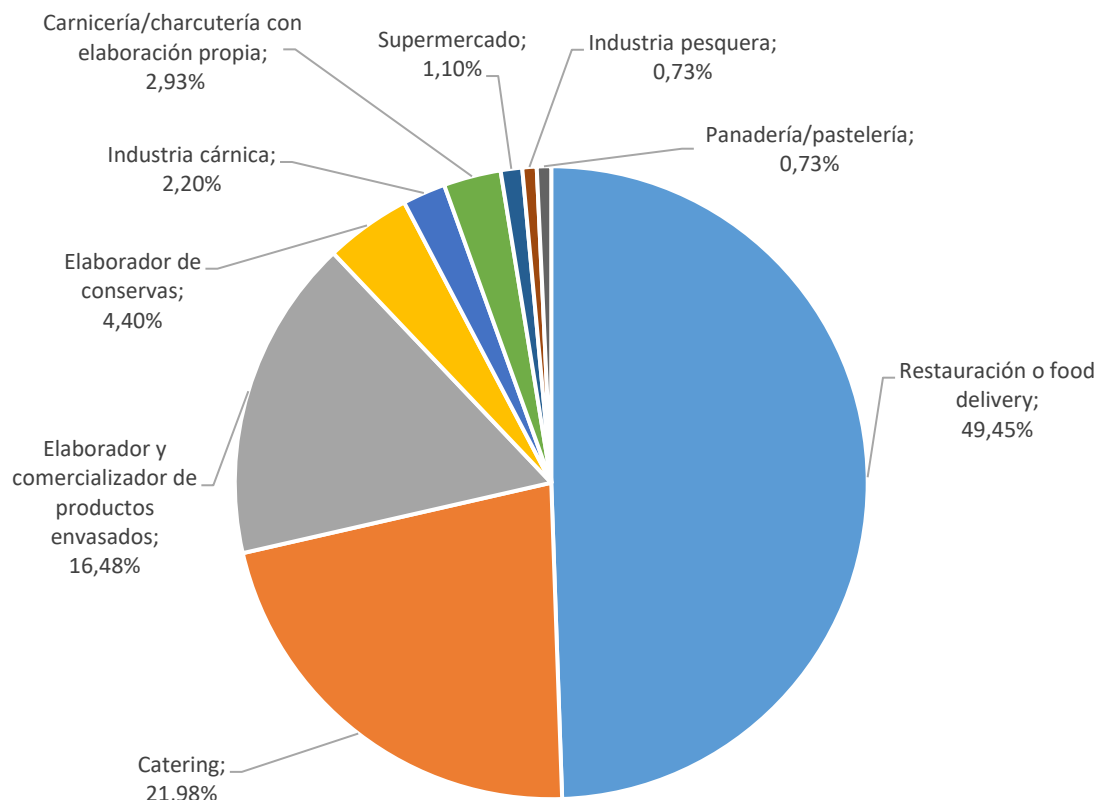
*En 2 de los casos controlados las páginas web inspeccionadas no se encontraban operativas en el momento del control. En uno de ellos, la web no estaba activa; en el otro, aunque accesible, no permitía consultar los productos debido a que la tienda se encontraba en construcción. Por tanto, no fue posible ni verificar el cumplimiento de la normativa, ni analizar productos en dichos casos.

Destacan, entre los tipos de productos puestos a la venta en los controles realizados, comidas preparadas procedentes de:

- **Establecimientos de restauración o *food delivery***, es decir, aquellas listas para el consumo (frías o calientes), elaboradas y entregadas directamente al consumidor final a través de servicios de restauración tradicional, cocinas centrales, cocinas *fantasma* o plataformas de reparto.
- **Servicios de *catering***, especialmente aquellos que ofrecen platos individuales o menús semanales en formato táper, listos para consumir o calentar en casa como alternativa a la cocina diaria. No obstante, los servicios de *catering* tradicional, dirigidos tanto al consumidor final como al canal HORECA o a la industria alimentaria, también están representados (alrededor del 39 % de la categoría "*catering*").
- **Establecimientos elaboradores y comercializadores de productos envasados variados**, categoría que engloba tiendas de productos gourmet, establecimientos de restauración que comercializan platos preparados envasados, webs especializadas en la venta de platos preparados, así como tiendas *online* de alimentación que ofrecen una gama diversa de productos (carne, platos preparados, aceites, quesos, etc.), webs centradas en un único producto (patatas fritas, croquetas, caracoles) o en una gama específica (productos locales, veganos, untables), y una finca ganadera y agrícola.

Además de los grupos mencionados, se identificaron operadores pertenecientes a sectores más específicos, aunque con menor representación. Entre ellos figuran: **elaboradores de conservas, industrias cárnicas, carnicerías o charcuterías con elaboración propia**. También se observaron casos aislados procedentes de la **industria pesquera**, la **panadería/pastelería** artesanal, y **supermercados** con línea de platos preparados que, aunque minoritarios, forman parte del conjunto de productos analizados.

Estas categorías se ilustran a continuación en el siguiente gráfico:



Esta clasificación de los establecimientos se ha realizado en función de la actividad principal de cada empresa, si bien algunos desarrollan varias actividades, por lo que podrían encajar en distintas categorías. Es el caso, por ejemplo, de algunos establecimientos de restauración o de elaboradores y comercializadores de productos envasados que también prestan servicios de *catering*.

6.1. Resultados de los controles con respecto a la información de la página web

Con respecto a los criterios exigibles por la Ley 34/2002, se ha verificado si las páginas web incluían la información básica del prestador de servicios, en particular:

- Nombre o razón social;
- NIF/CIF;
- Dirección;
- Datos de contacto (teléfono, correo electrónico, etc.), y
- Registro mercantil;

Del análisis realizado, se observa que el **41,91 %** de las páginas web controladas incluían correctamente todos estos elementos, mientras que el **58,09 %** restante presentaba uno o más incumplimientos. En total, se detectaron **117 incumplimientos**, siendo los más frecuentes los siguientes:

- **52,14 %** por ausencia de información sobre la inscripción en el registro mercantil;
- **23,08 %** por falta de NIF/CIF en la identificación del responsable;
- **7,69 %** por ausencia del nombre o razón social.

No obstante, se constata un mayor cumplimiento en cuanto a la presencia de la dirección y los datos de contacto (teléfono, correo electrónico) (7,69 % y 3,42 %, respectivamente). En relación con esta información, es importante señalar que los incumplimientos no siempre responden a una ausencia total de la misma, sino que también se han detectado casos de datos condicionados (por ejemplo, direcciones no visibles hasta formalizar el pedido) o datos erróneos (teléfonos que no corresponden al responsable de la página).

Los agentes de control identificaron también un 1,71 % de casos en los que el operador no figuraba inscrito en ningún registro sanitario, ni nacional ni autonómico; otro 1,71 % en los que constaba la información relativa al registro mercantil, pero se indicaba la ausencia de información correspondiente al registro sanitario; y un 1,71 % adicional en los que no se indicaba ningún tipo de información en la web, o únicamente el teléfono. Además, se detectó un 0,85 % de incumplimientos por ausencia del acta en el registro mercantil.

Aunque la **Ley 34/2002 no obliga expresamente a mostrar el número de registro sanitario en la página web**, su artículo 10 sí exige que los prestadores de servicios indiquen cualquier **régimen de autorización administrativa previa** aplicable a su actividad. En el caso de los operadores alimentarios, incluidos restaurantes, *caterings*, industrias alimentarias, carnicerías, comercios y tiendas *online* de productos alimentarios, la normativa sectorial (*Reglamento (CE) 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios*, *Reglamento (CE) n° 853/2004 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*, Real Decreto 191/2011 y normativa autonómica) establece la obligación de estar **inscritos en un registro sanitario**, bien sea el autonómico o el RGSEAA, en función del alcance de su actividad.

En el marco de esta actuación de control, **los agentes de control han verificado también la presencia del número de registro sanitario (autonómico o RGSEAA)** en las páginas web o plataformas utilizadas por los operadores. Esta revisión permite evaluar no solo el cumplimiento de las obligaciones de transparencia e identificación establecidas por la LSSI-CE, sino también la adecuación del operador a los requisitos establecidos por la normativa sanitaria vigente para la comercialización de alimentos a distancia.

6.2. Resultados de los controles realizados sobre los productos comercializados

En el marco de los controles realizados a los productos ofrecidos en las páginas web seleccionadas, se ha verificado el cumplimiento de los siguientes aspectos:

- **Verificación del producto:** si es apto para su comercialización, los ingredientes que contiene están permitidos y se ajustan a la normativa vigente y no se encuentra en la red de alerta SCIRI/RASFF.
- **Verificación sobre la información de los productos comercializados:**
 - Que figuran todas las menciones obligatorias del artículo 9 del *Reglamento (CE) n° 1169/2011*, salvo la fecha de duración mínima o la fecha de caducidad y el lote; y las menciones obligatorias adicionales para categorías o tipos específicos de alimentos del artículo 10, cuando proceda. En el caso de los alimentos no envasados y aquellos envasados por los titulares del comercio al por menor, deben cumplir con los artículos correspondientes del *Real Decreto 126/2015*.
 - Que la información alimentaria obligatoria en la venta a distancia se facilita, al menos, en castellano.

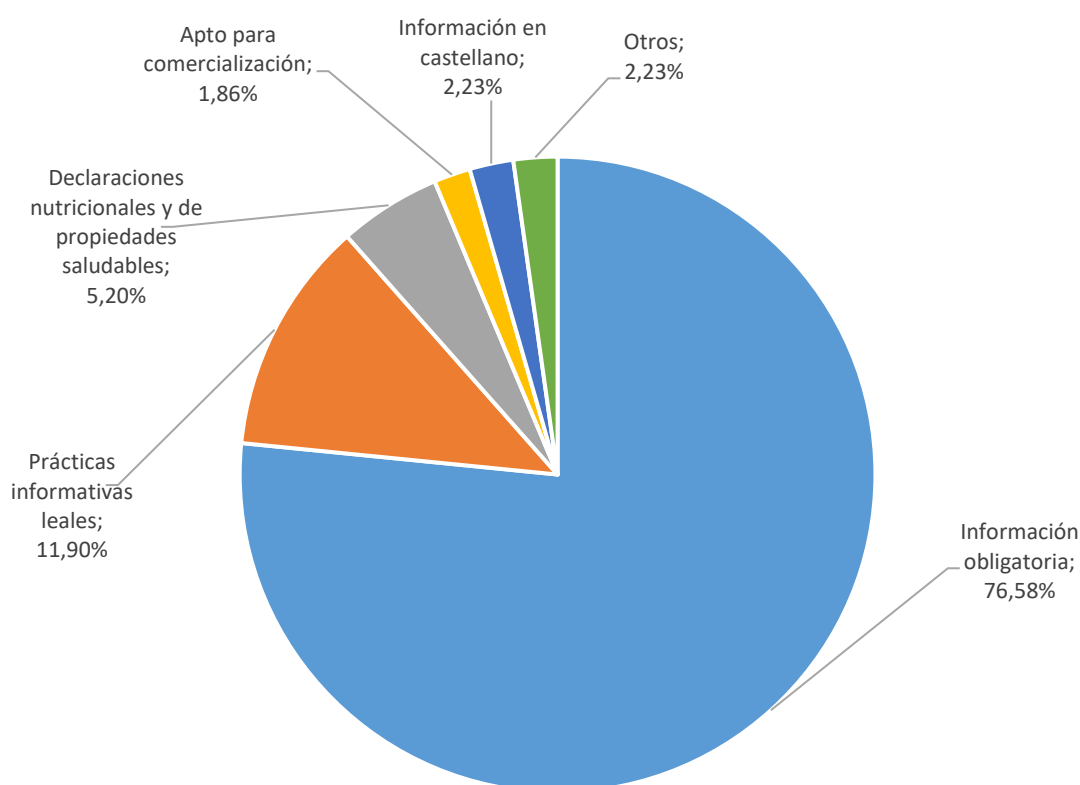
- Que cualquier declaración nutricional o de propiedades saludables que se realiza, cumple con el *Reglamento (CE) n° 1924/2006*.
- Que los productos ofrecidos cumplen con las prácticas informativas leales descritas en el artículo 7 del *Reglamento (CE) n° 1169/2011*.

Se evaluó un total de **273 productos**, en los que se detectaron **269 incumplimientos**, ya que un mismo producto podía presentar más de un tipo de incumplimiento. En conjunto, el **76,92 % de los productos controlados presentó al menos un tipo de incumplimiento**.

Se muestra a continuación, el porcentaje de incumplimientos detectados según los requisitos evaluados, en:

- **información alimentaria obligatoria;**
- prácticas informativas leales;
- declaraciones nutricionales o propiedades saludables no autorizadas;
- información obligatoria en, al menos, castellano, y
- aptitud para la comercialización.

Asimismo, también se identificaron otros tipos de incumplimientos (categoría "Otros"), tales como la ausencia de la marca sanitaria o la marca comercial del producto, indicación de periodos de caducidad susceptibles de inducir a error al consumidor o referencias a temperaturas de conservación sin indicar las unidades de medida.



El porcentaje de incumplimiento detectado por categoría de establecimiento o empresa es el siguiente:

Categoría	Nº de productos inspeccionados	Nº de productos con algún tipo de incumplimiento	% de productos con algún tipo de incumplimiento
Restauración o <i>food delivery</i>	135	100	74,07 %
<i>Catering</i>	60	50	83,33 %
Elaborador y comercializador de productos envasados	45	32	71,11 %
Elaborador de conservas	12	8	66,67 %
Carnicería/charcutería con elaboración propia	8	8	100,00 %
Industria cárnica	6	6	100,00 %
Supermercado	3	3	100,00 %
Industria pesquera	2	1	50,00 %
Panadería/pastelería	2	2	100,00 %
Total	273	210	76,92 %

A continuación, se detallan los resultados obtenidos para cada producto en relación con los aspectos de control evaluados.

6.2.1. Verificación del producto

En ningún caso se determinó que los productos no fueran aptos para su comercialización. No obstante, en algunos se constató la ausencia de datos del operador responsable, como la razón social o el CIF, en la página web y, concretamente, en 5 de los productos controlados no fue posible valorar su aptitud para la comercialización, debido a la falta de etiquetado, a la información incompleta o a que ésta se proporcionaba mediante imágenes ilegibles.

6.2.2. Verificación de la información de los productos comercializados

6.2.2.1. Menciones obligatorias establecidas por el artículo 9 del Reglamento (UE) nº 1169/2011 y artículos 4 y 5 del Real Decreto 126/2015

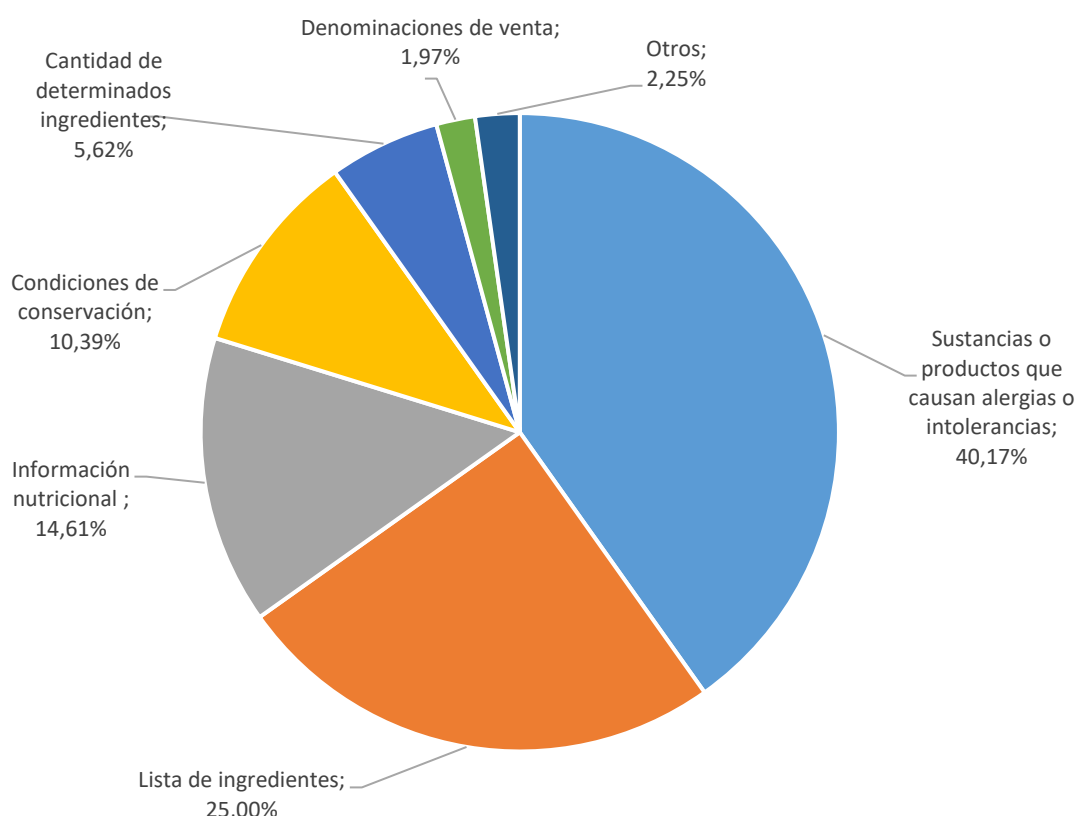
El **75,46 % de los productos controlados (206 de los 273) no incluían todas las menciones obligatorias** que les eran aplicables según el artículo 9 del Reglamento (UE) nº 1169/2011 y los artículos 4 y 5 del Real Decreto 126/2015.

El porcentaje de incumplimientos en este aspecto de control, dentro de cada categoría de establecimiento o empresa es el siguiente:

Categoría de productos	Nº de productos con incumplimiento	% productos que no cumplen en cada categoría
Restauración o <i>food delivery</i>	99	73,33 %
<i>Catering</i>	49	81,67 %
Elaborador y comercializador de productos envasados	31	68,89 %
Elaborador de conservas	8	66,67 %
Carnicería/charcutería con elaboración propia	8	100,00 %
Industria cárnica	6	100,00 %
Supermercado	3	100,00 %
Panadería/pastelería	2	100,00 %
Total	206	75,46 %

Destacan los productos procedentes de empresas de *catering* y restauración y *food delivery*, con un número considerable de inspecciones y un elevado índice de incumplimiento (81,67 % y 73,33 %, respectivamente), así como las categorías de carnicería/charcutería con elaboración propia, industria cárnica, supermercado y panadería/pastelería, en las que se detectó incumplimiento en el 100 % de los productos controlados. No obstante, debe tenerse en cuenta que el tamaño de la muestra en estas últimas categorías fue reducido, por lo que dichos porcentajes podrían no ser representativos.

La siguiente figura muestra de forma gráfica el porcentaje de incumplimientos relativos a los requisitos de información alimentaria obligatoria observados, por tipo de mención obligatoria, de acuerdo con el artículo 9 del Reglamento (UE) nº 1169/2011:



Estos incumplimientos se refieren a:

- la ausencia de la información relativa a **sustancias o productos que causan alergias o intolerancias**;
- la ausencia de la **lista de ingredientes** en aquellos productos en los que es obligatoria, o incorrecciones o inexactitudes en ella, incluyendo la falta de información relativa a los componentes de ingredientes compuestos, tales como bechamel, salsas, etc.;
- la ausencia de la **información nutricional** o su expresión en forma y unidades no conformes a la legislación aplicable;
- la falta de información relativa a las **condiciones de conservación**;
- la omisión de la **cantidad de determinados ingredientes** mencionados en la denominación del producto, y

- la utilización de **denominaciones de venta** confusas o potencialmente engañosas.

En algunos casos, no se especificó el incumplimiento del requisito de información alimentaria obligatoria (categoría “Otros”).

Es necesario destacar que, en determinados productos procedentes de **restauración o food delivery**, que se comercializan sin envasar o en condiciones equiparables, se han detectado incumplimientos relacionados con la ausencia de lista de ingredientes o información nutricional.

Sin embargo, de acuerdo con lo establecido en el **artículo 44 del Reglamento (UE) nº 1169/2011** y desarrollado en el **artículo 4 del Real Decreto 126/2015**, para los productos entregados por las colectividades que se presenten sin envasar, **la única información obligatoria es la relativa a los alérgenos**, salvo que se ofrezcan voluntariamente otros datos. Esta información puede facilitarse **verbalmente**, pero en el contexto de la **venta a distancia**, el artículo 14 del citado reglamento exige que el operador indique **claramente, antes de la compra, el medio por el que puede obtenerse dicha información**, sin coste adicional para el consumidor. Por tanto, **no es suficiente con indicar que se puede consultar al responsable sin especificar el medio y facilitar el acceso previo a la transacción**. Esta distinción normativa debe tenerse en cuenta a la hora de valorar determinados incumplimientos observados.

En el supuesto de que las comidas preparadas sean **envasadas** en el momento de su **venta inmediata**, como en el caso de determinados servicios de *catering*, resultará de aplicación lo establecido en el **artículo 5 del Real Decreto 126/2015**.

Sin embargo, en otros casos, como en el de los operadores que entregan comidas preparadas previamente envasadas y cerradas, estos productos deben considerarse **alimentos envasados**, lo que conlleva la obligación de incluir **todas las menciones obligatorias** del artículo 9 del Reglamento (UE) nº 1169/2011.

En general, se observa que los productos comercializados a través de una misma página web suelen presentar un mismo patrón de incumplimiento. Esta homogeneidad también se aprecia en los casos en los que la información es conforme y no se detectan incumplimientos.

6.2.2.2. Verificación de la disponibilidad de la información obligatoria, al menos, en castellano

Un 2,20 % de los productos controlados han presentado este tipo de incumplimiento. Por lo que el nivel de cumplimiento en este aspecto ha sido elevado.

Cabe señalar que el mayor número de incumplimientos detectados corresponde a actuaciones realizadas por las AA. CC. de Cataluña, donde el 25 % de las páginas web inspeccionadas presentaban la información únicamente en catalán, sin ofrecer versión en castellano. Asimismo, en esta comunidad se observó un caso en el que se utilizaba el término en inglés “*Datasheet*” en lugar de “Ficha técnica”, lo que podía dificultar el acceso a la información sobre los productos por parte de los consumidores.

Por otro lado, se notificaron dos posibles incumplimientos relacionados con la ausencia de información en castellano en una comunidad autónoma sin lengua cooficial. No obstante, se han considerado errores de registro y, por tanto, no se han incluido en el cómputo final de incumplimientos de este apartado.

6.2.2.3. Verificación de las declaraciones nutricionales o de propiedades saludables realizadas

El porcentaje de incumplimiento respecto a las declaraciones nutricionales o de propiedades saludables es del 5,13 %.

En el siguiente cuadro se presenta el porcentaje de incumplimiento de este aspecto de control, dentro de cada categoría de establecimiento o empresa:

Categorías	Nº de productos con incumplimiento	% de productos que incumplen en cada categoría
Restauración o <i>food delivery</i>	2	1,48 %
<i>Catering</i>	4	6,67 %
Elaborador y comercializador de productos envasados	5	11,11 %
Elaborador de conservas	2	16,67 %
Industria cárnica	1	16,67 %
Total	14	5,13 %

Cabe destacar que los incumplimientos más frecuentes se dan en las declaraciones nutricionales, principalmente las no autorizadas, tales como "alto valor nutricional", "contiene mucha proteína, gelatina, poca grasa y las calorías justas" o "no contiene mucha sal" y aquellas que no cumplen con las especificaciones establecidas en el Anexo del Reglamento (CE) nº 1924/2006.

Las AA. CC. del País Vasco también detectaron un incumplimiento relativo a una declaración de propiedades saludables relativa a la prevención, tratamiento o curación de determinadas enfermedades en un caldo de huesos envasado.

En algunos casos, la información registrada sobre los incumplimientos no especifica con claridad si se trata de una declaración nutricional o de propiedades saludables, ni detalla el contenido de dicha declaración. Esta falta de precisión dificulta el análisis en profundidad de los incumplimientos detectados y limita la posibilidad de establecer conclusiones más concretas sobre su naturaleza o gravedad.

6.2.2.4. Verificación de las prácticas informativas leales

Con respecto a las prácticas informativas leales, el porcentaje de incumplimiento de los productos ha sido del 11,72 %. En el siguiente cuadro se resume el porcentaje de incumplimiento observado en cada una de las categorías:

Categorías	Nº de productos con incumplimiento	% de productos que incumplen en cada categoría
Restauración o <i>food delivery</i>	5	3,70 %
<i>Catering</i>	10	16,67 %
Elaborador y comercializador de productos envasados	8	17,78 %
Elaborador de conservas	4	33,33 %
Carnicería/charcutería con elaboración propia	2	25,00 %
Industria cárnica	2	33,33 %
Industria pesquera	1	50,00 %
TOTAL	32	11,72 %

En general, los incumplimientos relacionados con las prácticas informativas leales, conforme al artículo 7 del Reglamento (UE) n° 1169/2011, se refieren principalmente a:

- **Información imprecisa o ambigua sobre la composición o calidad del producto**, que incluye, por ejemplo, menciones no justificadas, como "*natural*", "*alto contenido ecológico*", "*sin conservantes raros*", "*calorías justas*" o "*gourmet*", sin respaldo en la normativa o certificación acreditativa, o falta de claridad sobre si un producto está envasado en atmósfera protectora.
- **Inducción a error sobre la cantidad o presentación del alimento**, con menciones sin contexto claro, como carácter artesano o selección, sin evidencia documental de pertenencia a marcas de calidad, DOP, IGP, o similares, frases promocionales como "*pizzas más ligeras, una masa muy fina que hace la diferencia*" que podrían ser interpretadas como comparativas no autorizadas, discrepancias entre el número de raciones indicadas y la descripción real del producto, o el uso de imágenes promocionales que no se corresponden con el producto final.
- **Etiquetado no legible o documentación del producto deficiente.**

Estos incumplimientos pueden inducir a error al consumidor sobre la naturaleza, composición o calidad del alimento.

7. Medidas adoptadas ante los incumplimientos detectados

Las AA. CC. adoptaron diferentes medidas de seguimiento y control tras la detección de incumplimientos en los controles realizados a las páginas web, en función de la gravedad y del tipo de incumplimiento. Las **249 actuaciones notificadas** fueron las siguientes:

- **197 requerimientos de corrección** del incumplimiento.
- **24 medidas de seguimiento** aplicadas tras el requerimiento de corrección y hasta la subsanación, entre las que se incluyen:
 - 6 suspensiones parciales de la comercialización.
 - 6 retiradas de productos de la venta.
 - 1 revisión del sistema APPCC.
 - 7 visitas de inspección.
 - 4 seguimientos sin especificación concreta.
- **23 notificaciones a otras AA. CC.**
- **3 propuestas de apertura de expediente sancionador** (actos previos formulados por los servicios de inspección).
- **1 incoación de expediente sancionador** (acto formal de inicio del procedimiento sancionador).
- **1 sanción** impuesta por no comunicar la actividad de la empresa.

Además, se registraron:

- 1 suspensión voluntaria de la página web por parte del operador.
- 2 visitas de inspección sin requerimiento previo documentado.
- 1 caso en el que no fue posible adoptar medidas, al resultar imposible localizar el lugar de elaboración de las comidas preparadas debido a falsedad o error en el número de teléfono proporcionado.

Respecto a las visitas de inspección, aunque solo algunas han sido comunicadas expresamente por las AA. CC., es probable que se hayan realizado **más** como parte del seguimiento tras los requerimientos de corrección.

Como se observa, la medida más habitual fue el **requerimiento de corrección del incumplimiento**. A la fecha de recepción de los resultados del plan coordinado, **34 incumplimientos ya habían sido subsanados**. Varias AA. CC. indicaron además que, en el momento de enviar los resultados, el plazo de subsanación aún no había finalizado, por lo que es previsible que el número total de incumplimientos corregidos sea mayor.

En **4 casos adicionales**, durante el seguimiento se comprobó que los productos inspeccionados ya no estaban disponibles en la web, lo que dio lugar a **nuevas actuaciones de control** y a la definición de nuevos plazos de subsanación.

8. Conclusiones

El Plan de Control Coordinado sobre establecimientos que elaboran comidas preparadas y las comercializan por internet, ejecutado entre el 1 de julio y el 31 de diciembre de 2024, ha sido posible gracias a la implicación y colaboración de las distintas AA. CC. de las comunidades autónomas, así como a la coordinación técnica por parte de la AESAN.

A continuación, se exponen las principales conclusiones derivadas del presente informe:

- El **nivel de incumplimiento detectado** ha sido elevado: el **58,09 % de las páginas web y el 76,92 % de los productos controlados** presentaron algún tipo de incumplimiento. Estos resultados superan ampliamente los porcentajes reflejados en el informe anual y subrayan la necesidad de seguir reforzando los controles en este canal de comercialización.
- Los **incumplimientos más frecuentes** se han identificado en relación con la **información alimentaria obligatoria**, regulada por el artículo 9 del Reglamento (UE) nº 1169/2011, especialmente en lo que respecta a alérgenos, lista de ingredientes, información nutricional y condiciones de conservación. Estos errores se repiten de forma sistemática en los productos de una misma web, lo que sugiere carencias estructurales en el conocimiento normativo de los operadores.
- En general, **el requerimiento de corrección** ha sido la medida adoptada con mayor frecuencia. Su aplicación ha resultado adecuada y suficiente en muchos casos, especialmente cuando los incumplimientos parecen derivarse de un **desconocimiento de la legislación alimentaria**.
- El nivel de **colaboración de los operadores** ha sido positivo: al cierre del plan, 34 incumplimientos ya habían sido subsanados y varias comunidades autónomas informaron de plazos aún en curso, lo que hace prever un número final más alto de casos resueltos favorablemente.

Se han aplicado medidas de seguimiento proporcionales a la gravedad del incumplimiento, entre ellas **suspensiones parciales de la comercialización, retiradas de productos y revisiones de APPCC**, así como **propuestas de expediente sancionador** cuando fue necesario. Cabe señalar que, aunque el ámbito del plan se centraba exclusivamente en comidas preparadas, se incluyó en el control un producto consistente en vino, evaluado en el marco de una inspección a un elaborador y comercializador de productos envasados. Aunque este producto no se ajusta a la definición de comida preparada, se ha mantenido en el informe por formar parte de una actuación

válida. En futuras campañas se intentará acotar expresamente el tipo de productos objeto de control.

La realización de este plan ha contribuido a reforzar el control oficial sobre un tipo específico de operadores, cuya presencia en el mercado es cada vez mayor. Ha permitido una mejor comprensión de sus características y de los riesgos asociados a la venta de comidas preparadas por internet, y facilitará la armonización y clarificación en la aplicación normativa, que se incorporará a los documentos de referencia y procedimientos dirigidos a todos los agentes de control.

Dado el alto porcentaje de incumplimientos detectados y la diversidad de productos y modelos de negocio implicados, se considera oportuno tener en cuenta los resultados de este plan coordinado de control con vistas a futuros controles o planes coordinados de control.

Por último, conviene destacar que, aunque el plan no tenía como objetivo principal la identificación de operadores no registrados, en varios casos se ha constatado su existencia durante el desarrollo de las actuaciones. Este hecho pone de manifiesto la utilidad de este tipo de controles no solo para verificar el cumplimiento normativo en operadores inscritos, sino también como herramienta eficaz para detectar actividades que se desarrollan al margen del canal regulado. Por ello, se considera recomendable mantener e incluso reforzar esta línea de trabajo en futuras campañas.

Asimismo, los resultados apuntan a que **una mejora en el conocimiento normativo por parte de los operadores**, especialmente en lo relativo al etiquetado e información obligatoria en el entorno digital, podría tener un impacto significativo en el cumplimiento. Por ello, sería beneficioso desarrollar **acciones informativas o divulgativas dirigidas a este colectivo**, con el fin de fomentar el cumplimiento voluntario de la normativa y garantizar una información veraz y completa al consumidor.