



GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS

MERCADOS MUNICIPALES DE A CORUÑA



Ayuntamiento de A Coruña
Concello da Coruña



CORUÑA
>PRÓXIMA



CORUÑA
>PRÓXIMA

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS

■ MERCADOS MUNICIPALES DE A CORUÑA



CORUÑA
> PRÓXIMA

Índice

▶ Mercados de A Coruña	6
▶ Objetivos: ¿por qué un Código de Buenas Prácticas?	10
▶ Derechos de las personas consumidoras	11
▶ Información al consumidor: el etiquetaje	13
▶ Etiquetaje de los productos a granel	15
▶ Etiquetaje del pescado y marisco	16
▶ Manipulación de alimentos: formación	18
▶ Limpieza e higiene	18
▶ Buenas prácticas en higiene alimentaria	19
▶ En el puesto de venta	19
▶ Medidas de prevención	21
▶ Seguridad en los productos	22
▶ Mantenimiento de la cadena de frío	22
▶ Control de proveedores y trazabilidad	22
▶ Contaminación cruzada de alimentos	23
▶ Tallas mínimas de pescados y mariscos	24
▶ Facturas y recibos	24
▶ Métodos de pago	24

*Edita: OMIC A Coruña. Concello da Coruña | Textos: Cem, S. coop. galega
Fotografías: Cem, S. coop. galega | Diseño e impresión: Gráficas Cano
Edición: 1.ª edición, 2017*

▶ Precios y pesos	25
▶ Residuos y medio ambiente	26
▶ En el puesto de venta	26
▶ En la retirada de residuos.....	27
▶ Reclamaciones	28
▶ Hojas de reclamaciones	28
▶ ¿Quién presenta la hoja de reclamación ante la Administración?	29
▶ La mediación de consumo y las OMIC	30
▶ Funciones de la OMIC	31
▶ Compromisos de actuación.....	32
▶ <i>Anexo I</i> Hoja de reclamación oficial	34
▶ <i>Anexo II</i> Definiciones	35
▶ <i>Anexo III</i> Normativa de aplicación.....	36
▶ <i>Anexo IV</i> Formulario de autoevaluación.....	37

LOS MERCADOS MUNICIPALES son un conjunto de pequeños establecimientos que normalmente se dedican a la venta de productos perecederos (frutas y verduras, pescado y marisco, carnes y embutidos, pan y empanadas, huevos y pollos...) que se agrupan bajo un mismo edificio que es de titularidad municipal y que tienen servicios comunes que comparten.

Pero los mercados municipales, además de la actividad económica que desarrollan, son parte importante de la cultura de la ciudad y fueron aglutinantes de la vida social del barrio durante muchas generaciones.

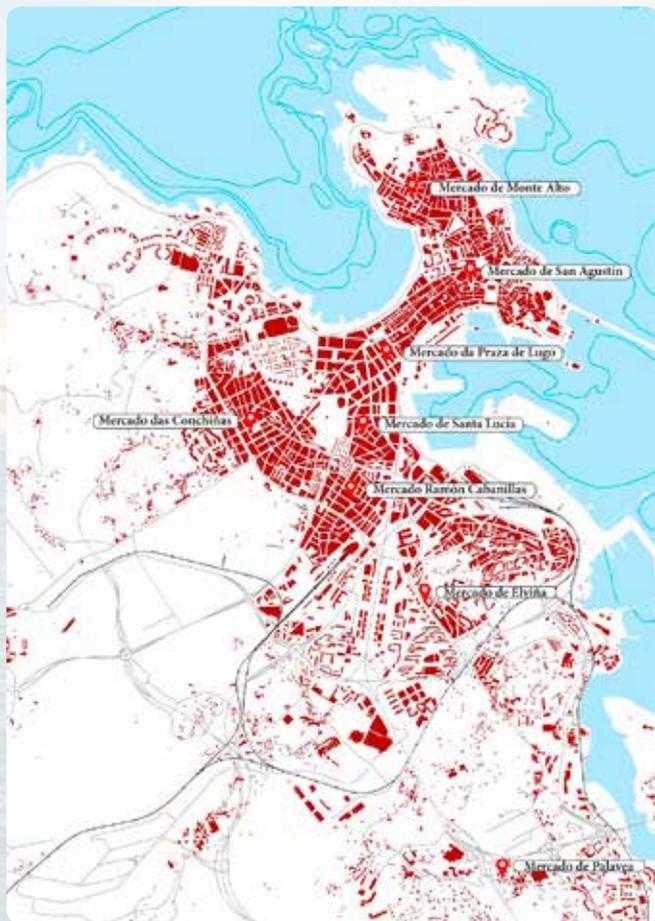
Son puntos de encuentro y socialización, de intercambio entre personas que compran y personas que venden, y telar donde se tejen relaciones de confianza entre el vecindario del barrio.

Pero los mercados tienen que adaptarse a las nuevas realidades y a un mundo con cada vez mayor competencia en el mundo de la alimentación, apostando por la calidad del servicio que pueden ofertar a las nuevas personas consumidoras y que los hace únicos de verdad: trato personal y afable, flexibilidad, experiencia, conocimiento al por menor y buen trato del producto, fresca, productos de proximidad y ecológicos, apuesta real por la sostenibilidad y el medio ambiente...

Esta **GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS** está pensada como un instrumento de referencia. Su objetivo prioritario es fomentar unas prácticas responsables y correctas desde el cumplimiento de los requisitos legales en materia de consumo aplicables a los mercados municipales así como a la adquisición de una serie de compromisos de actuación que va más allá de la legislación, con el fin de dar un valor añadido a las ventas en el mercado.

Mejorar la información a la persona consumidora, proteger sus intereses económicos y sociales, así como su seguridad y también el compromiso social y ambiental del placer y placera del mercado, son los pilares fundamentales sobre los que se asienta esta Guía de buenas prácticas.

En la ciudad de A Coruña, donde la gastronomía y la calidad de los productos tiene un gran valor, **contamos con diversos mercados, unos tradicionales y otros restaurados**, donde podemos comprar los mejores productos y los alimentos más frescos, aconsejados por sus placeres y placeras.



Mercados de A Coruña

► Mercado Municipal de Elviña

O también llamado mercado de abastos de Elviña. Se inauguró a comienzos de la década de los 70, aunque en un principio este edificio iba a albergar un centro de congresos y exposiciones. Después de 25 años de funcionamiento y por causa de sus deficiencias, se decidió su demolición y la construcción del nuevo mercado. En mayo de 2006, el mercado de Elviña inauguró sus nuevas instalaciones integradas en un centro comercial que supera los 8.000 metros cuadrados de superficie y que incluyen un aparcamiento subterráneo.



► **Mercado Municipal de Conchiñas**

Situado en el corazón del Agra de Orzán, abrió sus puertas a mediados de la década de 1970. Hace unos años, el Mercado fue reformado para garantizar las condiciones de venta y dotar a los puestos de las comodidades necesarias.



► **Mercado de la Plaza de Lugo**

El 9 de abril de 1910 se inauguraba en la plaza de Lugo el mercado de Eusebio de A Guarda. El pabellón central tenía 52 puestos, que se destinaban exclusivamente a la venta de pescado fresco, mientras que los pabellones laterales disponían de 45 puestos cada uno, donde se venderían legumbres, pan, huevos, gallinas o carnes de cerdo y vacuno. En las marquesinas se distribuyeron otros 28 puestos más para verduras, flores, frutas y otros artículos. A pesar de la belleza arquitectónica del edificio, el mercado se fue que-

dando pequeño para el barrio, optando por su demolición por partes. La nave central fue la primera en ser sustituida por otra más funcional, que comenzó a funcionar la finales de 1958. Más tarde se edificarían los cuerpos norte y sur que sustituirían, en la década de 1960, el antiguo edificio. El nuevo edificio que alberga hoy en día este mercado municipal se inauguró en el año 2006.



► Mercado Municipal de Monte Alto

Fue construido en la década de 1980, además de los tradicionales puestos de pescados y carne, situados en la primera planta, y los de huevos y frutas, incluía puestos comerciales en el exterior del edificio.



► **Mercado Municipal de San Agustín**

Diseñado por los arquitectos Santiago Rey Pedreira y Antón Ternero, abrió sus puertas en 1932. Con su espectacular cubierta parabólica, que está formada por una lámina de hormigón en la que se incrustan bandas de vidrio, el mercado se convirtió en todo un símbolo de la modernidad de la ciudad.



► **Mercado Municipal de Santa Lucía**

Es uno de los mercados más antiguos de la ciudad, aunque ahora su fachada está protegida con cristaleras.

Además de estos mercados, la ciudad cuenta con plazas de abastos en otros barrios, como el Mercado Municipal de Palavea y el Mercado Municipal Ramón Cabanillas (en los Mayos), entre otros.

Objetivos: ¿por qué un código de buenas prácticas?

Un código de buenas prácticas se configura como instrumento de referencia. Su objetivo prioritario es fomentar unas prácticas responsables y correctas desde el cumplimiento de los requisitos legales en materia de consumo aplicables a los mercados municipales, así como la adquisición de una serie de compromisos de actuación que va más allá de la legislación, con el fin de darles un valor añadido a las ventas en el mercado.

La mejora de la información a las personas consumidoras, la protección de sus intereses económicos y sociales, así como su seguridad y también el compromiso social y ambiental del placer y placera del mercado, serán los pilares fundamentales sobre los que se asienta esta Guía de buenas prácticas.



Derechos de las personas consumidoras

Se entiende que son personas consumidoras aquellas personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, profesional o artesanal.

También son consideradas consumidoras las personas jurídicas y las entidades que actúen sin ánimo de lucro pero siempre que actúen en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial.

La Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios reconoce para las personas consumidoras una serie de derechos que les dan una especial protección ante situaciones de inferioridad que nosotros como empresas deberíamos conocer para evitar así conflictos innecesarios.



Derecho a la protección de la salud y la seguridad

Los bienes y servicios destinados a las personas consumidoras y usuarias deberán presentarse de forma que no existan peligros para su salud y seguridad. Si estos peligros se presentasen, deberán ser retirados del mercado por procedimientos rápidos y simples.

Los poderes públicos velarán por la seguridad, por la calidad y por la salubridad de los servicios que se ofertan en el mercado.



Derecho a la información, la formación y la educación

Quien compra bienes o servicios tiene el legítimo derecho a disponer de una información adecuada que le permita:

- ▶ Conocer las características esenciales de los bienes y servicios que se le ofrecen (naturaleza, calidad, cantidad y precios).
- ▶ Efectuar una elección racional entre los bienes y servicios competitivos.
- ▶ Utilizar los bienes y servicios con toda seguridad y de forma satisfactoria.
- ▶ Reivindicar la reparación de los eventuales daños causados por el bien o servicio recibido.

A la persona consumidora le corresponde el derecho a la educación en materia de consumo para que pueda actuar informada y sea capaz de

elegir con claridad entre los bienes y servicios, siendo consciente además de sus derechos y responsabilidades.



Derecho a la protección de sus intereses económicos y sociales

Las personas consumidoras deberán ser protegidas contra los abusos de poder del vendedor, en particular respecto de contratos tipo establecidos unilateralmente, la exclusión abusiva en los contratos de derechos irrenunciables, las condiciones abusivas de crédito, la solicitud de pago de mercancías no solicitadas, los métodos de venta que limiten la libertad de elección y las cláusulas contractuales que resulten lesivas o abusivas para la persona consumidora.



Derecho a la reparación de los daños y pérdidas sufridas

La persona consumidora tiene derecho a la justa reparación de los daños y pérdidas sufridas debido a la compra o utilización de productos defectuosos o de servicios insuficientes, mediante procedimientos rápidos, eficaces y poco costosos.

Las asociaciones de consumidores quedarán legitimadas para representar y defender los intereses de las personas consumidoras perjudicadas, así como proporcionar asesoramiento y asistencia.



Derecho a la representación y audiencia en consulta

Las personas consumidoras y usuarias tienen derecho a constituirse en organizaciones para la mejor defensa de sus intereses. Éstas deberán ser consultadas y oídas en cuantos temas puedan verse afectadas.



Derecho a la protección jurídica, administrativa y técnica

El consumidor o consumidora tendrá derecho a la protección jurídica en los términos y alcance que resultasen más adecuados.

Los poderes públicos y, concretamente, los órganos y servicios de las administraciones públicas competentes en materia de consumo adoptarán o promoverán las medidas adecuadas para suplir o equilibrar las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión en que pueda encontrarse individual o colectivamente la persona consumidora o usuaria.

Información al consumidor: el etiquetaje

La persona consumidora tiene derecho a conocer las verdaderas características de los productos que se le ofrecen. Por tanto, los productos deben estar correctamente etiquetados y las etiquetas deben contener la información suficiente sobre sus características, de manera que pueda conocer perfectamente sus propiedades antes de ser comprados.

El etiquetaje no puede inducir a error, especialmente en lo siguiente:

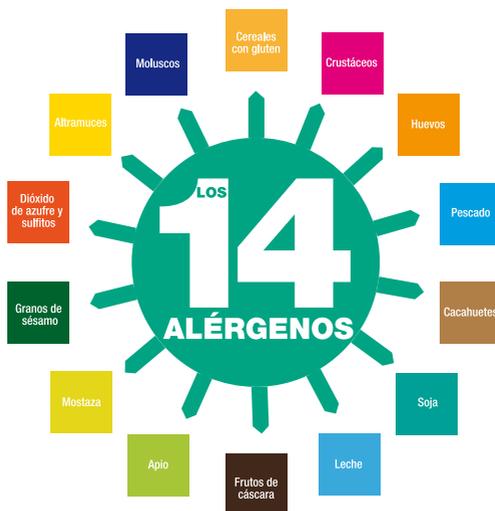
- a. Sobre sus características, en particular sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación o de obtención.
- b. Atribuyendo al producto efectos o propiedades que no posea.
- c. Sugiriendo que posee características particulares, cuando todos los demás semejantes posean estas mismas características.

Todos los productos deberán incorporar o ir acompañados, de forma clara y comprensible, de información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales:

- a. Nombre y dirección completa del productor.
- b. Naturaleza, composición y finalidad.
- c. Calidad, cantidad, categoría o denominación usual o comercial, si la tienen.
- d. Fecha de producción o suministración y lote, cuando sea exigible reglamentariamente, plazo recomendado para el uso o consumo o fecha de caducidad.
- e. Instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, advertencias y riesgos previsibles.

IMPORTANTE

Desde finales de 2014, la **información sobre ingredientes alérgenos** es también obligatoria en los establecimientos que suministran alimentos sin envasar. De acuerdo con las normas vigentes, no se puede informar que se desconocen los alérgenos presentes en los alimentos que se ofrecen. Tampoco resulta admisible informar de forma genérica que todos los alimentos que se suministran en el establecimiento pueden contener alérgenos. Si una persona consumidora alérgica solicita un alimento que no contenga un ingrediente concreto, no le informe que se lo puede suministrar a no ser que tenga la certeza absoluta de que ese ingrediente no estará en el alimento, ni siquiera por contaminación cruzada.



Cereales que contengan gluten. Trigo (espelta e khorasa), centeno, cebada, avena o sus variedades híbridas y productos derivados.

Masas, panes, levadura para hornear, pastas, productos cárnicos, rebozados...

Crustáceos y productos elaborados con crustáceos.

Cangrejo, langosta, gambas, salsas, cremas...

Huevos y productos elaborados con huevos.

Tartas, pasta, platos preparados, productos cárnicos, aliños y salsas...

Pescado y productos elaborados con pescado.

Salsas, pizzas, aliños, caldo en pastillas...

Cacahuets y productos elaborados con cacahuets.

Semillas, pasta, aceites, galletas, chocolate...

Soja y productos elaborados con soja.

Semillas, aceites, harinas, postres, productos cárnicos...

Leche y sus derivados (incluida la lactosa).

Mantequilla, nata, yogur, croquetas, sopas, friambre...

Frutos de cáscara: almendras, avellanas, nueces, anacardos, pacanas, nueces de Brasil, pistachos, nueces macadamia o nueces de Australia y productos derivados.

Panes, galletas, sobremesas, helados, mazapán, salsa o aceites...

Apio y productos derivados.

Tallos, hojas, semillas, raíces, condimentos, ensaladas, productos cárnicos, salsas, cremas...

Mostaza y productos derivados.

Semillas, panes, currys, marinados, productos cárnicos, aliños...

Granos de sésamo y productos elaborados con granos de sésamo.

Semillas, pastas, aceites...

Dióxido de azufre y sulfitos.

Se pueden usar zumos como conservantes en frutas desecadas, productos cárnicos, crustáceos, refrescos, vegetales, vinos, cervezas, zumos, encurtidos...

Altramucos y productos elaborados con altramucos.

Semillas, harinas, panes, dulces...

Molluscos y productos elaborados con molluscos.

Mejillones, caracoles, chirlas, pulpo, cremas, platos preparados...

▷ Etiquetaje de los productos a granel

Cuando una persona consumidora se acerca al pequeño comercio busca la calidad y frescura de los alimentos frescos que en la mayor parte de las ocasiones se distribuyen a granel.

En este caso el etiquetaje se presentará de forma escrita en etiquetas adheridas a los alimentos o rotulada en carteles colocados en un lugar donde los alimentos se presenten para su venta, bien sobre el propio alimento o próximo a él.

Estas etiquetas deberán incluir, por lo menos, las siguientes indicaciones:

- a. La denominación del alimento.
- b. Es obligatorio informar claramente de la presencia de las sustancias que causan alergias o intolerancias.
Esta indicación no será necesaria en aquellos casos en los que la denominación del alimento ya haga referencia claramente a la sustancia o producto de que se trate.
En este caso, la comunicación puede ser además por cualquier otro medio, incluidas las herramientas tecnológicas modernas o la comunicación verbal (es decir, información oral verificable).
- c. Cantidad de un ingrediente o de una categoría de ingredientes.
- d. En el caso de bebidas alcohólicas, su grado alcohólico cuando superen el 1,2% en volumen.
- e. Otros requisitos que se establezcan en las normativas propias de los alimentos para esta modalidad de venta (huevos, pollos, carne...).



▷ Etiquetaje de pescado y marisco

Los mercados de A Coruña destacan por la gran cantidad de puestos que ofrecen pescados y mariscos, mayormente en fresco, procedentes de las lonjas.

Con la finalidad de que la persona consumidora pueda identificarlos sin confusiones y sin riesgos, se estableció un contenido obligatorio que debe llevar el ETIQUETADO de estos productos.

Además de comprar pescado y marisco que ya viene envasado o embalado, la MAYOR parte de las veces las personas consumidoras lo adquieren a granel, poniéndosele el precio después de pesarlo en su presencia. En este caso la información que deberá acompañar es la misma, con la diferencia de que, en vez de llevar esta información en los materiales que los recubren, la llevarán en TABLAS PEQUEÑAS, CARTELES O ETIQUETAS.

1. La denominación comercial y científica de la especie

Por ejemplo: PULPO-OCTOPUS

De esta manera evitamos que el nombre comercial nos lleve a confusión o que se hagan pasar unas especies por otras de menor calidad.

2. El método de producción

- ▶ «Pescado» o «Pesca extractiva» (para los productos procedentes del mar).
- ▶ «Pescado en aguas dulces» (para los productos procedentes del río).
- ▶ «Criado» o «Acuicultura» (para los criados en cautividad).
- ▶ «Marisqueo» (para los obtenidos de esta actividad).



ETIQUETAJE DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS

ZONA DE CRÍA O CAPTURA

PESO NETO (PARA PRODUCTOS ENVASADOS)

MÉTODO DE PRODUCCIÓN

Pesca extractiva o pescado
 Pescado en aguas dulces
 Criado o acuicultura
 Marisqueo



IDENTIFICACIÓN DEL PRIMER EXPEDIDOR O CENTRO DE EXPEDICIÓN

DENOMINACIÓN COMERCIAL Y CIENTÍFICA DE LA ESPECIE

MODO DE PRESENTACIÓN Y/O TRATAMIENTO

Envasado: e/s
 Con cabeza: c/C
 Sin cabeza: s/C
 Fileteado: f/
 Descongelado
 Otros

Exponer claramente la etiqueta en la pescadería es sinónimo de calidad.

3. Zona de captura o de cría

- ▶ No todo el pescado/marisco tiene el mismo reconocimiento. La zona de origen suele ser un factor importante a considerar a la hora de comprar productos del mar.
- ▶ Para la "Pesca extractiva": debe indicarse el MAR u OCÉANO del que procede, y, si se trata del Océano Atlántico, especificar las coordenadas (Norte, Sur, Este, Oeste).
- ▶ Para el «Pescado en aguas dulces» y para el «Criado»: es preciso indicar el país donde se pescó/crió, ya sea España u otro país miembro o no de la UE.

4. Forma de presentación comercial y/o tratamiento al que fue sometido

- ▶ Algunas de las formas de presentación más comunes son: Eviscerado (Evs); Con cabeza (C/C); Sin cabeza (S/C); Fileteado (FI); Cocido (CC) o *Descongelado.

5. Peso neto (este requisito no es preciso en la venta a granel)

- ▶ Los productos alimenticios envasados deben especificar siempre el peso neto, el cual es especialmente importante cuando se trata de un producto congelado.

6. Primer expedidor

- ▶ Para los productos vivos, frescos, refrigerados o cocidos debe informarse también sobre el primer expedidor, ésto es, el nombre de la lonja en la que fue vendido por primera vez.

Información adicional: a veces se indica, para el pescado fresco, el calibre (tamaño) y el grado de frescura, aunque sólo es obligatorio que figure esta información en la lonja.



**Muchas personas consumidoras desconocen que los productos del mar pueden aparecer a la venta descongelados. Precisamente para que el dato no pase desapercibido, debe aclararse en el apartado de la forma de presentación junto con su fecha de caducidad.*

Manipulación de alimentos: formación

La legislación establece que es responsabilidad de la persona empresaria titular del puesto garantizar la formación adecuada en materia de higiene y seguridad alimentaria de todo el personal que esté en contacto directo con los alimentos.

Además es responsable de que el personal al cargo del puesto y en contacto directo con los alimentos tiene conocimientos necesarios para llevar a cabo la actividad del puesto con la solvencia precisa.

Además debe disponer de los documentos acreditativos que certifiquen que el personal que manipula alimentos recibió la correspondiente formación en higiene de alimentos.



▷ Limpieza e higiene

La limpieza e higiene no sólo transmiten una buena imagen de pulcritud y calidad a las personas consumidoras sino que es necesaria en la manipulación de los alimentos para reducir el peligro de contaminación y la transmisión de enfermedades. Algunos de los hábitos que debemos tener en cuenta a la hora de trabajar en el mercado y que van a reforzar la imagen de calidad ante las personas consumidoras son los siguientes:

Buenas prácticas en higiene alimentaria

▷ Almacenamiento

- ▶ Los productos se almacenarán aislados del suelo y separados de las paredes, y también se separarán entre sí por tipos de productos (frutas/carnes/pescado).
- ▶ Conviene situarlos alejados de las fuentes de calor, de olores fuertes y de depósitos de basura.
- ▶ La rotación de los productos debe ser frecuente evitando la presencia de productos caducados o en mal estado.
- ▶ No se debe sobrepasar la capacidad de almacenamiento.



▷ Conservación

- ▶ La conservación de los productos perecederos se realizará en cámaras de congelación o refrigeración.

▷ Transporte

- ▶ El transporte de los productos se hará en vehículos especiales para este fin. Para los alimentos que precisen refrigeración, se evitará romper la cadena de frío, por lo que serán transportados en vehículos frigoríficos que mantengan una temperatura de entre 2º y 8º.
- ▶ Los productos sin envasar se transportarán en recipientes que estarán perfectamente limpios y serán exclusivos para ese fin y evitar su contaminación.

En el puesto de venta

- ▶ Evitaremos elementos de decoración donde se acumule polvo y grasa.
- ▶ Los utensilios que utilicemos deberán limpiarse y esterilizarse.
- ▶ Se procurará que los contenedores de basura sean de apertura no manual, estén provistos de bolsas y no se tocarán mientras se esté haciendo una venta.

- ▶ Si hay alimentos sin envasar al alcance de las personas consumidoras, se facilitarán guantes para su manipulación. Los comerciantes también dispondrán de guantes, pinzas o paletas para servir estos productos.
- ▶ Se prefiere el empleo de papel de cocina frente a los paños de tela. En este caso se sustituirán con frecuencia para evitar la contaminación por gérmenes.

▷ Higiene personal

- ▶ Ser muy escrupuloso con los hábitos de higiene propios: llevar el pelo recogido, las uñas cortas y limpias y prescindir de llevar joyas u otros objetos que puedan entrar en contacto con los alimentos.
- ▶ Utilizar ropa de trabajo exclusiva, como delantal o bata que esté en perfecto estado y limpia de acuerdo con las obligaciones indicadas en la Ordenanza Municipal.
- ▶ En caso de sufrir un corte, es preciso lavarlo y desinfectarlo inmediatamente, proteger la herida con apósitos impermeables y evitar que entre en contacto con los alimentos mediante el uso de guantes.
- ▶ No se puede comer, fumar o mascar chicle en el puesto y no estornudar o toser cerca de los alimentos.
- ▶ Ser muy estrictos en el hábito de lavarse las manos con agua y jabón y secárselas perfectamente con papel de un solo uso al iniciar la jornada o después



de un descanso, o tras emplear el pañuelo para estornudar, limpiarse la nariz, toser o comer o emplear los servicios higiénicos.

- ▶ Utilizar guantes que sean de látex para realizar la manipulación de alimentos o a la hora de cobrar.

En este ámbito de la limpieza e higiene, también hay varias acciones que son poco recomendables, como las que destacamos:

- ▶ La manipulación de alimentos por parte de personas ajenas a la actividad de venta.
- ▶ La presencia no justificada en el puesto de personas ajenas a la actividad de venta.
- ▶ La presencia de animales de compañía en el puesto.
- ▶ O la autorización para trabajar a personas que sufren una enfermedad de transmisión alimentaria.

Medidas de prevención

- ▶ Realizar un correcto almacenamiento, rotando periódicamente los productos. Los productos nunca se almacenarán en el suelo, las cajas se colocarán a una altura mínima para evitar el acceso a insectos o roedores, y separadas de la pared para impedir el fácil acceso a los alimentos.
- ▶ Evitar dejar alimentos a cielo abierto más tiempo del preciso. También, tomar medidas para proteger los alimentos mediante recipientes, envolturas o cierres.
- ▶ La basura se evacuará de forma frecuente y los recipientes, que deben ser herméticos, se higienizarán periódicamente.



Seguridad en los productos

▷ Mantenimiento de la cadena de frío

Por cadena de frío se entiende el mantenimiento continuado de la temperatura de conservación de los alimentos que requieren frío durante todas las operaciones a que se ven sometidos.

Romper esta cadena puede causar el deterioro de los alimentos.

Las temperaturas a que se deben conservar dependen de cada producto, por lo que se debe consultar el etiquetaje de origen y las fichas de los requisitos higiénico-sanitarios.

Algunas buenas prácticas para mantener la cadena de frío de nuestros productos son las siguientes:

- ▶ Comprueba diariamente que los equipos de frío funcionan correctamente y lleva un registro de las temperaturas.
- ▶ Tanto en el transporte como en la exposición, es preciso asegurarse de que la temperatura de refrigeración sea la del producto que requiera la temperatura más baja.
- ▶ No introduces alimentos calientes, ni tengas mucho tiempo abiertas las puertas de la cámara. Evita que se acumule hielo, eso ayuda a controlar la temperatura.
- ▶ No sobrecargues los equipos de refrigeración con más productos.
- ▶ Procura que los productos estén el menor tiempo posible a temperatura ambiente al cargarlos y descargarlos.

▷ Control de proveedores y trazabilidad

La trazabilidad de un producto se define como la capacidad de seguir su rastro a lo largo de las etapas de producción, transformación y distribución mediante un sistema de identificación.

Quien vende alimentos en los mercados debe disponer de un sistema que le permita conocer el origen de los productos que vende con el fin de poder retirarlos ante cualquier incidente sanitario.

Estos son algunos datos que es necesario que conozcamos de cada producto, que generalmente están en el recibo o factura de compra, que ya nos sirve como registro de trazabilidad, y que es preciso conservar por si hubiera alguna reclamación o incidente.

- ▶ Origen de la mercancía: número do proveedor o productor.
- ▶ Especificaciones del producto: variedad, origen, número de lote o información equivalente.
- ▶ Fecha en la que se compró la mercancía.
- ▶ Datos de contacto del proveedor.

▷ Contaminación cruzada de alimentos

Debemos evitar la contaminación cruzada de los alimentos, bien entre alimentos distintos bien entre distintas fases de elaboración, para lo cual debemos seguir una serie de simples consejos:

- ▶ Separa las distintas actividades que puedan ser causa de contaminación en el espacio o en el tiempo.
- ▶ Asegúrate de que el sentido de marcha hacia adelante de los productos no se interrumpa.
- ▶ No permitas que los animales domésticos entren dentro del área de almacenamiento ni de venta, excepto los perros guía.
- ▶ Restringe el acceso de personal ajeno a la zona de almacenamiento y al punto de venta.



Tallas mínimas de pescados y mariscos

Se debe ser especialmente cuidadoso y responsable con las tallas mínimas de pescados y mariscos y evitar poner a la venta aquellos que no consiguen la talla mínima. Tampoco se deben vender aquellas especies que se encuentren en época de veda.

Facturas y recibos

Es obligatorio proporcionar el recibo de compra, que debe contener como mínimo la siguiente información:

- ▶ Número de recibo.
- ▶ Identificación y NIF de la persona empresaria.
- ▶ Importe pagado.
- ▶ Fecha.
- ▶ Concepto.

Si la persona consumidora así lo solicita, es preciso entregarle la factura, que debe incluir la siguiente información:

- ▶ Número de factura.
- ▶ Identificación y NIF de la persona empresaria.
- ▶ Identificación y NIF del cliente.
- ▶ Descripción del concepto facturado.
- ▶ Importe abonado con los impuestos incluidos desglosados.
- ▶ Fecha.

▷ Métodos de pago

En caso de que exista la posibilidad de pagar con métodos alternativos de pago, deberá especificarse claramente]. Se tendrá en cuenta la Directiva Europea 2015/2366 sobre servicios de pago en el mercado interior.



▷ Precios y pesos

- ▶ Los precios de venta deberán ser exhibidos mediante etiquetas fijadas sobre cada artículo, o de cualquier otra manera que permita su conocimiento y del producto al que se refiere. Este conocimiento del precio deberá ser fácil para el consumidor, sin que necesite realizar ningún esfuerzo para su comprobación.
- ▶ El precio tiene que indicar el importe total que debe pagarse y se debe desglosar en caso de que sea preciso.
- ▶ ES OBLIGATORIO que todos los productos expuestos para la venta lleven, de manera inequívoca, fácilmente identificable y claramente visible el precio completo precedido por las siglas PVP, con todos los impuestos y gravámenes incluidos en el importe final.
- ▶ El precio de los productos a granel debe estar indicado por unidad de medida (kilo, litro, etc.).
- ▶ El precio no puede ser superior al anunciado. Un precio anunciado u objeto de publicidad vincula al vendedor.
- ▶ En el caso de los productos envasados deben indicar el precio de la unidad de venta y el precio por unidad de peso o volumen.
- ▶ A la hora de pesar los productos a granel es fundamental que la propia persona consumidora vea claramente el peso exacto del que está comprando.



Residuos y medio ambiente

Cada uno de los puestos del mercado genera en su actividad diferentes tipos de residuos que deben ser tratados de forma correcta para evitar posibles problemas higiénico-sanitarios y también para facilitar su gestión posterior en las plantas de recogida y reciclaje.

La gestión correcta de estos residuos es un factor de calidad que cada vez valoran más las personas consumidoras pues son más exigentes en los aspectos ambientales e higiénico-sanitarios.

▷ En el puesto de venta

- ▶ Se dispondrán varios recipientes para poder hacer una recogida selectiva de los residuos generados en el puesto y sería recomendable que en aquellos puestos donde se genere materia orgánica cada trabajador disponga de su propio recipiente para ella.
- ▶ Evitar al máximo generar residuos innecesarios y usar envases reutilizables siempre que sea posible.
- ▶ No tirar residuos al suelo y ser proactivos facilitando las medidas para que los clientes no los tiren.
- ▶ Los recipientes de la materia orgánica es recomendable limpiarlos periódicamente para evitar malos olores y emplear en ellos bolsas desechables y, a poder ser, compostables.



▷ En la retirada de residuos

- ▶ No dejar residuos de ninguna clase fuera de los contenedores.
- ▶ Depositar cada tipo de residuo en su contenedor de manera selectiva para facilitar su reciclaje.
- ▶ En el caso de generar residuos especiales, hace falta depositarlos en un punto verde o hacerlo a través del gestor de residuos autorizado.

<h3>restos de alimentos</h3>		
<p>Residuos orgánicos, como restos de pan, frutas, verduras, pescado (espinas, pieles...), carne (huesos...), cáscaras de huevo, restos de marisco, alimentos caducados, papeles sucios o mojados de envolver alimentos...</p>		
<h3>inorgánicos</h3>		
<p>Envases, metales, plásticos, envoltorios, bolsas y otros residuos...</p>		
<h3>vidrio</h3>		
<p>Botellas de vidrio, frascos y tarros sin tapa.</p>		
<h3>papel</h3>		
<p>Envases de cartón, papel, periódicos y revistas.</p>		
<h3>aceite doméstico usado</h3>		
<p>Aceite usado de cocina y de las latas de conserva. Debemos depositarlo en botellas de plástico bien cerradas en los contenedores situados en los alrededores de los mercados.</p>		

Reclamaciones

Dentro de las relaciones de las personas consumidoras con los placeros y placeras pueden producirse conflictos o desacuerdos por causa del producto que les vendieron, lo que puede dar lugar a que pueda poner de manifiesto los hechos mediante una reclamación en la que solicite una solución al conflicto presentado y, en su caso, una compensación ante la Oficina Municipal de Información a las personas Consumidoras, ya que en el caso de los mercados, las competencias relativas a la normativa de protección de las personas consumidoras son exclusivas de los ayuntamientos.

Así, una reclamación debe ser siempre de una persona consumidora frente a un empresario, y nunca serán admitidas aquellas reclamaciones o denuncias en las que lo que se dilucide sea una relación entre los propios empresarios o entre las personas consumidoras.

Cualquier persona, independientemente de su nacionalidad o zona de residencia, que adquiera productos para su uso personal o familiar, puede presentar una reclamación ante un conflicto entre ella y la persona vendedora.

▷ Hojas de reclamaciones

Entre las diferentes vías que permiten defender los derechos y restablecer los intereses lesionados de las personas consumidoras, las hojas de reclamaciones constituyen un instrumento ágil para facilitarles la remisión a las administraciones de las denuncias por presuntas infracciones a los derechos legalmente reconocidos, y de aquellas reclamaciones que los consumidores deseen someter al arbitraje de consumo.



Todas las personas físicas o jurídicas titulares de establecimientos que comercialicen bienes o presten servicios en la Comunidad Autónoma de Galicia, a la excepción de los centros o establecimientos de titularidad pública, deben tener hojas de reclamaciones a disposición de las personas consumidoras. Y en caso de que éstos no dispongan de ellas o se nieguen a facilitárselas, la persona consumidora puede reclamar la presencia de la Policía Local para acreditarlo y formular la denuncia correspondiente por este hecho ante la autoridad de consumo.

Antes de la entrega a la persona consumidora, en la hoja de reclamaciones deberán figurar debidamente cubiertos todos los datos correspondientes a la identificación de la entidad reclamada.

El reclamante deberá hacer constar en el impreso su nombre, apellidos, domicilio, número del documento nacional de identidad o pasaporte, una descripción breve de los hechos que motivan la reclamación donde se indicará la fecha en la que ocurrieron.

Asimismo, se indicarán las pretensiones de la reclamación y si desea que sea resuelta a través del Sistema Arbitral de Consumo.

La persona consumidora podrá acompañar la reclamación con todas las pruebas o documentos que considere necesarios para una mejor valoración de los hechos y, en especial, la factura cuando se trate de una reclamación sobre el precio.

▷ ¿Quién presenta la hoja de reclamación ante la Administración?

El impreso original de la hoja de reclamación de color blanca será dirigido por la persona reclamante a la OMIC de A Coruña, ya que las competencias en materia de inspección, verificación, corrección y sanción del incumplimiento de los requisitos establecidos en la normativa de protección de las personas consumidoras en el ámbito de los mercados es exclusiva de los ayuntamientos. Una copia de la hoja de reclamación queda en el poder de la persona reclamante y otra en poder del establecimiento reclamado.

La mediación de consumo y las OMIC

La OMIC (Oficina Municipal de Información a la Persona Consumidora) es un servicio público dependiente del Ayuntamiento de A Coruña que tiene como funciones principales prestar servicios de información, educación, formación, orientación y asesoramiento a las personas consumidoras y usuarias, vecinas de A Coruña, en materia de consumo en el ámbito local y resolver, por vía amistosa y de forma voluntaria, los conflictos que puedan surgir entre los empresarios y las personas consumidoras de su término municipal.

Los consumidores y usuarios tienen a su servicio, de manera gratuita, la posibilidad de realizar consultas, tanto telefónicas como presenciales, presentar hojas de reclamaciones y/o solicitar información y documentación en materia de consumo.



▷ Funciones de la OMIC

Entre las principales funciones que tiene la OMIC de A Coruña destacan las siguientes:

- ▶ Ofrecerles información y asesoramiento a las personas consumidoras de A Coruña mediante una atención personalizada.
- ▶ Tramitar las reclamaciones que les presenten directamente las personas consumidoras o las asociaciones de consumidores.
- ▶ Fomentar la educación y formación de los vecinos y vecinas como consumidores responsables y críticos.
- ▶ Colaborar con otras entidades públicas y privadas, también dedicadas a la protección de las personas consumidoras.
- ▶ Remitir a la Xunta Arbitral de Consumo aquellas reclamaciones en las que no se alcanzó un acuerdo mediador.



Compromisos de actuación

Además de cumplir todos los requisitos legales, los puestos del mercado pueden asumir los siguientes compromisos de actuación que es una apuesta más en la calidad que les ofrecen a su clientela:

a. Con la prestación del servicio

- ▶ Entre los derechos básicos de las personas consumidoras está ser tratados con corrección, consideración y respeto en las relaciones de consumo por lo que el personal que atienda directamente el público mostrará, en todo momento, un comportamiento correcto y un lenguaje atento y cortés, colaborando con diligencia en la resolución de las dudas y problemas de los clientes.
- ▶ Dispondrán de personal suficiente en cada momento para cubrir las necesidades y para que se reduzcan los tiempos de espera.
- ▶ Se efectuarán las provisiones precisas para estar convenientemente abastecidos, en función de la demanda habitual de productos.
- ▶ Facilitar el máximo posible la obligación de que la persona consumidora tenga conocimiento exacto del precio de venta de los productos y se informará claramente de los medios de pago admitidos (tarjeta de crédito, metálico, talones bancarios, etc.).
- ▶ Con respecto a las básculas, se hará un especial hincapié en su control metrológico oficial, así como en la forma de pesar los productos a granel sin que se cobre el peso del material empleado para envolverlos o envasarlos.
- ▶ Se atenderá a la persona consumidora por orden de petición del servicio, sin ninguna discriminación, sea cual sea el motivo (información, devoluciones, reclamaciones, etc.).
- ▶ En los pagos con tarjeta electrónica, se solicitará la exhibición de un documento identificativo (DNI, carné de conducir...) para comprobar su identidad, excepto que la operación se autentique a través de PIN personal.
- ▶ Las personas consumidoras, en sus relaciones de consumo, tienen derecho a usar cualquiera de las lenguas oficiales de Galicia y tanto en el

etiquetado de los productos, como en la publicidad, las ofertas, las promociones o las comunicaciones comerciales se podrán utilizar cualquiera de los idiomas oficiales.

b. En materia de consumo

- ▶ Aceptar el Sistema Arbitral de Consumo como medio de resolución de los conflictos surgidos con las personas consumidoras en relación a sus derechos como consumidor. Se anunciará la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo mediante la exhibición del correspondiente logo.
- ▶ Recomendar a las personas consumidoras guardar la publicidad, ya que tiene carácter contractual, y solicitar el resguardo correspondiente a los pagos efectuados.
- ▶ También se puede informar de las actualizaciones normativas y otras noticias de interés relacionadas con los productos de su puesto.

c. Con el medio ambiente

- ▶ Reducir la cantidad de residuos producidos y aumentar el porcentaje de recogida selectiva en el puesto.
- ▶ Adoptar prácticas correctas y respetuosas con el medio ambiente.
- ▶ Fomentar el consumo responsable de todos los productos.
- ▶ Emplear envases, embalajes y bolsas fabricados con materiales no contaminantes y reciclables, fomentando el uso de bolsas de algodón o de rafia.
- ▶ Promover la comercialización de productos de proximidad y de origen ecológico e identificarlos claramente.

d. A nivel social

- ▶ Colaborar con la ONG de la ciudad en materia de consumo.
- ▶ Participar activamente en las campañas de los bancos de alimentos de la ciudad.

e. Con la formación de los empleados

- ▶ Velar por la actualización permanente de uno mismo y de las personas empleadas fomentando la formación continua y especializada.

Anexo II | Definiciones

Justificante de recibo del residuo: es el documento normalizado que debe entregar el gestor al productor o poseedor del residuo en el momento de recibirlo.

Autocontrol: proceso de control documentado que realiza el/la titular del puesto que demuestra que se cumplen los requisitos de prevención y control de los peligros sanitarios.

Autoridad sanitaria: órgano administrativo que tiene la competencia para aplicar la normativa vigente en materia de salud pública, en función de la cual puede limitar derechos individuales o colectivos en beneficio de los derechos comunitarios.

Cadena de frío: rango de temperaturas que garantiza la seguridad del producto y que hay que mantener controlado durante los procesos de producción, transporte, almacenado y venta de los alimentos.

Contaminación: introducción o presencia de un contaminante agente biológico, químico o físico en los alimentos o el medio ambiente que puede comprometer la salubridad de los alimentos.

Desinfectar: reducir el número de microorganismos presentes en medio hasta unos niveles que no comprometan la inocuidad o aptitud de los alimentos.

Enfermedad de transmisión alimentaria: enfermedad de carácter infeccioso o tóxico que se transmite por el consumo de alimentos contaminados.

Lote: conjunto de unidades de venta de un producto alimenticio producido, fabricado o envasado en circunstancias prácticamente idénticas.

Limpiar: eliminar tierra, residuos de alimentos, grasa, suciedad u otros objetos.

Peligro: agente biológico, químico o físico presente en el alimento, o bien la condición en la que este alimento se encuentra, que puede causar un efecto adverso para la salud.

Productor local: persona que produce, procesa y distribuye su producto cerca de donde se consume, puesto que utiliza recursos locales, produce de manera sostenible y distribuye y vende mediante canales cortos de distribución, como la venta directa, el mercado y el pequeño comercio local.

Punto verde: centro de recepción, almacenaje selectivo y transferencia de residuos que se pueden reutilizar o deben tener un tratamiento especial de eliminación debido a su toxicidad o peligro.

Registro sanitario: órgano administrativo donde se tienen que inscribir las industrias y establecimientos para constituir el censo que contiene información sobre los datos de identificación, localización y actividades de los establecimientos.

Trazabilidad: capacidad de encontrar y seguir el rastro de un alimento destinado a consumo a lo largo de las etapas de producción, transformación y distribución mediante un sistema de identificación.

Venta directa: comercialización de productos agroalimentarios de producción propia, sean frescos sin procesar o de primera transformación, que lleva a cabo directamente un productor agrario profesional o una agrupación de productores hacia el consumidor final, sin intervención de terceros.

Anexo III | Normativa de aplicación

- ▶ 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.
- ▶ 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 presenten sin envasar para la venta al consumidor final y a las colectividades, de los envasados en los lugares de venta a petición del comprador, y de los envasados por los titulares del comercio al por menor.
- ▶ Ley 2/2012, de 28 de marzo, gallega de protección general de las personas consumidoras y usuarias.
- ▶ Ordenanza de organización y funcionamiento de los Mercados Municipales aprobada por el Pleno Municipal del Ayuntamiento de A Coruña el 3 de abril del 2006.
- ▶ Decreto 375/1998, de 23 de diciembre, por el que se regulan las hojas de reclamaciones de los consumidores y usuarios.

Anexo IV | Formulario de autoevaluación

A continuación incluimos un pequeño cuestionario de autocontrol que nos puede ayudar a mejorar determinados aspectos en la gestión de nuestro comercio, ayudando a mejorar la calidad de servicio que se le ofrece a sus clientes.

Aparatos de peso y medida	SÍ	NO
¿Dispone de básculas calibradas y verificadas periódicamente?		
Presentación y publicidad	SÍ	NO
¿El etiquetaje, presentación y publicidad de los productos a la venta no inducen a error o confusión a los consumidores?		
Precios	SÍ	NO
¿Se indica el precio total en todos los productos en forma clara e inequívoca?		
¿Ese precio consta en las ofertas realizadas en soportes publicitarios e informativos?		
¿En los casos de venta fraccionada de alimentos, se especifica el precio por unidad de medida?		
Facturas y otros documentos justificativos	SÍ	NO
¿Se expiden facturas u otro tipo de justificantes por las operaciones realizadas?		
¿Constan de todos los datos obligatorios?		
Reclamaciones	SÍ	NO
¿Tiene hojas de reclamaciones a disposición de las personas consumidoras y están anunciadas mediante cartel oficial?		
¿Se facilitan siempre que son solicitadas?		
Gestión de residuos	SÍ	NO
¿Hace una correcta gestión de los residuos conservándolos en las debidas condiciones de higiene y seguridad?		
¿Hace una recogida selectiva de residuos según su naturaleza y destino?		
Requisitos generales del etiquetaje	SÍ	NO
¿La información es veraz y suficiente, presentándose de forma visible en algún idioma oficial?		

¿Los productos comercializados van etiquetados conforme a la normativa?		
¿Los productos tienen la fecha de caducidad o de consumo preferente sin sobrepasar?		
Compromisos de actuación	SÍ	NO
¿Está adherido al Sistema Arbitral de Consumo, anunciándolo mediante el distintivo oficial?		
¿El personal que atiende al público presenta un comportamiento correcto y cortés, colaborando rápidamente en la resolución de las dudas y problemas de los clientes?		
¿Dispone de personal suficiente que reduzca los tiempos de espera de las personas consumidoras en el puesto?		
¿Se hace una reposición continuada de los productos con el fin de satisfacer las demandas de las personas consumidoras?		
¿Realiza revisión de todos los productos y cuentan con su etiquetaje y precio antes de su exposición para la venta?		
¿Se atiende por riguroso orden de petición de servicio, independientemente del motivo que lo origine: devolución, consulta...?		
¿Se les da a los clientes información que les ayude a elegir el producto más adecuado?		
¿Solicita la oportuna identificación del cliente en los pagos con tarjeta?		
¿Contribuye a la conservación del medio ambiente mediante el uso y la potenciación de envases y bolsas de materiales no contaminantes y reciclables?		



CORUÑA
> PRÓXIMA

