

UF1932: Control de consumo en actividades, productos y servicios

Elaborado por: Juan Dueñas Nogueras

Edición: 5.0

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16275-72-4 • Depósito legal: MA 1940-2014

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Presentación

Identificación de la unidad formativa:

Bienvenido a la Unidad Formativa **UF1932: Control de consumo en actividades, productos y servicios**. Esta Unidad Formativa pertenece al Módulo Formativo **MF0998_3: Actuaciones de control en consumo**, que forma parte del Certificado de Profesionalidad **COMT0311: Control y formación en consumo**. Dicho certificado pertenece a la familia profesional de **Comercio y Marketing**.

Presentación de los contenidos:

La finalidad de esta unidad formativa es enseñar al alumno a definir actuaciones de control para la consecución de objetivos, verificar el grado de cumplimiento de la normativa aplicable al sector, producto o servicio y los objetivos prefijados por la política empresarial en materia de consumo, y presentar conclusiones y propuestas en forma de informe, acta o documento. También a aplicar el procedimiento reglamentario establecido en las actuaciones oficiales de inspección.

Para ello, se analizará el marco institucional y las normas en materia de control de consumo y comercio interior, así como el procedimiento administrativo de control de mercado.

Objetivos de la unidad formativa:

- Interpretar la legislación y normativa en materia de consumo de distintos productos y servicios de uso común o generalizado y/o actividades relacionadas.
- Diseñar acciones e instrumentos de control y vigilancia del cumplimiento de las exigencias legales u objetivos prefijados por una empresa/sector en materia de consumo, en el ambiente local y autonómico.
- Aplicar los procedimientos preestablecidos en las actuaciones de control en consumo incorporando los criterios de protección de la salud, seguridad y transparencia al consumidor/cliente.
- Elaborar informes de actuaciones de control y actas de inspección en materia de consumo.

Índice

UD1. Marco institucional en materia de control en consumo

| | |
|--|----|
| 1.1. Regulación de la actividad del comercio interior | 11 |
| 1.2. Instituciones públicas y privadas responsables del control del mercado | 24 |
| 1.2.1. Organismos públicos en el marco de las instituciones de la Unión Europea | 26 |
| 1.2.2. Organismos públicos de la Administración del estado | 31 |
| 1.2.3. Organismos públicos de la Administración Autonómica | 38 |
| 1.2.4. Organismos públicos de la Administración Local | 40 |
| 1.2.5. Organizaciones del ámbito privado | 44 |
| 1.3. Distribución de competencias en materia de protección al consumidor e inspección y servicios en la Administración pública | 51 |
| 1.3.1. Competencias de la Administración del Estado | 52 |
| 1.3.2. Competencias de las Administraciones Autonómicas | 60 |
| 1.3.3. Competencias de la Administración Local | 66 |
| 1.4. Competencias de la administración local y autonómica en el ámbito del control de mercado | 71 |

| | |
|---|----|
| 1.4.1. Competencias relativas a la función inspectora y a la potestad sancionadora en el ámbito de la regulación autonómica | 72 |
| 1.4.2. Competencias relativas a la función inspectora y a la potestad sancionadora en el ámbito de la regulación local .. | 86 |

UD2. Normas en materia de control de consumo y comercio interior

| | |
|--|-----|
| 2.1. El control de mercado por parte de la administración | 99 |
| 2.1.1. Concepto y finalidad del control de mercado: enfoque centrado en la protección de los derechos de los consumidores y usuarios | 100 |
| 2.1.2. Campañas de inspección: Ámbito y desarrollo. Tipos de campañas..... | 103 |
| 2.1.3. Control sistemático de mercado..... | 108 |
| 2.2. Identificación y competencias de distintas normativas en materia de consumo | 109 |
| 2.2.1. Normativa de ámbito estatal y comunitario | 112 |
| 2.2.2. Normativa de ámbito autonómico | 143 |
| 2.2.3. Normativa de ámbito Local..... | 152 |
| 2.2.4. Normativas en materias concurrentes | 157 |
| 2.3. Normas técnicas de calidad de productos y etiquetado | 158 |
| 2.3.1. Normas horizontales | 159 |
| 2.3.2. Normas relativas al sector alimentario | 160 |
| 2.3.3. Normas relativas al sector industrial | 180 |
| 2.3.4. Normas relativas al sector servicios | 187 |
| 2.4. Derechos y responsabilidades de la empresa..... | 191 |
| 2.4.1. Obligaciones de los inspeccionados | 194 |
| 2.4.2. Derechos de los inspeccionados | 202 |
| 2.5. Aplicación de la normativa a casos concretos de productos de gran consumo y uso generalizado..... | 203 |

UD3. Procedimiento administrativo de control de mercado

| | |
|---|-----|
| 3.1. Motivación de la actuación inspectora | 219 |
| 3.1.1. Actuaciones de oficio..... | 221 |
| 3.1.2. Actuaciones motivadas por denuncia previa | 225 |
| 3.1.3. Otras motivaciones de la actuación inspectora..... | 227 |
| 3.2. Procedimientos administrativos de la actuación inspectora..... | 232 |
| 3.2.1. Procedimientos de vigilancia y control del mercado..... | 234 |
| 3.2.2. Procedimientos de investigación y obtención de información sobre sectores del mercado sometidos a estudio | 240 |
| 3.2.3. Procedimientos de asesoramiento e información a los agentes del mercado..... | 255 |
| 3.3. El procedimientos administrativo de la inspección de consumo .. | 257 |
| 3.3.2. Gestión y ejecución de las actuaciones inspectoras..... | 262 |
| 3.3.3. Evaluación de la actividad inspectora..... | 283 |
| 3.4. La toma de muestras en una inspección. Requisitos formales .. | 284 |
| 3.4.1. Toma de muestras reglamentaria..... | 289 |
| 3.4.2. Toma de muestras indicativa | 293 |
| 3.5. Técnicas de toma de muestras | 300 |
| 3.5.1. Toma de muestras de productos envasados | 314 |
| 3.5.2. Toma de muestras de productos a granel..... | 323 |
| 3.5.3. Toma de muestras de otros bienes..... | 331 |
| 3.6. Tipos de análisis | 343 |
| 3.6.1. Análisis inicial..... | 346 |
| 3.6.2. Análisis contradictorio | 346 |
| 3.6.3. Análisis dirimente | 347 |
| 3.7. Función y estructura del Acta de Inspección..... | 348 |
| 3.7.1. Finalidad del acta de inspección. Requisitos legales..... | 350 |
| 3.7.2. Datos de identificación | 351 |
| 3.7.3. Descripción de los hechos..... | 357 |
| 3.7.4. Documentación anexa | 363 |
| 3.7.5. Tipos de actas de inspección..... | 367 |

UF1932: Control de consumo en actividades, productos y servicios

| | |
|--|------------|
| 3.8. Medidas cautelares y actuaciones administrativas de protección | 374 |
| 3.8.1. Paralización preventiva de los servicios | 384 |
| 3.8.2. Inmovilización cautelar de los productos afectados | 384 |
| 3.8.3. Medidas de protección de los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios.... | 386 |
| Glosario | 419 |
| Soluciones | 421 |

UD5

Marco institucional en materia de
control en consumo

UF1932: Control de consumo en actividades, productos y servicios

- 1.1. Regulación de la actividad del comercio interior
- 1.2. Instituciones públicas y privadas responsables del control de mercado
 - 1.2.1. Organismos públicos en el marco de las instituciones de la Unión Europea
 - 1.2.2. Organismos públicos de la Administración del Estado
 - 1.2.3. Organismos públicos de la Administración Autonómica
 - 1.2.4. Organismos públicos de la Administración Local
 - 1.2.5. Organizaciones del ámbito privado
- 1.3. Distribución de competencias en materia de protección al consumidor e inspección de productos y servicios en la Administración pública
 - 1.3.1. Competencias de la Administración del Estado
 - 1.3.2. Competencias de las Administraciones Autonómicas
 - 1.3.3. Competencias de la Administración Local
- 1.4. Competencias de la administración local y autonómica en el ámbito del control de mercado
 - 1.4.1. Competencias relativas a la función inspectora y la potestad sancionadora en el ámbito de la regulación autonómica
 - 1.4.2. Competencias relativas a la función inspectora y la potestad sancionadora en el ámbito de la regulación local

1.1. Regulación de la actividad del comercio interior

La importancia que tiene el hecho de que un determinado producto, que se encuentra disponible en el mercado para el uso y/o consumo por parte de los compradores sea seguro, es en muchos casos no tenida en cuenta por los propios consumidores. Parece que la sociedad actual embarcada en una espiral de consumo y adquisición de bienes, tiene como uno de sus principales valores el denominado “el todo vale”.

Por ello, y en el afán de adquisición de los bienes, los consumidores olvidan que de no existir algún tipo de regulación que establezca las normas necesarias para garantizar la seguridad de los consumidores, nos encontraríamos en un escenario caótico, donde podríamos encontrar a productores y comerciantes sin escrúpulos y compradores y consumidores indefensos ante los posibles abusos que el mercado pudiese infringirles.

Es a mediados de la década de los ochenta, justo después de la recién nacida democracia cuando el sector del comercio dejaría de ser regulado únicamente por lo dispuestos en el Código de Comercio, y es gracias al nacimiento de las figuras de las Comunidades Autónomas donde por primera vez, empieza una institución gubernamental a intervenir en el mercado libre.

Pero el gran paso en la ordenación del comercio de interior se dio con la Ley 7/1996 de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, donde se instauró en España por primera vez en su historia, una regulación uniforme en materia de comercio interior. No obstante, esta ley tan sólo establece unos mínimos ya que son las Comunidades Autónomas las que tienen asumidas las competencias exclusivas en materia de ordenación comercial.

(Podrás ampliar información sobre la Ley 7/1996 de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, en la web del Boletín Oficial del Estado: www.boe.es)

Tal y como se establece en la exposición de motivos de la Ley 7/1996 de 5 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, todos los cambios sufridos en España y que han afectado a la distribución comercial como por ejemplo, la incorporación de nuestro país a la Unión Europea, el auge de las nuevas tecnologías, etc. son los que obligan a la realización de esta normativa "básica" para contribuir al esfuerzo de sistematización, modernización y adecuación del mercado interior Español a la realidad del resto de los mercados los cuales, cada vez se encuentran más globalizados.

Es más, ya en 1996 se especifica que la economía española precisa de un sistema de distribución eficiente, permitiendo el aprovisionamiento a los consumidores en el mejor nivel posible y al mínimo coste sin olvidar, que esta distribución de recursos se ha de realizar mediante un mercado libre y en leal competencia.

Es en este sentido, donde aparecen los distintos marcos de buenas prácticas comerciales que van a ir surgiendo libremente para cada sector del comercio. Estos códigos de conducta comercial van a producir un mejor comportamiento de todos los agentes involucrados en un sector determinado y cuyos efectos van a redundar en un mejor funcionamiento de la competencia.

Por otra parte, y debido a la evolución experimentada en los últimos años, coexisten en España dos sistemas de distribución complementarios entre sí: el primero constituido por empresas y tecnologías modernas, y el segundo integrado por las formas tradicionales de comercio que siguen prestando importantes servicios a la sociedad española y juegan un papel trascendental en la estabilidad de la población activa, pero que deben emprender una actualización y tecnificación que les permita afrontar el marco de la libre competencia. Esta relación de complementariedad entre estos dos sistemas, el tradicional y el formado por aquellas empresas "tecnológicas", es tenida en cuenta especialmente en la legislación.

Por consiguiente, esta ley 7/1996 de 15 de Enero, no solo establece las reglas de juego del sector de la distribución y la regulación de las fórmulas contractuales, sino que es la base para la modernización de las estructuras comerciales españolas, teniendo como uno de sus objetivos, corregir el desequilibrio existente entre las grandes compañías y las pequeñas empresas o comercios tradicionales manteniendo siempre la libre y leal competencia.

A continuación de la Ley 7/1996 de 15 de Enero, existe una extensa legislación nacional de regulación del mercado interior hasta llegar a nuestros días mediante el Real Decreto 20/2012 de 13 de julio de 2012, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y fomento de la competitividad.

- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (BOE número. 15, de 17 de enero de 1996).
- Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley Orgánica 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista (BOE núm. 15, de 17 de enero de 1996).
- Real Decreto 1010/1985, de 5 de junio, por el que se regula el ejercicio de determinadas modalidades de venta fuera de un establecimiento comercial permanente (BOE núm. 154, de 28 de junio de 1985).
- 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 (BOE núm. 287, de 30 de noviembre de 2007) y Corrección de errores del Real Decreto Legislativo 1/2007 (BOE núm. 38, de 13 de febrero de 2008).
- Artículo 43, Capítulo V, del Real Decreto –Ley 6/2000, de 23 de Junio, de Medida urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios (BOE número 152, de 24 de Junio de 2000).
- Ley 47/2002, de 19 de diciembre, de reformas de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, para la transposición al ordenamiento jurídico español de la Directiva 97/7/CE, en materia de contratos a distancia, y para la adaptación de la Ley a diversas Directivas comunitarias (BOE núm. 304, de 20 de diciembre de 2002).
- Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios (BOE núm. 311, de 28 de diciembre de 2000).
- Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas (BOE núm. 294, de 8 de diciembre de 2001).

- Real Decreto 687/2002, de 12 de julio, por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas (BOE núm. 167, de 13 de julio de 2002).
- Ley 39/2002, de 28 de octubre, de transposición al ordenamiento jurídico español de diversas directivas comunitarias en materia de protección de los intereses de los consumidores y usuarios (BOE núm. 259, de 29 de octubre de 2002).
- REAL DECRETO 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo.
- LEY 44/2006, de 29 de diciembre, de mejora de la protección de los consumidores y usuarios. (BOE núm. 312, Sábado 30 diciembre 2006).
- RD 20/2012 de 13 de julio de 2012, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad. Título V Medidas de liberalización comercial y fomento de la internacionalización empresarial, páginas 52-59s. (BOE núm. 168, Sábado 14 julio 2012).

Profundizando un poco más en la legislación nacional, de entre toda las normativas relacionadas anteriormente, es necesario hacer hincapié en aquellas que han supuesto un avance mayor en materia de regulación del mercado interior, ya sea por su gran impacto en los mercados o, por ser una ley que traspone lo establecido en la normativa europea y de cumplimiento en España como miembro de la Unión Europea.

Una de las más importantes dado el momento en que se aprobó, es el reciente Real Decreto-Ley 20/2012, de 13 de Julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad.

En concreto, algunas de más medidas que afectan al mercado interior son:

- Impuestos sobre el valor añadido (IVA) (Art. 23).
- Impuesto especial del tabaco (Art. 24).

Medidas fiscales, entre las que cabe señalar la modificación en el impuesto sobre el valor añadido (iva) (art.23)

En lo referente a la rehabilitación o construcción de una edificación para que éste tenga la consideración de entrega de bienes, el porcentaje de la base imponible del coste de los materiales aportados por el empresario debe exceder del 40% de la base imponible (antes 33%).

Uno de los aspectos más importantes es que se modifican los tipos impositivos de la siguiente manera:

- El tipo impositivo General pasa del 18% al 21%.
- El tipo impositivo Reducido pasa del 8% al 10%.
- El tipo impositivo del Recargo de Equivalencia pasa del 4% y 1% al 5,2% y 1,4% respectivamente.

Pasan del 8% al 21% las siguientes entregas de bienes y prestaciones de servicios:

- Las flores y las plantas vivas de carácter ornamental.
- Importaciones de objetos de arte, antigüedades y objetos de colección.
- Entregas y adquisiciones intracomunitarias de objetos de arte cuyo proveedor sea el autor o derechohabientes o empresarios no revendedores con derecho a deducir.
- Las entregas de objetos de arte adquiridas a empresarios o profesionales distintos de los revendedores. Se permite seguir permitir seguir aplicando el tipo reducido a las entregas de objetos de arte adquiridos a estos empresarios, antes del 1 de septiembre de 2012.
- Servicios mixtos de hostelería, espectáculos, discotecas, salas de fiesta, barbacoas u otros análogos.
- La entrada a teatros, circos y demás espectáculos, parques de atracciones, parques zoológicos, exposiciones, visitas a monumentos y parques naturales.
- Servicios prestados por artistas personas físicas.
- Servicios prestados a personas físicas que practiquen el deporte.

UF1932: Control de consumo en actividades, productos y servicios

- Los servicios funerarios.
- La asistencia sanitaria dental y curas termales que no gocen de exención.
- Los servicios de peluquería.
- Servicios de radiodifusión y televisión digital.

(Podrás ampliar información sobre el Real Decreto-Ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad, en la web del Boletín Oficial del Estado: www.boe.es)

Se excluye de la nueva redacción del artículo 91. Dos. 2º LIVA “los objetos que, por sus características, solo puedan utilizarse como material escolar”, es decir, se reclasifica el tipo de gravamen de algunos bienes de uso escolar como ciertos cuadernos, lápices o material de manualidades, que pasa del superreducido al general, pero otros objetos también de uso escolar como material de dibujo, mapas, álbumes y partituras se mantienen en el tipo superreducido al igual que los libros de texto y los utilizados en vacaciones. Se elevan los porcentajes de cálculo de la compensación a tanto alzado establecidos en el Régimen especial de la agricultura, ganadería y pesca del 10% y el 8,5%, al 12% y 10,5% respectivamente.

- Impuestos sobre el valor añadido (IVA) (Art. 23).
- Impuesto especial del tabaco (Art. 24).

La modificación en el impuesto en el impuesto especial del tabaco (art.24)

Este producto a partir del Real Decreto queda de la siguiente forma:

- Cigarros y cigarritos: Estarán gravados por la mayor cuota resultante de aplicar el 15,8% o el tipo único de 32 euros por cada 1.000 unidades.
- Cigarrillos: Estarán gravados por la mayor cuota resultante de aplicar el tipo único de 119,1 euros por cada 1.000 cigarrillos o la aplicación simultánea del tipo proporcional del 53,1 por 100 y el tipo específico de 19,1 euros por cada 1.000 cigarrillos.
- Picadura para liar: Estarán gravados por la mayor cuota resultante de aplicar el tipo único de 80 euros por kilogramo o la aplicación simultánea del tipo proporcional del 41,5 por 100 y el tipo específico de 8 euros por Kilogramo.
- Las demás labores del tabaco: 28,4 por 100.

Otro de los aspectos más importantes del Real Decreto a tener en cuenta y que afecta al mercado interior son:

1. Medidas de liberación comercial.
2. Medidas de fomento de la internacionalización empresarial.
3. Medidas de infraestructura, transporte y vivienda.
4. Medidas de desajustes entre costes e ingresos en el sector eléctrico.
5. Medidas de racionalización del sistema de dependencia.

– **Las medidas de liberalización comercial:**

Ya que se amplían los horarios comerciales durante el conjunto de los días laborales estableciendo un máximo de 90 horas semanales (art. 27).

Así mismo, el número mínimo de domingos y días festivos en los que los comercios podrán permanecer abiertos al público pasan de 12 a 16 días. En este sentido también se elimina la limitación de horas por parte de las Comunidades Autónomas de 12 horas y se establece unos criterios mínimos para la determinación de los domingos y festivos (art. 27).

Las Comunidades autónomas no podrán modificar la libertad horaria para los pequeños y medianos establecimientos con menos de 300 metros cuadrados (art. 27) estableciéndose unos parámetros y criterios mínimos para la consideración de zonas de gran afluencia turística (art.27).

Además, se concede plena libertad a los comerciantes para determinar los períodos de rebajas y su duración, permitiéndose en la venta en promoción, adquirir productos destinados a tal fin y no se condicionan los porcentajes de reducción de precios, que el comerciante podrá establecer en función de sus estrategias (art. 27).

– **Las medidas de fomento de la internacionalización empresarial**

Permitiendo la venta de parte del capital de la Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación, aunque garantizando que el control de dicha Sociedad corresponderá a la Administración General del Estado (art. 29).

Se refuerza el apoyo a las operaciones de financiación de la internacionalización de las empresas, dotando de mayor liquidez a la financiación concedida para la exportación. En este sentido se incorpora un nuevo instrumento financiero, la «cédula de internacionalización», que tendrá como activo subyacente créditos de apoyo a la internacionalización de la empresa española (art. 31).

Por último, se modifican los fines actuales que tiene el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), para incorporar la atracción y promoción de inversiones exteriores en España. Por ello se modifica también la denominación de dicho Organismo, que pasará a llamarse Entidad Pública Empresarial ICEX España Exportación e Inversiones (art. 32).

– **Medidas de infraestructuras, transporte y vivienda**

En este grupo de medidas, se suprime los ingresos procedentes de la explotación comercial de las Terminales y se aborda la regulación de los Comités de Coordinación Aeroportuaria (art. 33 y 34). Se deroga expresamente el artículo 8 del Real Decreto-ley 6/1999, de 16 de abril, de Medidas Urgentes de Liberalización e Incremento de la Competencia, que establecía una compensación que la Administración General del Estado liquidaría a las sociedades concesionarias de autopistas de peaje por la pérdida de ingresos que les suponga la bajada de tarifas del 7% de su importe.

Se suprime las ayudas de subsidiación de préstamos contenidas en el Plan Estatal de Vivienda y Rehabilitación 2009-2012. Así mismo, no se reconocerán aquellas solicitudes que estén en tramitación y que no hayan sido objeto de concesión por parte de la Comunidad Autónoma (art.35).

Por último, se reduce el importe de la ayuda abonada por el concepto de Renta Básica de Emancipación de los jóvenes en un 30%, siendo por tanto la cuantía mensual de la ayuda de 147€. Así mismo, se estima que el derecho a la percepción de la ayuda mensual no podrá ser objeto de reactivación en el caso de precisar nueva resolución por considerarse ésta extemporánea (art. 36).

– **Medidas para la supresión de desajustes entre los costes e ingresos en el sector eléctrico**

Se adoptan medidas para la corrección de las desviaciones por desajustes entre los costes e ingresos de los sectores eléctrico y gasista, las cuales serán de aplicación para la retribución de los costes de generación

reconocidos a los generadores en régimen ordinario en dichos sistemas desde el 1 de enero de 2012, en vez del 30 de marzo como estaba previsto en el Real Decreto ley 13/2012, de 30 de marzo (art. 37.1).

Se elimina la retribución de los gastos de naturaleza recurrente de los valores unitarios de la anualidad a aplicar en concepto de costes de operación y mantenimiento fijos, COMTin, de los grupos en los diferentes sistemas, diferenciados por tecnología y tamaño, y sus correspondientes actualizaciones y revisiones a 31/12/2006 (art. 37.2).

Por último, se revisa la tasa financiera de retribución para el cálculo de la retribución financiera de la inversión de cada grupo pasando del valor de los Bonos del Estado a diez años más 300 puntos básicos al valor de los Bonos del Estado a diez años más 200 puntos básicos (art. 37.2).

– **Medidas de racionalización del sistema de dependencia**

Medida que afecta al mercado interior como servicio fundamental en una población cuya pirámide poblacional indica el envejeciendo paulatino de la misma. Se establecen medidas de agilización de los trámites administrativos y cambios estructurales administrativos, se refuerza la obligación de información a la Administración Pública. Se modifica la estructura administrativa creando un Consejo Territorial de Servicios Sociales y del Sistema para la Autonomía y Atención a la Dependencia unificando los dosórganos anteriores manteniéndose “los grados” en la clasificación de la situación de dependencia y eliminando “los niveles”.

Se establece una diferenciación del Servicio de las actuaciones del Servicio de Ayuda a Domicilio, supeditando los servicios relacionados con la atención de las necesidades domésticas o del hogar a los servicios relacionados con la atención personal en la realización de las actividades de la vida diaria (art. 22. Ocho).

Se establece un Régimen de incompatibilidad de Prestaciones (art. 22. Nueve), alargando el plazo de aplicación progresiva para los valorados en el grado I de dependencia moderada, hasta el 1 de julio de 2015 (art. 22. Diecisiete).

De entre toda la legislación nacional relacionada con la regulación del mercado interior, otra normativa que supone una gran paso adelante y dado el momento en que fue aprobada, justo después de la entrada de España en el euro, es el **Real Decreto –Ley 6/2000, de 23 de Junio, de Medida urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios**.

Dado que el principal objetivo de la política económica desarrollada por el Gobierno es lograr un ritmo de crecimiento económico que permita continuar aproximando los niveles de renta per cápita y de empleo de España a los de las economías más desarrolladas.

La participación de nuestro país en la moneda única supone un nuevo entorno de actuación en el que se ha transferido la responsabilidad de la política monetaria al Banco Central Europeo, se ha perdido el tipo de cambio como instrumento de ganancia de competitividad nominal y la política fiscal se ajusta a los compromisos adquiridos en el Pacto de Estabilidad y Crecimiento.

Toda esta situación, favorable a la estabilidad macroeconómica, la política de oferta adquiere una singular relevancia, puesto que se constituye en el instrumento esencial para asegurar el mantenimiento de un crecimiento elevado y generador de empleo.

Así, dicha política debe buscar dos objetivos fundamentales:

- Por una parte, dotar a la oferta productiva española de la flexibilidad necesaria para hacer frente a los aumentos de demanda sin generar desequilibrios macroeconómicos.
- Por otra, incentivar la capacidad de crecimiento potencial de nuestra economía, como elemento de garantía del proceso de convergencia real.

Para la obtención de dichos fines es condición imprescindible la existencia de unos mercados de bienes y servicios con un elevado nivel de competencia, lo que permitirá el surgimiento de nuevas oportunidades de inversión y una evolución adecuada de los costes unitarios de producción de la economía española.

A modo de resumen del Real Decreto, el Título I se consagra a la liberalización de los mercados energéticos, incidiendo en aquellos aspectos que dificultan o retrasan una competencia efectiva y dando una mayor transparencia que permita al consumidor tomar decisiones con un adecuado nivel de información.

Uno de los grandes problemas de España, es su mercado energético, por lo que en el presente Real Decreto en relación a los hidrocarburos líquidos, se actúa, por un lado, estableciendo las condiciones para la apertura del accionariado de la principal compañía logística y garantizando la publicidad de las condiciones y precios que se practican a través de la Comisión Nacional de Energía. Por otro, se promueve la instalación de las estaciones de servicio en grandes superficies y se limita el número de instalaciones de venta de productos petrolíferos de los grandes operadores.