

## ANEXO

### ***RESOLUCIÓN do 25 de xuño de 2020, do Instituto Galego do Consumo e da Competencia, pola que se aproba o Plan anual de vixilancia do mercado da Xunta de Galicia para o ano 2020***

O artigo 51 da Constitución española establece que os poderes públicos garantirán a defensa das persoas consumidoras e usuarias, protexendo, mediante procedementos eficaces, a seguridade, a saúde e os lexítimos intereses económicos destas e que promoverán a información e a educación das persoas consumidoras e usuarias, fomentarán as súas organizacións e oírán a estas nas cuestións que poidan afectar a aqueles, nos termos que a lei estableza.

De acordo co artigo 30.I.4 do Estatuto de autonomía de Galicia corresponde a esta Comunidade Autónoma a competencia exclusiva en materia de defensa do consumidor e usuario, sen prexuízo da política xeral de prezos e da lexislación sobre a defensa da competencia.

En base ao anterior, o Parlamento de Galicia aprobou, o 28 de marzo de 2012, a Lei 2/2012, galega de protección xeral das persoas consumidoras e usuarias, para dar cumprida resposta á defensa e protección dos consumidores e usuarios no ámbito da súa competencia (artigo 1.3). Dita lei, no seu artigo 56, establece que a Administración autonómica e as administracións locais, no ámbito das súas respectivas competencias en materia de defensa do consumidor, realizarán actuacións de inspección e control para comprobar que as empresas ou establecementos que producen, distribúen ou comercializan bens ou servizos cumpren coa lexislación vixente con relación aos dereitos e intereses dos consumidores, así como a realización, directamente ou en colaboración con outras entidades públicas ou privadas, estudos, controis, ensaios, análises e comprobacións sobre os produtos, bens, servizos e establecementos onde estes se comercialicen e presten.

De acordo co anteriormente exposto, e de conformidade co establecido no Decreto 118/2016, do 4 de agosto, polo que se crea e establece a estrutura orgánica do Instituto Galego do Consumo e da Competencia:



## RESOLVE:

### Primeiro. Aprobación do Plan

Apróbase o Plan anual de vixilancia do mercado da Comunidade Autónoma de Galicia para o ano 2020, en cumprimento do artigo 58 da Lei 2/2012, co contido recollido nos seguintes puntos.

### Segundo. Ámbito de actuación

O ámbito de actuación do Plan anual de vixilancia do mercado comprenderá as actuacións de control e inspección sobre os produtos, bens e servizos que fosen postos a disposición do consumidor, sen prexuízo doutras medidas que puidesen resultar oportunas que se produzan en calquera lugar do territorio da Comunidade Autónoma de Galicia.

### Terceiro. Vixencia

O presente Plan anual de vixilancia do mercado constitúe o marco básico da actuación inspectora. A súa duración comprenderá desde a súa aprobación ata o 31 de decembro de 2020, sen prexuízo das campañas cuxa execución se realizase dende o 01 de xaneiro de 2020.

### Cuarto. Obxectivos

Os obxectivos do Plan de vixilancia do mercado serán os seguintes:

- a) Velar para que os produtos e servizos dispoñibles no mercado cumpran os requisitos legais establecidos pola lexislación e non supoñan un risco para a saúde e seguridade das persoas consumidoras ou usuarias.
- b) Requirimentos aos produtores e distribuidores, por medio da Inspección de Consumo, do cumprimento dos seus deberes de producir e distribuír produtos seguros. Tamén que os prestadores de servizos cumpran coa obriga de subministrar os servizos que oferten acorde ás normas que en cada caso sexan de aplicación.
- c) Establecer a planificación das actuacións que sexan adecuadas para velar polo respecto da normativa vixente en materia de protección ás persoas consumidoras e usuarias.
- d) Vixilancia e control dos bens e prestacións de servizos de interese xeral.



e) A mediación e proposta de arbitraje, cando cumpra, respecto das controversias derivadas de reclamacións das persoas consumidoras e usuarias así como a verificación dos feitos que se desprendan deles e a súa valoración.

f) Colaboración no intercambio rápido de información sobre riscos derivados de produtos de uso ou consumo, así como a coordinación e seguimento das actuacións levadas a cabo no ámbito da materia de seguridade dos produtos.

#### Quinto. Campañas de inspección

Debido á situación excepcional provocada pola declaración do estado de alarma a consecuencia da pandemia do COVID19, ao marxe das campañas programadas para este ano, foi preciso planificar e realizar novas campañas para garantir a seguridade dos consumidores, os dereitos previstos durante o estado de alarma e a información veraz e suficiente naqueles produtos comercializados para a protección contra o contaxio por virus.

A situación excepcional provocou o incremento da adquisición de produtos e servizos a través do comercio electrónico o que tamén implicou reforzar o control das vendas por este medio, aumentándoo mediante a programación de campañas de control neste eido. Por este motivo estanse a realizar as seguintes campañas:

- Campaña de control de mascarillas hixiénicas
- Campaña de control mascarillas cirúrxicas
- Campaña de control de EPIS
- Campaña de control de antisépticos para pel sa, xeles y soluciones hidroalcohólicas: etiquetado y publicidade
- Campaña de control de la publicidade de mascarillas con posible autorización temporal de comercialización
- Campaña de control de comercio electrónico en el marco de la pandemia por covid19 (incluído control de prezos)
- Campaña de control da publicidade do xogo
- Campaña nacional de vixilancia comercio electrónico de mascarillas
- Campaña de control de créditos rápidos ao consumo



O Plan anual de vixilancia do mercado articularase ao redor das campañas nacionais, autonómicas e europeas.

- **Campañas Nacionais:** son acordadas pola Comisión de Cooperación de Consumo da Conferencia Sectorial de Consumo, organismo no que están representadas todas as comunidades autónomas e a Administración Xeral do Estado, a través do Ministerio de Consumo. Algunhas destas campañas poden consistir exclusivamente na realización de tomas de mostras para a súa análise no CICC.

- **Campañas Autonómicas:** son propostas e desenvolvidas polo Instituto Galego do Consumo e da Competencia. Algunha delas pode ser campaña de colaboración con outras Consellerías da Xunta de Galicia.

- **Campañas da Unión Europea:** en cumprimento do Regulamento UE 765/2008 de Control de Mercado, os países membros deben realizar actuacións programadas de modo conxunto en todo o territorio da Unión.

- **Campañas Nacionais**

Con respecto a estas campañas hai que destacar as realizadas co Ministerio de Consumo co que se colabora na protección, promoción e o fomento dos dereitos dos consumidores e usuarios de bens e servizos, así como na seguridade alimentaria.

Estas campañas incidirán nos seguintes produtos ou sectores:

I. Campañas no sector industrial.

O obxectivo principal destas campañas é a protección da saúde e seguridade dos usuarios de produtos industriais e para iso comprobarase o cumprimento da normativa en materia de seguridade e etiquetaxe.

As empresas produtoras e importadoras teñen o deber de poñer no mercado unicamente produtos seguros e de probar a devandita seguridade cando a autoridade competente na materia así llo requira. Por iso realizaranse tomas de mostras e ensaios sobre os produtos e bens.

O artigo 64 da Lei 2/2012, do 28 de marzo, galega de protección xeral das persoas consumidoras e usuarias regula a práctica das probas analíticas sobre produtos a fin de comprobar a súa adecuación á normativa que lles sexa de aplicación no que respecta á súa funcionalidade, composición, etiquetaxe, presentación, publicidade e aos niveis de seguridade que ofrecen ao consumidor.



Dentro das campañas do sector industrial realizaranse campañas con control analítico propostas polo Laboratorio de Consumo de Galicia por unha banda, e polo Centro de Investigación e Control da Calidade (CICC), por outra.

As actuacións inspectoras nesta tipo de campañas teñen como obxectivo a protección fronte aos riscos que poidan comprometer a saúde ou seguridade derivados das relacións de consumo.

As campañas correspondentes ao sector industrial se levarán a cabo en relación aos seguintes produtos:

- a) Campaña control analítico de disfraces.
- b) Grilandas de nadal
- c) Disfraces de Halloween
- d) Xoguetes para menores de 36 meses
- e) Têxtil composición
- f) Têxtil solideces
- g) Recipientes de plástico para alimentos
- h) Xoguetas con proxectís
- i) Cepillos eléctricos de dentes

As campañas relativas aos devanditos produtos industriais están dirixidas a comprobar o cumprimento da normativa sobre composición, etiquetaxe, marcado CE, cando sexa esixible, e seguridade derivada dos seus usos.

## II. Campañas no sector alimentario

A vixilancia do mercado no sector alimentario ten como obxectivo garantir que os produtos postos a disposición dos consumidores, cumpran os requisitos establecidos na normativa aplicable e co fin de garantir que a etiquetaxe, a publicidade e información ao consumidor sexan veraces e non induzan a erro.

A Lei 2/2012, do 28 de marzo, galega de protección xeral das persoas consumidoras e usuarias, establece no seu artigo 18.5 como obrigación das empresas en materia de seguridade dos consumidores que na etiquetaxe e presentación dos bens e servizos deberá constar a información que a lexislación de aplicación en cada caso estableza como obrigatoria, tendo que figurar, en todo caso, os datos de identificación da empresa responsable e unha dirección de contacto, así como, no suposto de bens, a súa referencia e, se procede, o lote de fabricación, salvo nos casos en que a omisión da citada información estea xustificada.

As actuacións levadas a cabo mediante estas campañas irán dirixidas exclusivamente a comprobar a presenza da información alimentaria obrigatoria así como, a exactitude das manifestacións ou alegacións obrigatorias/voluntarias que realicen as empresas en calquera



comunicación comercial, etiquetaxe ou de calquera outra forma en que exista ou poida existir unha relación de consumo.

Todo iso susténtase en que é un dereito básico do consumidor recibir información clara, veraz e transparente sobre os diferentes bens ou produtos postos á súa disposición no mercado, considerándose prácticas informativas desleais na información alimentaria as seguintes:

- a) Aquelas que induza a erro en particular, acerca da súa natureza, identidade, calidades, composición, cantidade, duración, país de orixe ou lugar de procedencia, modo de fabricación ou de obtención, tanto en relación á publicidade como á presentación dos alimentos.
- b) As que atribúan ao alimento efectos ou propiedades que non posúe.

As campañas no sector alimentario correspondentes ao 2020 realizaranse a través de campañas nacionais e autonómicas. Dentro das campañas autonómicas ademais de controis en xeral do etiquetado sobre determinados produtos, se levarán a cabo controis específicos sobre aspectos concretos da normativa de aplicación ao etiquetado e a publicidade. As campañas que se realizarán son as seguintes:

- a) Salchichas cocidas e envasadas: etiquetado e composición
- b) Indicación da orixe do leite utilizado como ingrediente no etiquetado do leite e os produtos lácteos envasados.
- c) Anchoas, etiquetado, determinación da especie e rastexabilidade
- d) Ketchup normal e ketchup light

Ademais, no marco da campaña de control permanente de produtos alimenticios deste ano, vanse realizar os seguintes actuacións:

- e) Control de produtos cárnicos sen envasar en grandes superficies
- f) Control da etiquetaxe/publicidade do pan en grandes superficies
- g) Control da etiquetaxe e presentación á venda de produtos lácteos (internet)
- h) Control permanente de produtos alimenticios provenientes de alertas sanitarias

Por outra banda, seguiranse os controis oficiais dentro do plan de controis no mercado do uso de nomes protexidos por denominacións de orixe protexidas, indicacións xeográficas



protexidas e especialidades tradicionais garantidas a realizar polo IGCC e a Consellería do Medio Rural.

Este control está sometido a auditoría de conformidade co Regulamento (CE) 882/2004 do Parlamento Europeo e do Consello, de 29 de abril de 2004, sobre os controis oficiais efectuados para garantir a verificación do cumprimento da lexislación en materia de pensos e alimentos e a normativa sobre saúde animal e benestar dos animais, segundo o cal as autoridades competentes realizarán auditorías internas ou poderán ordenar a realización de auditorías externas, tal e como se especifica no plan.

### III. Campañas no sector servizos

A Lei Xeral para a Defensa dos Consumidores e Usuarios establece a información mínima necesaria da que debe dispoñer o consumidor ou usuario para a toma de decisión en relación a unha oferta ou contrato.

É un dereito básico dos consumidores a protección dos seus lexítimos intereses económicos e sociais, en particular fronte a situacións que poidan crear desequilibrio como as prácticas comerciais desleais ou a introdución de cláusulas abusivas nos contratos.

As estipulacións non negociadas individualmente e todas aquelas prácticas non consentidas expresamente que en contra das esixencias da boa fe, causen en prexuízo do consumidor, un desequilibrio importante dos dereitos e obrigacións das partes, que se deriven do contrato, considéranse cláusulas abusivas.

O artigo 27 da Lei 2/2012 refírese á oferta, promoción e publicidade dos bens ou servizos e establece que non se pode, sexa cal for o soporte empregado, inducir a erro ou crear falsas expectativas nos seus destinatarios.

Realizaranse campañas de control sobre a publicidade co fin de garantir que os produtos/servizos ofertados correspóndanse en canto ás súas características e prezos cos expostos, en aras de eliminar posibles prácticas comerciais desleais e evitar o emprego de cláusulas abusivas nas contratacións cos consumidores ( talleres de reparacións, servizos de asistencia técnica).

Ademais, tendo en conta que a compra por medios electrónicos cobra cada día maior importancia compre incrementar os controis das condicións xerais de contratación existentes nas páxinas web que comercializan bens e servizos tales coma a contratación de créditos ao consumo.



- **Campañas europeas**

Este tipo de campañas non están programadas con antelación e poden xurdir en calquera momento por iniciativa do Ministerio de Consumo correspondendo a este organismo a decisión de adhesión para participar nelas.

#### Sexto. Actuacións.

As actuacións para realizar polo Instituto Galego do Consumo e da Competencia iniciaranse de oficio por acordo do órgano competente, ben por propia iniciativa ou como consecuencia de orde superior, a petición razoada doutros órganos ou por denuncia.

Dentro destas actuacións de oficio está a realización dos controis establecidos nas campañas autonómicas, nacionais e campañas de ámbito europeo.

O resultado destas campañas servirá de base para a elaboración dos futuros plans de vixilancia do mercado e servirán de referencia para potenciar a labor de vixilancia e inspección daqueles produtos ou servizos nos que se observe un maior grao de incumprimento.

Sen prexuízo do anterior, a Inspección de Consumo tamén realizará a actuación inspectora mediante as visitas de inspección, os requirimentos e calquera outro medio legalmente admitido que sexa necesario para garantir o cumprimento da normativa vixente en materia de protección dos dereitos de consumidores e usuarios.

A Comunidade Autónoma de Galicia sancionará as infraccións en materia de defensa dos consumidores a consecuencia de ofertas, comunicacións comerciais ou calquera outro tipo de propostas dirixidas aos consumidores desta Comunidade, calquera que sexa a nacionalidade, o domicilio de quen os realice e independentemente do lugar en que se sitúen os seus establecementos.

Os procedementos sancionadores iniciaranse sempre de oficio, sexa por propia iniciativa ou a consecuencia de orde superior, petición razoada doutros órganos ou por denuncia.

#### Sétimo. Datos e resultados.

Ao final do labor de inspección, enviarase ao Servizo de Vixilancia do Mercado e Seguridade dos Produtos o correspondente informe no que se reflectirá a relación das inspeccións realizadas e o resultado das correspondentes investigacións previas.

#### Oitavo. Programación

As distintas campañas de inspección realizaranse de maneira homoxénea nas catro provincias da comunidade autónoma, de ser o caso.





#### Noveno. Protocolos de actuación

Con carácter xeral, para cada campaña elaborárase un protocolo de actuación que garante un control homoxéneo dos distintos sectores obxecto da campaña. O devandito protocolo consistirá dun documento de instrucións para a inspección e unha enquisa, documentos que servirán de guías das actuacións a realizar. Nas campañas consistentes exclusivamente en tomas de mostras elaborárase unicamente o documento de instrucións.

#### Décimo. Seguimento do Plan

Para o correcto seguimento das actuacións descritas no Plan de inspección, o persoal de inspección deberá realizar:

- Informes preliminares e definitivos de cada campaña realizada que se remitiran tras a finalización de todas as actuacións de cada unha delas.
- Memoria anual deste organismo incluíndo os aspectos mais relevantes derivados da aplicación do plan de inspección.

#### Undécimo. Publicidade

O Plan anual de vixilancia do mercado da Xunta de Galicia para o ano 2020 publicarase na páxina web do Instituto Galego do Consumo e da Competencia e, así mesmo, remitirase ao Consello Galego de Consumidores e Usuarios, máximo órgano de representación das organizacións e asociacións de consumidores e usuarios.

#### Asinado de maneira electrónica

