



***RESOLUCIÓN do 12 de Abril de 2021, 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 2021***

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 2021, 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 2021, sen prexuízo das campañas cuxa execución se iniciase o 01 de xaneiro de 2021.

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, tendo especial relevancia no contexto actual, debido á pandemia provocada polo COVID-19.

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 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.

g) Reforzar o control dos servizos e produtos ofertados a través de comercio electrónico.

Quinto. Campañas de inspección

Debido á situación excepcional provocada pola declaración do estado de alarma a consecuencia da pandemia do COVID-19, incrementouse a adquisición de produtos e servizos a través do comercio electrónico o que fai preciso reforzar o control das vendas por este medio. Por este motivo elaborouse o PLAN ESPECÍFICO DE VIXILANCIA NO MERCADO ECOMMERCE 2021.

O Plan anual de vixilancia do mercado articularase entorno a 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, algunhas delas poden levarse a cabo en colaboración con outras Consellerías da Xunta de Galicia. Para o desenvolvemento destas campañas no sector industrial realízanse tomas de mostras que son remitidas ao Laboratorio de Consumo de Galicia para a súa análise e ensaio tanto do etiquetado como das condicións de seguridade.

- **CAMPAÑAS DA UNIÓN EUROPEA:** os países membros realizan actuacións programadas de modo conxunto en todo o territorio da Unión.

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:

- **NACIONAIS**
 - a) Control de publicidade de xeradores domésticos de ozono.
 - b) Prendas de vestir cuxa composición teña a lo menos algunha fibra natural (algodón, lá, seda...)
 - c) Exprimidores de cítricos (CICC).
 - d) Pintura de dedos (CICC).

- **AUTONÓMICAS (Laboratorio Consumo de Galicia).**
 - a) Secadores de pelo.
 - b) Cortapelos.
 - c) Calefactores.
 - d) Prolongadores.
 - e) Grilandas.
 - f) Xoguetes con cordas e/ou ventosas.
 - g) Xoguetes con proxectís.
 - h) Disfraces e accesorios de Halloween.
 - i) Xoguetes para menores de 3 anos.
 - j) Fталatos en prendas impermeables.
 - k) Punteiros láser.





l) Cargadores móbiles.

➤ EUROPEAS

e) Xoguetes eléctricos.

As campañas relativas aos devanditos produtos industriais están dirixidas a comprobar o cumprimento da normativa sobre composición, etiquetaxe, mercado 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 establece 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:

- 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.
- As que atribúan ao alimento efectos ou propiedades que non posúe.





As campañas que se realizarán son as seguintes:

➤ **NACIONAIS**

- a) Control de comercio electrónico de alimentos: información alimentaria, publicidade e condicións xerais de contratación.
- b) Bollería e pastelería rechea identificada “con nata” e outras mencións incorrectas: presenza de nata/preparado graxo.
- c) Bebidas vexetais: etiquetado e composición.
- d) Control de publicidade e trazabilidade de pementos de piquillo (CICC).
- e) Control de publicidade e trazabilidade de bebidas refrescantes con edulcorantes (CICC).

➤ **AUTONÓMICAS**

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

- a) Control permanente de produtos alimenticios provenientes de alertas sanitarias
- b) Control de publicidade e presentación de produtos lácteos en grandes superficies.
- c) Control de publicidade e trazabilidade de produtos cítricos.
- d) Control de publicidade e trazabilidade do azafrán.
- e) Control de publicidade e trazabilidade de lentellas.

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.

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

As campañas correspondentes ao sector servizos levaranse a cabo en relación aos seguintes produtos:

➤ **NACIONAIS**

a) Contratación de páxinas web: intermediación de servizos (reservas, aloxamentos, compras de billetes de avión...)

➤ **AUTONÓMICAS**

b) Servizos de paquetería e mensaxería.

c) Servizos de asesoría e xestoría.

d) Servizos de atención ao cliente en sectores de interese xeral: comprobar a existencia de teléfono gratuíto y correo electrónico.

e) Servizos de atención ao cliente das compañías telefónicas

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 2021 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

