



RESOLUCIÓN de 12 de Abril de 2021, del Instituto Gallego del Consumo y de la Competencia, por la que se aprueba el Plan anual de vigilancia del mercado de la Xunta de Galicia para el año 2021

El artículo 51 de la Constitución española establece que los poderes públicos garantizarán la defensa de las personas consumidoras y usuarias, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de estas y que promoverán la información y la educación de las personas consumidoras y usuarias, fomentarán sus organizaciones y oirán a estas en las cuestiones que puedan afectar a aquellos, en los términos que la ley establezca.

De acuerdo con el artículo 30.1.4 del Estatuto de autonomía de Galicia le corresponde a esta Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de defensa del consumidor y usuario, sin perjuicio de la política general de precios y de la legislación sobre la defensa de la competencia.

En base a lo anterior, el Parlamento de Galicia aprobó, el 28 de marzo de 2012, la Ley 2/2012, gallega de protección general de las personas consumidoras y usuarias, para dar cumplida respuesta a la defensa y protección de los consumidores y usuarios en el ámbito de su competencia (artículo 1.3). Dicha ley, en su artículo 56, establece que la Administración autonómica y las administraciones locales, en el ámbito de sus respectivas competencias en materia de defensa del consumidor, realizarán actuaciones de inspección y control para comprobar que las empresas o establecimientos que producen, distribuyen o comercializan bienes o servicios cumplen con la legislación vigente con relación a los derechos e intereses de los consumidores, así como la realización, directamente o en colaboración con otras entidades públicas o privadas, estudios, controles, ensayos, análisis y comprobaciones sobre los productos, bienes, servicios y establecimientos donde estos se comercialicen y alquilen.

De acuerdo con el anteriormente expuesto, y de conformidad con el establecido en el Decreto 118/2016, de 4 de agosto, por lo que se crea y establece la estructura orgánica del Instituto Gallego del Consumo y de la Competencia:





RESUELVE:

Primero. Aprobación del Plan

Se aprueba el Plan anual de vigilancia del mercado de la Comunidad Autónoma de Galicia para el año 2021, en cumplimiento del artículo 58 de la Ley 2/2012, con el contenido recogido en los siguientes puntos.

Segundo. Ámbito de actuación.

El ámbito de actuación del Plan anual de vigilancia del mercado comprenderá las actuaciones de control e inspección sobre los productos, bienes y servicios que fueran puestos a disposición del consumidor, sin perjuicio de otras medidas que pudieran resultar oportunas que se produzcan en cualquier lugar del territorio de la Comunidad Autónoma de Galicia.

Tercero. Vigencia

El presente Plan anual de vigilancia del mercado constituye el marco básico de la actuación inspectora. Su duración comprenderá desde su aprobación hasta el 31 de diciembre de 2021, sin perjuicio de las campañas cuya ejecución se iniciaran el 01 de enero de 2021.

Cuarto. Objetivos

Los objetivos del Plan de vigilancia del mercado serán los siguientes:

- a) Velar para que los productos y servicios disponible en el mercado cumplan los requisitos legales establecidos por la legislación y no supongan un riesgo para la salud y seguridad de las personas consumidoras o usuarias, teniendo especial relevancia en el contexto actual, debido a la pandemia provocada por el COVID-19.
- b) Requerimientos a los productores y distribuidores, por medio de la Inspección de Consumo, del cumplimiento de sus deberes de producir y distribuir productos seguros. También que los prestadores de servicios cumplan con el deber de suministrar los servicios que oferten acorde a las normas que en cada caso sean de aplicación.
- c) Establecer la planificación de las actuaciones que sean adecuadas para velar por el respeto de la normativa vigente en materia de protección a las personas consumidoras y usuarias.
- d) Vigilancia y control de los bienes y prestaciones de servicios de interés general.





e) La mediación y propuesta de arbitraje respecto de las controversias derivadas de reclamaciones de las personas consumidoras y usuarias así como la verificación de los hechos que se desprendan de ellos y su valoración.

f) Colaboración en el intercambio rápido de información sobre riesgos derivados de productos de uso o consumo, así como la coordinación y seguimiento de las actuaciones llevadas a cabo en el ámbito de la materia de seguridad de los productos.

g) Reforzar el control de los servicios y productos ofertados a través de comercio electrónico.

Quinto. Campañas de inspección

Debido a la situación excepcional provocada por la declaración del estado de alarma por consecuencia de la pandemia del COVID-19, se incrementó la adquisición de productos y servicios a través del comercio electrónico lo que hace preciso reforzar el control de las ventas por este medio. Por este motivo se elaboró el PLAN ESPECÍFICO DE VIGILANCIA EN EL MERCADO ECOMMERCE 2021.

El Plan anual de vigilancia del mercado se articulará entorno a campañas nacionales, autonómicas y europeas.

- **CAMPAÑAS NACIONALES:** son acordadas por la Comisión de Cooperación de Consumo de la Conferencia Sectorial de Consumo, organismo en el que están representadas todas las comunidades autónomas y la Administración General del Estado, a través del Ministerio de Consumo. Algunas de estas campañas pueden consistir exclusivamente en la realización de tomas de muestras para su análisis en el CICC.
- **CAMPAÑAS AUTONÓMICAS:** son propuestas y desarrolladas por el Instituto Gallego del Consumo y de la Competencia, algunas de ellas pueden llevarse a cabo en colaboración con otras Consellerías de la Xunta de Galicia. Para el desarrollo de estas campañas en el sector industrial se realizan tomas de muestras que son remitidas al Laboratorio de Consumo de Galicia para su análisis y ensayo tanto del etiquetado como de las condiciones de seguridad.
- **CAMPAÑAS DE LA UNIÓN EUROPEA:** los países miembros realizan actuaciones programadas de modo conjunto en todo el territorio de la Unión.

Estas campañas incidirán en los siguientes productos o sectores:

I CAMPAÑAS EN EL SECTOR INDUSTRIAL.

El objetivo principal de estas campañas es la protección de la salud y seguridad de los usuarios de productos industriales y para eso se comprobará el cumplimiento de la normativa en materia de seguridad y etiquetado.





Las empresas productoras e importadoras tienen el deber de poner en el mercado únicamente productos seguros y de probar la dicha seguridad cuando la autoridad competente en la materia así se lo requiera. Por eso se realizarán tomas de muestras y ensayos sobre los productos y bienes.

El artículo 64 de la Ley 2/2012, de 28 de marzo , gallega de protección general de las personas consumidoras y usuarias regula la práctica de las pruebas analíticas sobre productos a fin de comprobar su adecuación a la normativa que les sea de aplicación en el que respeta a su funcionalidad, composición, etiquetado, presentación, publicidad y a los niveles de seguridad que ofrecen al consumidor.

Dentro de las campañas del sector industrial se realizarán campañas con control analítico propuestas por el Laboratorio de Consumo de Galicia por una parte, y por el Centro de Investigación y Control de la Calidad (CICC), por otra.

Las actuaciones inspectoras en este tipo de campañas tienen como objetivo la protección frente a los riesgos que puedan comprometer la salud o seguridad derivadas de las relaciones de consumo.

Las campañas correspondientes al sector industrial se llevarán a cabo en relación a los siguientes productos:

➤ **NACIONALES**

- a) Control de publicidad de generadores domésticos de ozono.
- b) Prendas de vestir cuya composición tenga por lo menos alguna fibra natural (algodón, la la, 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) Guirnaldas.
- f) Juguetes con cuerdas y/o ventosas.
- g) Juguetes con proyectiles.
- h) Disfraces y accesorios de Halloween.





- i) Juguetes para menores de 3 años.
- j) Fталatos en prendas impermeables.
- k) Punteros láser.
- l) Cargadores móviles.

➤ EUROPEAS

- e) Juguetes eléctricos.

Las campañas relativas a dichos productos industriales están dirigidas a comprobar el cumplimiento de la normativa sobre composición, etiquetado, marcado CE, cuando sea exigible, y seguridad derivada de sus usos.

II CAMPAÑAS EN EL SECTOR ALIMENTARIO

La vigilancia del mercado en el sector alimentario tiene como objetivo garantizar que los productos puestos a disposición de los consumidores, cumplan los requisitos establecidos en la normativa aplicable y con el fin de garantizar que el etiquetado, la publicidad e información al consumidor sean veraces y no induzcan a error.

La Ley 2/2012, de 28 de marzo, gallega de protección general de las personas consumidoras y usuarias, establece en su artículo 18.5 como obligación de las empresas en materia de seguridad de los consumidores que en el etiquetado y presentación de los bienes y servicios deberá constar la información que la legislación de aplicación en cada caso establezca como obligatoria, teniendo que figurar, en todo caso, los datos de identificación de la empresa responsable y una dirección de contacto, así como, en el supuesto de bienes, su referencia y, si procede, el lote de fabricación, salvo en los casos en que la omisión de la citada información esté justificada.

Las actuaciones llevadas a cabo mediante estas campañas irán dirigidas exclusivamente a comprobar la presencia de la información alimentaria obligatoria así como, la exactitud de las manifestaciones o alegaciones obligatorias/voluntarias que realicen las empresas en cualquier comunicación comercial, etiquetado o de cualquier otra forma en que exista o pueda existir una relación de consumo.

Todo eso se sustenta en que es un derecho básico del consumidor recibir información clara, veraz y transparente sobre los diferentes bienes o productos puestos a su disposición en el mercado, considerándose prácticas informativas desleales en la información alimentaria las siguientes:

- Aquellas que induzca a error en particular, acerca de su naturaleza, identidad, calidades, composición, cantidad, duración, país de origen o lugar de origen, modo de





fabricación o de obtención, tanto en relación a la publicidad como a la presentación de los alimentos.

- Las que atribuyan al alimento efectos o propiedades que no posee.

Las campañas que se realizarán son las siguientes:

➤ **NACIONALES**

- a) Control de comercio electrónico de alimentos: información alimentaria, publicidad y condiciones generales de contratación.
- b) Bollería y pastelería rellena identificada “con nata” y otras menciones incorrectas: presencia de nata/preparado graso.
- c) Bebidas vegetales: etiquetado y composición.
- d) Control de publicidad y trazabilidad de pimientos del piquillo (CICC).
- e) Control de publicidad y trazabilidad de bebidas refrescantes con edulcorantes (CICC).

➤ **AUTONÓMICAS**

Además, en el marco de la campaña de control permanente de productos alimenticios de este año, se van a realizar los siguientes actuaciones:

- a) Control permanente de productos alimenticios provenientes de alertas sanitarias
- b) Control de publicidad y presentación de productos lácteos en grandes superficies.
- c) Control de publicidad y trazabilidad de productos cítricos.
- d) Control de publicidad y trazabilidad del azafrán.
- e) Control de publicidad y trazabilidad de lentejas.

Por otra parte, se seguirán los controles oficiales dentro del plan de controles en el mercado del uso de nombres protegidos por denominaciones de origen protegidas, indicaciones geográficas protegidas y especialidades tradicionales garantizadas a realizar por el IGCC y la Consellería de Medio Rural.

Este control está sometido a la auditoría de conformidad con el Reglamento (CE) 882/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2004, sobre los controles oficiales efectuados para garantizar la verificación del cumplimiento de la legislación en materia de piensos y alimentos y la normativa sobre salud animal y bienestar de los animales, según lo cual las autoridades competentes realizarán auditorías internas o podrán ordenar la realización de auditorías externas, tal y como se especifica en el plan.





III CAMPAÑAS EN EL SECTOR SERVICIOS

La Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios establece la información mínima necesaria de la que debe disponer el consumidor o usuario para la toma de decisión en relación a una oferta o contrato.

Es un derecho básico de los consumidores la protección de sus legítimos intereses económicos y sociales, en particular frente a situaciones que puedan crear desequilibrio como las prácticas comerciales desleales o la introducción de cláusulas abusivas en los contratos.

Las estipulaciones no negociadas individualmente y todas aquellas prácticas no consentidas expresamente que en contra de las exigencias de la buena fe, causen en perjuicio del consumidor, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes, que se deriven del contrato, se consideran cláusulas abusivas.

El artículo 27 de la Ley 2/2012 se refiere a la oferta, promoción y publicidad de los bienes o servicios y establece que no se puede, sea cual sea el soporte empleado, inducir a error o crear falsas expectativas en sus destinatarios.

Se realizarán campañas de control sobre la publicidad con el fin de garantizar que los productos/servicios ofertados se correspondan en cuanto a sus características y precios con los expuestos, en aras de eliminar posibles prácticas comerciales desleales y evitar el empleo de cláusulas abusivas en las contrataciones con los consumidores.

Además, teniendo en cuenta que la compra por medios electrónicos cobra cada día mayor importancia conviene incrementar los controles de las condiciones generales de contratación existentes en las páginas web que comercializan bienes y servicios.

Las campañas correspondientes al sector servicios se llevarán a cabo en relación a los siguientes productos:

➤ **NACIONALES**

a) Contratación de páginas web: intermediación de servicios (reservas, alojamientos, compras de billetes de avión...)

➤ **AUTONÓMICAS**

b) Servicios de paquetería y mensajería.

c) Servicios de asesoría y gestoría.

d) Servicios de atención al cliente en sectores de interés general: comprobar la existencia de teléfono gratuito y correo electrónico.





e) Servicios de atención al cliente de las compañías telefónicas

Sexto. Actuaciones.

Las actuaciones para realizar por el Instituto Gallego del Consumo y de la Competencia se iniciarán de oficio por acuerdo del órgano competente, bien por propia iniciativa o a consecuencia de orden superior, la petición razonada de otros órganos o por denuncia.

Dentro de estas actuaciones de oficio está la realización de los controles establecidos en las campañas autonómicas, nacionales y campañas de ámbito europeo.

El resultado de estas campañas servirá de base para la elaboración de los futuros planes de vigilancia del mercado y servirán de referencia para potenciar a labor de vigilancia e inspección de aquellos productos o servicios en los que se observe un mayor grado de incumplimiento.

Sin perjuicio del anterior, la Inspección de Consumo también realizará la actuación inspectora mediante las visitas de inspección, los requerimientos y cualquier otro medio legalmente admitido que sea necesario para garantizar el cumplimiento de la normativa vigente en materia de protección de los derechos de consumidores y usuarios.

La Comunidad Autónoma de Galicia sancionará las infracciones en materia de defensa de los consumidores por consecuencia de ofertas, comunicaciones comerciales o cualquier otro tipo de propuestas dirigidas a los consumidores de esta Comunidad, cualquier que sea la nacionalidad, el domicilio de quien los realice e independientemente del lugar en que se sitúen sus establecimientos.

Los procedimientos sancionadores se iniciarán siempre de oficio, sea por propia iniciativa o por consecuencia de orden superior, petición razonada de otros órganos o por denuncia.

Séptimo. Datos y resultados.

Al final de la labor de inspección, se enviará al Servicio de Vigilancia del mercado y Seguridad de los Productos el correspondiente informe en el que se reflejará la relación de las inspecciones realizadas y el resultado de las correspondientes investigaciones previas.

Octavo. Programación

Las distintas campañas de inspección se realizarán de manera homogénea en las cuatro provincias de la comunidad autónoma, de ser el caso.

Noveno. Protocolos de actuación

Con carácter general, para cada campaña se elaborará un protocolo de actuación que garantiza un control homogéneo de los distintos sectores objeto de la campaña. Dicho protocolo consistirá de un documento de instrucciones para la inspección y una encuesta,





documentos que servirán de guías de las actuaciones a realizar. En las campañas consistentes exclusivamente en tomas de muestras se elaborará únicamente el documento de instrucciones.

Décimo. Seguimiento del Plan

Para el correcto seguimiento de las actuaciones descritas en el Plan de inspección, el personal de inspección deberá realizar:

- Informes preliminares y definitivos de cada campaña realizada que se habían remitido tras la finalización de todas las actuaciones de cada una de ellas.
- Memoria anual de este organismo incluyendo los aspectos mas relevantes derivados de la aplicación del plan de inspección.

Undécimo. Publicidad

El Plan anual de vigilancia del mercado de la Xunta de Galicia para el año 2021 se publicará en la página web del Instituto Gallego del Consumo y de la Competencia y, asimismo, se remitirá al Consejo Gallego de Consumidores y Usuarios, máximo órgano de representación de las organizaciones y asociaciones de consumidores y usuarios.

Firmado de manera electrónica