



Región de Murcia
Consejería de Empresa,
Economía Social y Autónomos

Dirección General de Consumo,
y Artesanía

MEMORIA DE ACTIVIDADES

2022

INSPECCION DE CONSUMO REGIÓN DE MURCIA.



1. PRESENTACIÓN.

A lo largo de 2022 la Inspección de Consumo, dependiente de la Dirección General de Consumo y Artesanía, ha sido intensa y variada, dando cumplimiento a las labores de vigilancia de mercado, para atender la programación de las campañas de inspección y control de mercado 2022 planificadas en el Plan de Inspección 2022.

El Control de Mercado es la actividad de vigilancia encaminada a garantizar la seguridad de los productos y servicios y la comprobación de su adecuación a las normas vigentes, una vez que han sido puestos a disposición del consumidor final, y destinados directamente al consumo.

El Control de Mercado, aparte de la finalidad sancionadora, tiene funciones preventivas y pedagógicas, estando los servicios de Inspección de Consumo facultados para informar y hacer las recomendaciones necesarias a las empresas y profesionales acerca de cuáles son sus obligaciones previstas en la legislación aplicable en el ámbito de consumo.

En lo que concierne a los recursos humanos, tanto las personas que configuran la Dirección General de Consumo como las autoridades de consumo de las Comunidades Autónomas, son sin duda la gran fortaleza de la política de consumo. Sin ellas, la sucinta enumeración de datos o descripción de acciones que se detallan en las páginas siguientes, no hubiera sido posible. Se trata de profesionales altamente cualificados y comprometidos con la defensa del interés el interés general para la consecución de un objetivo común: la defensa y promoción de los derechos de las personas consumidoras, con especial atención a las que ocupan una posición de vulnerabilidad.





2. BASE LEGAL.

El artículo 51 de la Constitución Española establece que los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.

Asimismo, promoverán su información y educación, fomentarán sus organizaciones y las oirán en las cuestiones que puedan afectarles.

Corresponde a la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, en virtud de lo dispuesto en el artículo 11.7 del Estatuto de Autonomía, aprobado mediante Ley Orgánica 4/1982, de 9 de junio, en el marco de la legislación básica del Estado, el desarrollo legislativo y ejecución en materia de defensa del consumidor y usuarios, de acuerdo con las bases y la ordenación de la actividad económica general y la política monetaria del Estado, las bases y coordinación general de la Sanidad en los términos de lo dispuesto en los artículos 38, 131 y en los números 11, 13 y 16 del apartado 1 del artículo 149 de la Constitución.

La Ley 4/1996, de 14 de junio, del Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Región de Murcia tiene por objeto la defensa y protección de los consumidores y usuarios en el ámbito de la Región de Murcia. El artículo 22 de la Ley 4/1996 regula el ámbito de la actividad de inspección de consumo, que tiene como finalidad verificar el cumplimiento de los deberes, prohibiciones y limitaciones impuestos normativamente o voluntariamente asumidos mediante la oferta, promoción y publicidad, que tengan por objeto proteger cualquiera de los derechos esenciales de los consumidores y usuarios establecidos en dicha ley.





3. OBJETIVOS GENERALES

La actividad de control de mercado engloba cuatro tareas fundamentales:

- ❖ Informar cuáles son, en concreto, los deberes generales de no perjudicar, ni poner en peligro la salud y seguridad de los consumidores y de respetar sus intereses económicos y sociales, así como sobre las características esenciales de los bienes o servicios que se les ofertan.
- ❖ Comprobar el cumplimiento efectivo de esos deberes y limitaciones.
- ❖ Sancionar las conductas que transgredan los deberes establecidos.
- ❖ Adoptar medidas coactivas para forzar el cumplimiento y para que no se continúen poniendo en peligro los intereses generales de los consumidores.

Es imprescindible la existencia de un servicio público de control, entendido en su sentido integral, y por lo tanto con funciones de inspección, sanción y prevención de supuestos ilícitos, mediante la cooperación con los operadores económicos en su labor informativa y de asesoramiento permanente; y no sólo coactiva y represiva, que tenga en cuenta determinados principios.

Los principios de profesionalidad, suficiencia, claridad, armonía y eficacia son los que rigen la acción de la Administración de Consumo en este campo.

Con el programa de actividades inspectoras se pretende conseguir los siguientes objetivos generales:

- Que los comerciantes y empresarios implicados en las relaciones de consumo incrementen el nivel de cumplimiento y respeto de la normativa legal aplicable.
- Que los bienes, productos y servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios, cumplan con la normativa que les sea de aplicación, sean seguros y su uso no presente riesgos para la salud.
- Y en general, que se respeten los derechos que tengan reconocidos los consumidores conforme a lo dispuesto en la normativa legal vigente.

La elaboración, difusión y aplicación de esta Memoria de actividades realizadas por la Inspección de Consumo durante el año natural 2022 pretende lograr la máxima transparencia de la labor desarrollada.



ACTUACIONES INSPECTORAS 2022.

Nº TOTAL EXPEDIENTES TRAMITADOS.....	1958
EXPEDIENTES DE CAMPAÑAS INSPECCION.....	739
EXPEDIENTES DENUNCIAS/RECLAMACIONES.....	867
EXPEDIENTES ALERTAS	352

Nº TOTAL EXPEDIENTES TRAMITADOS.....	1958
EXPEDIENTES NEGATIVOS (SIN INCUMPLIM.).....	1445
EXPEDIENTES CON INCUMPLIMIENTOS (POSITIVOS).....	513
De los cuales:	
REMITIDOS A INFRACCIONES.....	68
REQUERIMIENTOS DE SUBSANACION.....	278
ADVERTENCIAS.....	141
INHIBICIONES A OTRAS CCAA/ORGAN.....	26



TRAMITES REALIZADOS	11.590
 POR CAMPAÑAS DE INSPECCION.....	5.075
 POR DENUNCIAS/RECLAMACIONES.....	3.916
 POR ALERTAS DE PRODUCTOS.....	2.599

TOTAL PRODUCTOS INSPECCIONADOS.....1.332.205

De los cuales:

 Alimentos.....	129.650
 Productos no Alimenticios.....	1.200.595
 Establecimientos servicios.....	1.960



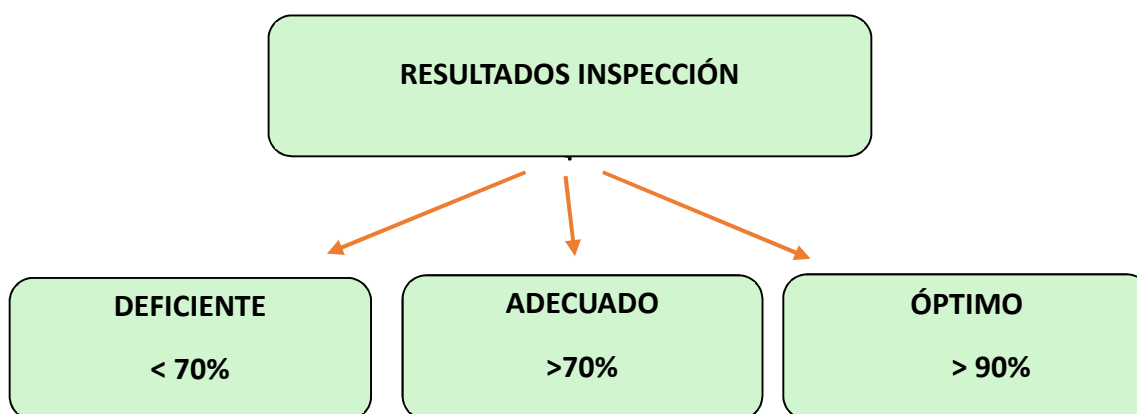
INDICADORES VALORACION CAMPAÑAS

Los resultados de las Campañas de Inspección ejecutadas han sido valorados según el siguiente criterio:

***DEFICIENTE:** Resultados inferior al 70% de cumplimiento.

***ADECUADO:** Resultados entre el 71% y menor del 89% de cumplimiento.

***ÓPTIMO:** Resultados superiores al 90% de cumplimiento





TOMA DE MUESTRAS DE ALIMENTOS Y PRODUCTOS 2022			
ALIMENTACIÓN	NEGATIVAS	POSITIVAS	TOTAL
Aceite de oliva Virgen y Virgen extra.	10	3	13
Ahumados	3	2	5
Café y café descafeinado	10	0	10
Chocolate con frutos secos.	4	1	5
Mayonesa/salsa fina	6	0	6
Queso rallado y tipo sandwich	9	1	10
Zumos	8	2	10
Broches para chupetes	9	1	10
Juguetes acuáticos	7	0	7
Suavizantes	3	2	5
Termos	1	4	5
Tostadores de pan	2	3	5
Prendas deportivas.	5	0	5
Seguridad física en calzado infantil	5	0	5
Taburetes de peldaños	3	2	5
Lámparas Led (bombillas)	3	2	5
Desengrasante	1	1	2
Alerta Calefactor	1	0	1
Denuncia peluche con luz	1	0	1
TOTAL	91	24	115



I. CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN ALIMENTOS.

CAMPAÑAS INSPECCION NACIONALES ALIMENTOS.		
CAMPAÑA	OBJETIVO	RESULTADO
CONTROL GENERAL	Control general: control de las menciones en la publicidad y presentación de los alimentos que pueden inducir a error sobre las características del producto y, en particular, sobre la naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, país de origen o lugar de procedencia, y modo de fabricación o de obtención comercializados en sitios web. (DGC) (p1.309-1)	DEFICIENTE Cumple 46% con el etiquetado controlado.
CONTROL GENERAL	Control general: control de la información obligatoria en el marcado o etiquetados de los productos frescos de la pesca y la acuicultura comercializados en pescaderías que se presentan sin envasar o envasados en los lugares de venta a petición del comprador. (DGC) (p1.311-1)	OPTIMO Cumple 93% con el etiquetado controlado.
ALIMENTOS SIN ENVASAR	Alimentos sin envasar, envasados en los lugares de venta a petición del comprador, y alimentos envasados por los titulares del comercio al por menor para su venta inmediata en el establecimiento o establecimientos de su propiedad (AN) (P1.298-1)	DEFICIENTE Incumple 53% etiquetado controlado.
COMERCIO ELECTRONICO ALIMENTOS.	Comercio electrónico de alimentos. control de la información alimentaria en la venta a distancia (venta on-line) (CÑ) (P1.293-1), (MA) (p1.305-1)	DEFICIENTE Incumple 100% etiquetado controlado.
ACEITE DE OLIVA.	Aceite de oliva virgen y virgen extra: etiquetado y composición. (CICC) (P1.337-1), (MA) (p1.307-1).	ADECUADO. Cumple 80% etiquetado.
CAFÉ	Cafés y cafés descafeinados (CICC) (P1.339-1)	OPTIMO Cumple 90% con el etiquetado controlado.
ZUMOS	Zumos (CICC) (P1.341-1)	ADECUADO. Cumple 85% etiquetado.
DOP/IGP/ETP.	Información alimentaria vinculada a los productos con DOP/IGP/ETG (programa 3.2.6 del PNCOCCA 2021-2025 (LR) (P1.271-1)	ADECUADO. Cumple 87% etiquetado.
ALIMENTOS ECOLÓGICOS	Información alimentaria productos ecológicos (programa 3.2.4 del PNCOCCA 2021-2025) (LR) (P1.272-1)	OPTIMO Cumple 90% con el etiquetado controlado.
ALIMENTOS VEGANOS	Alimentos destinados a veganos o vegetarianos (LR) (P1.287-1) (*)	OPTIMO Cumple 90% con el etiquetado controlado.
QUESO RALLADO	Quesos rallados y tipo sándwich. (MA) (p1.310-1)	DEFICIENTE Incumple 75% etiquetado controlado.
CONTROL DE EN PLAGUICIDAS ALIMENTOS ECOLÓGICOS.	ANÁLISIS CONTROL PLAGUICIDAS ALIMENTOS ECOLÓGICOS · Naranjas y manzanas. · Mijo y garbanzos..	OPTIMO Cumple 90% con el etiquetado controlado.



I. CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN PRODUCTOS NO ALIMENTICIOS.

CAMPAÑAS INSPECCION NACIONALES PRODUCTOS NO ALIMENTICIOS.		
CAMPAÑA	OBJETIVO	RESULTADO
CONTROL GENERAL.	Control General: Verificación Artículo 4 Reglamento UE 2019/1020 (DGC) (P1.322-2).	DEFICIENTE: Cumplimiento del 30% productos controlados.
ETIQUETADO EFICIENCIA ENERGÉTICA	Etiquetado eficiencia energética de electrodomésticos en comercios y venta on-line (CM) (P1.261-2),	ADECUADO: Cumplimiento del 74% de los productos inspeccionados.
JUGUETES.	Control de la información obligatoria y seguridad de juguetes: puzzles Eva y disfraces de juguete (CM) (P1.265-2)	DEFICIENTE: Cumplimiento del 64% de los productos inspeccionados.
CADENAS Y BROCHES CHUPETES.	Cadenas y broches para chupete (CÑ) (P1.295-2).	ADECUADO: Cumplimiento del 73% de los productos inspeccionados.
TOSTADORES DE PAN.	Tostadores de pan, Verificación de etiquetado y Parámetros de seguridad. (CICC) (P1.327-2)	ADECUADO: Cumplimiento del 86% de los productos inspeccionados.
TABURETES	Taburetes de peldaños. Verificación de etiquetado y Parámetros de seguridad. (CICC) (P1.333-2).	DEFICIENTE: Cumplimiento del 67% de los productos inspeccionados.
JUGUETES ACUÁTICOS.	Juguetes Acuáticos. Etiquetado y Seguridad (EX) (P1.268-2)	OPTIMO: Cumplimiento del 95% de los productos inspeccionados.
BISUTERIA	Control de etiquetado de productos de bisutería. (MA) (p1.354)	DEFICIENTE: Cumplimiento del 67% de los productos inspeccionados.
VENTA ONLINE ELECTRODOMÉSTICOS	Venta de electrodomésticos on-line (teléfonos móviles, ordenadores y línea blanca) (LR) (P1.285-3)	DEFICIENTE: Incumple el 90% de las web inspeccionadas.



I. CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN SERVICIOS.

CAMPAÑAS INSPECCION NACIONALES SERVICIOS.		
CAMPAÑA	OBJETIVO	RESULTADO
RECLAMACION COMERCIO ELECTRONICO	Comprobación de existencia de un procedimiento de reclamación en webs de comercio electrónico. (VL) (P1.279-3)	DEFICIENTE: Cumplimiento del 53% de las webs controladas.
TARIFAS ELÉCTRICAS.	Campaña de control de las ofertas de tarifas eléctricas en entorno web (GL) (P1.347-3)	OPTIMO Cumple 91% con el etiquetado controlado.
SAT.	Servicios de asistencia técnica a domicilio realizadas por (SAT) "no oficiales de marca": electrodomésticos/equipos informáticos (GL) (P1.348-3)	ADECUADO: Cumplimiento del 80% de los controles realizados.
CONTROL EN LA BONIFICACIÓN EXTRAORDINARIA DEL PRECIO DE COMBUSTIBLE	Campaña de inspección para controlar que las bonificaciones extraordinarias establecidas en el RD 6/2022 se aplican de manera adecuada por las Gasolineras.	OPTIMO Cumple 95% con el etiquetado controlado.

CAMPAÑAS INSPECCION REGIONAL DE SERVICIOS.		
CAMPAÑA	OBJETIVO	RESULTADO
TALLERES VEHÍCULOS	Campaña inspección talleres de reparación de vehículos.	ADECUADO: Cumplimiento del 82% de los controles realizados.
CONTROL DE CONSUMO EN MERCADILLOS NAVIDEÑOS	Campaña de inspección para controlar que las empresas que prestan servicio en los Mercadillos Navideños cumplen con las obligaciones establecidas en la normativa aplicable para la defensa de los derechos de las personas consumidoras.	OPTIMO Cumple 96% con el etiquetado controlado.