

consumamadrid

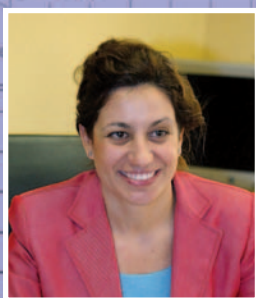
nº 01 / junio 05. Ejemplar gratuito

CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO
Comunidad de Madrid

consumidores /
las asociaciones opinan

inspección / así funciona
la red de alerta de productos peligrosos

consumo responsable /
especial verano



entrevista con María Inés López-Ibor

Viceconsejera de Ordenación Sanitaria, Salud Pública y Consumo

reportaje / la vivienda

Claves para evitar el fraude

Informarte sobre tus derechos
no te cuesta nada



Teléfono del Consumidor
llamada gratuita



Comunidad de Madrid
CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO

Editorial

Evitemos el fraude

La vivienda es una de las cuestiones que más preocupan a los españoles y, por supuesto, también a los madrileños. La búsqueda de una casa que se adapte a las necesidades específicas de cada persona, de cada familia; el acceso a la financiación de la vivienda; la adquisición de bienes domésticos básicos... son acciones en las que invertimos mucho tiempo y dinero y que no están exentas de problemas. De hecho, la vivienda es uno de los sectores que acapara mayor número de consultas y reclamaciones por parte de los consumidores.

Con el ánimo de responder a las necesidades informativas de los consumidores y, en sintonía con la realidad descrita, Consumadrid ha decidido dedicar el reportaje central del número uno de esta nueva publicación a la vivienda, revisando los principales motivos de reclamación que se dan en el sector, alertando al ciudadano de prácticas fraudulentas a las que puede exponerse en la búsqueda de una casa e informándole sobre los derechos que le son reconocidos por la legislación vigente, con el objeto de que evite y denuncie situaciones en las que éstos puedan verse afectados.

El ejemplar que tiene en sus manos es el número uno, pero no el primero. Desde estas líneas, la revista quiere agradecer la cálida acogida que tuvo el lanzamiento, el pasado mes de marzo, del número cero de Consumadrid por parte de asociaciones de consumidores, asociaciones de empresarios, administraciones y, en general, por todos los agentes que trabajan en defensa del consumidor. Su apoyo refuerza nuestro empeño en lograr que Consumadrid se convierta en un vehículo útil para el intercambio de ideas y para la difusión de experiencias que nos enriquezcan a todos.



Consumo responsable

Especial verano

15/



Reportaje

Vivienda: Claves para evitar el fraude 18/



Entrevista

María Inés López-Ibor
Viceconsejera de
Ordenación Sanitaria, Salud
Pública y Consumo de la
Comunidad de Madrid

10/



Inspección

La red de alerta de
productos peligrosos,
vigía de la seguridad

20/



Arbitraje

Antes de retirar la ropa
de la tintorería hay que
comprobar si tiene
desperfectos

26/

04/ Actualidad · 12/ Región · 22/ Consumidores · 25/ Emprendedores ·
28/ Formación · 29/ Esfera · 30/ Madrid 7 Estrellas ·
31/ Tribuna Jurídica · 32/ Pequeños Consumidores ·
33/ Club del consumidor · 34/ Miscelánea · 35/ Directorio



www.madrid.org

Edita: Consejería de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid. Aduana, 29. 28013 - Madrid
Dirección: Pablo Muñoz Gabilondo / Subdirección: Amparo Mira Roldán

Consejo de Redacción: Yolanda Aguilar Olivares, Paula Aragón Resa, Susana Gil Pascual, Elena López Pleite,
Roberto Quijano Ibáñez, Carmen Martín Villa, Milagros Warleta Gil

En este número han colaborado: M^a Soledad Ballesteros Plaza, Ángel Escolar-Noriega Prieto, María Dolores
González Ruiz, Africa Marín Ramírez, Rodolfo Nicolás Gómez Gómez, Mercedes Prendes Díaz

Maquetación, impresión y distribución: NC Comunicación, S.L. Avda. Padre Isla 70, 1^oB. 24002 León



Madrid atendió 11.322 quejas en 2004, la mayoría sobre telefonía e Internet

Con motivo de la celebración del Día Mundial del Consumidor, el pasado 15 de marzo, el consejero de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid, Manuel Lamela, presentó los datos de la Memoria de Consumo correspondiente a 2004. Las cifras son claras: una de cada cinco reclamaciones tiene su origen en la disconformidad con el servicio de telefonía fija, móvil e Internet. Tras las telecomunicaciones, los talleres de reparación de vehículos y la vivienda son los sectores que más reclamaciones generan.



De izquierda a derecha: la viceconsejera de Ordenación Sanitaria, Salud Pública y Consumo, María Inés López-Ibor; el consejero de Sanidad y Consumo, Manuel Lamela, y la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola.

Según el balance de 2004, tras las telecomunicaciones (ver página 6), el segundo sector con mayor número de reclamaciones es el de talleres de reparación de vehículos, que el pasado año acumuló 869 reclamaciones (7,67% del total). En tercer lugar se encuentra la vivienda con 865 (7,64%). Aunque las quejas por la vivienda descendieron en un 2,6% con respecto a 2003, éste sigue siendo el sector con la mayor cuantía de multas, casi tres millones de euros de los 4.390.000 que la Comunidad de Madrid impuso en 2004. Le siguen los Servicios de Asistencia Técnica (S.A.T.) con 455 quejas y el transporte de viajeros con 426 reclamaciones (3,76%).

El 46,6% de las reclamaciones tramitadas se resolvió mediante la mediación favorable, y en un tiempo medio de 106 días. Entre 2003 y 2004 au-

mentó un 20,6% las reclamaciones solucionadas por acuerdo amistoso de los partes.

El arbitraje sigue siendo una vía muy útil para resolver las quejas de los consumidores gracias a la agilidad, gratuidad e imparcialidad de este sistema extrajudicial. El consejero informó du-

rante el Día del Consumidor de que durante 2004 se incrementó en un 37% el número de empresas adheridas a este sistema, en el que actualmente se encuentran un total de 14.415 empresas y profesionales (además de 60 asociaciones) de la Comunidad de Madrid. Además, Madrid es la única comunidad que cuenta con un órgano específico en el sistema arbitral para dirimir los problemas de telecomunicaciones. Durante 2004, esta entidad tramitó 3.587 solicitudes, de las que 2.110 procedían de problemas en la factura. Más de la mitad de los casos se resolvió en el colegio arbitral.

La Comunidad de Madrid, a la cabeza en la Red de Alerta

En 2004, la Comunidad de Madrid fue la región que generó el mayor número de notificaciones, un total de 41, ante las redes de alerta sobre seguridad de productos que operan en la Europa comunitaria. Estas redes sirven para vigilar el mercado ante la sospecha de



EL DÍA DEL CONSUMIDOR, NUESTRA PUESTA DE LARGO

El Día del Consumidor fue el marco en que se desarrolló la presentación del número cero de Consumadrid, un nuevo medio de carácter gratuito que pretende contribuir a una mayor difusión de los derechos del consumidor. La nueva revista, cuyo número uno tiene en sus manos, viene a reforzar las actuaciones que realiza la

Consejería de Sanidad y Consumo para reforzar la información al ciudadano, ayudarle a que se forme en una sociedad en continuo desarrollo y darle respuestas reales a las necesidades que plantea el consumo de hoy.

la existencia de productos peligrosos, situación que provoca su retirada inmediata (ver página 20).

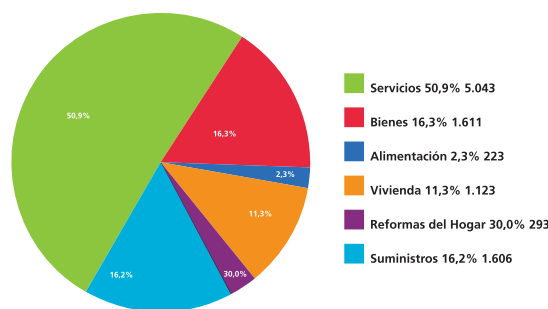
Otro elemento clave de control de mercado son las inspecciones. El Servicio de Inspección de la Dirección General de Consumo realizó durante el año 2004 más de 30 campañas de inspección de diversos sectores como vivienda, gasolineras, reforma del hogar, gafas de sol, automóviles, combustibles o chalecos reflectantes. Destacan los controles de productos dirigidos a colectivos de especial protección como juguetes, cunas, cochecitos o chupetes.

El año del consenso

Lamela incidió en el trabajo que se ha desarrollado durante el año 2004 para asentar las bases del consumo madrileño en los próximos años y que tiene su máxima expresión en el Plan Integral para la Protección al Consumidor.

Otra de las actuaciones clave es consolidar el papel de las asociaciones de consumidores como interlocutores cercanos a los ciudadanos. De hecho, el pasado año se celebró el I Foro de Asociaciones de Consumidores, que nace con vocación de perpetuarse como un lugar de debate y análisis de las actuaciones de mejora en el consumo de la región.

RECLAMACIONES POR SECTORES



En 2004 se realizaron campañas de inspección específicas sobre productos dirigidos a colectivos de especial protección, como juguetes, cunas, cochecitos o chupetes.

El interés por promover el movimiento consumerista se traduce en el aumento del importe que la Consejería de Sanidad y Consumo dedica a las organizaciones de consumidores con 455.068 euros en partidas destinadas a subvenciones y convenios, frente a los 395.745 euros del año pasado, es decir, un 15% más.

El papel de los ayuntamientos

La Consejería de Sanidad y Consumo

también destaca el papel que juegan los ayuntamientos como administraciones de proximidad al ciudadano, por lo que ha reforzado su participación en la Comisión Regional de Política de Consumo.

Durante 2004, la Comunidad de Madrid destinó a los ayuntamientos de la región 1.106.829 euros frente a los 991.502 del año anterior para desarrollar acciones relacionadas con la protección del consumidor.



EL CONSEJO DE CONSUMO TAMBIÉN HIZO SU BALANCE DE 2004

El Consejo de Consumo, que reúne a los órganos de la Administración regional relacionados con el consumo y a asociaciones de consumidores, organizaciones empresariales, sindicales, ayuntamientos y colegios profesionales, se reunió el pasado 18 de abril para analizar el desarrollo del Plan Integral para la Protección al Consumidor de la Comunidad de Madrid. Durante la reunión, la primera que celebra el pleno desde que a finales de enero se creara la Dirección General de Consumo, repasó las actividades realizadas durante 2004 y tuvo la oportunidad de conocer el número cero de Consumadrid. En la foto, varios miembros del Consejo hojean la revista.

Telecomunicaciones: las multas al sector se quintuplican

En dos años, la Consejería de Sanidad y Consumo ha quintuplicado la cuantía global de las multas impuestas a empresas del sector de las telecomunicaciones en respuesta al aumento de las quejas de los ciudadanos. De hecho, las deficiencias en los servicios de telefonía e internet se han convertido en el primer motivo de reclamación de los consumidores en la Comunidad de Madrid.



Durante 2004, una de cada cinco reclamaciones presentadas por los madrileños se referían a las telecomunicaciones, incluyendo Internet y telefonía móvil. Esto supone un incremento del 41,4% con respecto al año 2003, un aumento que se espera se acentúe en el balance de 2005, ya que sólo en lo que va de año, el 30% de las más de 5.127 reclamaciones presentadas ante la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, se refería a este sector.

La facturación incorrecta es la reclamación más frecuente (515 quejas)

La cuantía global de las sanciones ha pasado de 52.900 a 258.530 euros entre 2003 y 2005.

entre los consumidores, seguida de cerca por 456 reclamaciones relacionadas con servicios defectuosos y 98 de incumplimiento de contrato.

Además de reforzar los canales de información y los controles, la Comunidad de Madrid ha elevado las multas en este sector empresarial, llegando incluso a quintuplicarlas en dos años: de hecho, en 2003 se sancionó por

 AUMENTO DE LAS QUEJAS DEL CONSUMIDOR	
2004	Reclamaciones: 2.299
Motivos:	
Facturación incorrecta: 1.098	
Servicio defectuoso: 454	
Anulación y rescisión contrato: 239	
Servicio equivocado: 95	
2005 (enero-abril)	Reclamaciones: 1.545
Motivos:	
Facturación incorrecta: 515	
Servicio defectuoso: 456	
Anulación y rescisión contrato: 98	
Servicio equivocado: 35	

un importe total de 52.900 euros, cifra que en 2004 se elevó a 86.050 euros. Hasta mayo de 2005 ya se habían tramitado sanciones por un valor global de 258.530 euros.

El consejero de Sanidad y Consumo, Manuel Lamela, ha explicado estos datos durante una comparecencia en la Asamblea de Madrid en la que ha hecho balance de las actuaciones que la Consejería viene realizando para proteger al consumidor, entre las que destacan la creación de una Dirección General de Consumo específica y la puesta en marcha del Plan Integral para la Protección al Consumidor.

Madrid exige consentimiento paterno para colocar 'piercing' a un menor

Los menores no podrán hacer uso de los servicios de los establecimientos de *piercing*, tatuajes y micropigmentación sin una autorización paterna, según una nueva norma aprobada por la Comunidad de Madrid. Estos establecimientos están obligados a informar a los usuarios de los posibles riesgos que entraña someterse a la implantación de un *piercing* y a procesos de tatuaje y micropigmentación. Los profesionales que atiendan estos negocios deberán conseguir del cliente su consentimiento a someterse a la intervención deseada tras haberle informado de los riesgos.

El nuevo decreto por el que se regulan las prácticas de tatuaje, micropigmentación, perforación cutánea o *piercing*, así como los establecimientos en que se realizan estos adornos, fija de manera expresa la protección a los menores, que no reúnen las condiciones de madurez necesarias. Con la entrada en vigor del decreto, todos los establecimientos deben informar a sus usuarios de los posibles riesgos que entrañan estas prácticas, así como recabar del cliente su consentimiento informado.

Imprescindible autorización

Los menores de edad no emancipados deberán presentar una autorización o consentimiento informado de sus representantes legales. En el consentimiento informado debe figurar desde una descripción detallada de la práctica que se va a realizar, los productos que se apliquen o implanten hasta los datos que identifiquen al establecimiento y aplicador. Además, se ha de adjuntar la fotocopia del DNI o pasaporte del representante legal que lo firme.

El decreto establece que los establecimientos deberán contar con un área de espera, un área de trabajo destinado a la realización de los tatuajes y el *piercing*,

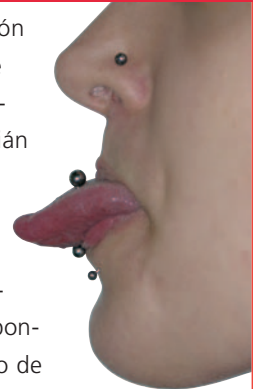
otra área de preparación del material y un aseo con los elementos de higiene necesarios.

La norma también especifica las condiciones en las que debe realizarse el trabajo: los utensilios y materiales que se

utilicen y que impliquen penetrar la piel, las mucosas y otros tejidos, tales como agujas, cuchillas, jeringuillas y similares, serán estériles y de un solo uso, al igual que los utensilios de rasurado. También será imprescindible el empleo de guantes de tipo quirúrgico.

LOS ESTABLECIMIENTOS, CONTROLADOS MEDIANTE REGISTRO

Todas las nuevas empresas dedicadas a la realización de *piercing* y tatuajes deberán inscribirse antes de abrir sus puertas en el registro habilitado a tal efecto en la Dirección General de Salud Pública (C/ Julián Camarillo, 6-A de Madrid) y las que ya están en marcha, tendrán hasta el próximo 9 de julio para formalizar su situación. Además, los profesionales del *piercing* y el tatuaje deberán estar formados en estas disciplinas, a través de cursos que pondrá en marcha la Consejería de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid.



* SI TE VAS A HACER UN TATUAJE O A COLOCAR 'PIERCING'...

- Acude a establecimientos que garanticen las normas de higiene.
- El material destinado a atravesar piel, mucosas y otros tejidos debe ser estéril y de un solo uso.
- Asegúrate de tener puesta la vacuna antitetánica.
- Evita siempre las zonas con lunares, verrugas, pecas, quemaduras, manchas, etc.
- El aplicador debe desinfectar tu piel antes de trabajar.
- No te bañes en la piscina o el mar hasta que la herida cicatrice.
- Pide la factura: te será útil.
- Si tienes algún problema: acude siempre al médico.



Los niveles de polen, en el teléfono móvil

El polen representa en Madrid la causa más frecuente de alergias respiratorias, provocando el 64 por ciento de rinoconjuntivitis y el 52 por ciento de cuadros de asma. La Dirección General de Salud Pública y Alimentación de la Comunidad de Madrid ha presentado un proyecto piloto para informar a los ciudadanos de los niveles de polen a través del móvil.

Se trata de una iniciativa pionera en España en el uso de estas tecnologías para información sobre alergias a la población. El proyecto puesto en marcha por la Consejería de Sanidad y Consumo, a través de la Dirección General de Salud Pública y Alimentación, descansa en una compleja aplicación informática que permite el envío inmediato y simultáneo de la información de polen que se registra en el aire.

Los mensajes SMS se remitirán hasta finales de junio diariamente a los usuarios que previamente lo hayan solicitado. De momento, el proyecto tiene carácter experimental y se dirige a unas mil personas. Alrededor de 220.000 madrileños sufren de asma activo, es decir han padecido alguna crisis en los últimos 12 meses o bien toman medicación para contrarrestar esta patología. Las urgencias de los hospitales de la Comunidad de Madrid atienden al año unos 17.000 casos de crisis asmática.

La Información sobre las concentraciones de polen también puede conocerse a través del teléfono 902 545 900 y de la página web www.madrid.org/polen. A través de estos canales se accede a la predicción de polen de gramíneas con una antelación de tres días.



Así es un medidor de polen.



8 PISTAS PARA BURLAR AL POLEN

- Viajar en coche con las ventanillas cerradas.
- Emplear filtros de polen en el aire acondicionado.
- Mantener las ventanas cerradas en el domicilio durante la noche, ventilando antes del mediodía durante un periodo no excesivo de tiempo.
- Utilizar gafas de sol y mascarillas en el exterior para evitar el contacto con las mucosas de la boca, nariz y ojos.
- Seguir la medicación según las pautas prescritas por su médico.
- Evitar humos y vapores, olores fuertes y cambios de temperatura.
- Procurar no tener contacto con el césped, cortarlo o sentarse en él.
- Las concentraciones de polen en la atmósfera son mayores a primera hora de la mañana y última de la tarde, y aumentan puntualmente en días de vientos fuertes y tormentas primaverales de alto contenido eléctrico.

El Teléfono del Consumidor, gratuito

EL Teléfono del Consumidor con el que cuenta la Consejería de Sanidad y Consumo ha cambiado de número y ha pasado a tener carácter gratuito. El nuevo número, 900 77 57 57, sustituye al 902 47 57 57. A través de este teléfono se asesora a los ciudadanos sobre qué derechos tienen reconocidos en materia de consumo y sobre qué pasos pueden dar en caso de no estar satisfechos con un producto o servicio.

La información que la Administración recibe a través de este canal, que depende de la Dirección General de Consumo, también sirve para hacer un seguimiento de las demandas sociales de información en materia de consumo y actuar en consecuencia. Las principales peticiones de información afectan a los sectores de telecomunicaciones (telefonía fija, móvil e Internet) con 3.671 consultas en 2004; vivienda, con otras 1.829, y automóviles, con 1.287.

El número de llamadas atendidas en 2004 a través de este servicio ha sido de 21.684, lo que ha supuesto un incremento del 9,6% respecto de 2003. Parte de esas llamadas, 3.096, demandó información general mientras que la mayoría solicitó orientación sobre cuestiones relativas a sectores concretos, cuyo desglose es el siguiente: Alimentación con 293 consultas (1,6%), bienes con 4.457 consultas (24%), servicios con 5.573 (30%), suministros con 5.167 (27,8%), reformas del hogar con 697 consultas (3,7%) y vivienda con 2.401 (12,9%).

Desde el Teléfono del Consumidor se informa sobre qué hacer en caso de que no se esté de acuerdo con un producto adquirido o un servicio contra-



tado, de manera que la Dirección General de Consumo facilita la tramitación de quejas, y canaliza el proceso de mediación entre el consumidor y una empresa, así como el proceso de arbitraje para intentar solucionar cada caso.

Martínez de Sola comienza en Getafe una serie de visitas a las OMIC

Tras su toma de posesión, el pasado mes de febrero, como directora general de Consumo de la Comunidad de Madrid, Carmen Martínez de Sola, ha comenzado una serie de visitas a ayuntamientos de toda la comunidad autónoma con el objeto de profundizar en la coordinación entre la Administración regional y la local. La ronda de visitas se ha iniciado con el encuentro que la directora general mantuvo con la concejal de Salud y Consumo en el Ayuntamiento de Getafe, Silvia Uyarra Valencia. En esta visita, Martínez de Sola tuvo la oportunidad de visitar la Oficina Municipal de Atención al Consumidor (OMIC) de la localidad y de conocer los proyectos que desarrolla de la mano del responsable de la OMIC, Federico Sancha Gonzalo.

Para la Comunidad de Madrid es una prioridad la mejora de la coordinación con los ayuntamientos en áreas como la divulgación de los derechos de los consumidores, las inspecciones y el arbitraje.

Santander acoge un encuentro europeo de profesores

El Centro de Educación Infantil y Primaria (CEIP) Bolivia, de Madrid, ha participado en el Encuentro Europeo de Profesores celebrado en Santander en mayo. El Encuentro, organizado por la Red E-CONS -cuyo objetivo es la formación de consumidores críticos y solidarios con su entorno- ha tratado sobre el consumo, la publicidad y los medios de comunicación. El centro Bolivia participa en un proyecto educativo, denominado Sophy and Tom to Start a Better Life, que cuenta con el apoyo financiero de la Comisión Europea, en colaboración con tres centros de Santander, Italia y Grecia. Su objetivo son los hábitos alimentarios positivos para fomentar un consumo responsable.

“El consumidor no está solo ante el fraude”

María Inés López-Ibor, viceconsejera de la Consejería de Sanidad y Consumo, anuncia nuevas acciones informativas sobre vivienda.



Hace año y medio que la Consejería asumió las responsabilidades de consumo junto con las de sanidad ¿Qué valoración hace de esta etapa?

Ha sido un reto para la Consejería, pero era necesario asumir ambas competencias para trabajar en línea con los requerimientos generales de la Administración, preocupada por proteger los intereses del ciudadano en todas sus facetas. La valoración de esta etapa es muy positiva, ya que ha facilitado una coordinación de los mensajes útiles para el ciudadano, que además es consumidor y usuario. Quiero agradecer la ayuda que nos están prestando las asociaciones de consumidores en esta nueva etapa, especialmente con la puesta en marcha del Plan Integral para la Protección al Consumidor.

¿Qué papel juegan en su opinión las asociaciones, tanto las de consumidores como las de empresarios?

La opinión de los consumidores es lo primero que tenemos que escuchar para poder elaborar respuestas acertadas desde la Administración. Por eso me parece de suma importancia el fomento de la colaboración con estas organizaciones. Queremos dar continuidad al encuentro anual que se organizó por primera vez en 2004, reforzar la presencia de los consumidores en el Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid, cerrar más convenios con las asociaciones y aumentar las ayudas económicas para estas entidades.

Respecto a las agrupaciones de empresarios quiero subrayar el papel crucial que están jugando en el desarrollo del arbitraje y, dentro de sus sectores respectivos, la labor de impulso de códigos de buenas prácticas que permite garantizar que el servicio que se presta sea escrupuloso en el cumplimiento de

la legislación y, en general, garante de los derechos de los consumidores.

El arbitraje experimenta un auge como sistema de resolución extrajudicial de reclamaciones ¿En qué situación está la Comunidad de Madrid?

La Comunidad de Madrid lidera la implantación del arbitraje en consumo como vía alternativa a las reclamaciones judiciales. Somos la única comunidad autónoma que cuenta con un organismo específico para este cometido, el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo, y la única región que ha creado un colegio arbitral exclusivo para el sector de las telecomunicaciones. Las peticiones de arbitraje crecen cada año en vista de su eficacia. Muchos consumidores acuden a ella para resolver sus casos porque la decisión del colegio arbitral tiene que ser cumplida por las dos partes implicadas: reclamante y empresa.

Las telecomunicaciones y la vivienda están entre los principales sectores en cuanto a reclamaciones ¿En qué línea trabaja la Consejería al respecto?

En el caso de las telecomunicaciones, hemos puesto en marcha un colegio arbitral exclusivo. Además, vamos a reforzar las líneas de información al público y, en el terreno de las sanciones, en tan sólo dos años hemos multiplicado por cinco las cuantías de las multas. Vamos a seguir atentos a la evolución del sector para intentar mejorar nuestro tiempo de respuesta a un tipo de casos en rápida evolución.

La vivienda sigue siendo una de nuestras prioridades y, de hecho, tenemos previsto diseñar durante este año acciones infor-

mativas relacionadas con este ámbito. He de decir que en breve estará disponible a través de Internet la Guía del Consumidor, en la que va a tener un protagonismo especial la vivienda. Pero no debemos olvidar que, siendo un eje principal, la información hay que acompañarla de inspecciones periódicas para controlar que las empresas cumplen con la legislación. Precisamente, en estos días se están terminando de procesar los datos recogidos en la última campaña realizada sobre unas 200 promotoras e inmobiliarias en colaboración con 19 ayuntamientos.

¿Cuáles son los próximos objetivos de la Inspección?

Además de seguir desarrollando nuestra red de alertas de productos peligrosos, vamos a realizar campañas de inspección ya programadas que se suman a las que ejecutamos como respuesta a denuncias que nos llegan desde los consumidores y por otras vías. Para estos meses tenemos previstas campañas de inspección en tiendas **Todo a Cien**, el sector del calzado, en reformas del hogar y en establecimientos de productos informáticos. Otros campos en los que vamos a actuar recogiendo muestras son los productos eléctricos y los artículos de broma, por poner unos ejemplos.

Dada su formación académica como psiquiatra ¿qué cree que aporta su especialidad a la hora de prever nuevas tendencias y conductas de consumo?

La formación como psiquiatra me ayuda indudablemente en todos los aspectos de la gestión que se me han encomendado; en cuanto al consumo sobre todo a la hora de intentar entender y valorar con neutralidad y objetividad los motivos de preocupación y las tendencias de los consumidores en una sociedad tan cambiante, versátil y heterogénea en la que vivimos.

¿Qué le preocupa como consumidora?

Que los ciudadanos estén formados e informados a la hora de adquirir un producto o servicio y sepan elegir aquél que por su utilidad y seguridad más les conviene, conozcan sus derechos y sepan cómo y dónde ejercerlos ante cualquier discrepancia entre lo ofertado y lo adquirido. Me preocupan, sobre todo, los jóvenes y los mayores. Los primeros porque son el futuro de la sociedad y han de aprender lo que significa el consumo responsable; los segundos porque son un sector a proteger de la avalancha de ofertas, no todas positivas, que inundan el mercado. El avance rápido de las nuevas tecnolo-

gías hace necesario que los responsables públicos evolucionen constantemente para dar respuesta inmediata a nuevos problemas.

¿Son exigentes los consumidores madrileños?

Nuestra región, receptora de culturas y tendencias dispares, es además campo de pruebas de nuevos productos. No podemos hablar de un solo tipo de consumidor porque no existe, pero sí de la clase de consumidor a la que debemos tender. Debemos crecer en nuestra labor formativa y hacer sentir al ciudadano que la Administración es su mejor valedora cuando tenga que defender sus derechos o informarse de ellos; que no está solo ante el fraude, que no tiene que sentirse desvalido ni desigual en ningún contrato. Le animo a que llame o acuda a los puntos de atención al consumidor de los ayuntamientos, a las asociaciones de consumidores o a la Dirección General de Consumo, donde pueden ayudarle.

“Debemos formar a los jóvenes en el consumo responsable y proteger a los mayores”

Perfil. María Inés López-Ibor se licenció en Medicina y Cirugía en la Universidad Complutense, institución en la que más tarde logró la plaza de profesora titular (en el Departamento de Psiquiatría y Psicología Médica de la Facultad de Medicina). Especializada en Psiquiatría, ha ejercido de representante para Europa del Operational Committee on Meetings de la Asociación Mundial de Psiquiatría y ha desarrollado la coordinación científica del Programa Salud Mental y Desastres de la Organización Mundial de Psiquiatría. Ha publicado más de treinta artículos científicos en revistas nacionales e internacionales, dos libros, diez capítulos de libros y más de cincuenta presentaciones de trabajos en congresos nacionales e internacionales.



¿Qué ventajas representa para la gestión la aglutinación de las áreas de Salud Pública y Consumo bajo una misma Viceconsejería?

Principalmente la unificación de criterios a la hora de llevar a término acciones y planes, sacando el máximo partido a los recursos, aunando esfuerzos en temas afines, sobre todo en los aspectos de educación y formación para la salud y el consumo, tantas veces ligados e inseparables la mayoría. En definitiva una gestión más ágil y coordinada de cuestiones que en esencia se complementan.



OMIC ALCOBENDAS

Listo un completo programa de sensibilización

La Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de Alcobendas ha multiplicado su actividad respecto al primer trimestre de 2004. Como dato de referencia, las consultas y reclamaciones de todo el año fueron 3.071 mientras que sólo en el primer trimestre de 2005 han superado las 900. "Telecomunicaciones (telefonía fija y móvil e internet), vivienda, compra y reparación de automóviles y de electrodomésticos siguen siendo los sectores más reclamados", según ha apuntado a CONSUMADRID Petra Baeza, técnico de esta oficina.

Desde aquí se ha diseñado un completo programa de intervenciones en materia de educación y defensa del consumidor en colaboración con la Dirección General de Consumo. Así, se van a realizar cursos y foros para mayores que se impartirán en los Hogares del Jubilado del municipio, así como cuatro cursos en la Escuela de Consumo dirigidos a la población, en general. El programa es el siguiente:

Cursos de consumo para mayores:

- Investigando los recibos: 2 horas.
- Automedicación: 2 horas.



Petra Baeza, técnico de la OMIC, destaca el fuerte incremento de reclamaciones y consultas entre enero y marzo de 2005, con respecto a 2004.

- Seguridad en el hogar: 2 horas.
- Envases y reutilización: 2 horas.
- Ventas a domicilio: 2 horas.
- Cocina sana: 10 horas.
- Plantas medicinales: 8 horas.
- Compras Navideñas: 8 horas.

Escuela de consumo:

- 4 conferencias sobre vivienda y suministros, comunidades de propietarios, arrendamientos urbanos y reclamaciones: 6 horas.
- Viajes Combinados y Transportes: 2

conferencias sobre derechos del consumidor: 3 horas.

- 2 conferencias sobre telefonía fija y móvil e Internet: 3 horas.
- Seguros: 3 conferencias de seguros de automóvil, multirriesgo, vida y reclamaciones: 4,5 horas.

Dentro de las acciones dirigidas a los escolares se van a realizar 282 talleres de consumo. Además, se van a distribuir entre la población folletos informativos sobre: Ley de Garantías, telecomunicaciones, vivienda y automóvil.

OFICINAS MUNICIPALES DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR (OMIC)

i

OFICINAS MUNICIPALES DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR (OMIC)

AJALVIR	PZ. DE LA VILLA, 1	918843328	MANCOMUNIDAD HENARES-JARAMA	AVDA. DE LA CONSTITUCIÓN, 85	916278262
ALCALÁ DE HENARES	C/ MINIMOS, 1	918771730	MEJORADA DEL CAMPO	C/ MIGUEL HERNÁNDEZ, 17	916791338
ALCOBENDAS	C/ LIBERTAD 6, 3ª	916637001	MORALZARZAL	PZ. CONSTITUCIÓN, 13	918427910
ALCORCÓN	C/ MAYOR 19, 1º IZQ.	916648276	MÓSTOLES	C/ AMÉRICA, 3	916647623
ALGETE	C/ SAN JUAN DE LA CRUZ, S/N	916280871	NAVALCARNERO	C/ JOSÉ MARÍA BAUSA, 1 BIS	918101391
ARANJUEZ	C/ STUART, 91	918090360	PARLA	C/ OLIVO, 17	916986711
ARGANDA DEL REY	C/ JUAN XXIII, 4 (Mercado)	918711344	PINTO	C/ FEDERICO GARCÍA LORCA, 12	912483800
BOADILLA DEL MONTE	C/ JOSÉ ANTONIO, 42	916349326	POZUELO DE ALARCÓN	PZ. DEL PADRE VALLET, 1	914522726
BRUNETE	PZ. MAYOR, 20	918159066	RIVAS-VACIAMADRID	PZ. CONSTITUCIÓN, S/N	916602717
CIEMPOZUELOS	PZ. DE LA CONSTITUCIÓN, 9	918930004	SAN AGUSTÍN DE GUADALIX	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	918418002
COLLADO VILLALBA	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	918419800	SAN FERNANDO DE HENARES	PZ. FERNANDO VI, 1	916737462
COLMENAR VIEJO	PZ. DEL PUEBLO, 1	918450053	SAN LORENZO DEL ESCORIAL	PZ. CONSTITUCIÓN, 3	918903644
COSLADA	AVDA. DE LA CONSTITUCIÓN, 85	916278258	SAN MARTÍN DE LA VEGA	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	918946111
EL ESCORIAL	PZ. ESPAÑA, 1	918901080	SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	916597100
FUENLABRADA	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	916497023	SEVILLA LA NUEVA	PZ. DE ESPAÑA, 1	918130001
GALAPAGAR	C/ JUAN FRAYLE 1, 2ª	918582298	TORREJÓN DE ARDOZ	PZ. MAYOR, 1	916566969
GETAFE	C/ MADRID 41, 1ªA	916826411	TORRELODONES	PZ. CONSTITUCIÓN, S/N	918562146
GRÑÓN	PZ. MAYOR, 1	918140014	TORREMOCHA DEL JARAMA	PZ. TERCIA, 1	918430019
HUMANES DE MADRID	PZ. CONSTITUCIÓN, 19-A	914982049	TRES CANTOS	PZ. ESTACIÓN, 3	912938057
LAS ROZAS	C/ JOSÉ ECHEGARAY 22, 2º	916402900	VALDEMORO	C/ TENERÍAS, 28	918017296
LEGANÉS	AVDA. GIBRALTAR, 2	912489000	VILLANUEVA DE LA CAÑADA	C/ ROSALES, 1	918117315
MADRID	GRAN VÍA 24, 3ª	010	VILLANUEVA DEL PARDILLO	AVDA. JUAN CARLOS I, 78	918100929
MAJADAHONDA	C/ JOAQUÍN TURINA, 2	916795988	VILLAVICIOSA DE ODÓN	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	916219158



OMIC PARLA

La vivienda, principal motivo de consulta

Desde su creación en 1984, la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) del Ayuntamiento de Parla organiza acciones en materia de información y educación al consumidor. Recientemente, los padres y madres del municipio tuvieron la oportunidad de informarse sobre ocio y juguetes en un taller promovido por esta OMIC.

Según el responsable de la OMIC, Antonio Ruiz, otras acciones destacadas en el seno del convenio de colaboración con la Dirección General de Consumo en lo que va de año, han sido los talleres escolares Publicidad y Consumo; Alimentación y Nutrición: Cocina Sana; El Supermercado y la Compra y Comamos Bien en el Recreo. Para la tercera edad se ha organizado la jornada Consumatención



La realización de campañas educativas y talleres, prioridades de esta OMIC.

frente al Fraude, y la exposición Consumo Responsable, Comercio Justo y Desarrollo Sostenible. Entre los talleres dirigidos a adultos destacan Ocio y Juguetes; Análisis Comparativos de los Alimentos y Estética y Alimentación: Culto al Cuerpo. Asimismo, se ha realizado una campaña de adhesión de los centros escolares a la Red de Educación.

Las consultas y reclamaciones de 2004 ascendieron a 2.326, de las cuales, 630 fueron sobre promoción de viviendas, comunidad de propietarios y/o agentes inmobiliarios, y 587 sobre suministros varios, tarificación y condiciones generales de contratación. Del total de reclamaciones registradas (646), 158 se refirieron a telecomunicaciones y 33 a electrodomésticos.

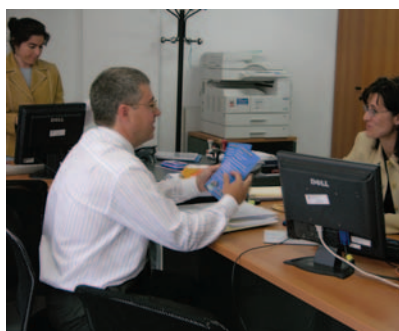


OMIC MORALZARZAL

“Ofrecemos un trato personalizado al consumidor”

Uno de los proyectos más ambiciosos del Ayuntamiento de Morzarzal es hacer llegar al ciudadano la idea de que debe ejercitar sus derechos como consumidor. Para ello, desde marzo de 2003 cuenta con una Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC), ubicada en la Agencia de Desarrollo Local (frente al Consistorio). Hasta hoy ha realizado campañas de difusión como la Jornada de Consumo para Mayores y el Taller de Consumo para Adultos Seguridad en el Hogar, Envases y Reutilización de Envases, además de editar un folleto informativo para los consumidores de la zona.

“La principal función de esta OMIC es informar a los ciudadanos sobre estrategias que pueden esgrimir para ha-



Maite Pérez y Marta Blanes atienden la OMIC de Morzarzal.

cer valer sus derechos como consumidores, orientarles en los procedimientos que deben seguir para que no se vulneren sus derechos, frente a las empresas que suministran productos o servicios deficitarios”, afirman sus responsables. Gracias a la OMIC, los establecimientos de Morzarzal dis-

ponen de las reglamentarias hojas de reclamaciones, indispensables para tramitar cualquier queja. Además, asesora a los consumidores sobre la forma de llevar a cabo las reclamaciones, dónde y de qué forma tramitar las quejas, y media entre las dos partes afectadas para intentar llegar a acuerdos amistosos.

Las reclamaciones suelen ser similares, sobre todo en lo que se refiere a las telecomunicaciones (las más numerosas, junto a suministros de gas y agua), pero las responsables de la OMIC de Morzarzal, Maite Pérez y Marta Blanes, así como la concejala al cargo, María Ángeles Jiménez, intentan que cada consumidor reciba un trato personalizado ajustado a su caso concreto.



ORIC LA MALICIOSA

Una oficina itinerante en la Sierra de Madrid



Los responsables de la ORIC La Maliciosa recibieron a Consumadrid en el municipio de Becerril de la Sierra, una de las cinco localidades que cubre en la zona.

El antiguo y efectivo arte del boca a boca ha convertido a esta Oficina Regional de Información al Consumidor (ORIC) en un referente dentro de la Mancomunidad La Maliciosa. Este servicio se lleva a cabo en cinco municipios de la zona (Collado Mediano, Guadarrama, Becerril de la Sierra, Cercedilla y Navacerrada) de forma itinerante, un día a la semana en cada uno de ellos, acercando a los ciudadanos toda la información y la ayuda necesaria para solucionar sus problemas relacionados con el consumo. Las responsables de su funcionamiento son María del Carmen Martínez y Concepción Suagar.

Nacida en el seno del Proyecto Alcance y gestionada por la Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Madrid (que recientemente ha cumplido 40 años), esta oficina es un punto de encuentro para todo aquel que necesite información sobre consumo o quiera interponer quejas y reclamaciones al respecto. “El paso del tiempo nos ha tratado bien, porque gracias al boca a boca hay poca gente en la zona que no sepa qué hacemos”, han comentado sus responsables a CONSUMADRID.

“Queremos asesorar a consumidores, pero también a los empresarios, que no nos vean como si fuéramos el enemigo”

Los ayuntamientos que forman parte de esta mancomunidad ponen a disposición de la ORIC salas donde desempeñar sus funciones, así como colaboración en todas las campañas de divulgación que emprende la oficina. Además, en los consistorios pueden encontrarse las hojas de reclamaciones que los establecimientos han de

tener obligatoriamente, elemento que hasta hace relativamente poco tiempo sólo podía encontrarse en la capital. “Ayuda mucho saber que el ayuntamiento provee de ellas. Antes, por no desplazarse hasta Madrid, muchos empresarios no disponían de hojas de reclamación, arriesgándose a ser objeto de fuertes multas” aseguran en el consistorio de Becerril de la Sierra.

Acercar posturas

Una de las pretensiones de esta ORIC es acercar a consumidores y empresarios. “Que los empresarios sepan que no somos el enemigo, sino que estamos ahí para apoyarles, porque son una parte integrante de la cadena de consumo”, afirman sus responsables. Desde esta oficina se han realizado campañas que pretenden acercar ambas posturas, como una serie de conferencias que se ofreció en todos los municipios de su competencia.

Durante estos meses, la Oficina Regional de Información al Consumidor de La Maliciosa prepara, en colaboración con los ayuntamientos de la zona, unas jornadas destinadas a adultos y personas mayores que, presumiblemente, verán la luz en otoño de este mismo año.

OFICINAS REGIONALES DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR (ORIC)

SUROESTE DE MADRID ☎ 913640276

ARROYOMOLINOS
BATRES
CASARRUBUELOS
CUBAS DE LA SAGRA
GRINÓN
MORALEJA DE ENMEDIO
SERRANILLOS DEL VALLE
TORREJÓN DE LA CALZADA
TORREJÓN DE VELASCO

MISECAM ☎ 917130770

BELMONTE DEL TAJO
BRUE DE TAJO
CARABAÑA

ESTREMERA
FUENTIDUEÑA DE TAJO
ORUSCO DE TAJUÑA
PERALES DE TAJUÑA
TIELMES
VALDARACETE
VALDELAGUNA
VALDILECHA
VILLAMANRIQUE
VILLAREJO DE SALVANÉS

LA MALICIOSA ☎ 915310146

BECCERIL DE LA SIERRA
CERCEDILLA
COLLADO MEDIANO

GUADARRAMA
LOS MOLINOS
NAVACERRADA

LOS PINARES ☎ 915640118

ALDEA DEL FRESNO
CADALSO DE LOS VIDRIOS
CENICIENTOS
COLMENAR DE ARROYO
CHAPINERÍA
NAVAS DEL REY
PELAYOS DE LA PRESA
ROZAS DE PUERTO REAL
SAN MARTÍN DE VALDEIGLESIAS
VILLA DEL PRADO

Contra el calor...

Ya está aquí el verano, una época esperada por casi todos pero no exenta de riesgos. Contra el calor hay que tomar medidas de protección si queremos disfrutar de un periodo estival sin sobresaltos. Una alimentación adecuada basada en comidas ligeras, frescas, de alto contenido en agua y vitaminas; pantallas de protección contra el sol, y la precaución en piscinas y playas se convierten en nuestros mejores aliados. La Dirección General de Salud Pública y Alimentación nos aconseja:

...dieta fresca

Aporte de líquidos

- En estos meses hay que reforzar la dieta rica en agua, zumos, caldos, ensaladas y alimentos frescos como frutas y verduras, de alto contenido en fibra.

Cocinar los alimentos completamente

- Hervir los líquidos al menos a 70°C.
- Cocinar las carnes completamente.

Mantener la limpieza

- Lavar las manos a menudo, sobre todo aquellas personas que manipulen alimentos.
- Limpiar las superficies de trabajo, evitando aquellos materiales que dificulten su limpieza o, por su porosidad, acumulen restos de alimentos elaborados antes.

Mantener los alimentos a temperatura adecuada

- No dejar alimentos a temperatura ambiente.
- Guardar por debajo de 5° C todo alimento perecedero.
- Mantener a más de 60° C los alimentos cocinados hasta su consumo.
- No descongelar alimentos a temperatura ambiente.

Adiós a las intoxicaciones alimentarias

- Separar productos crudos y cocinados es la mejor medida si se quieren evitar intoxicaciones.
- Consumir alimentos tratados por procedimientos de esterilización/pasteurización industriales o cocinados.
- Lavar y pelar frutas y verduras, y si fuera preciso, añadir al agua de lavado de verduras crudas (lechugas...), unas gotas de lejía de uso alimentario.
- Comprobar fechas de caducidad.

SOCORRISTAS ACREDITADOS

Las piscinas deben contar con socorristas acreditados. Los requisitos para serlo en la Comunidad de Madrid son: haber cumplido 16 años, acreditar formación en primeros auxilios y soporte vital básico (40 horas lectivas) y de socorrismo acuático (40 horas) y estar inscritos en el Registro de Socorristas de la Agencia Lain Entralgo. Esta formación deben actualizarla cada dos años.

...buena protección

Las altas temperaturas y la exposición al sol provocan enfermedades que se pueden prevenir si:

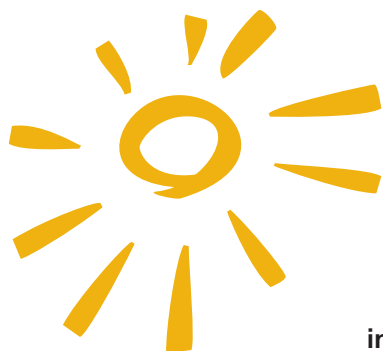
- Se utiliza protección solar adecuada y se evita la exposición prolongada al sol, especialmente en las horas de máxima intensidad solar (mediodía).
- Se utiliza ropa fresca y holgada.
- Se emplean sombrillas, gorras y viseras.
- Se ingiere abundante agua para reponer las pérdidas y evitar la deshidratación.
- Se moja frecuentemente con agua fresca nuca y muñecas.



...y un buen chapuzón

Cada verano, piscinas, ríos y playas son escenario de accidentes como ahogamientos, lesiones medulares, picaduras... que son evitables si tenemos en cuenta:

- Respetar las banderas: bañarse con bandera verde.
- Ser precavidos con las corrientes y resaca de las playas.
- No adentrarse en el mar si se va solo.
- Hacer uso de flotadores y colchonetas.
- Evitar tirarse de cabeza si no se conoce bien la profundidad, ya que existe mucho riesgo de lesión cervical.
- Evitar contrastes bruscos entre el ambiente muy caluroso y el agua muy fría, por el riesgo de hidrocución.
- Las piscinas deben contar con socorristas cualificados y otras medidas de seguridad e higiénico sanitarias.
- Un buen repelente para insectos prevendrá las picaduras. En caso de haberlas, aplicar unas gotas de amoníaco de farmacia. En caso de picaduras de serpiente, escorpión o ciertos peces, o mordeduras de otros animales como los lagartos, acudir rápido al médico.



...y contra otros

El verano es sinónimo de descanso para millones de personas que durante los meses estivales se dedican a viajar, hacer turismo, estudiar... El aumento de actividad en estos sectores también lleva aparejado un incremento de consultas y quejas relacionadas con servicios prestados en dicha época. Así, las consultas sobre agencias de viajes realizadas al Teléfono del Consumidor llegan a multiplicarse por diez, mientras que las relativas a alojamientos turísticos lo hacen por cinco. A continuación, CONSUMAMADRID ofrece una serie de consejos prácticos que ayudarán al lector a disfrutar de las vacaciones y, llegado el caso, a formular una reclamación.



CENTROS DE BRONCEADO

- El centro de bronceado debe cumplir totalmente la normativa vigente.
- Debe leer y firmar el documento informativo que le facilitarán en el centro.
- Ha de conocer su fototipo de piel para saber qué tipo de exposición es la que le corresponde.
- No debe exponerse a los rayos ultravioletas si está en tratamiento con medicamentos.
- Debe utilizar siempre gafas de protección adecuadas.
- Deben transcurrir, al menos, 48 horas entre la primera y la segunda sesión.



CREMAS Y BRONCEADORES

- No corra riesgos a la hora de ponerse bajo el sol. Su piel debe estar debidamente protegida, recuerde que los rayos del sol pueden ser muy perjudiciales.
- Compruebe cuál es su tipo de piel y aplíquese un bronceador adecuado para ella.
- No olvide que los bronceadores tienen una vida aproximada de un año. Compruebe en la etiqueta la duración del producto una vez abierto (ver página 29 para más información).
- No deje este tipo de productos expuestos a fuentes de calor.
- Si tiene un aspecto espeso y amarillento, no se lo aplique, puede ocasionarle algún tipo de reacción en la piel.



CURSOS DE VERANO EN EL EXTRANJERO

- Antes de firmar nada debe conocer la duración del curso, la forma de pago y los gastos de posibles anulaciones.
- Debe recibir información sobre los tipos de alojamiento, sus características y datos de la familia que acogerá a los estudiantes.
- Se le debe asesorar en todo lo relacionado con las modalidades de seguros contratados.
- Las familias deben estar al tanto de las causas de una posible repatriación y gastos.
- No debe olvidarse de comprobar que los estudios realizados en el extranjero son convalidables en España.



ALQUILERES Y MULTIPROPIEDAD

Lo que antes se denominaba vivienda en multipropiedad ha pasado a llamarse, según la ley, de aprovechamiento por turnos, ya que el comprador adquiere derechos de uso y no de propiedad. Las fuertes promociones para captar clientes son origen de muchas quejas (ver páginas 18 y 19 para más información sobre multipropiedad y sobre alquileres).

riesgos del verano



REBAJAS DE TEMPORADA

- Los establecimientos deben hacer constar, en un lugar visible, las fechas de las rebajas, que oscilarán entre una semana y dos meses, por decisión libre de cada comercio.
- Los artículos objeto de venta en rebajas deberán haber sido incluidos en el catálogo de venta al menos un mes antes del inicio del periodo de rebajas.
- Está prohibido ofertar como rebajados artículos deteriorados.
- Los precios rebajados deben aparecer al lado del precio anterior al periodo de rebajas, nunca superpuesto.
- Es imprescindible conservar los tiques de compra para futuras reclamaciones.



AGENCIAS DE VIAJES Y TRANSPORTES

- Exija siempre a su agencia de viajes que la información facilitada sea clara y exacta en lo referido a destinos, duración del servicio, calendario del viaje, precio del paquete, medios de transporte, etc.
- En caso de anulación del servicio contratado, debe exigir el reintegro de la suma adelantada, descontándose de ella los gastos por gestión y anulación, ambos debidamente justificados y detallados.
- Deben hacerse constar siempre las condiciones especiales a las que el servicio contratado está sujeto.
- Cuando se produce un retraso en cualquier medio de transporte de carácter público (tren, bus, avión...) que impida el enlace o combinación, el afectado tiene derecho a solicitar una indemnización por daños y perjuicios. Si el retraso es por causa mayor, la compañía está obligada a devolver el dinero del billete o a correr con los gastos de hospedaje y manutención del viajero (ver página 33).
- No olvide conservar el billete hasta el final del trayecto ante la posibilidad de posteriores reclamaciones.
- Reclame el justificante pertinente a la hora de facturar el equipaje. No olvide que la empresa de transportes debe indemnizarle ante la pérdida o deterioro de sus pertenencias.



GRÚAS DE ASISTENCIA A VEHÍCULOS

- En caso de avería, intente retirar el vehículo de la calzada y proceda a su correcta señalización.
- Si al solicitar el servicio de grúa a su compañía de seguros, ésta no se lo puede prestar, deberá dejar constancia de su petición mediante fax, telegrama o cualquier medio que pueda ser considerado una prueba.
- Si no recibe asistencia, deberá comunicarlo a la policía, en caso de intervención en el siniestro o avería.
- En caso de que se vea obligado a recurrir a una grúa ajena a su compañía aseguradora, debe ser informado de sus tarifas, recibir presupuesto y, en caso de ser aceptado, deberán expenderle una factura.



ESTANCIAS EN HOTELES

- La mayoría de las quejas en los hoteles están relacionadas con el overbooking (falta de plazas). Para evitarlo, envíe una señal por adelantado a condición de recibir una confirmación por escrito de la reserva.
- Los precios autorizados deben figurar en lugar visible.
- Si contrata la modalidad de pensión completa, debe saber que, por lo general, en el menú no se incluyen los vinos, los cafés o el agua mineral. Le recomendamos que acuerde con la agencia de viajes un suplemento extra. De no hacerlo, el hotel le facturará por su precio esas consumiciones, con el IVA aparte.

VIVIENDA: claves para evitar el fraude

Adquirir una vivienda es, para la mayoría, la compra más importante que una persona realiza a lo largo de su vida. Para ello, no sólo hay que considerar todas las opciones posibles -por ejemplo, decidir entre una vivienda nueva o de segunda mano- sino que hay que tomarse el proceso de compra con mucha calma, analizando cada paso que se dé hacia la adquisición del inmueble. A continuación repasamos ésta y otras opciones existentes en el mercado para elegir vivienda y las recomendaciones principales para evitar problemas.



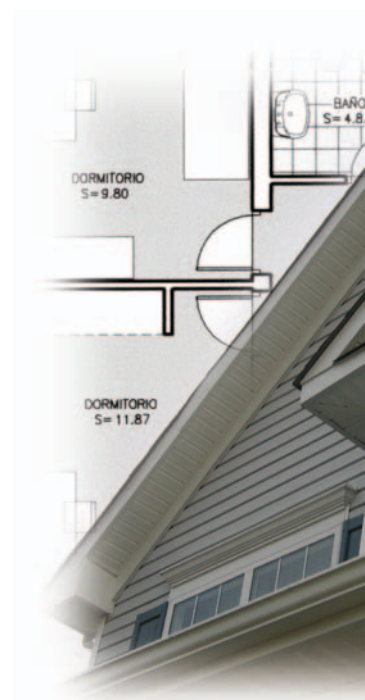
COMPRA DE VIVIENDA NUEVA

Si lo que desea es adquirir una vivienda nueva puede encontrarse ante dos posibilidades, que la vivienda esté todavía en construcción o se encuentre ya construida.

A la hora de comprar una vivienda nueva en construcción, o como suele denominarse, vivienda **sobre plano**, el promotor deberá proporcionarle, entre otra, la siguiente información:

- Los datos de inscripción de la empresa en el Registro Mercantil.
- Planos generales y detallados.
- Instrucciones sobre el uso y conservación de las instalaciones.
- Una memoria de las calidades.
- El precio total y la forma de pago (incluidos datos de la hipoteca).
- Forma en que está previsto documentar el contrato.

La publicidad que se le entregue sobre viviendas de nueva construcción vincula a la promotora como si se tratase de un contrato, por lo que está obligada a cumplir todo lo que oferte en ella. Si la vivienda ya está construida, puede comprobar por sí mismo las características y calidades de la vivienda. El promotor o vendedor deberá entregarle la Licencia de Primera Ocupación y los certificados que garantizan que las instalaciones de electricidad, cableado, agua, etc. se adecuan a la normativa vigente.



COMPRA DE VIVIENDA



Antes de adquirir una vivienda de segunda mano, no olvide solicitar una nota simple en el Registro de la Propiedad, donde figurará una

breve descripción de la vivienda, quién es el propietario y las cargas que pudiera tener. Si pesa alguna carga, pida al vendedor los justificantes o certificados de que se está al corriente en el pago de las cuotas. Es recomendable la redacción de un precontrato,



LAS RECLAMACIONES MÁS HABITUALES sobre vivienda presentadas ante la Dirección General de Consumo se refieren a defectos constructivos (503 de las 865 quejas registradas en 2004 aludían a este problema). Le siguen las reclamaciones por demora en la entrega de la vivienda adquirida, incumplimiento de contrato y falta de información. A continuación se contestan tres de las principales dudas:

En la compra de una vivienda de nueva construcción, ¿cómo me aseguro de que no me están engañando con las cantidades que adelanto a la promotora?

La promotora-constructora debe garantizar en un documento la devolución de las cantidades entregadas, más el interés legal del dinero, mediante contrato de seguro otorgado con una entidad aseguradora autorizada o por un aval solidario prestado por una entidad registrada.



INCUMPLIMIENTOS Y SANCIONES. Además de asesorar a los consumidores y de canalizar sus quejas, la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid realiza campañas de inspección de empresas. En la última, encontró que el 59 por ciento de las visitadas (dedicadas a la venta de vivienda nueva) no facilitaba toda la información que debe por ley. En caso de incumplimiento, la Dirección General de Consumo puede sancionar a la empresa. El año pasado impuso multas a este sector por valor de 2.909.240 euros.



‘MULTIPROPIEDAD’

Lo que antiguamente se denominaba vivienda *en multipropiedad* ha pasado a llamarse, según la ley, de aprovechamiento por turnos, ya que el comprador realmente adquiere derechos de uso y no de propiedad. Este derecho atribuye a su titular la facultad de disfrutar en exclusiva, durante un determinado periodo del año, de un alojamiento amueblado así como de sus servicios complementarios (piscinas, gimnasios e instalaciones deportivas, etc.). Es muy habitual que las promotoras utilicen técnicas de venta muy agresivas, generalmente desarrolladas en salones de hoteles, en reuniones masivas, ofreciendo viajes o estancias gratuitas para visitar el complejo, regalos, etc. Es recomendable:

- No firmar nada en el local de la presentación.
- Exigir por escrito el desglose de gastos anuales, incluyendo los de mantenimiento y de posibles reparaciones.
- Visitar el apartamento o inmueble ofrecido antes de firmar.
- Comprobar que la empresa está inscrita en el Registro Mercantil.
- Asegurarse de que el contrato reúne todos los elementos importantes: la descripción del inmueble, el bloque y piso afectado, la duración del derecho, el número de la semana en la que se podrá ejercer el disfrute, etc.
- Incluir en el contrato el derecho de desistimiento.

DE SEGUNDA MANO

por el cual ambas partes se comprometen a realizar la compraventa en unos términos concretos. No olvide que si se adelanta el pago de una señal o fianza, ésta debe ser reflejada en un documento de este tipo. Si la vivienda que va a adquirir tiene menos de 10 años, podrá exigir responsabilidades a la promotora, constructora y al arquitecto por desperfectos estructurales. Si la vivienda tiene más de 10 años, sólo dispondrá de los 6 meses posteriores a la compra para reclamar al vendedor la reparación de desperfectos.



ALQUILER

Si desea alquilar una vivienda o solventar alguna duda respecto a los derechos y obligaciones que pueden derivarse de su contrato de

arrendamiento debe tener en cuenta que éste se encuentra regulado por la Ley de Arrendamientos Urbanos de 1994. Aunque el contrato de alquiler puede ser de palabra, es recomendable que se realice por escrito, pues el documento servirá de medio de prueba. En el contrato deberá figurar la duración, precio, y demás pactos que acuerden el propietario y el inquilino. No olvide que puede formalizar el contrato mediante escritura pública, lo cual le dará la opción a la inscripción de dicho contrato en el Registro de la Propiedad.

En la compra de vivienda nueva, ¿quién debe pagar los gastos de gestión?

Estos gastos corren a cargo del comprador, al igual que los aranceles de los notarios (por realizar la escritura pública) y los aranceles de los registradores (por la inscripción en el Registro de la Propiedad).

En el contrato privado con el que compré mi vivienda firmé una cláusula que me obligaba a subrogarme a la hipoteca solicitada por el constructor para la construcción de la vivienda, pero otro banco me ofrece condiciones mejores.

Si usted quiere subrogarse a otro préstamo hipotecario en otra entidad no deberá asumir los gastos de cancelación, que le corresponden a la constructora.



Si quieres saber más pidenos esta guía en el correo consumadrid@salud.madrid.org o en el teléfono 900 77 57 57.

La red de alerta de productos peligrosos, vigía de la seguridad

La red de alerta de productos inseguros es un sistema por el que las administraciones se intercambian información sobre la existencia en el mercado de artículos que conllevan algún tipo de riesgo. En lo que va de año (datos hasta el 15 de mayo), en España se han emitido 115 alertas (la mayoría por riesgo grave), de las que 29 han partido de la Comunidad de Madrid, la región más activa de la red. En estas 29 notificaciones aparecen artículos como vehículos, productos destinados a niños (juguetes, material de puericultura...) y electrodomésticos. La alerta provoca la retirada inmediata de la mercancía y/o la reparación o sustitución del elemento afectado.



Existen varias formas de detectar un producto peligroso. Una de ellas es por medio de las denuncias de los propios consumidores, que ponen en conocimiento de la Administración accidentes o sospechas relacionados con un producto potencialmente peligroso. No obstante, las vías de detección más habituales son las siguientes: campañas de inspección y control llevadas a cabo periódicamente por los organismos de consumo, comunicaciones que realizan otros organismos, e información que puedan aportar los propios productores o distribuidores, quienes al realizar sus controles internos de calidad y detectar alguna incidencia que afecte a la seguridad de los consumidores informan de las medidas adoptadas a la Administración y a los consumidores.

La red de alerta funciona en dos ámbitos: nacional y europeo. En el nacional, el Instituto Nacional de Consumo actúa como punto de contacto en la transmisión de información entre todas las comunidades autónomas.

El sistema europeo

Por lo que respecta al ámbito europeo, la Comisión Europea coordina a todos los países de la Unión Europea más Bulgaria y Rumanía en el sistema de alertas, denominado RAPEX. El hecho de que un producto se incluya en

RAPEX se debe a que se comercializa en más de un país o porque estando sólo en uno, el riesgo detectado es nuevo o puede ser de interés para otros países. Como ejemplo de un producto incluido en la red de alerta comunitaria podemos citar el caso de un

palomitero sobre el que la Comunidad de Madrid alertó y que se había comercializado en más de un país de la Unión Europea. Este producto fue objeto de la primera alerta publicada por la Comisión Europea en aplicación de la actual norma que regula la citada red.

2005 ALERTAS EMITIDAS POR LA COMUNIDAD DE MADRID

PRODUCTO. MARCA. MODELO	TIPO DE RIESGO
WATER TERMINAL FAN COIL (equipo refrigeración-calefacción por agua). CARRIER. Productos fabricados entre 1994 y 2002. Modelos 42XM, 42XZ, 42XP, 42XF, 42EM, 42EZ, 42EP, 42EF, 2YM, 42YZ, 42YP, 42YF.	Quemaduras
AMOLADORA ANGULAR. PEREL, modelo S1M-KE4-115A.	Cortes y fracturas
• VEHÍCULOS. DAEWOO. NEXIA 4 y 5 puertas y modelo ARANOS.	Riesgo para la salud y la seguridad
• MONITOR LCD. HP L2035 HEWLETT-PACKARD. P9614A, P9614W, P9614X y RMN=PE1239.	Choques eléctricos
• VEHÍCULO. BMW. SERIE 5 y 7.	Quemaduras leves
LUMINARIA (regleta). Ilumina. AURA. CAPRICORNIO 35 (marca LINEAS TC, modelo LN 235).	Choques eléctricos
LUMINARIA TIPO PROYECTOR. SILUMIN. PROYECT 500/B.	Choques eléctricos
LUMINARIA PORTÁTIL TIPO SOBREMESA. VIDAL. DESK LAMP PL-11W FLEXO COLORES (315).	Quemaduras y choques eléctricos
• ORDENADOR SUBMARINISMO MARES M1, DACOR DARWIN AIR y DARWIN CONSOLA.	Problemas respiratorios, asfixia
• CABLE DE ALIMENTACIÓN DE VIDEO CONSOLA. MICROSOFT. XBOX.	Quemaduras leves
LUMINARIA PORTÁTIL SOBREMESA. VIDAL. DESK LAMP PL-9W X 2 FLEXO COLORES (313).	Quemaduras y choques eléctricos
LÁMPARA PORTÁTIL DE SOBREMESA GIRATORIA. VIDAL. THE FLINTSTONE.	Choques eléctricos
CABALLO BALANCÍN. MAYALBE.	Asfixia
LUMINARIA SUPERFICIE REGLETA. LINEAS TC. GÉMINIS 2X11W (embalaje) y RB.111 (equipo).	Quemaduras
• VEHÍCULOS. MITSUBISHI. MONTERO/SUPER EXCEED y L200.	Daño físico al conductor
BATIDORA PICADORA. TAURUS. BAPI 600.	Lesiones y heridas
SECADOR PROFESIONAL. AGC2. 1800 TURBO 1900A.	Choques eléctricos
PULPOS PARA EQUIPAJES. BRICAR.	Heridas y cortes
JUGUETE CON FORMA DE ANIMAL. TOINSA. RANAS Nº 39-36670.	Asfixia
BROCHE PARA CHUPETE. SARO. 4558.	Asfixia
RISTRA ABACO. TEX. 420 310.	Asfixia
GUARNALDA LUMINOSA. 160 RICE LIGHTS.	Quemaduras y choques eléctricos
BROCHE FORMA ELEFANTE CON CADENA PARA CHUPETE.	Asfixia
BARCO DE JUGUETE CON VELA. SAILING FUN.	Asfixia, heridas y cortes
CALENTADOR PORTÁTIL. CASYMEN. 0100.	Quemaduras
• Medidas voluntarias comunicadas por los productores	

¿DE DÓNDE PROCEDEN LOS AVISOS?

La mayor parte de las 420 alertas notificadas en 2004 en la Unión Europea procedía de Alemania (75), Hungría (54) y España (41 alertas). Respecto a la red nacional, la Comunidad de Madrid es la primera región española en número de notificaciones (41) seguida de Valencia, con 33.

¿QUÉ ARTÍCULOS SON LOS MÁS HABITUALES EN LA RED?

Los productos introducidos en la red de alerta nacional más numerosos durante el año 2004 han sido los juguetes (24%), seguidos de las luminarias (17%) productos eléctricos (12%) y, en cuarto lugar, los clasificados genéricamente como artículos infantiles, que representan cerca del 10% de los productos alertados durante todo el año.



¿DE DÓNDE VIENEN LOS PRODUCTOS OBJETO DE ALERTA?

Según datos de la red de alerta nacional (2004) la mayor parte de los productos que han sido alertados procede de países asiáticos (un 46%). El 22% proviene de la Unión Europea.



¿CUÁNTAS ALERTAS SE PRODUCEN AL AÑO?

Si tenemos en cuenta los datos de las redes de alerta nacional y europea, el año pasado se produjeron 652 notificaciones, de las cuales 420 procedían de Estados miembros de la Unión Europea, 229 de las comunidades autónomas y 3 del Instituto Nacional de Consumo (INC). La actividad supuso un incremento de más del 125 % con respecto a 2003. Los expertos aseguran que este aumento se debe a que el control que ejercen los países de la Unión Europea es mayor y a que cada vez se comparte más información con el resto de socios europeos.



La mayoría de alertas es generada al detectarse riesgos de choque eléctrico, asfixia, quemaduras y traumatismos.



CAMPAÑA DE VERANO



UNA DE CADA TRES GAFAS DE SOL OMITE INFORMACIÓN

En 2004, la Dirección General de Consumo llevó a cabo más de 30 campañas de inspección sobre diversos productos y servicios, entre ellos las gafas de sol. En este caso, el objetivo fue comprobar si la información del etiquetado cumplía las normas vigentes destinadas a garantizar un uso seguro. Durante la campaña se visitaron 17 establecimientos en la Comunidad de Madrid, tanto especializados como mayoristas del tipo *Todo a 100*.

De las 50 gafas de sol comprobadas, un 34% incumplía el Real Decreto 1.407/92 sobre equipos de protección individual. En materia de etiquetado, la deficiencia más frecuente se refería a la falta de identificación completa del responsable, fabricante o importador (este problema se detectó en el 32% de los casos). En 7 casos no figuraban los datos en español, en otros 7 no figuraba la categoría del filtro (según establece la norma UNE-EN-1836), en 8 no constaban las instrucciones de uso y mantenimiento, y otras 17 gafas no proporcionaban el valor del factor de transmisión en lugar visible.

Los datos reflejan incumplimientos que podrían afectar a la seguridad del producto. Como aspecto positivo, no se detectaron gafas de sol sin marcado CE.

Las asociaciones de consumidores opinan

Las asociaciones de consumidores y usuarios juegan un papel clave en la defensa de los derechos de estos colectivos. Además de informar a los ciudadanos sobre sus derechos y de asistirles en sus reclamaciones, estas organizaciones colaboran con la Administración y le asesoran en el desarrollo de las políticas de protección al consumidor. En el registro de la Comunidad de Madrid figura una veintena de asociaciones. CONSUMADRID les ha planteado tres preguntas dirigidas a conocer el presente y futuro de este sector.

PREGUNTAS

- 1 Principales retos actuales en materia de protección al consumidor.
- 2 Proyectos destacados en desarrollo por la asociación.
- 3 Papel de CONSUMADRID en la información al consumidor.

ESTAS HAN SIDO SUS RESPUESTAS



AACCU Asociación de Amas de Casa y Consumidores-Usuarios de Madrid. *Ascensión Sedeño.*

1. Potenciación de los códigos de buenas prácticas, y creación de otros nuevos.
2. Creación de nuevos puntos de información al consumidor a través de nuevas delegaciones.
3. Servir como un nuevo canal de información sobre temas concretos de actualidad.



ADICAE Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros. *Manuel Pardo.*

1. Lograr un movimiento asociativo de los consumidores fuerte. Promulgación de una Ley de Asociaciones de Consumidores.
2. Una campaña sobre comisiones bancarias. Trabajamos en un proyecto de concienciación en relación al sobreendeudamiento.
3. Puede y debe ser un vehículo fundamental para informar a los ciudadanos sobre sus derechos como consumidores.



AUSBANC CONSUMO Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios. *Luis Pineda.*

1. La convocatoria del Consejo Nacional de Consumidores y Usuarios, y extender el sistema arbitral.
2. La Declaración Universal de Derechos de Usuarios de Servicios Bancarios y Financieros, y el perfil del inversor.
3. Para fomentar el conocimiento del Derecho del Consumo entre el personal público.



CECU-MADRID Confederación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Madrid. *María Rodríguez.*

1. La formación y la información al consumidor sobre el consumo sostenible y el avance en la representación de las asociaciones.
2. Proyecto de cooperación con asociaciones de consumidores de América Latina y la web CECU Madrid.
3. Importante y para ello hace falta que los contenidos de la publicación y la forma de presentarlos sean ágiles e instructivos.



EUROCONSUMO Unión de Consumidores Europeos-Comunidad de Madrid. *Rosa María Romero.*

1. Nos preocupa de modo especial el sobreendeudamiento familiar, la regulación del comercio electrónico y la vivienda.
2. Que se fomente la accesibilidad de los productos y servicios para discapacitados, y un estudio sobre hábitos de consumo.
3. Un papel importantísimo en la información y formación de los ayuntamientos y de los ciudadanos de nuestra Comunidad.



FRAVM Federación Regional de Asociaciones de Vecinos de Madrid. *Francisco Caño.*

1. Falta un mecanismo de resolución jurídica rápida de la tramitación de reclamaciones por incumplimiento de la Administración.
2. Recogemos y canalizamos denuncias relacionadas con la vivienda.
3. Debería aportar información práctica acerca de los derechos y deberes de los consumidores.



OCU Organización de Consumidores y Usuarios. *Ileana Izverniceanu.*

1. El acceso a Internet de todos los usuarios y que el máximo número de sectores se someta al arbitraje de consumo.
2. Una revista inmobiliaria y más acciones colectivas judiciales.
3. Ocupa una laguna importante: información directa al consumidor sobre sus derechos.


UCE Unión de Consumidores de la Comunidad de Madrid (UCE). *Eustaquio Jiménez.*

1. El aumento de la información que reciben los ciudadanos y la generalización del arbitraje.
2. Plan de vertebración territorial para crear nuevas sedes y difusión de nuestro portal ucemadrid.com
3. Desarrollar un papel de difusión tanto de las iniciativas públicas en defensa de los consumidores y nuevas normativas.


UNCUMA Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid. *Daniel Rubio.*

1. Desarrollar una política de consumo transversal que sea capaz de coordinar eficazmente a todos los agentes
2. Asistencia jurídica personalizada a los consumidores asesorándoles hasta presentar denuncias ante los organismo pertinentes.
3. Elevar el nivel de la información en materia de consumo de los ciudadanos madrileños.


FUCI-CICM Federación de Usuarios Consumidores Independientes de la Comunidad de Madrid. *Agustina Laguna.*

1. Lograr la interlocución social de las organizaciones de consumidores y reforzar la protección del usuario de telecomunicaciones.
2. Integración del componente medioambiental en el consumo y atención al consumidor a través de las ORIC.
3. El de sumar y contribuir a fortalecer la información al consumidor-usuario.

INFORMACU-CHAMARTÍN Asociación de Información y Orientación del Consumidor-Usuario de Chamartín. *Carmen Solano.*

1. Llevar el consumo a los distritos de la Comunidad de Madrid.
2. Fomento del sistema arbitral de consumo y protección de los consumidores en telefonía.
3. Acercamiento de los consumidores a los problemas del consumo.

IIINFORMACU-ALCALÁ Asociación para la Información y la Defensa de los Consumidores y Usuarios Alcalá. *Concepción Equiluz.*

1. Hacer cumplir la Ley de los Consumidores y la lucha contra el fraude y la desinformación del consumidor.
2. Acceso a la justicia, protección de los usuarios frente a la prestación de servicios, como el servicio del agua.
3. Un papel de información a los consumidores de Alcalá.

DEFENSA LEGANES Asociación de Consumidores y Usuarios la Defensa de Leganés. *Jesús Ramírez.*

1. Cumplimiento de las normas, especialmente las de telecomunicaciones.
2. Acceso de los consumidores a la Justicia y la publicación de un boletín informativo.
3. Hacer llegar a las asociaciones de consumidores información puntual sobre consumo.

INFORMACU-MOSTOLES. *Mª Paz Rojo.*

1. Creación de juntas arbitrales en el municipio y potenciación de las asociaciones de consumidores.
2. Fomento del sistema arbitral de consumo.
3. Medio de difusión de la política de consumo entre los madrileños.

INFORMACU-NORTE. *Francisco Sánchez.*

1. Desarrollo de la Ley de Consumidores y potenciación de la organizaciones de consumidores.
2. Formación e información a los consumidores y jornadas sobre telecomunicaciones.
3. Puede convertirse en un referente de los consumidores.

EDEFA. *Asociación para la Educación y la Defensa de la Economía Familiar.* *Manuel Millán.*

1. Actualizar la protección en materia de consumo, y encontrar las vías adecuadas para llegar al consumidor y sensibilizarle.
2. Captación de socios y su involucración como consumidor.
3. Todo vehículo difusor en materia de consumo es importante y más cuanto mayor sea su alcance.

INFORMACU MONCLOA. *Gustavo Samayoa.*

1. Transposición efectiva de las Directivas Europeas y participación del ciudadano en las asociaciones.
2. El fomento del sistema arbitral de consumo y el acceso del ciudadano a la justicia gratuita.
3. Formar e informar a sus destinatarios.

INFORMACU 2000. *Asociación de Información y Orientación del Consumidor.*

1. El cumplimiento de las normas de protección a los consumidores y la potenciación de las asociaciones de consumidores.
2. Campaña Consumo, Salud y Calidad de Vida, y otra de captación de socios.
3. Contribuir a informar a los consumidores.

OCU concluye que se pueden ahorrar más de 1.200 euros al año en la compra

La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) ha publicado la encuesta de precios de supermercados, que viene realizando desde 1980. En esta ocasión se han recogido casi 140.000 precios repartidos en 925 establecimientos de 55 ciudades diferentes y en supermercados con página web. Una de las conclusiones más llamativas del estudio es que la diferencia entre el establecimiento más caro y más barato alcanza casi el cien por cien.



po (pensada para los consumidores que compran siempre los productos de sus marcas preferidas independientemente del precio), lo que, traducido a dinero para un hogar medio supone un ahorro de 1.213 euros anuales.

Otro tipo de cesta

Este ahorro es pequeño si se compara con el 98% que se descubre en la cesta económica (cubre las necesi-

dades de la mayoría de los consumidores, los que buscan los productos más baratos, no las marcas), y que se traduce en 2.063 euros. Con respecto al año pasado, todas las cadenas han experimentado subidas de precio. La media del estudio se sitúa en 3,6%, coincidiendo casi con el IPC interanual del 3,5%.

El estudio íntegro se publica en la revista OCU-Compra Maestra correspondiente al mes de junio. En Madrid, la diferencia entre comprar en el establecimiento madrileño más barato y el más caro es de un 29% en la cesta ti-

Ausbanc Consumo celebra en julio las Jornadas del Seguro 2005

La Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios, Ausbanc Consumo, ha organizado para los próximos días 19, 20 y 21 de julio las Jornadas del Seguro 2005. El encuentro, que se celebrará en el Hotel Meliá Fénix de Madrid, dedicará parte del programa a la situación actual y futura de los seguros de salud y a los de dependencia. Además, se tratarán otras cuestiones, como los seguros de automóviles, los supuestos de crisis de las compañías aseguradoras y los seguros relacionados con la vivienda.

Adicae inspeccionará cien sucursales financieras en Madrid

La Asociación de Usuarios de Bancos Cajas y Seguros Adicae Madrid desarrolla durante estos meses un prolongado y exhaustivo análisis de cien sucursales elegidas al azar de las principales entidades financieras. La finalidad de este examen es comprobar el grado de cumplimiento de las directivas legalmente exigidas sobre información a los clientes y publicidad de las entidades de crédito. A finales de año se harán públicos los resultados.

Asgeco denuncia la fuerte subida del precio del alquiler en España

Los alquileres de viviendas subieron en el último año una media del 4,3%, lo que supone el porcentaje más alto desde diciembre de 2003, según ha denunciado la Asociación General de Consumidores, Confederación Asgeco, que reclama la adopción de nuevas medidas a favor del alquiler: incremento de la oferta de vivienda de protección oficial en régimen de alquiler, mejora de la seguridad jurídica de los propietarios, incentivos fiscales para los arrendadores y los arrendatarios, etc.



ARANJUEZ, MADRID Y VILLAVICIOSA DE ODÓN ACOGIERON LAS JORNADAS ESPEJO ATLANTICO DE CECU

Los municipios de Aranjuez, Madrid y Villaviciosa de Odón han acogido las jornadas Espejo Atlántico, Encuentro Iberoamericano 2005: Consumo y Participación en Positivo organizadas por la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU) y a las que han asistido profesionales que trabajan en el ámbito del consumo de España y de varios países latinoamericanos. En la foto, la inauguración de la jornada de Villaviciosa de Odón a cargo de la concejala de Consumo, la alcaldesa de la localidad, la directora general de Consumo de la Comunidad de Madrid, el subdirector de Alimentación de la Consejería de Sanidad y Consumo y la presidenta de CECU.

Asetra: los talleres de automóviles en el mecanismo de la mediación y el arbitraje

La Asociación de Talleres de Madrid Asetra es una de las agrupaciones de profesionales que colaboran con la Comunidad de Madrid y el resto de instituciones que trabajan en la defensa de los derechos de los consumidores. Asetra, que lleva más de veinticinco años trabajando en el sector de los talleres de reparación de automóviles, defiende la opción de la mediación, por considerarla muy ventajosa para solucionar las reclamaciones que puedan presentar los clientes de sus talleres asociados. Además de emplear esta vía, la asociación está presente en



Ramón Marcos,
presidente de
Asetra.

juntas arbitrales de toda la Comunidad de Madrid.

Asetra compagina la mejora de la atención que el sector da al cliente con la salvaguarda de los intereses de sus asociados ante las reclamaciones relacionadas con la normativa de consumo, reclamaciones que, según Ramón Marcos, presidente de Asetra, "son menos numerosas cada año, a pesar de que el parque de automóviles no cesa de crecer".

Asetra cuenta con varios códigos de buenas prácticas, en colaboración con la Administración y las asociaciones de consumidores. Con ellos consiguen autorregular un sector especialmente sensible en cuanto a reclamaciones.



ANTE UNA REPARACIÓN:

☞ Acudir siempre a talleres que cumplan todos los requisitos legales exigibles. Es la única forma de tener la máxima garantía de que una posible reclamación será debidamente atendida.

☞ Solicitar presupuesto previo, por escrito, de la reparación y la posterior factura, en la que se especifiquen con claridad las operaciones realizadas y las piezas utilizadas.

Unipyme: "Estuvimos entre los promotores de los tribunales de arbitraje en Madrid"

La Unión de Organizaciones de la Pequeña y Mediana Empresa de la Comunidad de Madrid (Unipyme) nació hace dos décadas para velar por los intereses comunes de todas las empresas asociadas. Hoy, con los objetivos claros de defender y representar al sector, tanto en el orden profesional, como económico y social, Unipyme es una referencia en cuanto a organizaciones empresariales.

"Unipyme apostó firmemente por el sistema arbitral de consumo y, por tanto, es miembro integrante en todos los colegios arbitrales constituidos en la actualidad", ha señalado su presidente, Guillermo Marcos, a CONSUMADRID. De hecho, Unipyme fue una

de las asociaciones promotoras del arbitraje de consumo, por lo que hoy sus responsables se definen como



Guillermo Marcos,
presidente de
Unipyme.

"firmes defensores del sistema por su rapidez en la solución de las controversias, sencillez del proceso para los intervinientes y su gratuidad para las partes".

En Unipyme consideran que muchas de las reclamaciones se producen por "una falta de información, tanto por parte del consumidor como por parte de la empresa",

por lo que promueven información y autorregulación.

RECUERDE:

- Debe leer los contratos y no firmar nada que no tenga perfectamente claro.
- No acepte condiciones en la contratación con la esperanza de que, después, reclamando, la Administración le ayudará a solventar posibles problemas.
- Ayude a crear una cultura del consumo que evite, en la medida de lo posible, los conflictos en las diversas relaciones comerciales.

Antes de retirar la ropa de la tintorería hay que comprobar si hay desperfectos

Las tintorerías representan uno de los sectores en los que más reclamaciones y solicitudes de arbitraje se producen. CONSUMADRID ha seguido un caso en el Colegio de Rivas Vaciamadrid, uno de los cuatro que celebran este tipo de procesos en la región (junto al Instituto Regional de Arbitraje en Consumo). A continuación mostramos la dinámica de una sesión arbitral, que en unos 30 minutos resuelve una reclamación con la presencia de todas las partes implicadas emitiendo una resolución (laudo) de obligado cumplimiento.

CONSUMIDORA

Relata cómo dejó en la tintorería una blusa nueva, siendo la primera vez que la lavaba, y al recogerla comprobó que la parte trasera estaba dañada y tenía algunos puntos rojos en la manga, por lo que solicitó o la reposición de la prenda o la entrega del dinero que le costó: 32 euros.

EMPRESARIA

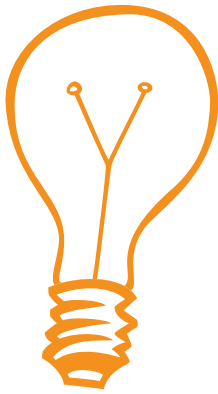
La parte reclamada manifiesta que la reclamante retiró la prenda del establecimiento y al poco tiempo la volvió a llevar indicando a la dependienta que tenía unos importantes desperfectos en la parte trasera. Se le recomendó una segunda limpieza, pero la cliente se negó, por lo que la tintorería alega no ser responsable del deterioro.

LAUDO DEL COLEGIO ARBITRAL

Dado que no existe reserva de desperfectos en el tique que se adjunta a la prenda y tras examinarla, el colegio arbitral acuerda estimar parcialmente la pretensión de la reclamante y resuelve imponiendo a la tintorería el abono de 10 euros a la reclamante y la devolución de la blusa a su propietaria.



Para resolver conflictos surgidos entre consumidores y empresarios existe el sistema arbitral de consumo. A él están adheridas muchas empresas: puede reconocerlas porque exhiben el logo naranja incluido en los dos casos de la página derecha. Muchas son las ventajas del arbitraje: **la economía**, al ser gratuito; **la rapidez**, al tramitarse en un corto espacio de tiempo; **la eficacia**, porque se resuelve sin necesidad de recurrir a la vía judicial; **la voluntariedad**, porque ambas partes se someten libremente al arbitraje, y **la ejecutividad**, porque los laudos son de obligado cumplimiento para ambas partes. Se puede solicitar un arbitraje en el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo (C/ Ventura Rodríguez, 7 - 4ª planta. 28008 Madrid), en cualquier registro de la Comunidad de Madrid, o en uno de los siguientes colegios territoriales, situados en los respectivos ayuntamientos: Collado-Villalba (Pza. Príncipe de España, 1), Rivas Vaciamadrid (Pza. de la Constitución, 1), San Fernando de Henares (Pza. de Fernando VI, 1) y Móstoles (C/ América, 3).



RECUERDE: AL DEJAR UNA PRENDA EN LA TINTORERÍA...



Debe exigir un resguardo con el número de identificación de la prenda, fecha de recepción, nombre y el domicilio del cliente, una breve definición de la prenda, tipo de servicio solicitado, fecha de entrega, precio unitario y total, y cualquier observación especial que se considere.



El resguardo debe contener firma o sello del establecimiento y, en su caso, la indemnización que se pueda pactar entre las partes, que suele coincidir con el valor de la prenda. Debe verificar que el precio coincide con el cuadro de precios expuesto en el establecimiento.



Al entregar la prenda debe comprobar su estado, las faltas o desperfectos que pueda presentar (falta de botones, por ejemplo) y que no lleve objetos extraños en los bolsillos.

...Y AL RECOGERLA



Debe examinar que el estado de limpieza es el esperado y si existe algún desperfecto no constatado anteriormente. También debe exigir las hojas de reclamaciones, en caso de no estar de acuerdo con el servicio.



VIVIENDA

La señal de compraventa debe devolverse si no se cumplen las condiciones mínimas

La vivienda es el tercer sector que más quejas acumula tras las telecomunicaciones y la reparación de vehículos. El siguiente es un ejemplo real de arbitraje: Una consumidora abonó 3.000 euros a una inmobiliaria como señal para la compra de una vivienda y más tarde conoció que el piso no estaba libre de cargas y que la vivienda estaba escriturada a nombre de una tercera persona, propietaria de la vivienda anterior a la actual, solicitando a propietaria e inmobiliaria la solución de las dos cuestiones. Al no producirse y ver que iba a expirar el plazo marcado por el documento de reserva para confirmar la compra, decidió no continuar con ella y pidió la devolución de la señal.

La inmobiliaria se opuso manifestando que la reclamante ya conocía la situación del inmueble, puesto que antes de reservarlo acudió a ella acompañada de la propietaria de la vivienda con el fin de obtener asesoramiento para el proceso de compraventa, asistencia que fue prestada. Durante el proceso arbitral añadió que la vivienda finalmente fue transmitida sin cargas. Por ello, la propietaria de la vivienda se opuso a la devolución de los 3.000 euros, que nunca estuvieron en poder de la inmobiliaria.

Fundamentos y laudo

Sin que se pongan en duda las alegaciones de la inmobiliaria, el colegio arbitral decidió que, puesto que la inmobiliaria constaba como depositaria de la señal de 3.000 euros, ésta deberá responder de la rescisión de la negociación sin coste alguno para la reclamante.



ASISTENCIA EN EL HOGAR

El cobro de tarifas debe ajustarse al trabajo realmente realizado

En este caso, un consumidor solicitó el servicio de una empresa cerrajera al haberse producido la rotura de la cerradura de su caravana. El técnico acudió a las dos horas del aviso, no arreglando la cerradura sino limitándose a su apertura. El reclamante estimó excesivo el coste del servicio, que correspondía a 1 hora de trabajo, cuando en realidad el técnico estuvo sólo 10 minutos, y a la tarifa de servicio urgente. El cerrajero se opuso a la reclamación alegando que los conceptos cobrados para estos trabajos se adecuaban expresamente a las tarifas vigentes, tarifas de las que, según el reclamante, no se le informó antes de proceder a la realización del trabajo ni por teléfono ni mediante presupuesto.

El colegio arbitral estimó parcialmente la pretensión del consumidor y concluyó que el servicio prestado por el cerrajero correspondió a 10 minutos y no a 1 hora, por lo que deberá devolver al reclamante 62 euros en concepto de dicha mano de obra, y la tarifa de 1 hora de trabajo.

Formación para proteger a los **mayores** frente al fraude

La prevención frente al fraude es el eje de las jornadas de sensibilización y formación sobre consumo dirigidas a personas mayores que la Comunidad de Madrid desarrolla durante la presente temporada junto a una veintena de ayuntamientos de la región. Con este tipo de iniciativas, la Administración trata de proteger a personas que, ante mecanismos de consumo demasiado agresivos, se sienten indefensas. Está previsto que las jornadas finalicen el próximo día 5 de octubre.

La Comunidad de Madrid realiza anualmente una serie de jornadas orientadas a la tercera edad, en las que ofrece a las personas mayores toda la ayuda posible para enfrentarse a cualquier situación que tenga que ver con el consumo. La edición 2005 del programa se está desarrollando en toda la comunidad autónoma mediante 22 jornadas que se celebran en los siguientes municipios madrileños: Arganda del Rey, Boadilla del Monte, Colmenar Viejo, Collado Villalba, Fuenlabrada, Galapagar, Getafe, Humanes de Madrid, Leganés, Mejorada del Campo, Móstoles, Navalcarnero, Parla, Pinto, Rivas Vaciamadrid, San Fernando de Henares, San Lorenzo de El Escorial, Torrejón de Ardoz, Villanueva del Pardillo y Madrid.

Las jornadas se llevan a cabo mediante



La directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola (centro), junto al alcalde de Mejorada del Campo, Fernando Peñaranda, monitoras María Isabel Álvarez y Ana Vela y varias participantes en la jornada celebrada en abril.

mesas redondas donde diversos expertos en la materia analizan con detalle las causas del fraude y finalizan con un coloquio abierto a todo aquel que desee participar y profundizar en alguno de los aspectos tratados durante la sesión.

El ciclo de jornadas fue inaugurado por la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, el pasado 27 de abril en el municipio de Mejorada del Campo. Está previsto que las jornadas de clausuren en la capital madrileña el próximo 5 de octubre.

La información es clave

La Comunidad de Madrid considera que no hay nada más útil que la información para que las personas mayores conozcan las posibles situaciones frau-

dulentas que pueden encontrarse al adquirir un producto o un servicio, como es el caso de los productos alimenticios y los productos **milagro**, o al contratar servicios como las reparaciones domésticas, la revisión de instalaciones o las compras que se realizan por catálogo.

El programa está adaptado a las características de este colectivo, que en ocasiones se ve indefenso ante un mundo de complejidad creciente, también en su papel de consumidor, lo que le convierte en fácil presa de pequeños y cotidianos fraudes, así como de otros de mayor entidad o de carácter continuo.



Consulte en su ayuntamiento la fecha de la jornada prevista en su localidad.



Madrid exporta a Bulgaria su sistema de protección al consumidor

La Comunidad de Madrid concluirá el próximo mes de octubre el programa de asesoramiento a Bulgaria que desarrolla en ese país y que cuenta con el apoyo de la Comisión Europea. El programa se creó para que Bulgaria pueda adecuar su marco jurídico e institucional a los requisitos de la Unión Europea y así pueda ingresar en la Unión en el plazo establecido.

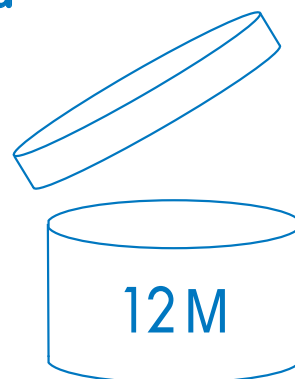
El proyecto, financiado por la Unión Europea y con un presupuesto de 920.000 euros, consta de cuatro líneas de actuación: asistencia en la preparación de legislación, desarrollo institucional en materia de consumo, sistemas que garanticen la protección efectiva del consumidor y potenciación del movimiento asociativo.

La Comisión Europea seleccionó a la Comunidad de Madrid como una región modelo en políticas de consumo, con un marco jurídico propio, que sirve para dotar al país candidato de una asistencia sólida en protección al consumidor.

El asesoramiento se realiza a través de actividades formativas, seminarios, consultas por Internet, visitas de expertos búlgaros a España, y diversas actuaciones conjuntas entre los técnicos comunitarios y búlgaros.

Los cosméticos deben indicar desde este año el plazo de utilización sin riesgos para la salud

Desde este año, en todos los cosméticos a la venta en la Unión Europea (UE) que tengan una duración de más de 30 meses aparecerá el dibujo de un pequeño bote de crema abierto acompañado de la indicación del número de meses o años aconsejable para su utilización después de abiertos (ver ilustración), según marca la nueva normativa europea. La adopción de este símbolo es la primera consecuencia de la directiva adoptada en febrero de 2004 por el Consejo y el Parlamento Europeo, que modifica la legislación en materia de productos cosméticos. Esta medida será sobre todo útil con los productos que al entrar en contacto con el ambiente exterior pueden degradarse y ser nocivos, por ejemplo, debido a una contaminación microbiológica. Es el caso de las cremas solares o de tratamiento facial, ciertos maquillajes, etc.



Una nueva oficina orienta sobre los productos y servicios contratados en el resto de la Unión Europea



El Centro Europeo del Consumidor (CEC) es el organismo encargado de atender a los consumidores de cualquiera de los estados miembros de la Unión Europea (UE) que necesiten apoyo tras la adquisición de un bien o servicio en un país de la UE diferente al suyo. En Madrid, el CEC tiene oficina en la calle Príncipe de Vergara, 54 (teléfono 91 822 45 55).

El centro forma parte de la red europea de organismos similares cuyo objetivo es informar, atender y asistir a los consumidores europeos. Funcionan todos con parámetros comunes en cuanto a la tramitación de las quejas y reclamaciones, de manera que el ciudadano reciba la misma protección que en su propio país cuando esté en otro.

La red dispone de asistencia lingüística y potencia los métodos de resolución alternativa de conflictos, evitando la vía judicial. Su misión es informar a cualquier consumidor que lo requiera cómo ha de proceder en caso de tener quejas por un mal servicio o un producto defectuoso adquirido fuera de nuestras fronteras.

La página http://cec.consumo-inc.es/cec/Secciones/CEC/CEC_es.asp contiene la lista de oficinas en todos los países.

Una oficina móvil acerca a los ciudadanos el Plan de Vivienda 2005-2008

Con la intención de hacer llegar a los ciudadanos la información sobre el Plan de Vivienda 2005-2008, la Comunidad de Madrid ha puesto en marcha la Oficina Móvil de Vivienda, un autobús que recorrerá los 179 municipios de la región y que empezó su andadura en Móstoles.

La oficina está integrada en un autobús, fácilmente identificable por su diseño exterior, que está dotado de avanzadas tecnologías. Cuenta con tres puestos informáticos atendidos por especialistas en vivienda, y dos quioscos interactivos individuales con pantalla táctil. La oficina tiene capacidad para atender a quince ciudadanos al mismo tiempo.



La oficina móvil permite a los jóvenes rellenar la petición para preinscribirse en la lista única del Plan de Vivienda Joven de la Comunidad.

El Plan de Vivienda 2005-2008 de la Comunidad de Madrid prevé la construcción de 153.000 viviendas protegidas, de las que 79.000 pertenecen al Plan de Vivienda Joven bajo el régimen de alquiler con opción a compra, 36.000 viviendas serán rehabilitadas y 28.000 se engloban dentro de las diferentes modalidades de la vivienda protegida en venta.



400.000 nuevos árboles poblarán el Bosque Sur de Madrid

La presidenta de la Comunidad de Madrid, Esperanza Aguirre, ha plantado el primero de los 400.000 nuevos árboles con los que se espera poblar el Bosque Sur de Madrid. Para tal empresa, que se desarrolló como uno de los actos del Día Forestal Mundial, la presidenta estuvo acompañada por 200 escolares que no dudaron en sumarse al proyecto.

La primera fase de este plan prevé plantar 120.000 árboles de quince especies diferentes en dos años. Será un bosque sostenible que dotará al sur de Madrid de un corredor verde de 23 km, desde Pinto a Alcorcón, demostrando el compromiso del ejecutivo con el medio ambiente. En este bosque, que además tendrá una laguna, se estima que se asienten especies animales, como cernícalos, primillas y liebres. Se ha puesto especial cuidado en la gestión del nuevo Bosque Sur, donde se están optimizando al máximo todos los recursos naturales. Con este objetivo, se instalará riego por goteo en toda la superficie arbolada del parque, lo que permitirá el ahorro de agua.

Madrid invertirá 700 millones en proyectos de mejora digital

La Comunidad de Madrid destinará 700 millones de euros para desarrollar hasta 200 proyectos de aquí a 2007, dentro del programa denominado Madrid Comunidad Digital.



Los principales objetivos de este proyecto son la extensión de la banda ancha a todos los municipios de la provincia, facilitar el acceso a las nuevas tecnologías y poner la sociedad del conocimiento al servicio de los madrileños. Para llevar a cabo estos puntos, la Comunidad pretende desarrollar nuevas infraestructuras y una red de centros de acceso público a Internet y cibertecas juveniles, realizar cursos de alfabetización digital y crear nuevos servicios públicos telemáticos.

Otra de las intenciones de la Comunidad de Madrid para desarrollar el uso de las nuevas tecnologías entre los ciudadanos será la puesta en marcha de un nuevo portal web con mayores servicios.

Cobrar intereses excesivos en préstamos vulnera los derechos del consumidor

La Audiencia Provincial de Madrid ha condenado a una entidad financiera que cobró a una consumidora un tipo de interés (32%) que triplicaba el tipo medio del crédito al consumo. El tribunal considera que imponer este tipo es abusivo, ya que vulnera la legislación de protección al consumidor.

Mediante sentencia nº113/2005, de 7 de febrero, la Audiencia Provincial de Madrid (Sección 18ª), ha resuelto en apelación el recurso presentado contra la sentencia del Juzgado de 1ª Instancia nº 3, de Torrejón de Ardoz, de 28 de enero de 2004 que condenaba a una consumidora a pagar 3.917,72 euros a una entidad financiera por incumplimiento de un contrato de préstamo.

Los hechos se remontan a 1997, cuando la consumidora firmó un contrato de préstamo con la entidad financiera para adquirir una vaporeta, fijándose un tipo de interés nominal anual del 32%, y una tasa anual equivalente (TAE) del 36,49%.

La consumidora pidió al Tribunal la anulación del contrato sosteniendo que dicho tipo de interés era usurario, ya que cuando se concertó el préstamo, el interés legal del dinero era del 7,5%,

habiendo oscilado en aquel año el tipo medio de interés del crédito al consumo entre el 10,1% y el 10,68%.

El Tribunal considera que la valoración del contrato de préstamo objeto de litigio ha de realizarse teniendo en cuenta, no sólo la Ley de Represión de la Usura, de 1908 (Ley Azcárate), sino (y aquí radica lo novedoso del planteamiento) también la normativa general de protección del consumidor, y en concreto los artículos 10, 10 bis y la disposición adicional primera de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (Ley 26/1984, de 19 de julio), así como la Ley de Crédito al Consumo de 23 de marzo de 1985.

El Tribunal sostiene que, sin perder de vista que en la fijación de

La libertad de mercado debe conjugarse con el principio de protección del consumidor.

los tipos de interés rige el principio constitucional de libertad de empresa en una economía de mercado (Art. 38 de la Constitución), no puede olvidarse tampoco la existencia de otro principio, el de protección de los consumidores contenido en el artículo 51 de la Constitución, y que informa todo el ordenamiento y vincula a los poderes públicos, constituyéndose así en límite y control del ejercicio abusivo de los

derechos y facultades reconocidas. Y en esta línea, sostiene la Sala, ha de entenderse que la Ley de Represión de la Usura, en cuanto protectora del "consumidor de crédito", persigue sustancialmente los mismos fines que el citado artículo 51 y que la legislación de defensa de los consumidores: la protección de los legítimos intereses económicos de los consumidores y usuarios.

En definitiva, considera que el tipo de interés establecido en el contrato era notablemente superior al interés normal del dinero en 1997, lo que a todas luces puede considerarse como una condición abusiva de crédito que rompe el equilibrio y buena fe entre los derechos y obligaciones de las partes. A la vista de todo ello, el Tribunal declara la nulidad del contrato de préstamo, por lo que la consumidora sólo deberá pagar la cantidad pendiente de amortización una vez computados los pagos realizados sobre el principal, y que asciende a 824,73 euros.

La consideración y tratamiento como consumidora de la demandante ha posibilitado, en suma, que se le pueda aplicar la legislación específicamente protectora de sus derechos, y no exclusivamente, como viene siendo habitual en estos casos, la civil y/o mercantil.



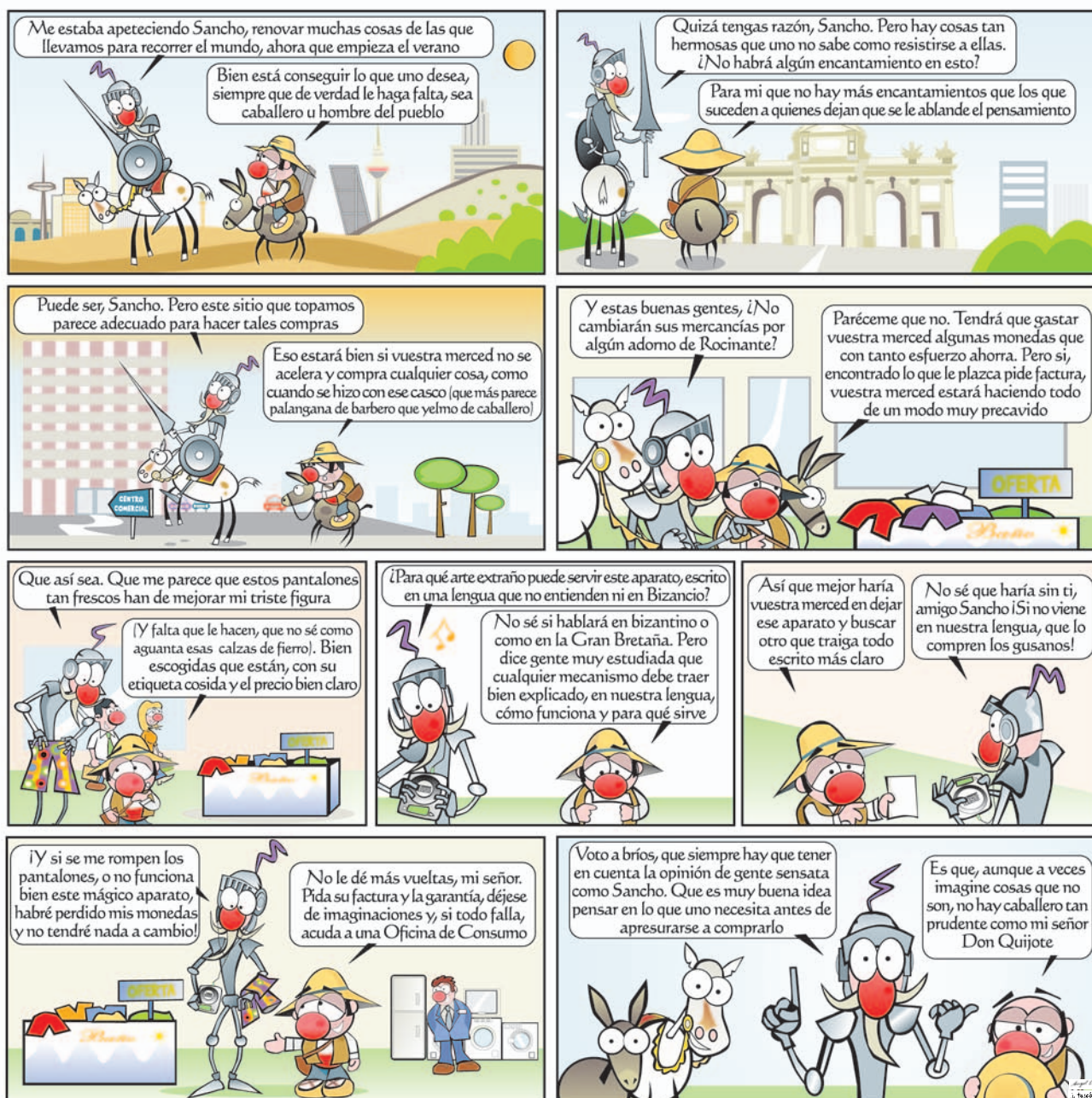
NOVEDADES LEGISLATIVAS

■ Ha entrado en vigor el Real Decreto 424/2005, de 15 de abril, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de los usuarios.

■ El Consejo de Ministros de Competitividad de la Unión Europea ha adoptado una Directiva por la que se prohíben

las prácticas comerciales desleales de las empresas que perjudican a los intereses de los consumidores, como incitar directamente a los niños a comprar o a persuadir a sus padres o a otros adultos de que les compren el producto que es objeto de dicha publicidad, o afirmar falsamente que el producto sólo estará disponible durante un período de tiempo muy limitado, entre otras.

De compras con Don Quijote y Sancho



KONSUMI



Así que tened siempre muy en cuenta lo que el despistado Don Quijote ha aprendido gracias al prudente Sancho Panza. Son consejos muy sencillos que os ayudarán a que vuestras compras sean seguras y responsables:

- Compra sólo lo que necesites realmente o desees. No compres por comprar.
- Lee siempre el etiquetado de los productos. Te ayudará a saber lo que compras.
- Pide siempre el justificante de compra (tique o factura) y, en los bienes duraderos, la garantía.

Si hay algún problema, tienes derecho a reclamar. Infórmate en la oficina de consumo de tu localidad.



A través de esta página el consumidor puede hacer llegar a la redacción sus sugerencias. Pretende ser un lugar de encuentro y diálogo con los lectores.

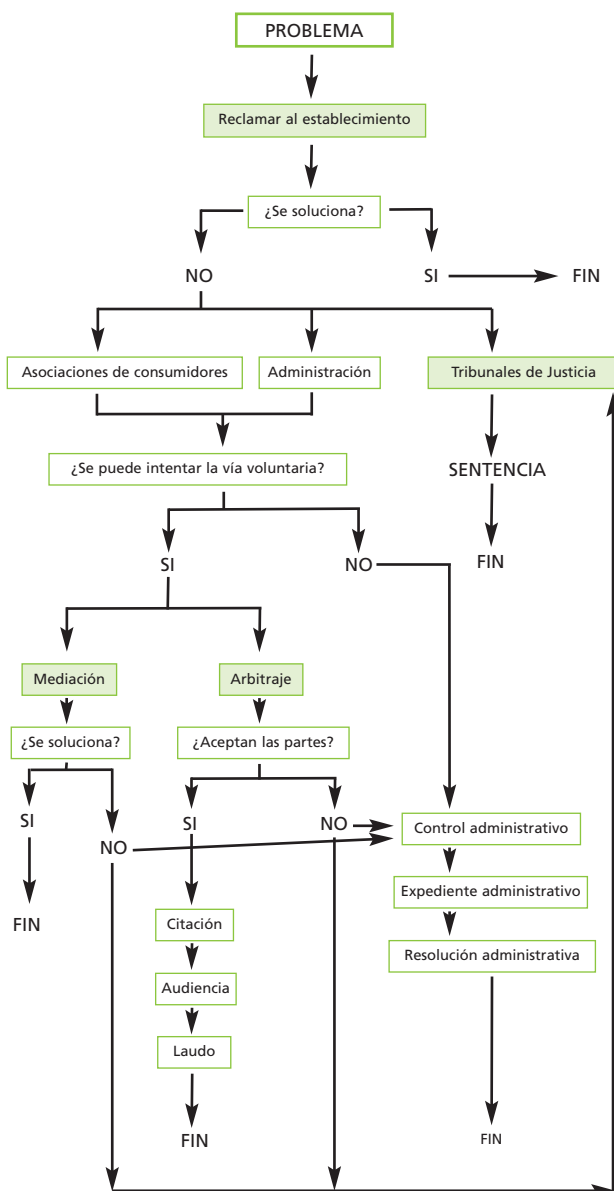
Las cartas deben dirigirse a: Club del Consumidor, Dirección General de Consumo, Ventura Rodríguez, 7 4ª planta -28013 Madrid. También a través de internet a: **consumamadrid@salud.madrid.org**. Es imprescindible reseñar el DNI, nombre y apellidos, dirección y número de teléfono. No se hará uso de los datos, salvo para el fin para el que fueron facilitados. El contenido podrá ser resumido. CONSUMAMADRID no asume el contenido de las opiniones vertidas en las cartas.

Para cualquier otro tipo de consulta sobre consumo dirigirse a: **consultas.consumo@madrid.org**

VÍAS PARA CANALIZAR UNA QUEJA

Las reclamaciones pueden canalizarse a través de varias vías, pero, para ahorrar tiempo y ganar en eficacia, lo mejor es tener claro por dónde hay que empezar.

Este diagrama ordena todos los pasos.



'OVERBOOKING'

Contraté un vuelo regular a Roma y tenía confirmada reserva, pero la compañía me dejó fuera alegando overbooking. ¿Qué puedo hacer ante este tipo de situación?

En caso de *overbooking* (plazas completas) la compañía debe ofrecerle:

- Reembolso íntegro del billete de ese vuelo.
- Volar en otro vuelo, lo más rápidamente posible.
- Volar en otra fecha posterior.

También debe pagarle en estos casos como compensación mínima:

- 150 en vuelos hasta 3.500 Km. En el caso de que la demora sea inferior a 4 horas, sólo 75.
- 300 en vuelos de más de 3.500 Km. En el caso de que la demora sea inferior a 4 horas, sólo 150.

Aparte de estas compensaciones, la empresa tiene que ofrecer a los pasajeros que no puedan embarcar, los siguientes servicios gratuitos:

- Una llamada al lugar de destino.
- Comida y bebida en función del tiempo de espera.
- Alojamiento en un hotel si es necesario pernoctar.
- Transporte al destino si se acepta vuelo a un nuevo aeropuerto.

Si no se realiza nada de lo expuesto anteriormente, deberá solicitar las hojas de reclamación en la compañía aérea y, una vez cumplimentadas, enviar la copia blanca con fotocopia de los billetes a la Dirección General de Aviación Civil (Paseo de la Castellana nº 67, Madrid; teléfono de información: 91 597 83 21), que es el organismo competente en este tema.



TELECOMUNICACIONES

Si me suscribo a una página de Internet o hago una compra por Internet cuyo prestador de servicio es de otro país de la Unión Europea, ¿qué Ley me ampara si quisiera reclamar?

Siempre que el destinatario del servicio sea un consumidor y resida en España, le ampara la Ley 34/2002 de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico. En concreto, su artículo 3, que se refiere a las responsabilidades que asumen los prestadores de servicios establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea en las materias que figuran en dicho artículo y, en particular, las obligaciones nacidas de los contratos o de la licitud de las comunicaciones comerciales por correo electrónico no solicitado. La reclamación podrá efectuarla a través de su Ayuntamiento o de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, que remitirán la queja al organismo competente, dependiendo del hecho denunciado.

En todo caso, las competencias en materia de comercio electrónico las ostenta la Dirección General de Comercio de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica.

El auge de las marcas blancas

La mayoría de supermercados e hipermercados cuenta ya con productos de marca blanca en sectores tan diversos como los lácteos, limpieza de hogar y textil. Este tipo de artículo ha ganado terreno hasta el punto de que ya acapara en torno al 20 por ciento del mercado. Su principal ventaja reside en ofrecer calidad (lo fabrican los mismos productores de las marcas tradicionales, aunque lleven un envase diferente) a un precio menor, de hasta el 50 por ciento con respecto al del producto de marca.

Pero, ¿qué es una marca blanca? En realidad, dentro de las marcas blancas hay varios tipos diferentes: productos cuya denominación es igual a la marca de la cadena que la fabrica; pro-

ductos que llevan el nombre del supermercado o hipermercado que los distribuye; y los productos que, aún perteneciendo a diferentes distribuidores, se acogen a una marca que no coincide con el nombre de la cadena y que se comercializa en exclusiva por parte de una gran superficie.

En algunos países de Europa, las marcas blancas ya han alcanzado el 45 por ciento del mercado. En Estados Unidos, sin embargo, la presión del marketing de las grandes firmas no les deja crecer y se han quedado en torno al 20 por ciento en el sector de la alimentación.

Sabía que...



...expertos en alimentación afirman que la inclusión en la dieta diaria de media docena de nueces reduce en un 11 por ciento el riesgo cardiovascular y aumenta el rendimiento deportivo. El 59 por ciento de las nueces es grasa, de la cual el 40 por ciento tiene forma de ácidos grasos poli-saturados. Este hecho, conjuntamente con sus propiedades antioxidantes, hace de las nueces un aporte calórico eficaz y beneficioso en las prácticas deportivas.



...puede conocer qué tiempo se espera en su municipio a través del servicio de predicción meteorológica que la Comunidad de Madrid ha activado en la página web Gestiona tú mismo, accesible desde www.madrid.org.

... en los primeros cuatro meses de 2005 han aumentado en España los incendios forestales un 48,42% respecto a la media de los últimos diez años, según datos oficiales. La superficie forestal arrasada en este periodo asciende a 36.693 hectáreas, una cantidad muy similar a la de la media de los últimos diez años, pero que duplica la que se quemó durante el mismo periodo de 2004. Además de la superficie forestal, los incendios de este año han arrasado ya 7.428 hectáreas de superficie arbolada, 26.347 de matorral y monte abierto, y 2.916 de pastos y dehesas.

DICCIONARIO DE LA VIVIENDA

a
b
c
d
e
f
g
h

A.P.I.

Profesional que actúa como intermediario en las transacciones inmobiliarias y que está colegiado en el Colegio Oficial de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria.

Arras

Cantidad de dinero que se entrega como parte del precio de una compraventa antes de formalizarla en contrato privado o escritura pública.

Carga registral

Limitación al dominio de una finca que consta inscrita en el Registro de la Propiedad.

Cédula de Habitabilidad

Documento que presenta el constructor o promotor a la Administración municipal para que le sea concedida la licencia de primera ocupación.

Subrogación

Es el hecho jurídico por el que una parte acepta asumir los derechos y obligaciones de otra parte en una relación contractual celebrada con un tercero.



900 77 57 57 (llamada gratuita)

TELÉFONO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR DE LA COMUNIDAD DE MADRID

COMUNIDAD DE MADRID Servicios	Dirección postal	Teléfono
Información general (2º Teléfono para fuera de Madrid)		012/ 91 580 42 60
Información 24 h. (empleo público, listas, exámenes)		91 580 42 55
Consejerías y organismos adscritos		
Presidencia	Pta. del Sol, 7	91 580 96 95
Oficina de atención al Ciudadano	Pza. Descubridor Diego de Ordás, 3	012/ 91 580 42 60
Registro General	Pza. Descubridor Diego de Ordás, 3	91 580 31 33
Sanidad y Consumo	Aduana, 29	91 586 70 00/71 41
Dirección General de Consumo	Ventura Rodríguez, 7- 4ª planta	91 420 58 64/91 420 57 40
Dirección General de Salud Pública y Alimentación	Julián Camarillo, 4	902 54 51 00
Junta Arbitral de Consumo de la Comunidad de Madrid	Ventura Rodríguez, 7- 5º planta	91 420 57 25
Defensor del Paciente	Alcalá, 21- 8º	91 360 57 30
Hacienda	Alcalá, 1	91 580 35 00
Información al contribuyente	General Martínez Campos, 30	901 50 50 60/91 580 94 04
Defensor del Contribuyente	Gran Vía, 18, 5ª planta	91 720 93 78
Servicio de Orientación Jurídica General (consultas presenciales 9-13 h)	Capitán Haya, 66	91 397 15 64
Economía e Innovación Tecnológica. Información	Príncipe de Vergara, 132	91 580 22 00/10
Dirección General Turismo		91 580 23 17
Reclamaciones/Inspección	Príncipe de Vergara, 132	91 580 23 11/98 03
Instituto Madrileño de Desarrollo (IMADE)	José Abascal, 57 - 1º	91 399 74 00
Instituto Estadística (Información)	Príncipe de Vergara, 108	91 580 99 55
Transportes e Infraestructuras	Maudes, 17	91 580 31 00
Junta Arbitral Transportes Terrestres	Orense, 60	91 580 29 58/69
Consortio Regional de Transportes	Pza. Descubridor Diego de Ordás, 3	91 580 35 90
Metro Madrid	Cavanilles, 58	91 379 88 00
Información/Reclamaciones		902 44 44 03
Otros		
Defensor del Menor	Ventura Rodríguez, 7	91 563 44 11
ORGANISMOS DE LA ADMINISTRACIÓN CENTRAL		
Instituto Nacional del Consumo	Príncipe de Vergara, 54	91 822 44 40/63
Secretaría de Estado de Telecomunicaciones (Reclamaciones)	Alcalá, 50	91 346 15 00
Oficina de Atención al usuario de Telecomunicaciones		91 346 23 70/73
Banco de España		901 33 66 99
(Servicio de Reclamaciones del Banco de España)	Alcalá, 48	91 338 50 68
Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones	Pº de la Castellana, 44	91 338 65 30/31
		91 339 70 00

www.madrid.org





La Suma de Todos



CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO

Comunidad de Madrid