

consummadrid

nº 03 / diciembre 05. Edición especial. Ejemplar gratuito

CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO
Comunidad de Madrid

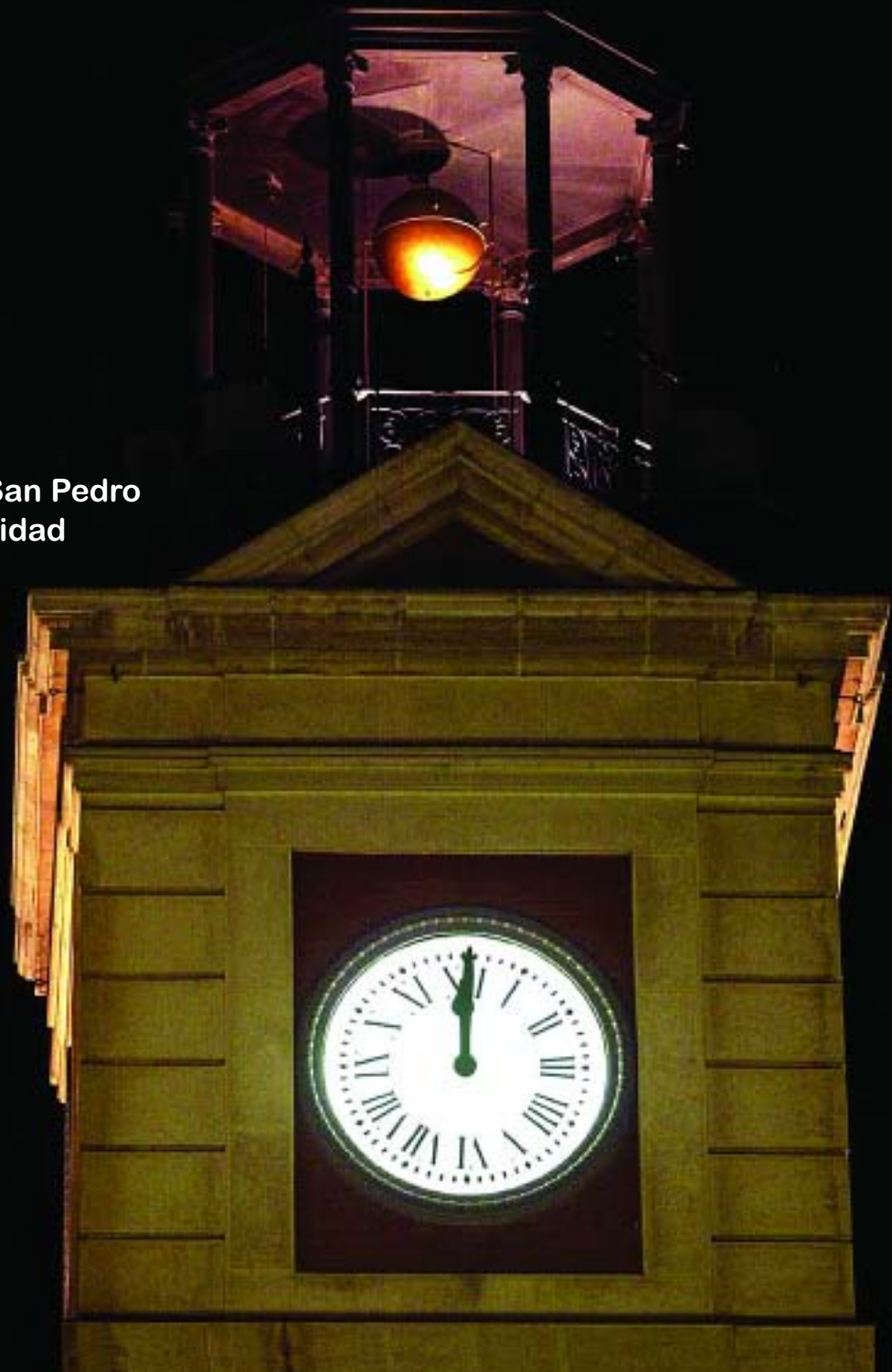
arbitraje / el cliente no siempre tiene la razón

inspección / los puntos flacos de los servicios técnicos de móviles

reciclaje / cada envase en su contenedor



entrevista /
Faustino Rodríguez San Pedro
viceconsejero de Calidad
Asistencial, Salud
Pública y Consumo



Navidad  |  Rebajas

Hemos cambiado nuestro teléfono para poder acompañarte todos los días...



...porque tus derechos no descansan

La atención al consumidor, ahora en el



Desde el 7 de diciembre, la Comunidad de Madrid amplía la atención al consumidor, que pasa a ser prestada por el 012 de lunes a viernes, de 8.00 a 22.00 horas; los sábados de 10.00 a 22.00 horas, y los domingos y festivos, de 10.00 a 14.00 horas.

Además, con el nuevo servicio te mandamos la información que necesites a tu correo o teléfono y si no tenemos lo que nos pides lo buscamos y te llamamos. Coste de la llamada: tarifa plana de 0,34 euros.



Comunidad de Madrid

CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO

Editorial

Adiós a nuestro primer año juntos

Con este número CONSUMADRID cierra su primer año de vida. En 2005 nació la revista y siempre será el año de referencia desde el que contará su historia. 2006 nos espera flamante, con todo por hacer, despertando la inquietud y la esperanza del futuro que se abre.

Siempre que llegan estas fechas se producen momentos de reflexión, buenos propósitos, proyectos nuevos, petición de deseos... y CONSUMADRID también quiere desde sus páginas participar en esa renovación convirtiéndose en una herramienta cada vez más útil en la comunicación entre los ciudadanos y las instituciones, cuya razón de ser es servir de apoyo, consejo y ayuda en sus decisiones y actos como consumidores. Elegir mejor, consumir seguro y con responsabilidad son objetivos a los que tiene que tender una sociedad moderna y sostenible que todos deseamos.

Vienen fechas de regalos, banquetes, adornos, diversión y viajes, y como consecuencia muchas compras de los más variados artículos, en ofertas coloridas y atrayentes, que deslumbrarán nuestros ojos y aturdirán nuestra mente en esta frenética batalla de luces, anuncios y listas de regalos por hacer, elaboradas al comienzo con cautela, para rematar con prisa en las vísperas de los festejos.

Cumplamos este año de verdad los propósitos que no cumplimos los pasados. Reflexionemos sobre la verdadera importancia de las cosas, que un regalo no se mide por su importe ni debe constituir una obligación; anticipémonos en las compras para poder elegir mejor y más barato. Mayor tranquilidad nos dará mayor seguridad para comprobar tiques, facturas y calidades; y recordemos que después de las Navidades vienen las rebajas; reservemos las compras no urgentes para enero, en el que encontraremos bastantes de los artículos a precios más bajos, y no olvidemos en esos momentos de ejercer también nuestros derechos y solicitar la información y la ayuda de los técnicos de consumo, que estarán como siempre a disposición de los ciudadanos.

CONSUMADRID desea a todos sus lectores felices fiestas y feliz 2006.



Cuadernillo central

Especial Navidad



Reportaje

Comprar en rebajas

18/



Entrevista

Faustino Rodríguez
San Pedro Márquez,
viceconsejero de
Calidad Asistencial,
Salud Pública y
Consumo

10/



Consumo responsable

Cada envase a su
contenedor

16/



Inspección

Resguardos e
información al
usuario, puntos
flacos del servicio
de reparación de
móviles

20/

04/ Actualidad · 12/ Región · 22/ Consumidores · 25/
Emprendedores · 26/ Arbitraje · 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, Paloma Deleuze Isasi, Mariano Sánchez-Ortiz Rodríguez

En este número han colaborado: M^a Soledad Ballesteros Plaza, Ángel Escolar-Noriega Prieto, María Dolores González Ruiz, Susana Gil Pascual, Elena López Pleite, Africa Marín Ramírez, Carmen Martín Villa, Cristina Palma Mariño, Roberto Quijano Ibáñez, Rodolfo Nicolás Gómez Gómez, Milagros Warleta Gil
Maquetación, impresión y distribución: NC Comunicación, S.L. Avda. Padre Isla 70, 1^oB. 24002 León



Cómo reclamar: fácil para todos

Conseguir que el máximo número de ciudadanos de la Comunidad de Madrid conozca sus derechos como consumidores y sepa qué hacer en caso de que no se respeten, es el objetivo de la campaña desarrollada durante el mes de noviembre por la Dirección General de Consumo de la Comunidad en cuatro centros comerciales y que ha incluido la distribución de 60.000 guías prácticas sobre cómo reclamar.



36.000 personas se acercaron a los puestos informativos de los cuatro centros comerciales de la región en los que se desarrolló la campaña. Parte de ellas respondió a una encuesta cuyos resultados servirán para medir el grado de conocimiento que los madrileños tienen de los sistemas de protección de sus derechos y de los organismos que los defienden, y para enfocar nuevas acciones de sensibilización.

La guía pretende ser un manual útil y muy práctico con el que la Consejería de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid quiere hacer llegar al consumidor toda la información necesaria para formular una reclamación viable ante un conflicto de consumo. Asimismo, se intenta que los ciudadanos conozcan todos los instrumentos e instituciones que le ayudarán a canalizar sus reclamaciones, como son las Administraciones Públicas, las asociaciones de consumidores, las juntas arbitrales de consumo y los tribunales de justicia.

Las guías se han repartido en cuatro centros comerciales de la Comunidad (La Vega, en Alcobendas; Los Valles, en Collado Villalba; La Dehesa, en Alcalá de Henares, y Getafe 3, en Getafe), así como en las oficinas municipales de información al consumidor (OMIC). Las guías

siguen estando a disposición de todos los ciudadanos en las OMIC.

A los stands de la campaña en los citados centros se han acercado 36.000 personas en busca de información. Parte de ellas ha respondido a una encuesta

cuyos resultados servirán para medir el grado de conocimiento que los madrileños tienen de los sistemas de protección de sus derechos y de los organismos que los defienden. Las conclusiones servirán para enfocar nuevas acciones de sensibilización.

La directora general de Consumo de la Comunidad de Madrid, Carmen Martínez de Sola (derecha), acudió al centro comercial La Dehesa, en Alcalá de Henares, para presentar la campaña junto a la concejala de Consumo, Teresa Obiol.





QUIÉN DEFIENDE NUESTROS DERECHOS

La guía *Cómo reclamar* explica que la mejor forma de evitar problemas es estar bien informado sobre nuestros derechos y obligaciones antes de adquirir un producto o usar un servicio. Para ello se puede acudir a entidades que protegen a los consumidores. Las hay públicas (la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, las oficinas municipales de información al consumidor -OMIC-, las oficinas regionales de información al consumidor -ORIC- y las juntas arbitrales de consumo), y privadas (asociaciones de consumidores).



MEDIACIÓN DE CONSUMO

La mediación de consumo es un instrumento eficaz de resolución amistosa de conflictos a través del cual las dos partes enfrentadas pueden llegar a resolver sus controversias mediante la intervención de un tercero (la Administración, por ejemplo), que carece de poder de decisión y que ayuda a que las partes alcancen voluntariamente su propio acuerdo.



LA INSPECCIÓN EN CONSUMO

Los órganos administrativos municipales y autonómicos con competencias en materia de consumo desarrollan la función inspectora al objeto de investigar y controlar si los productos, bienes y servicios se adecuan a la legalidad en cuanto a características técnicas, de seguridad y comerciales y si se ajustan a las descripciones que de ellos se hace en su presentación y publicidad, y si su precio se corresponde con el realmente ofertado. Las inspecciones se inician por denuncias de consumidores o como consecuencia de campañas de oficio, diseñadas con carácter preventivo a fin de proteger los intereses generales de los consumidores y usuarios.



La guía se encuentra a disposición de los ciudadanos en la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid (C/ Ventura Rodríguez, 7-4ª planta) o en cualquier oficina municipal de información al consumidor (la lista de OMIC puede consultarse en la página 12 de este número).

La guía explica que los consumidores pueden acudir a los tribunales para solicitar la reparación de daños y perjuicios a una empresa. El consumidor puede hacerlo individualmente, a través de una asociación de consumidores y usuarios, o en procesos de demandas colectivas. Si va a acudir a los tribunales individualmente, es recomendable que antes se asesore en el Servicio de Orientación Jurídica existente en los Juzgados de la calle Capitán Haya nº 66 de Madrid.

CÓMO FORMULAR UNA RECLAMACIÓN



La guía señala que cuando se presenta un conflicto entre un consumidor y un suministrador de bienes o un prestador de servicios, es conveniente que ambos hablen para tratar de llegar a un acuerdo amistoso. Si el problema no se resuelve de esta forma, el consumidor puede pedir la hoja de reclamaciones, de la que deberá disponer obligatoriamente la empresa. Hay varias formas de reclamar: la principal es enviando a las Administraciones Públicas de consumo la hoja de reclamaciones cumplimentada en el establecimiento o presentando ante ellas un escrito con la queja.

EL ARBITRAJE DE CONSUMO



La guía *Cómo reclamar* aborda el arbitraje de consumo, un procedimiento extrajudicial de resolución de conflictos, gratuito y de carácter voluntario (tanto el empresario como el consumidor han de aceptar este mecanismo de solución). Las empresas y profesionales pueden adherirse al sistema arbitral para someter a esta vía todos los conflictos que en el futuro puedan presentarse con sus clientes.

LA POTESTAD SANCIONADORA



La Administración inicia el procedimiento sancionador siempre de oficio. Las sanciones tienen como fin inmediato disuadir al empresario de que continúe con prácticas lesivas para los intereses generales de los consumidores.

LOS TRIBUNALES



La vivienda libre genera unas 120.000 transacciones al año y acapara el 4,8% de las reclamaciones

Durante el primer semestre de 2005, la vivienda libre originó 458 reclamaciones de consumidores ante la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid. Esto supone el 4,8% del total de las quejas presentadas. El consejero de Sanidad y Consumo, Manuel Lamela, ha invitado al sector a impulsar un código de buenas prácticas y ha presentado los resultados de la última campaña de inspección.

La mayor parte de las reclamaciones sobre vivienda presentadas en el primer semestre de 2005 se refirió a defectos de construcción, problemas con el contrato, falta de información, servicio defectuoso y cláusulas abusivas. El sector genera al año unas 120.000 transacciones de compraventa en la Comunidad de Madrid, de ahí que el consejero Manuel Lamela instara a las partes implicadas a avanzar hacia la elaboración de un código de buenas prácticas. La nueva campaña de inspección de la Comunidad de Madrid sobre el sector se ha he-

cho en colaboración con inspectores de los ayuntamientos de Alcobendas, Alcorcón, Algete, Arganda del Rey, Colmenar Viejo, Coslada, Getafe, Mejorada del Campo, San Lorenzo de El Escorial, San Sebastián de los Reyes, Torrejón de Ardoz y Villanueva del Pardillo. Se visitaron 169 empresas, de las que un 81% presentó algún tipo de deficiencia relacionada con la falta de información al consumidor. En los ocho primeros meses del año, Consumo ha multado a empresas del sector de la vivienda por valor de más de 1,5 millones de euros.



El consejero de Sanidad y Consumo, Manuel Lamela, presentó los datos de la campaña de inspección durante la clausura de las Jornadas Internacionales de Consumo sobre Vivienda: Construcción, Compra y Financiación, celebradas en septiembre.

PRINCIPALES IRREGULARIDADES DETECTADAS POR LA INSPECCIÓN

- Falta de información sobre la fecha de entrega o la fase en la que se encuentra la promoción.
- Ausencia de los datos sobre superficie útil de la vivienda.
- El vendedor no aporta los datos de inscripción del inmueble en el Registro Mercantil ni en el Registro de la Propiedad.
- Falta de información en la formalización del contrato de compraventa:
 - No se dispone de un modelo del contrato sobre cómo se va a documentar la contratación.
 - No se informa en los contratos sobre el derecho del consumidor a elegir el notario.
 - No se aclara que el vendedor será el encargado de pagar los gastos derivados de la titulación.
 - Poca claridad en la redacción del contrato.
- Ausencia de una nota informativa sobre los precios de las viviendas o exclusión en ella del IVA.
- No se indica el tipo de interés aplicable a los aplazamientos de pago, las cantidades a abonar por principal e intereses y cuáles son los medios de pago admisibles para cantidades aplazadas.
- Importantes carencias en los folletos publicitarios: se omite la superficie útil de la vivienda, el periodo de validez de las menciones expresadas o las garantías sobre las cantidades entregadas a cuenta.

COMPRAVENTA A TRAVÉS DE AGENCIAS INMOBILIARIAS

La Dirección General de Consumo aconseja a los compradores y vendedores que acudan a una agencia inmobiliaria exigir:

- la tarifa que le va a cobrar por el servicio al comprador, al vendedor o a ambos.
- la factura una vez realizada la operación.



* NUEVA GUÍA SOBRE VIVIENDA

La Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid ha editado una versión ampliada de su guía sobre la vivienda. En esta edición, además de consejos relativos a la compra, ha incluido un capítulo con los derechos de los consumidores relacionados con el alquiler. La guía puede encontrarse en la D. G. de Consumo y en las oficinas municipales de información al consumidor.



La directora general de Consumo de la Comunidad de Madrid, Carmen Martínez de Sola, presentó el concurso escolar sobre consumo responsable en el Colegio Público Bolivia, de Madrid, y asistió a uno de los talleres que se desarrollan dentro del plan de formación del actual curso.

Un concurso escolar fomenta el consumo responsable entre los alumnos de 10 a 16 años

La Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid ha puesto en marcha un concurso escolar sobre consumo responsable dirigido a escolares de entre 10 y 16 años, que cursan Tercer Ciclo de Educación Primaria, y Primero y Segundo de Educación Secundaria Obligatoria. El concurso se basa en un juego en internet y en el diseño de un juego de mesa.

El concurso se suma al plan de formación en consumo que se está desarrollando durante el curso 2005/2006, y su objetivo principal es "sensibilizar a los escolares madrileños de la importancia que tienen sus decisiones como consumidores en la adquisición de bienes y en la utilización de servicios", según ha explicado Carmen Martínez de Sola, directora general de Consumo. El concurso se juega en dos fases. En la primera de ellas, los participantes deben realizar una serie de pruebas de carácter pedagógico y lúdico durante el juego interactivo *Consumópolis*



polis, en Internet, y deben presentar una memoria que recoja cómo ha sido la participación del equipo en el juego, estrategia de resolución de las pruebas, documentación consultada y organización del equipo. En la segunda fase del concurso, los equipos deben confeccionar un juego de mesa, en cualquier tipo de soporte, redactar las instrucciones, las especificaciones didácticas y demás requisitos necesarios para poder jugar. El concurso se desarrolla a lo largo de todo el curso académico y el equipo ganador competirá en otro de carácter nacional que también está basado en el juego *Consumópolis*.

PLAN DE FORMACIÓN 2005/2006

Para el actual curso la Consejería de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid ha programado 3.500 talleres sobre consumo que se desarrollarán en los centros educativos madrileños, públicos, privados y concertados de educación infantil, secundaria, bachillerato y formación profesional de 75 municipios y que formarán a 110.000 alumnos, el cuádruple que el año pasado. La reutilización y el reciclaje de productos, el etiquetado, los derechos del consumidor y el análisis de la publicidad son algunos de los temas abordados en las diferentes actividades.

Objetivo, reducir la demanda de energía un diez por ciento

Reducir el consumo energético. Este es el objetivo de la campaña *Madrid Ahorra con Energía* lanzada por la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid y que incluye seis planes específicos destinados a comerciantes, ayuntamientos, estudiantes, la industria, la hostelería y a todos los ciudadanos de la región. La meta es conseguir en el año 2012 una disminución del 10% de la demanda energética en cuanto a la tendencia del consumo.

Entre las acciones previstas destaca la edición de materiales divulgativos, así como la creación de un distintivo de la Comunidad de Madrid que permitirá identificar aquellos comercios que promuevan los aparatos más eficientes.

Además, se pondrá en marcha la sustitución del alumbrado público de once municipios de la Sierra Norte; la entrega de más de 100.000 lámparas de bajo consumo a los madrileños; la sustitución de los semáforos convencionales por tecnología LED en dos municipios de Madrid; así como experiencias piloto de uso de bicicletas en los municipios a través de un servicio gratuito gestionado desde los ayuntamientos.

LA SUMA DE TODOS

Si una de cada diez familias de la Comunidad sustituyese una lámpara de 60 vatios por otra de bajo consumo, el ahorro sería equivalente al gasto energético residencial de Alcalá de Henares. Y si todos los frigoríficos se cambiasen por aparatos de eficiencia energética de clase A, se produciría una reducción similar a la energía eléctrica consumida en todos los hogares de Alcorcón y Móstoles durante un año.



El Teléfono del Consumidor cambia y amplía sus servicios

A partir del 7 de diciembre, toda la información sobre consumo que necesiten los madrileños estará disponible en el teléfono 012. Esto supone ampliar los servicios, el horario y prestaciones que hasta ahora ofrecía el Teléfono del Consumidor de la Comunidad.

Saber cuáles son los derechos que nos corresponden como consumidor cuando surge un problema, conocer cómo poner una reclamación o solicitar un arbitraje, informarse sobre si un establecimiento está adherido al arbitraje... a partir del 7 de diciembre éstas y muchas otras cuestiones podrán resolverse por vía telefónica con un horario mucho más cómodo que el actual, ya que el teléfono 012 de la Comunidad de Madrid va a asumir el servicio de atención al consumidor que viene prestando el 900 77 57 57.

El cambio va a suponer la ampliación del horario de atención al consumidor, que hasta ahora venía limitado a ciertas bandas horarias de lunes a sábado (en este caso sólo por la mañana) y que a partir del 7 de diciembre se extenderá de lunes a domingo en el siguiente horario: de lunes a viernes, de 8.00 a 22.00 horas; los sábados, de 10.00 a 22.00 horas, y los domingos y festivos, de 10.00 a 14.00 horas.

Además de estar operativo todos los días, el nuevo servicio ofrece otras pres-

taciones que no contemplaba el anterior teléfono 900. Por ejemplo el 012 enviará por correo electrónico, ordinario o mensajes sms la información que necesite el consumidor. Además, éste podrá recibir alertas telemáticas (sms y correo) con avisos en los que pueda estar interesado. Por otro lado, cuando un consumidor solicite una información no disponible en el momento de la llamada, el 012 la buscará y se volverá a poner en contacto con él para facilitársela. Todos estos servicios van a ser posibles en todas las llamadas, que tendrán una única tarifa plana de 0,34 euros.

De esta manera, la Dirección General de Consumo quiere responder a la demanda de asistencia que viene registrando el teléfono 900 77 57 57 y que en ocasiones impide que todos los consumidores consigan ser atendidos inmediatamente. Para garantizar una correcta transición entre los números, hasta finales de diciembre de 2005, el 900 77 57 57 y el 012 funcionarán simultáneamente y en enero el servicio pasará a ser prestado sólo por este último.

La buena **alimentación**, también en fin de año

Las fiestas y celebraciones de fin de año son inminentes y con ellas las tentaciones de saltarnos las habituales recomendaciones de una alimentación sana. Los expertos nos aconsejan sobre cómo afrontar el final del año... y el comienzo del siguiente.

¿Cuáles son los principales problemas de alimentación en Navidad?

Como dice el refrán, "de grandes cenas están las sepulturas llenas". Se debe tratar de evitar los excesos en cantidad y en composición nutricional (grasas, salsas, aperitivos). Es recomendable que se elabore un menú para estas celebraciones en el que no se olvide la verdura, las ensaladas y la fruta, evitando el exceso de frituras y otros alimentos con demasiadas grasas. Conviene compensar el exceso previsible con un poco más de ejercicio en los días siguientes.

¿Qué se puede hacer con personas que llevan dietas especiales?

Hay personas que por sus problemas de salud no pueden participar de un menú convencional: diabéticos, hipertensos, cardiópatas. En estos casos, se puede elaborar un menú apropiado teniendo en cuenta los requerimientos para estas situaciones, y tratando de integrarlo en la medida de lo posible en la cena o comida del resto de la familia, para que no

se viva esta situación como un factor de aislamiento. Ya sea mediante productos específicos (como los productos sin azúcar para diabéticos) o evitando ciertos condimentos como la sal, se pueden elaborar platos que puedan ser consumidos por todos, enriqueciendo la variedad del menú.

¿Hay que tomar alguna precaución extra en estas celebraciones?

Los alimentos que se preparen con antelación han de conservarse refrigerados y en recipientes cerrados o tapados para evitar la contaminación accidental. No se aconseja preparar salsas como natas, cremas o mahonesas con mucha anterioridad a su consumo, por ser especialmente sensibles a estos riesgos.

¿Hay que tener precauciones para que las reuniones familiares no afecten a los más vulnerables?

Hay que pensar en las necesidades de niños pequeños y bebés. Se debe tratar de garantizar su descanso, en lugares aleja-



dos del ruido, y procurar que no estén en ambientes cargados o poco ventilados. También será bueno que no trasnochen en exceso, para que no se alteren sus rutinas de descanso. Por otro lado, estas fiestas son delicadas para muchas personas que no tienen la suerte de poder celebrarlo alegremente con su familia o que han perdido a seres queridos recientemente. La compañía es clave.

Y pensando en después de las fiestas... ¿Cuáles son las bases para un correcto adelgazamiento?

La situación de sobrepeso u obesidad no puede corregirse a menos que el gasto energético del individuo sea mayor que la energía que aporta la dieta, que siempre debe ser equilibrada.



OJO CON EL ANISAKIS

El anisakis es un tipo de parásito casi microscópico que puede pasar al organismo humano al tomar el pescado crudo o poco cocinado, estilos de cocina que han ido ganando terreno en la oferta culinaria de España con la introducción de alimentos como son el sushi y el ceviche. Para evitar problemas, los expertos de la Dirección General de Salud Pública y Alimentación de la Comunidad de Madrid aconsejan congelar previamente el pescado que se haya previsto consumir crudo (como los boquerones en vinagre o el pescado marinado) a temperatura in-

ferior a -20°, al menos durante 24 horas (aumentando el tiempo en caso de congelación doméstica). De esta forma se destruyen las larvas de anisakis. Estos niveles de frío se alcanzan en la refrigeración industrial y en frigoríficos de tres y cuatro estrellas. Los expertos también advierten que el vinagre sólo no es suficiente para eliminar la presencia del anisakis, que al cocinar el pescado la temperatura debe ser de al menos 60° un mínimo de diez minutos y que es menos eficaz cocinar a la plancha o al microondas.

Faustino
Rodríguez San
Pedro Márquez,
viceconsejero de
Calidad
Asistencial,
Salud Pública y
Consumo de
la Comunidad
de Madrid



“El Portal del Consumidor nos va a permitir a todos conocer mejor nuestros derechos”

Unas semanas después de ser nombrado viceconsejero, Faustino Rodríguez San Pedro Márquez ha explicado a CONSUMADRID cuáles son sus prioridades inmediatas en relación con las políticas de consumo: la puesta en marcha del Portal del Consumidor en internet y el diseño de nuevos canales de información y formación teniendo en cuenta las necesidades expresadas por los propios madrileños.

Recientemente ha tomado posesión en su cargo al frente de la Viceconsejería de la que depende Consumo, ¿qué prioridades y metas se ha fijado?

La Comunidad de Madrid se ha propuesto liderar las políticas de consumo en España, para lo que se ha dotado de un Plan Integral para la Protección del Consumidor que fija unos objetivos claros hasta 2007. Ese plan marca las prioridades de esta Viceconsejería, cuyo fin último es garantizar la protección de los intereses generales de los consumidores.

¿En qué punto se encuentra el cumplimiento del Plan Integral?

Se está trabajando a buen ritmo y ya se está dando forma a las herramientas previstas en el Plan para mejorar la información y formación de los consumidores. Por ejemplo, se están ensayando programas piloto de información, como el que acaba de finalizar con gran éxito en cuatro centros comerciales de la región y que nos va a aportar valiosa información sobre qué opinan los consumidores en relación a la labor que los organismos públicos y privados estamos haciendo por proteger sus derechos. Esa información permitirá seguir mejorando nuestras políticas de consumo. Y en breve estará lista en internet la primera fase del Portal del Consumidor, con informa-

ción y servicios que nos permitirán a los ciudadanos tener permanentemente a nuestro alcance la información clave sobre nuestros derechos y darán más fluidez a nuestra relación con la Administración. En el portal estará disponible una guía del consumidor con información referida a los principales sectores de consumo (telecomunicaciones, vivienda, vehículos...).

La seguridad de los productos que consumimos también preocupa. ¿Qué se está haciendo al respecto?

La Comunidad de Madrid es la autonomía más activa en la red nacional de

alerta de productos peligrosos, ya que emite más alertas que ninguna otra. Nuestro compromiso en este campo es claro y estamos trabajando en la creación de una compleja base de datos de productos peligrosos, que podrá ser consultada por cualquier ciudadano a través del portal del consumidor, y en el diseño de una red de comunicación de accidentes en colaboración con los centros sanitarios

“La Comunidad de Madrid es la autonomía más activa de la red nacional de alerta de productos peligrosos”

¿Considera que el ciudadano madrileño está suficientemente informado de sus derechos en materia de consumo?

El consumo es un sector que genera una gran demanda informativa; consumimos durante todo el día, desde que nos levantamos hasta que nos acostamos, y, por lo tanto, las dudas sobre si este producto o aquel servicio respeta nuestros derechos surgen constantemente. Hemos realizado una encuesta para conocer hasta qué punto los ciudadanos se encuentran informados y los resultados nos servirán de gran ayuda.

En cualquier caso, ya hemos tomado la decisión de mejorar el servicio que está prestando el Teléfono del Consumidor, en el que los ciudadanos pueden consultar directamente cualquier duda que tengan ante cualquier problema de consumo. A partir de este mes de diciembre se cambia el número de teléfono, que pasa a ser el 012, el teléfono de información de la Comunidad de Madrid. Este cambio nos va a permitir que el servicio esté a disposición de los ciudadanos todos los días de la semana y con un horario mucho más amplio.

¿Cree que es necesario educar a los madrileños para que ejerzan un consumo responsable?

Es vital. Hasta hace unos años, el consumidor sólo se fijaba en la relación calidad/precio, el aspecto práctico o incluso el componente de moda del objeto o servicio que iba a adquirir. Esto era razonable, pero ahora resulta insuficiente.

La Comunidad de Madrid está comprometida con el consumo responsable y este año prevé formar a 110.000 menores para que también tengan en cuenta cómo influye aquello por lo que pagamos: si es seguro; si se ha fabricado o no en condiciones de dignidad para los trabajadores; en qué grado respeta el entorno del lugar de donde procede o donde pasará a ser un desecho...

¿Qué mensaje quiere transmitir a los consumidores desde estas páginas?

Que la Comunidad de Madrid vela por sus intereses y que no duden en contactar con la Dirección General de Consumo ante cualquier problema. También quiero transmitirles que, muy cerca de ellos, los ayuntamientos cuentan con eficientes oficinas de información al consumidor, y que las asociaciones de consumidores ofrecen servicios personalizados de gran utilidad.

¿En qué sectores de bienes o servicios se presentan más quejas por parte de los ciudadanos?

Las telecomunicaciones y la vivienda. Por eso, además de atender las reclamaciones y denuncias, hemos iniciado un foro de diálogo con cada uno de los dos sectores para intentar alcanzar medidas que mejoren sus respectivos servicios. Espero que en breve podamos anunciar avances en la creación de códigos de buenas prácticas.

“La Comunidad de Madrid está comprometida con el consumo responsable y prevé formar este año en consumo a 110.000 menores”



PERFIL

El viceconsejero de Calidad Asistencial, Salud Pública y Consumo es licenciado en Medicina y Cirugía por la Universidad Complutense de Madrid, habiendo realizado la Residencia y la Especialidad de Radiodiagnóstico en la Clínica Puerta de Hierro, de Madrid. Posteriormente, ejerció como médico adjunto en el Hospital Carlos Haya, de Málaga, durante quince años, compaginando su actividad con la de profesor en la Universidad malacitana. En los últimos diez años ha sido director médico del Centro Diagnóstico Scanner, clínica radiológica malagueña, trabajando fundamentalmente en resonancia magnética. Está casado y tiene cuatro hijos, con edades entre 28 y 17 años.

CONSUMADRID cierra con este número su primer año de vida, ¿considera que esta publicación ayuda a los ciudadanos a conocer mejor sus derechos y obligaciones en sus actos cotidianos de consumo?

Por supuesto. Es un medio que está disfrutando de una gran aceptación entre los ciudadanos, ya que ofrece información y pistas prácticas sobre problemas cotidianos. Prueba de ello es que este número prácticamente triplica su tirada habitual.



OMIC MÓSTOLES

“Muchas veces se reclama cuando no hay remedio”

La Oficina de Información al Consumidor (OMIC) de Móstoles, en funcionamiento desde 1984, ha recibido en lo que va de año 7.012 consultas y 1.650 reclamaciones, lo que la convierte en una de las dependencias municipales más frecuentadas y utilizadas por los vecinos. Mercedes César, responsable de la OMIC, confiesa que pese a ello “el ciudadano aún no ha alcanzado el grado de conocimiento y diligencia suficiente que le lleve a acudir a los organismos de consumo y asociaciones antes de contratar, especialmente cuando va a realizar contrataciones importantes, por lo que se limita a reclamar cuando en muchos casos ya no hay remedio posible”.



La responsable de la OMIC de Móstoles, Mercedes César, y la concejala de Consumo del Ayuntamiento, Vanesa Martínez.

Por lo que respecta a las materias y contenido de las consultas destacan las infracciones a la protección de datos, incumplimientos contractuales, incumplimientos de la Ley de Garantías, adquisición de vivienda mediante intermediación (inmobiliarias), defectos de construcción, acceso a la vivienda a través de cooperativas y comunidades de bienes, crédito al consumo y aprovechamiento por turno de viviendas (conocido como multipropiedad). En cuanto a las reclamaciones, las infracciones más comunes son temas relativos a telefonía e Internet, compra y reparación de automóviles y de

La oficina municipal de atención al consumidor prepara un cambio de sede para el próximo año.

electrodomésticos, vivienda, y aprovechamiento por turno.

La OMIC colabora, codo con codo, con la Comunidad de Madrid en grupos de trabajo, campañas de inspección y en las actividades de formación. Este municipio también dispone de colegio arbitral dependiente de la Junta Arbitral de la Comunidad de Madrid. “Nuestra

política de consumo se basa en el fomento de la resolución de conflictos mediante sistemas extrajudiciales: mediación y arbitraje y fomentar que nuestro trabajo vaya pasando de ser paliativo (tramitación de reclamaciones) a mas preventivo (asesoramiento previo)”, ha dicho Mercedes César a CONSUMADRID.

Campañas y acciones divulgativas

Desde el departamento de Consumo del Ayuntamiento de Móstoles se han desarrollado diversas campañas y acciones divulgativas tales como talleres de consumo y una exposición sobre consumo sostenible, la celebración de las *II Jornadas Técnicas del Ayuntamiento de Móstoles* y la colocación de un stand en la *Feria de Muestras de Móstoles Muestras*. Asimismo se han editado la *Guía del Consumidor*, un díptico sobre aprovechamiento por turno, un cartel informativo sobre la Ley de Garantías para las empresas, y se han elaborado hojas informativas y carteles sobre cómo reclamar.

“Durante el año 2006 ampliaremos y reeditaremos la *Guía del Consumidor* coincidiendo con el cambio de sede, y varios folletos informativos”, ha añadido Vanesa Martínez, concejala de Consumo del Ayuntamiento de Móstoles.

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.	916648269	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	918922442	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	916349300	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 VILLALVA	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	918419800	SAN FERNANDO DE HENARES	PZ. FERNANDO VI, 1	916737462
COLMENAR VIEJO	PZ. DEL PUEBLO, 1	918459919	SAN LORENZO DEL ESCORIAL	PZ. CONSTITUCIÓN, 3	918903644
COSLADA	AVDA. DE LA CONSTITUCIÓN, 85916278258		SAN MARTÍN DE LA VEGA	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	918946111
EL ESCORIAL	PZ. ESPAÑA, 1	918901080	SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	916537429
FUENLABRADA	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	916497023	SEVILLA LA NUEVA	PZ. DE ESPAÑA, 1	918130232
GALAPAGAR	C/ JUAN FRAILE 1, 2ª	918582298	TORREJÓN DE ARDOZ	PZ. MAYOR, 1	916566969
GATAFÉ	C/ MADRID 41, 1ªA	912027963	TORRELODONES	PZ. CONSTITUCIÓN, S/N	918562146
GRIÑÓN	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	912489732	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	916349107	VILLAVICIOSA DE ODÓN	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	916219163



OMIC GALAPAGAR

Trece años al frente de la defensa del consumidor

Desde hace trece años, la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de Galapagar trabaja para ofrecer un servicio gratuito de información y orientación a los consumidores del municipio con el único objetivo de que conozcan y ejerzan sus derechos como tales.

Según Concepción Martín, técnico en consumo de la OMIC, las consultas más habituales y las que mayor índice de reclamación presentan son las referidas a telefonía y construcción, seguidas de tintorerías y bancos, y "en época estival, crecen espectacularmente las de agencias de viajes".

Durante 2005, la OMIC de Galapagar ha realizado numerosos talleres informativos dirigidos a personas mayores, niños y jóvenes sobre "temas bancarios, la atención frente al fraude en el caso de la tercera edad, y la publicidad como herra-



Concepción Martín, responsable de la OMIC.

mienta de manipulación e impacto entre los jóvenes".

Intensa actividad

Durante este año han sido numerosas las acciones formativas orientadas al consumidor llevadas a cabo por esta OMIC:

- Talleres de consumo dirigidos a los más pequeños sobre seguridad infantil, la letra oculta de los productos y la publicidad engañosa.

- Trece charlas sobre consumo responsable, comercio justo y desarrollo sostenible dirigidas a institutos de educación secundaria.

- Once campañas de inspección sobre telefonía móvil, control de garantías, tiendas todo a cien, etc.

- Nueve adhesiones de los centros educativos a la Red de Educación del Consumidor.

- Actividades dirigidas a la tercera edad, como una exposición de consumo responsable, comercio justo y desarrollo sostenible, y charlas del ciclo *Atención frente al Fraude*.

También se han publicado diversas guías en colaboración con la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid.



OMIC HUMANES DE MADRID

Una oficina que crece gracias al boca a boca

Un equipo integrado por Isabel Martínez, concejala de Consumo; Esther Sánchez, responsable de la oficina de consumidores; Ignacio del Río, en asesoramiento legal, y Ángeles Carretero, coordinadora, trabaja en el Ayuntamiento de Humanes de Madrid apoyando una oficina de información al consumidor (OMIC) que se ha ido ganando la confianza de los ciudadanos. "En el último año, las reclamaciones tramitadas en esta OMIC han pasado de 70 a 250, lo que demuestra que la sociedad de Humanes se ha concienciado de sus derechos como consumidores", ha apuntado Esther Sánchez a CONSUMADRID, "a lo que hay que añadir el incremento del uso de las hojas de reclamaciones, así como de la inscripción de comercios en el registro unificado de reclamaciones". Durante la década que lleva en funcionamiento la

OMIC, con cobertura a alrededor de 15.000 ciudadanos, las reclamaciones más comunes se han centrado en telefonía, vivienda y fraude en las revisiones de gas".

Servicio a los vecinos

El consistorio madrileño trabaja conjuntamente con la oficina acercando los servicios al ciudadano y asesorando, informando y solventando cuestiones de consumo; también a través "de la publicación de una revista monográfica sobre consumo, que los ciudadanos reciben en sus hogares".

En los últimos meses, la actuación en materia informativa se ha centrado en la organización de charlas, exposiciones, talleres y en la distribución de numerosas publicaciones sobre temas como el uso fraudulento de las tarjetas banca-



Esther Sánchez e Isabel Martínez, técnico de la OMIC y concejala de Consumo.

rias, la contratación de enseñanza no reglada, la garantía en los bienes de consumo, etc.

Desde la oficina municipal, su equipo asegura que lo que mejor funciona entre el vecindario de Humanes es el boca a boca: "La gente se acerca a la oficina sabiendo de qué modo trabajamos y en qué le podemos ayudar porque se lo ha contado un vecino".



ORIC LOS PINARES

“Poco a poco se va perdiendo el miedo a reclamar gracias a la formación”

La Oficina Regional de Información al Consumidor (ORIC) de la Mancomunidad de Los Pinares se fundó a través del proyecto Alcance de la Comunidad de Madrid en el año 2003, con el objetivo de acercar a los habitantes de la zona los servicios de defensa del consumidor y luchar contra el tradicional miedo a reclamar. Según Rubén Garrido, responsable de esta ORIC, estos objetivos se están cumpliendo satisfactoriamente: “La gente va perdiendo el miedo a reclamar y no sólo eso, sino que una vez que la reclamación ha tenido su resolución, viene a agradecer el trabajo que has hecho”, ha señalado a CONSUMADRID.

La ORIC, gestionada por la Mancomunidad de Los Pinares y la Federación de Usuarios Consumidores Independientes de la Comunidad de Madrid (FUCI-CICM), se dedica al asesoramiento del consumidor, distribución de hojas de reclamaciones y publicaciones divulgativas, educación, tramitación de reclamaciones y sensibilización de los establecimientos.

La ORIC de Los Pinares funciona en el municipio de Cadalso de los Vidrios, así como en las localidades de los alrededores. En total, esta oficina itinerante lleva once municipios, que reciben la visita de la ORIC de forma regular: “Cada día de la semana estamos en un pueblo diferente y nos turnamos cada semana para poder



Rubén Garrido, responsable de la Oficina Regional de Información al Consumidor de la Mancomunidad de Los Pinares, en su visita a Cadalso de los Vidrios.

estar en todos los municipios”. La oficina da cobertura a los 23.000 habitantes de los municipios de Aldea del Fresno, Cadalso de los Vidrios, Cenicientos, Colmenar de Arroyo, Chapinería, Navas del Rey, Pelayos de la Presa, Rozas de Puerto Real, Villa del Prado y San Martín de Valdeiglesias.

Un servicio para todos

“No sólo informamos a los consumidores de los pasos que deben seguir para formalizar una reclamación, sino que también trabajamos en su formación. Para ello convocamos charlas con un alto carácter participativo. Estamos hablando de un servicio destinado al consumidor, pero al que también acude el resto de agentes que forman parte de la cadena de consumo”, ha asegurado Garrido. A estas char-

las cada día se suman más personas y no sólo por los carteles, trípticos, megafonía o anuncios que los ayuntamientos utilizan como reclamo, sino también por el tradicional método del boca a boca, “que es el servicio que mejor funciona en este tipo de municipios”, según Rubén Garrido.

Por su parte, Agustina Laguna, presidenta de FUCI-CICM, ha subrayado que “el consumidor-usuario es más consciente de sus derechos, pero aún ha de dar el salto definitivo de reclamar formalmente y no dejarlo en una pataleta”. Para ella, “reclamar es un acto solidario que contribuye a erradicar prácticas fraudulentas e irregulares”.

Sectores con más quejas

Telecomunicaciones 21,6%
 Telefonía 18,9%
 Vivienda 16,2%
 Seguros 10,8%
 Agencias de viajes 8,1%
 Reparaciones 5,4 %
 Servicios técnicos 2,7 %

Charlas que se han ofrecido:

- Prevención de accidentes en el hogar.
- Derechos de los consumidores.
- Reclamación y arbitraje.
- Compra de coches usados y nuevos.
- Desarrollo sostenible y consumo responsable.
- Facturación en telefonía y vivienda.

OFICINAS REGIONALES DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR (ORIC)

SUROESTE DE MADRID	MISECAM	LA MALICIOSA	LOS PINARES
☎ 913640276	☎ 917130770	☎ 915310146	☎ 915640118
ARROYOMOLINOS	BELMONTE DEL TAJO	BECERRIL DE LA SIERRA	ALDEA DEL FRESNO
BATRES	BRUE DE TAJO	CERCEDILLA	CADALSO DE LOS VIDRIOS
CASARRUBUELOS	CARABAÑA	COLLADO MEDIANO	CENICIENTOS
CUBAS DE LA SAGRA	ESTREMEÑA	GUADARRAMA	COLMENAR DE ARROYO
GRIÑÓN	FUENTIDUEÑA DE TAJO	LOS MOLINOS	CHAPINERÍA
MORALEJA DE ENMEDIO	ORUSCO DE TAJUÑA	NAVACERRADA	NAVAS DEL REY
SERRANILLOS DEL VALLE	PERALES DE TAJUÑA		PELAYOS DE LA PRESA
TORREJÓN DE LA CALZADA	TIELMES		ROZAS DE PUERTO REAL
TORREJÓN DE VELASCO	VALDARACETE		VILLA DEL PRADO
	VALDELAGUNA		SAN MARTÍN DE
	VALDILECHA		VALDEIGLESIAS
	VILLAMANRIQUE		
	VILLAREJO DE SALVANÉS		



El lenguaje de los **símbolos**

Ropa, alimentos, electrodomésticos, películas en dvd, cosméticos... todos los productos que nos rodean están llenos de símbolos que nos informan sobre aspectos diversos como su seguridad, el grado de respeto al medio ambiente, su idoneidad o no para menores, etc. Comprender el lenguaje de estos símbolos nos ayuda a elegir mejor qué compramos y a hacer un consumo más responsable. Por eso, CONSUMADRID dedicará a partir del próximo número un espacio a explicar los principales símbolos de cada sector de consumo. A continuación, reproducimos una pequeña muestra.

<p>peligrosos</p> <p>a- tóxico b- nocivo e irritante c- inflamable</p>				<p>dónde</p> <p>combustibles pinturas y aerosoles productos de limpieza</p>
<p>información ecológica</p> <p>a- producto reciclado b- madera respetuosa con los bosques c- producto reciclable d- producto respetuoso con el medio ambiente</p>				
<p>alimentación</p> <p>a- envases aptos para comida b- alimentos ecológicos controlados c- dificultad para reciclar el plástico del envase</p>			 <p>el número en el interior del triángulo indica el grado de complejidad del proceso de reciclaje del material con el que está hecho el producto: el 1 es el más fácil de reciclar</p>	
<p>en videojuegos</p> <p>a- para mayores de 18 años b- contenido de miedo c- violencia</p>				
<p>en productos textiles</p> <p>a- lavar en seco / no lavar en seco b- emplear lejía / no emplear lejía</p>				
<p>...y siempre</p> <p>a- garantía europea de seguridad</p>		<p>dónde</p> <p>electrodomésticos gafas guantes juguetes...</p>		



Cada uno a su contenedor

Se estima que cada persona genera algo más de un kilo de residuos cada día. Casi la mitad son plásticos, seguidos de latas, papel y pilas, y prácticamente el 90 por ciento de esa basura es reciclable. Para reducir el daño que estos deshechos producen en el medio ambiente, es importante separar la basura en casa y depositarla en los contenedores adecuados. La colaboración de los madrileños ha hecho que el índice de reciclaje en la Comunidad de Madrid se sitúe en la media española. El reto ahora es ser los primeros.

PLÁSTICO Y TETRA-BRIK Contenedor amarillo

- Envases tipo brik: de leche, nata, zumo, batido, vino, caldo, etc.
- Botes de productos de aseo (champú, cremas, pasta dentífrica, gel de baño, jabón líquido...).
- Botes de productos de limpieza (detergentes, suavizantes, lejía, amoníaco, esprays de limpieza...).
- Bolsas que entregan las tiendas para transportar los productos adquiridos.
- Bolsas de plástico para alimentos (de leche, congelados, frutas, verduras, pan de molde, bollería, pasta, legumbres, cereales...).
- Bolsas y recipientes de aluminio para alimentos (alimentos infantiles, sopas, purés, pastas precocinadas, café, aperitivos, frutos secos, patatas fritas, bandejas para comidas preparadas...).
- Envases de productos de charcutería (embutidos, jamón, beicon, queso...).
- Envoltorios de plástico (el film transparente que acompaña a las bandejas de carnes, frutas, verduras y pescado; el que en-



vuelve a muchas revistas, fascículos, prensa...; el que se emplea para proteger cajas de cartón y plástico, etc.).

- Film de polietileno transparente o de aluminio (se compra en bobina y se usa en casa para envolver alimentos).
- El plástico y el aluminio de los envases tipo blíster (son los envases donde vienen las pilas o los de las cajitas de cuchillas de afeitador, etc.).

Reciclando el plástico se reduce el consumo de petróleo como materia prima. En general, los envases de plástico no son biodegradables por lo que, si no se reciclan, no llegan a desaparecer, se parten en trocitos o acaban en el mar perjudicando su vida natural. Además, la tinta con la que se estampan los plásticos puede contener cadmio, metal muy tóxico que pasa a la atmósfera cuando se queman los envases.

VIDRIO Contenedor verde

- Botellas de vino, de cava, de licores, etc; frascos, tarros...



Por cada 3.000 botellas que se depositan en el iglú de reciclaje se ahorran 130 kilogramos de combustible, ya que el vidrio que se recicla funde a una temperatura más baja que el virgen. Además, 3.000 botellas recicladas equivalen a 1.000 kilos menos de basura y evitan destruir más terreno para extraer la materia prima (ayudando así a conservar los ecosistemas). Con la energía que ahorra el reciclaje de una botella sería posible mantener encendida una bombilla de 100 vatios durante cuatro horas.



PAPEL Y CARTÓN Contenedor azul

- Cajas de cartón de todo tipo: la de los cereales, de galletas, etc.
- Papel: de envolver, hojas, periódicos, revistas, cuadernos...

Hay que plegar bien las cajas para que ocupen lo menos posible en el contenedor y no tirar al contenedor de papel otros residuos como cartones de leche (porque contienen plástico y aluminio). Al reciclar evitamos que se talen árboles de más.



Bajo el lema *Recicla*, la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación Territorial de la Comunidad de Madrid ha puesto en marcha, en colaboración con Ecoembes (Ecoembalajes España), una campaña de sensibilización para concienciar a los madrileños de la importancia del reciclaje para proteger nuestro entorno. Para esta campaña, difundida en televisión, radio, prensa y vallas publicitarias, se han destinado 1,5 millones de euros. Las imágenes de este reportaje pertenecen a la mencionada campaña.

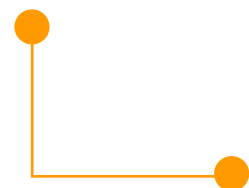


SI NO SE RECICLAN, LAS PILAS CONTAMINAN MILES DE LITROS DE AGUA

- Pilas botón, cilíndricas o prismáticas (recargables o no).
- Baterías de teléfono móvil y de cámaras de video y fotografía.

Deben depositarse en un contenedor específico ya que, por su composición (metales pesados como plomo, cadmio, mercurio, zinc...), resultan altamente tóxicas y contaminantes al terminar su vida útil.

Si las pilas no se reciclan y se tiran al cubo de la basura junto a los restos de comida, la reacción que se produce entre sus componentes contamina el suelo y el agua afectando posteriormente a toda forma de vida. Una pila común puede contaminar 3.000 litros de agua; una pila alcalina, 160.000 litros, y las de mercurio, 600.000.



METAL Contenedor amarillo

- Latas de bebida (cerveza, refrescos).
- Latas de conservas (vegetales, cárnicas, de pescado, comida para animales domésticos...).
- Aerosoles (desodorante, laca, limpiadores de cocina, abrillantadores de la madera...).
- Platos y bandejas de aluminio (por ejemplo, los de comidas preparadas).
- Chapas y latas de metal.



El reciclaje de los metales contribuye significativamente a no empeorar la situación actual de contaminación. Al reciclar la chatarra se reduce la contaminación del agua, aire y los desechos de la minería en un 70 por ciento.



Obtener aluminio reciclado reduce un 95 por ciento la contaminación y contribuye a la menor utilización de energía eléctrica, en comparación con el procesado de materiales vírgenes.

Reciclando una lata de aluminio se ahorra la energía necesaria para mantener un televisor encendido tres horas.



El aluminio se utiliza en todo tipo de instrumentos musicales, naves espaciales, motores, aviones, coches, bicicletas, latas de refresco o cerveza, etc.



Comprar en rebajas: ahorro en el precio, nunca en la calidad

Tras las Navidades, llega el periodo de rebajas de invierno que, un año más, lleva a muchos consumidores a lanzarse a buscar gangas y descuentos. No está de más repasar algunos consejos prácticos para asegurarnos de que las rebajas sólo sean sobre el precio y nunca sobre la calidad de los productos y los derechos de los consumidores, que son efectivos durante todo el año.

CONSEJOS PARA ENFRENTARSE A LAS REBAJAS



EVITAR LOS PRIMEROS DÍAS

Conviene evitar las aglomeraciones de los primeros días, ya que pasados habrá menos gente y la compra se realizará de forma mucho más relajada. El agobio y las prisas de los primeros días pueden empujar a comprar de una forma menos controlada.

COMPRAR SÓLO LO NECESARIO

Antes de adquirir un producto debemos pensar si realmente lo necesitamos. Huir del gastar por gastar es la mejor manera de afrontar la temida *cuesta de enero*. Para evitar caer en la tentación de comprar sin control, lo mejor es elaborar una lista con aquellos objetos que podríamos comprar, teniendo en cuenta las necesidades del hogar, las familiares y las personales, y ceñirnos a ella.

CONFECCIONAR UN PRESUPUESTO QUE NO PODAMOS SOBREPASAR

Para evitar irnos de presupuesto, y teniendo en cuenta que a las rebajas se llega después de los importantes gastos derivados de la Navidad, es conveniente que antes de comenzar las compras en este periodo de descuentos, hagamos un presupuesto, estableciendo así la cantidad máxima que queremos -o podemos- gastar.



LOS MISMOS DERECHOS DE SIEMPRE

Ha que recordar que durante el periodo de rebajas los consumidores tenemos los mismos derechos que durante el resto del año, así que si una persona considera que se ha vulnerado cualquiera de sus derechos en materia de consumo, debe pedir la hoja de reclamaciones. También puede reclamar en la oficina municipal de información al consumidor (OMIC) que corresponda -los teléfonos figuran en la página 12 de este número- o en la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid.

Y SIEMPRE... TIQUE O FACTURA

No hay que olvidar pedir el tique o la factura de la compra para posteriores reclamaciones. Es la única manera que tiene el consumidor de demostrar que el producto ha sido adquirido en un establecimiento determinado. Además, dicho documento es necesario a efectos de garantía.



REQUISITOS QUE DEBEN CUMPLIR LOS ESTABLECIMIENTOS EN ÉPOCA DE REBAJAS



GARANTÍA

Los establecimientos no pueden modificar las condiciones habituales de la garantía de los productos (por ejemplo, el periodo de duración de la garantía). Además, deben sellar toda la documentación.

PERIODO DE REBAJAS

Cada comercio debe colocar, en lugar bien visible, el periodo exacto de rebajas al que se acoge. Éste no puede ser menor de una semana ni superior a dos meses, siendo libre elección de cada establecimiento el acotar este tiempo de rebajas al espacio que le parezca más oportuno (siempre que respete el calendario oficial).

EL PRECIO

El precio rebajado debe aparecer siempre junto al que tenía el objeto en temporada, nunca superpuesto. Además, hay que tener en cuenta que las rebajas no pueden ser menores del 20 por ciento del precio que los artículos tenían antes de ser rebajados. Las etiquetas, además, deben ser legibles y estar escritas en castellano. De igual modo, las etiquetas que deben acompañar a los productos textiles deben incluir instrucciones precisas de lavado, planchado y conservación de la prenda, así como informar sobre los materiales de confección y aportar los datos del fabricante y el país de manufactura.

PRODUCTOS EN PERFECTAS CONDICIONES

No hay que confundir rebajas con saldos. Estos últimos afectan a artículos estropeados o rotos, cuya tara impide que se vendan al precio del resto de los productos de sus mismas características. Rebajas significa que los comercios ofertan los mismos productos, con la misma calidad, pero a precios menores. No deben ponerse a la venta como rebajados productos viejos, estropeados, ni mucho menos los que no reúnan las pertinentes normas sanitarias y de seguridad.

FORMA DE PAGO

Los comercios deben admitir el pago con tarjeta durante la época de rebajas, si así lo hacen el resto del año, sin ningún tipo de recargo. No olvide que deben darle la factura de su compra, ya que es el único modo para establecer una futura reclamación ante las posibles irregularidades que puede presentar el objeto adquirido.

ARTÍCULOS DE TEMPORADA

Los artículos objeto de venta en rebajas deberán haber sido ofertados al público con anterioridad a la fecha de inicio de rebajas, durante un plazo mínimo de un mes, dentro de la oferta habitual de ventas. Si un comercio anuncia rebajas, éstas deben afectar, al menos, a la mitad de los artículos de que dispone normalmente la tienda para la venta durante la temporada. Estos artículos rebajados, además, deben situarse en un lugar diferenciado y visible dentro del comercio.

ADMISIÓN DE DEVOLUCIONES

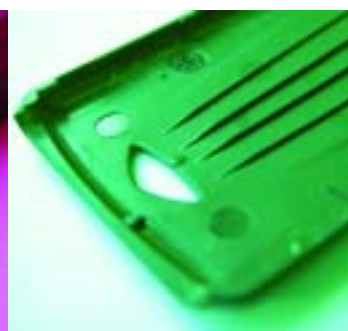
Si los comercios admiten devoluciones durante todo el año, no pueden negarse ante una devolución de un producto rebajado. Si no admiten devoluciones de productos en perfectas condiciones en ninguna temporada, no están obligados a hacerlo en rebajas, salvo en el caso de que el producto adquirido presente deficiencias o defectos.



Resguardos e información al usuario, puntos flacos del servicio de reparación de móviles

La Comunidad de Madrid y doce municipios han realizado una campaña de inspección en 192 empresas de la región que ofertaban servicios de reparación de teléfonos móviles y han comprobado que 116 (el 60,4 por ciento) presentaban algún tipo de irregularidad en relación con las normas vigentes de protección al consumidor.

Los problemas con los servicios de telefonía e Internet siguen estando detrás de la mayoría de las reclamaciones de los consumidores madrileños. Aunque entre ellas priman las referidas a problemas con la línea y la facturación, lo cierto es que también son significativas las relacionadas con los servicios de reparación de los terminales de telecomunicaciones. La generalización de este tipo de aparatos ha hecho que aumente la demanda de los servicios de reparación correspondientes y, por ello, la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid ha coordinado una campaña de inspección de empresas que ofrecían dichos servicios. En la campaña han participado los ayuntamientos de Alcobendas, Alcorcón, Arganda del Rey, Boadilla del Monte, Colmenar Viejo, Galapagar, Getafe,



Madrid, Móstoles, Parla, San Sebastián de los Reyes y Torrejón de Ardoz.

Los objetivos de esta acción han sido verificar el cumplimiento de la normativa que regula el servicio de asistencia técnica (Real Decreto 58/1.988, de 29 de enero, sobre Protección de los Derechos del Consumidor en el Servicio de Repa-

ración de Aparatos de Uso Doméstico), notificar los incumplimientos a las empresas responsables y sancionar a las que estuvieran cometiendo las infracciones más graves.

Entre los incumplimientos detectados por la inspección destacan los siguientes:

Principales incumplimientos detectados



1. Información que debe proporcionarse al usuario:

- Un 38% de los establecimientos no exhibía el precio que aplica a las reparaciones por hora de trabajo.
- Un 40% no informaba al usuario del derecho que tiene a la elaboración de un presupuesto previo a la reparación.
- Un 55% no informaba del periodo mínimo de garantía de las reparaciones efectuadas, que es de tres meses.

2. Resguardo de depósito que el establecimiento debe entregar obligatoriamente cuando el cliente le deja su teléfono:

- Un 55% de los establecimientos no incluía todos los datos preceptivos (marca, modelo, número de serie del aparato, plazo previsto para la entrega del presupuesto o del teléfono ya reparado...).

3. Presupuesto:

- Un 65% de los presupuestos carecía de algún dato obligatorio (la fecha prevista de entrega del aparato ya reparado era el dato que más frecuentemente se omitía).

✳ **Los teléfonos móviles nuevos tienen dos años de garantía, así que, en caso de que aparezcan problemas técnicos, el comercio que los haya vendido está obligado a recogerlos y, de no tener servicio de reparación propio, enviarlos al que corresponda**

Si va a utilizar estos servicios, recuerde que:

1. Tiene derecho a una factura que indique las operaciones realizadas en su teléfono y su importe, las piezas sustituidas y su precio, y el tiempo de trabajo invertido.
2. El periodo de garantía del terminal es de dos años a partir de la fecha de compra. Durante los seis primeros meses no deben cobrarle por realizar un diagnóstico del estado del aparato ni por el presupuesto de la reparación. Esta norma también rige para el supuesto de que el resultado de ese examen sea que su teléfono ha sufrido golpes o se ha mojado (ambas, causas de exclusión de garantía). Si no está conforme con el dictamen del análisis, pida una segunda opinión sobre el estado de su teléfono en otro servicio de reparación.
3. El establecimiento puede afirmar que el teléfono se ha mojado o ha sido golpeado y, por lo tanto, cobrarle por la reparación. Eso sí, si tal situación se da en los seis primeros meses de garantía, el servicio está obligado a demostrar dichos daños por escrito.
4. Existe obligación de dar al usuario un resguardo cuando entregue cualquier aparato para realizar cualquier tipo de verificación, comprobación o reparación. Este documento es esencial para probar la entrega, su fecha, motivo y la solicitud o no de presupuesto.
5. Durante los dos años de garantía, el comercio que le haya vendido el teléfono tiene la obligación de recogerlo y, de no tener servicio de reparación, enviarlo al que corresponda.

ALERTAS DE PRODUCTOS INSEGUROS EMITIDAS DESDE LA COMUNIDAD DE MADRID



**PRODUCTO. MARCA. MODELO
TIPO DE RIESGO**

VEHÍCULO. MERCEDES-BENZ. 4x4 CLASE G MODELO G55 AMG KOMPRESSOR. **Riesgo:** ACCIDENTE DE CIRCULACIÓN *

JUGUETE (AVIÓN TELEDIRIGIDO). SYMA. FLYING FOX Modelo nº 9899. **Riesgo:** QUEMADURAS

JUGUETE (AVIÓN TELEDIRIGIDO). SYMA. Modelo nº 9199. **Riesgo:** QUEMADURAS

BASE 3 ENCHUFES. YWB. Modelo nº 120031. **Riesgo:** CHOQUE ELECTRICO

BASE 4 ENCHUFES. NEOLUS. **Riesgo:** CHOQUE ELECTRICO

BASE 5 ENCHUFES. Modelo KF-02/2K. **Riesgo:** CHOQUE ELECTRICO

VEHÍCULOS. MERCEDES-BENZ. Modelos CLASE A y Vaneo (fabricados entre abril de 2002 y abril de 2003). **Riesgo:** ACCIDENTE DE CIRCULACIÓN *

VEHÍCULO. TOYOTA. PREVIA 2.4 VVT-i. **Riesgo:** ACCIDENTE DE CIRCULACIÓN *

VEHÍCULO. TOYOTA. 4 RUNNER. **Riesgo:** ACCIDENTE DE CIRCULACIÓN *

BOLSA DE CHUCHERIAS CUCURUCHO CON TROMPETA. **Riesgo:** ASFIXIA

VEHÍCULO. TOYOTA. AYGO. **Riesgo:** ACCIDENTE DE CIRCULACIÓN *

HAMACA. 5 POSICIONES, NYLON, 301/NA 100 Kg. **Riesgo:** PINZAMIENTOS Y HERIDAS

JUGUETE EN RISTRA. DINO. Producto nº 600103. **Riesgo:** AHOGAMIENTO

ALERTAS EMITIDAS ENTRE EL 15 DE AGOSTO Y EL 15 DE NOVIEMBRE DE 2005
* Medidas voluntarias comunicadas por los productores.

La red de alertas de productos peligrosos 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 y que les permite actuar para que sean retirados del mercado. La Comunidad de Madrid es la comunidad autónoma más activa en esta red, a la que notifica los productos inseguros que detecta a través de sus inspecciones, de las denuncias de los consumidores o de las comunicaciones que realizan los propios fabricantes. En este último caso, los productores ponen en conocimiento de la Administración tanto el riesgo detectado como las medidas que han adoptado para corregir el problema (son las alertas señaladas en la lista con un asterisco).



CECU. “Telecomunicaciones y vivienda son los temas que más preocupan a los consumidores”

Más de 50.000 socios forman parte, en España, de la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU), que nació en 1985 como consecuencia de la unión de las organizaciones de consumidores que ya existían en Madrid, y que se integró posteriormente en CECU estatal. Desde entonces, CECU ha recibido más de 681.000 consultas y quejas, que han ido evolucionando con el paso del tiempo.



María Rodríguez preside la Confederación de Consumidores y Usuarios.

SERVICIOS QUE OFRECE CECU

- Atención y resolución de consultas y reclamaciones de los consumidores.
- Formación e información (a través de cursos, jornadas de estudio, charlas, guías...).
- Atención a colectivos especialmente desprotegidos (tercera edad, mujer, infancia, inmigrantes...).
- Asesoramiento jurídico.

ACTIVIDADES

- Cursos formativos.
- Edición de publicaciones.
- Campañas.
- Foros y encuentros.
- Colaboración con otras entidades sociales de distintos ámbitos: medio ambiente, consumo responsable, cooperación, responsabilidad social corporativa...

usuarios se centran en la vivienda y las telecomunicaciones, “hasta el año pasado el tema que más reclamaciones copaba era la vivienda, pero desde hace dos las telecomunicaciones han ganado posiciones hasta situarse por delante”.

Desde su fundación, CECU ha recibido más de 681.000 consultas y quejas, que han ido transformándose según lo hacía la sociedad. Un periodo de tiempo y un número de reclamaciones que constatan la evolución de la sociedad: “En el año 1990 se produjeron más de 14.000 reclamaciones relacionadas con el gas, seguidas de las relacionadas con la vivienda; quince años después, cerca de 89.000 reclamaciones se centraron exclusivamente en las telecomunicaciones”, ha añadido Rodríguez.

Objetivos

Los objetivos de CECU se basan en la información y formación de los consumidores y en la defensa de sus derechos, desde que surge un problema hasta que es resuelto. Además, CECU pone a disposición de los usuarios todos los medios con los que cuenta la confederación: defensa jurídica con asesoramiento individual a través de correo electrónico o presencial, sistema arbitral y demanda judicial.

Todos los socios de CECU están informados constantemente a través de revistas, folletos, guías, cursos, seminarios, encuentros y conferencias.

Asimismo, la confederación mantiene una estrategia formativa dirigida a colegios y otros centros educativos para fomentar la formación en consumo desde la infancia.

Los orígenes de la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU) se remontan a los primeros años de la década de los ochenta, cuando tomó fuerza la necesidad de participación ciudadana a raíz de la conmoción que supuso el síndrome tóxico del aceite de colza. Según ha señalado a CONSUMADRID la

presidenta de la asociación, María Rodríguez, en la actualidad a CECU llegan reclamaciones de diversos sectores: desde las que tienen que ver con telecomunicaciones y vivienda, pasando por las relacionadas con alimentación, seguros...

Hoy las principales preocupaciones de los

Euroconsumo. “Los españoles conocemos mejor nuestros derechos y reclamamos más”

La Unión de Consumidores Europeos, Euroconsumo, es una federación de asociaciones cuya finalidad es la defensa y promoción de los derechos de los consumidores con especial atención hacia la política europea de consumo, el comercio electrónico, personas discapacitadas y personas mayores. Euroconsumo informa y educa a la sociedad para que sepa reclamar sus derechos.

Euroconsumo nació a finales de 2002, durante la celebración de un congreso en Sevilla, como una federación nacional. En la actualidad cuenta con más de 230.000 socios en la federación nacional y con 6.200 en Madrid. La federación tiene distintas delegaciones en Madrid, Andalucía, Aragón, Canarias, Valencia, Cantabria y La Rioja, y trabaja con distintas organizaciones, como Mujeres para la Democracia y la Asociación de Mujeres Rurales, con la intención de aunar esfuerzos en una misma línea.

Para la presidenta de Euroconsumo, Rosa María Romero de la Osa, “los españoles estamos aprendiendo a reclamar; hay más quejas porque conocemos mejor nuestros derechos. No obstante hay que seguir trabajando en la formación”. Además ha explicado a CONSUMADRID, los objetivos y las líneas de actuación de la federación: “Desde un principio Euroconsumo pretendía cubrir los sectores que otras organizaciones no amparaban. Con esta intención, la federación trabaja centrándose en cuatro grandes temas: Política europea de consumo, comercio electrónico (“la revolución de Internet ha dado lugar a una nueva forma de compra, que tenemos que conocer y saber utilizar”), personas discapacitadas y tercera edad.

Política europea de consumo

La política de consumo está cambiando muy rápidamente debido a la llegada

Rosa María Romero de la Osa preside Euroconsumo-Madrid.



masiva de gran cantidad de población procedente, fundamentalmente, de países del Este, centroeuropeos y países iberoamericanos. “Necesitamos conocer sus hábitos y ámbitos de consumo puesto que, hoy por hoy, la Comunidad de Madrid está integrada por una comunidad multicultural”.

Colectivos de especial protección

Las personas discapacitadas y las personas mayores son dos sectores desprotegidos y que suponen un fragmento importante de una sociedad cada vez más

envejecida. “Los mayores han de tener un peso creciente en las políticas de consumo”. Ahora, el tema que más preocupa a esta asociación es el endeudamiento familiar como consecuencia de la compra de vivienda, por lo que trabaja en un estudio sobre este fenómeno.

Asimismo, desarrolla un programa de consumo responsable enfocado a la mujer “porque consideramos que es quien lleva el motor de la economía familiar. Queremos que esté formada e informada en temas de consumo”. Para ello, está organizando conferencias en la Comunidad de Madrid y prevé la publicación de una guía sobre los temas que más pueden interesar a la mujer: “vivienda, excesivo endeudamiento familiar, rebajas o la utilización de las tarjetas de crédito, entre otros”. A Euroconsumo también le preocupan otros temas como nuevas tecnologías, compañías aéreas y tintorerías.

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

- Educación, formación y concienciación de los ciudadanos como consumidores.
- Información a través de mensajes claros y directos, para que todos los ciudadanos conozcan bien los derechos que les amparan y sepan reclamar.
- Edición de folletos, y organización de cursos y seminarios.

Campaña de Adicae contra las comisiones de los bancos y cajas

La Asociación de Usuarios de Banca, Cajas y Seguros (Adicae) desarrolla una campaña de recogida de firmas a través de su página web (www.adicae.net) en contra de las comisiones que las entidades financieras cobran a los usuarios.

Según sus cálculos, cada usuario paga 176 euros al año de comisiones en operaciones bancarias básicas, es decir, sin contar préstamos u otros productos más allá de una cuenta corriente, una de ahorro, una tarjeta de crédito y otra de débito. Entre las comisiones que critica esta organización figuran "comisiones por inactividad (por no mover los fondos de una cuenta); por solicitar extractos de movimientos de la propia cuenta en ventanilla; por realizar ingresos a terceros en ventanilla; por reclamación de posiciones deudoras existiendo comisión por mora, descubierto y similares; y un largo etcétera".



Las asociaciones de consumidores se reúnen para coordinar medidas junto a la Comunidad de Madrid

El II Foro de las Organizaciones de Consumidores de la Comunidad de Madrid, convocado por la Dirección General de Consumo, se celebró en Madrid el 21 de noviembre con la participación de AACU, Adicae, Ausbanc Consumo, CECU-Madrid, Euroconsumo, Fravm, FUCI-CICM, UCE y Uncuma. En la reunión se presentó el proyecto de ampliación del Consejo de Consumo de la Comunidad, que prevé que estas organizacio-

nes sumen seis miembros a los cuatro actuales, y tanto asociaciones como Administración se mostraron de acuerdo en seguir apoyando la formación continuada de los técnicos en consumo que trabajan en las oficinas municipales de consumo (OMIC), se plantearon crear un foro de encuentro conjunto con lasOMIC y barajaron el mantenimiento del proyecto Alcance (atención al consumidor en las zonas rurales).



XL ANIVERSARIO DE AACCU

La Asociación de Amas de Casa y Consumidores-Usuarios de Madrid (AACCU) ha celebrado su XL aniversario con unas jornadas sobre los retos de los consumidores y una recepción en la Casa de Correos, en Puerta del Sol (Madrid). El consejero de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid, Manuel Lamela, estuvo presente en ambos actos. En la foto aparece junto a la presidenta de la Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios, Isabel Avila, y con la de AACCU, Ascensión Cerezo.

ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES REGISTRADAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID

AACCU. Asociación de Amas de Casa y Consumidores-Usuarios de Madrid. Tel. 91 531 01 46

ADICAE. Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros. Tel. 91 540 05 13 - 26

AUSBANC CONSUMO. Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios. Tel. 91 541 61 61

CECU-MADRID. Confederación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Madrid. Tel. 91 364 02 76 y 91 364 05 22

EUROCONSUMO. Unión de Consumidores Europeos-Comunidad de Madrid. Tel. 91 310 23 95

FRAVM. Federación Regional de Asociaciones de Vecinos de Madrid. Tel. 91 725 29 09

FUCI-CICM*. Federación de Usuarios Consumidores Independientes de la Comunidad de Madrid. Tel. 91 564 63 03 y 91 564 01 18

OCU. Organización de Consumidores y Usuarios. Tel. 91 300 91 54

UCE. Unión de Consumidores de la Comunidad de Madrid. Tel. 91 713 07 70

UNCUMA. Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid. Tel. 91 405 36 98

(*) Las asociaciones que componen FUCI se ubican en diferentes ámbitos de la Comunidad y son: Informacu 2000, Informacu Alcalá de Henares, Informacu Móstoles, Informacu Moncloa, Informacu Norte, Informacu Chamartín, Edefa y La Defensa de Leganés.

Asemcom: “Nuestro principal logro ha sido estar representados en las juntas arbitrales de consumo”



José Sánchez Tofiño, presidente de Asemcom.

Ya son 250 empresas las que forman parte de esta asociación, cuyas expectativas de futuro se centran en la incorporación de nuevos sectores, como el de electrodomésticos, y un mayor número de asociados para lograr convenios más ventajosos.

José Sánchez Tofiño, presidente de Asemcom, considera que los principales

La Asociación de Empresarios del Comercio del Mueble de la Comunidad de Madrid, Asemcom, trabaja desde hace más de veinte años prestando a sus empresas asociadas diferentes servicios que persiguen la promoción, el desarrollo y la mejora constante de su actividad empresarial.

logros conseguidos por la asociación son la eliminación de la licencia fiscal para ejercer la actividad, de manera que la empresa pueda empezar a funcionar abonando un único impuesto, el Impuesto de Actividades Económicas (IAE): “Hasta hace unos años, un comercio de muebles que vendiera también lámparas y colchones tenía que darse de alta fiscal para cada una de las actividades, con el coste que esto supone”, ha señalado a CONSUMADRID. Tofiño ha destacado, además, lo siguiente: “Hemos conseguido la representación de los comercios de muebles en las juntas arbitrales. En este sentido, cabe reseñar que el sector del mueble es el que menos número de reclamaciones recibe y las principales se centran en los plazos de entrega”.

FERIAS PARA EL CONSUMIDOR

Además de la coordinación, representación y defensa de los intereses de las empresas asociadas ante las Administraciones, los agentes sociales y demás organismos e instituciones, Asemcom trabaja para la promoción de cuanto apoye el desarrollo de la actividad profesional de los asociados, como es la organización de ferias. Este año se ha celebrado *Habitalia*, la primera feria del mueble destinada al consumidor.

Astylcam: Más de 350 socios que trabajan para consolidar una asociación con voz

La Asociación Profesional de Tintorerías y Lavanderías de la Comunidad de Madrid, Astylcam, se creó en 1977 para aglutinar a los profesionales del ramo con el fin de defender de manera unitaria los intereses de este colectivo.

El presidente de la asociación, Juan Padilla Matarredona, ha explicado a CONSUMADRID que Astylcam está integrada por más de 350 socios “que trabajan para tener una asociación con voz”. La organización está adherida al sistema arbitral de consumo “en el Ayuntamiento y la Comunidad de Madrid y, además de asistir a las juntas arbitrales, está representada por un vocal presidencial”.

Desde que nació la asociación, se ha trabajado en líneas como la asesoría laboral, contable y financiera, y la libre colocación de publicidad con carteles en los

establecimientos adheridos a la asociación, material informativo y normativa legal para que todos los socios conozcan la situación en la que se encuentran y los apoyos legales que tienen. “Pero además elaboramos informes técnicos, negociamos el convenio colectivo de tintorerías y lavanderías de la Comunidad de Madrid, defendemos los intereses del sector ante las Administraciones locales y autonómica, potenciamos y desarrollamos cursos de formación profesional dirigidos a los jóvenes que estén interesados en las lavanderías y tintorerías, publicamos una revista, formamos parte de la Federación Española de Tintorerías y La-



Juan Padilla Matarredona, presidente de Astylcam.

vanderías, y establecemos convenios de colaboración con empresas del sector para una mejor atención a los socios”, ha añadido Juan Padilla.

El cliente **no siempre tiene la razón...**

Telefonía móvil, tintorerías, vivienda, transporte, lápidas, ordenadores... el sistema arbitral de consumo resuelve cada año miles de casos de todos los ámbitos. Los tribunales de arbitraje estudian las reclamaciones de los consumidores y las alegaciones de las empresas reclamadas dando la razón a uno, a otro o a los dos, tal y como muestran los casos reales de estas páginas. Las decisiones del tribunal (laudos) son de obligado cumplimiento.

OBRAS EN LA VIVIENDA



La reclamante acudió al sistema arbitral para protestar por diversas deficiencias que se habían ido produciendo en las obras de acondicionamiento que había contratado para su vivienda.

La empresa reclamada rechazó cualquier responsabilidad señalando que fueron los cambios de opinión de la clienta y sus modificaciones a iniciativa propia las que habían causado perjuicios a la obra. Y añadió que había efectuado múltiples retoques y cambios, inicialmente no presupuestados, debido a la actitud de la clienta.

El colegio arbitral se personó en el domicilio de la reclamante y comprobó que existían irregularidades, como armarios con un fondo menor a 55 cm (el mínimo necesario), deficiencias en el sellado de ventanas, desconchones en puertas, etc, valoradas en 8.786,93 euros. El laudo determinó que la empresa no podría cobrar esa cantidad pendiente para que la mujer pudiera contratar su subsanación con otra empresa, dado el enfrentamiento que había entre reclamante y reclamada.

TINTORERÍA



Según **el consumidor**, entregó una chaqueta en la tintorería para que limpiaran una mancha que tenía la piel. Al recogerla comprobó que la mancha permanecía y que la zona de punto se había deteriorado (habían salido bolas). El consumidor había adquirido la prenda 2 años antes y carecía de factura.

La tintorería alegó que la mancha no era tal, sino una quemadura y que las bolas de la lana salen por el uso.

El colegio arbitral desestimó las pretensiones del reclamante por estimar que la chaqueta había sido tratada adecuadamente no pudiendo imputar al establecimiento la quemadura ni el estado de la lana, teniendo en cuenta la fecha de la compra.

MENSAJERÍA



Un consumidor reclamó al sistema arbitral después de que una empresa de mensajería perdiese un paquete que debía recibir en su casa.

Según el consumidor, el envío contenía un teléfono móvil valorado en 480,81 euros, cantidad que reclamaba a la empresa.

La empresa alegó que el remitente no había declarado su valor ni contratado un servicio especial que hubiera garantizado la compensación por el valor real de la mercancía. También explicó que había ofrecido al reclamante la indemnización que correspondía a pérdida de paquete en el servicio contratado (23,44 euros) y que éste la rechazó.

El colegio arbitral estimó que, al no haberse contratado el servicio especial que incluye un seguro en función del contenido, la indemnización que correspondía era la ofrecida en el reglamento de la empresa (los 23,44 euros).



En lo que va de año, el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo ha recibido 3.966 nuevas solicitudes de arbitraje.

LÁPIDA



Tras la muerte de su padre, **la reclamante** contrató la grabación de una inscripción en la lápida ya existente y, siguiendo el consejo de la empresa reclamada, decidió grabar todas las inscripciones (las antiguas y la nueva) de la misma forma. Al no quedar las inscripciones a su gusto, contrató la adquisición de una nueva lápida, pero, según ella, la piedra no se adecuaba a lo solicitado.

La empresa alegó que los trabajos realizados siempre fueron los encargados y que la clienta no aprobó el resultado debido a sus continuos cambios de opinión. En el momento del arbitraje la reclamante adeudaba a la empresa 582,98 euros (tras haber pagado 638,02 euros). La inspección que se llevó a cabo detectó la existencia de un presunto vicio en la lápida, que se apreciaba blanquecina, y que carecía de inscripciones.

El laudo determinó la anulación de la deuda (por no haberse terminado las inscripciones contratadas) y que la empresa devolviera a la clienta la cantidad de 150,25 euros como compensación de los defectos en la cubierta de la sepultura.

ORDENADOR



El reclamante acudió a la vía arbitral para solicitar el importe que había pagado por su ordenador, que consideraba defectuoso. Según él, compró el PC advirtiendo al comercio que lo necesitaba para usar en su estudio de grabación y también como ordenador personal. Unos meses después de la compra se tuvo que reparar por un problema de magnetización debido a la cercanía de los altavoces. Posteriormente fue sometido a más reparaciones que implicaron el cambio de la placa base y la instalación de un nuevo sistema operativo. A pesar de ello, el reclamante aseguró que continuaban los problemas.

La empresa alegó que había reparado los problemas y advertido al cliente de no exponer el equipo a los altavoces para evitar su magnetización.

El colegio arbitral estimó que el ordenador no cumplía las expectativas del cliente y que la empresa debía instalar una nueva placa base y el sistema operativo, y que, una vez realizadas dichas operaciones, se debía comprobar su funcionamiento en presencia del reclamante.



EL SISTEMA DE ARBITRAJE DE CONSUMO

Más de 14.000 empresas de diversos ámbitos están adheridas al sistema arbitral de consumo en la Comunidad de Madrid: puede reconocerlas porque exhiben el logo naranja reproducido en esta página. Muchas son las ventajas del arbitraje: es gratuito, mucho más rápido que un juicio, eficaz y voluntario para ambas partes. Además, los laudos (decisiones del colegio arbitral) son de obligado cumplimiento. Las solicitudes de arbitraje se pueden obtener en el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo, en la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, en las juntas arbitrales, colegios arbitrales, oficinas municipales y regionales de información al consumidor (OMIC y ORIC) y en www.madrid.org (entrando en Ciudadanos, pinchando en Salud y Consumo y escogiendo la opción Arbitraje). Los impresos se pueden presentar en los registros de dichos organismos o cualquier otro registro de la Comunidad de Madrid. Deben ir dirigidos a la correspondiente junta arbitral.

Aprendiendo a desenmascarar los mil y un trucos de la **publicidad engañosa**

La Comunidad de Madrid lleva veinte años impartiendo una serie de charlas por toda la región con el objetivo de formar al consumidor en la elección de un producto o la contratación de un servicio, sus derechos y en cómo puede reclamar. Son conferencias que se imparten en colegios, asociaciones de amas de casa, centros culturales, centros de enseñanzas para adultos, centros para mayores, etc. CONSUMADRID ha acudido a una de estas sesiones formativas, en este caso sobre publicidad engañosa.

Las charlas comienzan aclarando cómo se debe reclamar porque “mucho gente cree que la única forma de hacerlo es mediante un abogado, y es necesario que los consumidores conozcan los mecanismos que pone a su disposición la Administración para poder resolver un conflicto relacionado con nuestros derechos”, ha explicado a CONSUMADRID Ana Vela, una de las educadoras que participa en el programa de formación de la Comunidad de Madrid. Para ilustrar la conferencia se lleva a cabo una explicación práctica y rica en ejemplos y, finalmente, se organiza una rueda de preguntas y respuestas donde los asistentes aclaran sus dudas”.

Asistimos a una de las sesiones ofrecidas en la Universidad Popular de Torrejón de Ardoz, donde el tema abordado fue la publicidad, “de especial relevancia dado que la publicidad está presente en nuestra vida diaria de forma continua”. Se considera publicidad engañosa aquella que ofrezca un servicio o un producto que no se corresponda con la realidad; así pues, debemos de tener también cuidado con las ofertas de “hasta agotar existencias” o “para las primeras X personas”. Asimismo, se debe guardar cautela con “las promociones que nos encontramos cuando ya ha pasado la fecha límite para participar en un sorteo o concurso”.

Recomendaciones

Ana Vela insiste en resaltar que, dado que somos consumidores desde que nos levantamos hasta que nos acostamos y constantemente estamos sometidos al



La experta en consumo Ana Vela explica en una conferencia, impartida en la Universidad Popular de Torrejón de Ardoz, los puntos clave de la publicidad engañosa.

bombardero incesante de publicidad, que en muchos casos, no corresponde con la realidad, “debemos decidir si realmente nos hace falta el producto que vamos a comprar, leer bien la letra pequeña y, en

el caso de que haya que rubricar un contrato, leerlo íntegramente antes de firmarlo. Una vez adquirido el producto, hay que guardar siempre el tique de compra para cualquier reclamación”.

VERDADES A MEDIAS

- **La letra pequeña de las promociones de coches:** el anuncio ofrece un coche por un precio atractivo, sin embargo la letra pequeña aclara que el precio de la oferta se corresponde con otro modelo, no con el ofertado.
- **Las ofertas de las compañías de telefonía móvil:** una empresa anuncia el precio de las llamadas de forma muy reducida; al comprobar la letra pequeña descubrimos que para acogernos a esta oferta es necesaria una serie de requisitos y que el precio que se nos ofrecía tampoco es el real, pues hay que sumarle un conjunto de elementos que encarece notablemente el precio de la llamada.
- **Los etiquetados de alimentos:** muchos productos alimenticios presentan en su etiqueta una serie de ingredientes que, en verdad, están presentes en insignificantes cantidades.



España, el puesto 29 del 'ranking' mundial sobre uso de nuevas tecnologías de la información

Según un estudio elaborado por Alcatel, España se sitúa en el puesto número 29 en lo que respecta a la tasa de penetración de la telefonía fija y móvil, el número de usuarios de Internet y el grado de desarrollo de la banda ancha, entre otros factores.

Con una nota de 6,7 puntos sobre 10, España se encuentra en un puesto idéntico al de Estonia y Malta, y algo por encima de otros países como Grecia, República Checa y Portugal. Si sólo se toman datos relativos a Europa, España ocupa la posición número 18. El informe, que se ha difundido en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, sitúa a España entre los países punteros en telefonía móvil, al disponer de una tasa de penetración superior al 75%. Sin embargo, refleja el retraso en el desarrollo de internet, con una proporción de usuarios inferior al 30% de la población. Suecia, Dinamarca e Islandia encabezan la clasificación europea, con 8,5 para el primero y 8,3 puntos para el segundo y tercero.

Europa prepara una directiva que protegerá al consumidor que contrate un crédito y se retracte

En el futuro, los ciudadanos de la Unión Europea (UE) podrán retractarse de la contratación de un préstamo en un plazo máximo de 14 días desde su firma o amortizarlo por anticipado sin verse penalizados por ello con comisiones abusivas, según consta en el proyecto de directiva que regulará los créditos al consumo. La propuesta de Bruselas, que aún está pendiente de una larga tramitación hasta que sea aplicable a las leyes nacionales, excluye a las hipotecas. Los cambios que se preparan sólo afectarán a los créditos inferiores a 50.000 euros, si bien se incluirá un régimen específico para los que no superen el montante de 300 euros. Según datos del Banco de España, el endeudamiento de las familias españolas alcanzó los 651.168 millones de euros en el segundo trimestre del año, lo que equivale al 77,4% del PIB. El endeudamiento familiar está motivado por los bajos tipos de interés y la subida del precio de la vivienda, que obliga a los hogares a solicitar préstamos hipotecarios más altos.



El Parlamento Europeo impulsa una norma para etiquetar los coches que usen gases invernadero

El Parlamento Europeo ha pedido que los vehículos que utilicen gases fluorados de efecto invernadero en su aire acondicionado lleven un etiquetado específico. El fin es fomentar la instalación de aire acondicionado que contenga un gas que sea eficaz y posea un escaso potencial de calentamiento atmosférico. Esta propuesta de directiva lleva aparejada un nuevo reglamento de carácter europeo sobre uso de gases fluorados ligados al efecto invernadero.



Según este reglamento, es necesario innovar y desarrollar alternativas que favorezcan "la transición hacia tecnologías ecológicas ya existentes". Estas medidas para frenar el cambio climático son "técnicamente viables, rentables y más ambientales", mantiene el texto.

Muchos consumidores no son conscientes de la existencia de estos gases ni de sus efectos medioambientales, según advierte la propuesta de directiva aprobada. En este sentido, anima a los fabricantes que ya utilizan agentes esponjantes alternativos, sustitutos de aerosoles o refrigerantes respetuosos con el ambiente. Asimismo, pide más esfuerzo en la investigación tecnológica en este sector. Las medidas adoptadas se inscriben en los esfuerzos de aplicación del Protocolo de Kyoto.

Asociaciones de consumidores de la UE piden el control de todos los químicos

La Oficina Europea de Asociaciones de Consumidores, que aglutina a 40 organizaciones, ha solicitado a las instituciones de la Unión Europea que en la propuesta de reglamento que están tramitando (proyecto REACH) se autorice, registre y evalúen todas las sustancias químicas presentes en el mercado para el consumidor, basándose en la peligrosidad, no en el volumen de producción, lo que equivale a controlar unas 100.000 sustancias químicas a las que los ciudadanos están expuestos.

Un concurso escolar trata de prevenir el tabaquismo

Los centros de Educación Secundaria Obligatoria de la Comunidad de Madrid participan en un concurso europeo denominado *Clase sin Humo* que estimula la prevención del tabaquismo desde la escuela. El objetivo de este certamen, que se celebra desde 1997 y está promovido por la Unión Europea, es prevenir el inicio en el consumo del tabaco en la adolescencia, potenciar la auto eficiencia y habilidades de los escolares para mantenerse como no fumadores y reforzar las acciones que, en este sentido, se realizan desde los centros docentes.

Los alumnos participantes y su tutor permanecerán sin fumar, dentro y fuera del centro escolar, durante el curso. Asimismo, se comprometen a trabajar las unidades didácticas de la Guía de Apoyo para el Profesorado y a elaborar un eslogan sobre la prevención del tabaquismo que los identifique como grupo.

NUEVA GUÍA CON MEDIDAS DE AHORRO ENERGÉTICO EN LOS HOTELES.

La Comunidad de Madrid ha lanzado la guía *Gestión Energética en Hoteles*, cuyo fin es informar a los empresarios y a otros profesionales relacionados con el sector hotelero de las ventajas de la puesta en marcha de medidas de ahorro energético. Se trata de la primera de una serie de publicaciones que va a realizar la Comunidad en el marco de la campaña *Madrid Ahorra con Energía*, que pretende reducir un 10 por ciento el consumo energético de la región de aquí al año 2012.

LA COMUNIDAD DOBLÓ LA MEDIA NACIONAL DE TURISTAS EN 2004.

Seis millones y medio de personas visitaron la región en 2004, doblando el número de visitas y generando un crecimiento del 12,5 por ciento con respecto al año anterior. La cifra de turistas españoles en Madrid creció un 17 por ciento y, en meses como septiembre, alcanzó el 35 por ciento.

MADRID.ORG ACCESIBLE. Las personas con visibilidad reducida podrán escuchar toda la información disponible en la página www.madrid.org. Esta es la primera web pública de España con estas características. Toda la documentación está disponible en formatos de audio y de texto compatible con los programas de lectura automática de la ONCE para que las personas ciegas puedan escuchar la información.

La Comunidad ha formado ya a más de 33.000 personas mayores en el uso de las nuevas tecnologías

La Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Familia y Asuntos Sociales, ha formado en las nuevas tecnologías a más de 33.000 personas mayores. Desde que el Gobierno regional, junto a la Fundación La Caixa, puso en marcha en el año 1997 el programa de aulas informáticas en los 31 centros de mayores de la región, se han impartido más de 250 cursos de iniciación digital, manejo de Internet, edición, diseño y tratamiento de imágenes digitales, durante más de 4.500 horas lectivas. La formación se desarrolla a la par que se implantan servicios como el llamado *Ventana Familiar*, por el cual los mayores pueden comunicarse con sus familias a través de Internet e intercambiar correos, mensajes y fotos e incluso mantener videoconferencias. Este servicio empezó a funcionar en la Residencia Reina Sofía de Las Rozas y se está extendiendo al resto de los centros dependientes de la Comunidad.



Más apoyo para los nuevos empresarios

La presidenta de la Comunidad de Madrid, Esperanza Aguirre, ha anunciado que el Gobierno regional destinará 160 millones de euros para el asesoramiento de 20.000 emprendedores con el fin de fomentar la aparición de nuevos empresarios.

El Plan Emprendedores 2005-2007 de la Comunidad de Madrid impulsará el espíritu de empresa mediante planes de formación y asesoramiento que permitan a los futuros empresarios conocer cómo poner en marcha su negocio y cómo gestionarlo. Esperanza Aguirre ha destacado la contribución de los empresarios madrileños a la creación de empleo y riqueza nacional y ha recordado que el pasado mes de septiembre el paro descendió en España por primera vez en un mes de septiembre debido a la reducción experimentada en la Comunidad de Madrid, donde 6.013 personas encontraron empleo. En el Plan se pone un especial énfasis en los jóvenes y las mujeres, la educación y el uso de las nuevas tecnologías. Para ello, ofrece a los ciudadanos un modelo de plan de empresa *on line*, que facilitará su elaboración, herramientas interactivas para identificar los riesgos de cada proyecto y sus necesidades tecnológicas, además de formación sobre diversas materias.

El servicio de grúa está obligado a facilitar determinada información al usuario

El Decreto 151/2001, de 13 de septiembre, elaborado por la Comunidad de Madrid regula con claridad los derechos de los usuarios de los servicios de grúa de automóviles. Conocer esos derechos nos evitará problemas, habida cuenta de los detectados en las reclamaciones que cada año registran los servicios de consumo y las peculiaridades que presenta este tipo de servicios.

Si se avería nuestro automóvil o sufrimos un accidente, en ciudad o en carretera, y nos vemos obligados a recurrir a un servicio de grúa que traslade el vehículo al taller, conviene que conozcamos nuestros derechos.

- Lo primero que debemos hacer es intentar retirar el vehículo de la calzada y proceder a su señalización. En caso de accidente grave, se procederá a la señalización y antes de mover el vehículo, se solicitará autorización a los agentes de la autoridad a los que se haya comunicado el hecho.
- Antes de llamar a la grúa, hay que comprobar si el seguro dispone o no de una cláusula de asistencia con servicio de grúa gratuito. Si existiera tal cláusula, habría que contactar con la compañía de seguros y seguir sus instrucciones.
- Si se trata de una avería y el vehículo está en garantía, conviene comprobar si la garantía cuenta o no con un servicio de asistencia gratuito por parte del garante. De haberlo, hay que ponerse en contacto con él y seguir sus instrucciones.

Hoja informativa

El Decreto 151/2001, de 13 de septiembre, dedica un especial interés a la información que debe recibir el ciudadano en el momento de contratar la grúa: el prestador del servicio deberá entregar al usuario una hoja informativa donde tienen que constar datos relativos a la identificación del titular, precios y recargos, derecho a presupuesto previo, disponibilidad de hojas de reclamaciones y medios de pago admitidos. La fecha de entrega deberá figurar en la hoja. Ambas partes firmarán la hoja informativa.



Con este documento, el consumidor dispone de una información necesaria para conocer sus obligaciones económicas y sus derechos, como son el presupuesto previo y la posibilidad de formular una reclamación.

Presupuesto previo

El presupuesto previo deberá ser entregado al consumidor, salvo renuncia expresa o en el caso de que el importe del servicio vaya a ser abonado por la aseguradora (en este último caso se entrega la orden de servicio). Ambos documentos permitirán al consumidor, además de conocer el precio del servicio y

los conceptos que se le facturan (precio por kilómetro recorrido, recargos por actuación fuera de horario habitual, etc.), disponer de un justificante de la actuación realizada con identificación de la empresa actuante, el vehículo y su estado, fecha, y hora de comienzo y finalización del servicio.

Concluido el servicio, el consumidor deberá recibir una factura, donde, además de los datos propios de este tipo de documento, deberá identificarse el vehículo objeto de la intervención y una descripción de las operaciones realizadas en el servicio prestado. En caso de conflicto, el consumidor podrá solicitar las hojas de reclamaciones para formular su reclamación (debe enviar copia a la oficina municipal de información al consumidor que corresponda o a la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid).



La Comunidad de Madrid acaba de editar una guía que recoge los derechos de los consumidores en relación con la compra, alquiler y reparación del automóvil. Puede obtenerla gratis a

través de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid o en la oficina del consumidor de su ayuntamiento.



El juego de los símbolos en consumo

Ropa, juguetes, libros, chucherías... vamos, que todo lo que te rodea está lleno de símbolos. Seguro que sabes lo que significan algunos de ellos, pero ¿los tienes en cuenta cuando te pones una camiseta, te comes un yogur o vas a echar una partida en el ordenador? Un consumidor responsable debe conocerlos. Por eso hemos preparado este juego. ¡Mira los símbolos que aparecen en la página 15 de este número, memorízalos, monta el flappy de esta página y a ver quién gana más partidas! Jugar es fácil, Konsumi te lo cuenta a continuación:

1 Recorta y dobla el flappy. Seguro que ya sabes como hacerlo. Si no, pregunta en tu casa o a tu profesor. ¡Es fácil!

2 Elige un número y haz el movimiento flappy las veces que corresponda. Si has elegido el seis, seis veces, etc.

3 Selecciona un símbolo

4 ¿Qué productos llevan ese símbolo y están escondidos? Gana quien adivine más productos



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.

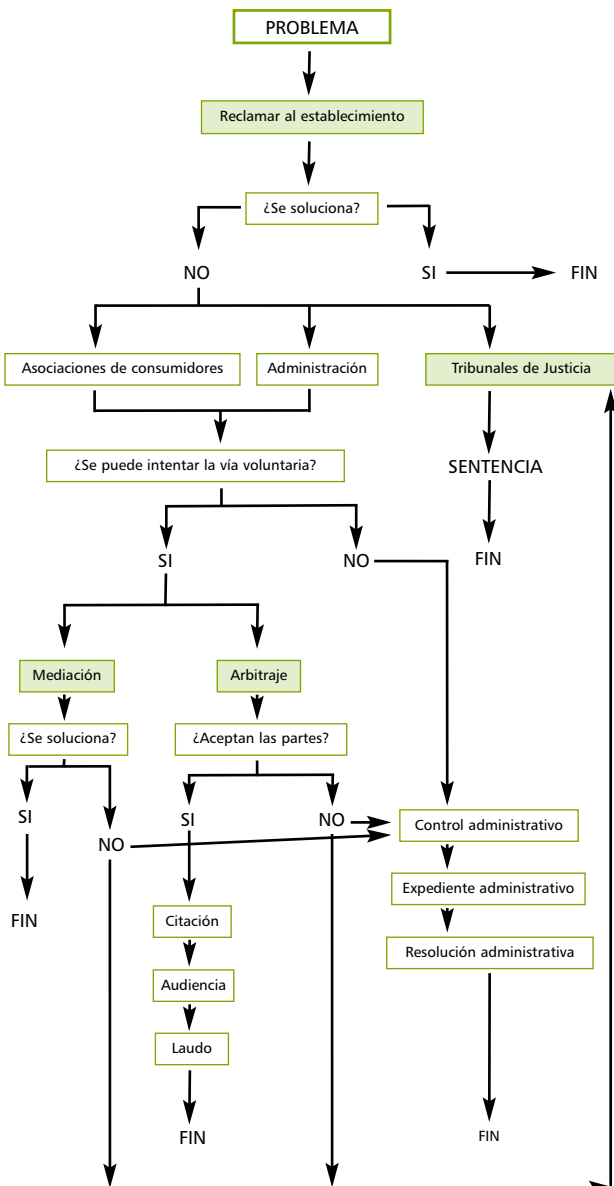
Las cartas deben dirigirse a: Club del Consumidor, Dirección General de Consumo, Ventura Rodríguez, 7 4ª planta -28013 Madrid. También a través de internet a: consumadrid@salud.madrid.org. Es imprescindible reseñar el DNI, nombre y apellidos, dirección y número de teléfono. No se hará uso de los datos,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



TELECOMUNICACIONES

Hace meses me di de baja de un contrato de telefonía móvil, pero siguen facturándome. ¿Qué puedo hacer?

Lo primero que debería hacer es ponerse en contacto con la empresa mediante burofax, correo certificado u otro medio que permita guardar una prueba de que la compañía ha recibido la queja. Si aún así siguen pasándole facturas, puede optar entre presentar una reclamación ante la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones o los organismos de defensa del consumidor, o solicitar un arbitraje ante cualquier Junta Arbitral de Consumo. En ambos casos deberá aportar fotocopia de los siguientes documentos: solicitud de baja enviada a la compañía y facturas cobradas después de la baja.

SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA

He solicitado a un servicio de asistencia técnica unas piezas de repuesto para reparar un transistor, y me dicen que tienen que pedir las. ¿Qué tiempo tienen para traerlas?

Todas las piezas de repuesto deberán servirse al cliente en un plazo no superior a un mes desde la fecha de solicitud para aparatos de importación y no superior a 15 días para piezas de aparatos nacionales.

TINTORERÍAS

Llevé una falda al tinte mucho antes de mis vacaciones; cuando regresé pasé a recogerla y me cobraron un suplemento por no haber ido antes. ¿Es legal?

Las tintorerías pueden cobrar una cantidad en concepto de guardarropas o conservación si la prenda no se recoge en tres meses, siempre y cuando se haga constar su importe en un lugar visible al público.

ARBITRAJE

Un grupo de niños de mi colegio se intoxicó con la comida que sirvió una empresa adherida al arbitraje ¿Puedo solicitar la reparación de daños y perjuicios por esa vía?

El arbitraje de consumo no admite casos en los que se hayan producido intoxicación, lesión o muerte, entre otros. Otros casos que tampoco son admitidos en esta vía son: cuando existan indicios racionales de delito, cuando exista una resolución judicial firme sobre el asunto en cuestión, cuando la discusión sea sobre materias sobre las que las partes no tengan poder de disposición, cuando las partes no tengan capacidad de obrar (por ejemplo, menores de edad, incapaces) y arbitrajes de carácter laboral.



El truco de los teléfonos 800

Las empresas que tienen contratada una línea cuyo número empieza por 800 (803, 806, 807) perciben una parte del importe que el usuario abona por cada minuto de llamada. Por eso, cuando usted marca estos teléfonos, las personas o sistemas automáticos que los atienden intentan retener el mayor tiempo posible la comunicación. Es frecuente encontrar este tipo de teléfonos en diversas

ofertas de productos y servicios, tanto de trabajo, como de regalos, concursos, consultorios, etcétera. Debe saber que mediante una llamada a su operador, usted puede dar instrucciones de que su teléfono quede inhabilitado para llamar a estos números y así evitar errores involuntarios o que terceras personas puedan emplear la línea para utilizar dichos servicios telefónicos.

Sabía que...



Cuando antiguamente se desconocían los antibióticos y enfermedades como la peste aniquilaban ciudades enteras, el ajo era utilizado como un antiséptico natural. Aún hoy lo podemos ver colgado en ristras como repelente de intrusos de muchas clases. Para los judíos, el ajo incentivaba las inclinaciones amorosas; por esa razón, los sacerdotes del antiguo Egipto se negaban a comerlo, al igual que los pitagóricos, siendo en cambio apreciado por la cultura romana como símbolo de fertilidad. Hoy, algunas corrientes científicas le atribuyen propiedades medicinales para mejorar el sistema inmunológico, la piel, la presión arterial y el colesterol. En una población cercana a San Francisco, Gilroy, se realiza la Fiesta anual del Ajo que congrega a miles de turistas y durante tres días se consumen alrededor de 672.000 toneladas de este bulbo.



El año pasado se registraron casi 7.900 perros perdidos o abandonados en los centros y albergues municipales o de protectoras ubicadas en la Comunidad de Madrid, un 27 por ciento menos que en 1999. En dicho periodo las adopciones de perros crecieron de 2.900 a casi 4.000 y la cifra de canes recuperados por sus dueños aumentó de 1.300 a 1.537. El Centro Integral de Acogida de Animales de la Comunidad de Madrid, inaugurado en octubre en Colmenar, dispone de dos vehículos para el servicio de recogida en municipios de menos de 5.000 habitantes y cuenta con una ambulancia para el servicio de urgencias.

El 62 por ciento de la energía que se consume actualmente en la Comunidad de Madrid procede de los derivados del petróleo. La electricidad aporta el 21 por ciento y el gas natural, el 12 por ciento. La mayor parte se destina al transporte, al que le siguen el uso doméstico, el industrial y la agricultura. La región cuenta con 75 instalaciones con capacidad para 18.700 metros cúbicos de almacenamiento de gasóleo, además de otros 88 distribuidores que también operan en la región, con una flota de 366 camiones cisterna para el suministro a los consumidores finales.



DOS MILLONES DE ÁRBOLES MÁS EN LA COMUNIDAD DE MADRID

Plantar dos millones de árboles en una superficie equivalente a veinte Parques del Retiro (dos mil hectáreas) es el objetivo que se ha trazado la Comunidad de Madrid para 2006. La zona Sur de la región aglutinará tres de cada diez nuevos árboles. Se trata de especies autóctonas como encinas, quejigos, fresnos, robles o chopos, principalmente. Esta iniciativa forma parte del denominado Plan Regional de Reforestación, cuyo objetivo es conseguir que una de cada cuatro hectáreas de la región sea arbolada. Madrid es una de las comunidades autónomas con más árboles ya que 190.000 de las 800.000 hectáreas que ocupa la región están arboladas.

INFORMACIÓN SOBRE CONSUMO COMUNIDAD DE MADRID



COMUNIDAD DE MADRID Servicios		Teléfono
Información sobre consumo y general (segundo 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	Dirección postal	Teléfono
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 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
Consorcio 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	Dirección postal	Teléfono
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 91 346 23 70/73
Oficina de Atención al usuario de Telecomunicaciones		901 33 66 99
Banco de España / Servicio de Reclamaciones	Alcalá, 48	91 338 50 68 / 65 30-31
Dirección General de Aviación Civil	Pº de la Castellana, 67	91 597 83 21
Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones	Pº de la Castellana, 44	91 339 70 00

www.madrid.org





Esta versión forma parte de la Biblioteca Virtual de la **Comunidad de Madrid** y las condiciones de su distribución y difusión se encuentran amparadas por el marco legal de la misma.



www.madrid.org/publicamadrid

Biblioteca virtual

ZM

La Suma de Todos



CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO

Comunidad de Madrid