

consummadrid

www.madrid.org

nº 04 / mayo 06. Ejemplar gratuito

CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO
Comunidad de Madrid

actualidad /
semana del consumidor

inspección /
garantías a medias

consumo responsable /
Madrid ahorra con energía

entrevista con Belén Prado
viceconsejera de Calidad Asistencial,
Salud Pública y Consumo



reportaje / Consumadrid salta a internet
así es el nuevo Portal del Consumidor

Editorial

Más que una revista

Consumadrid ya no es sólo una revista. La cabecera que en su día -hace un año- patentó la Comunidad de Madrid para esta publicación, ahora renueva sus votos para convertirse en la seña de identidad ante los ciudadanos cuando éstos quieran conocer sus derechos, ejercerlos o conocer las iniciativas institucionales que se impulsan en la región en materia de consumo, a través de la pantalla del ordenador.

Porque todos los medios son importantes y porque Madrid pretende, también en consumo, ser pauta y modelo a seguir en la vanguardia de las herramientas, la Comunidad ofrece a sus ciudadanos en www.madrid.org información y servicios durante las 24 horas del día; cada vez que lo necesiten y sin moverse del sillón, todos los que estén interesados pueden ya conocer con un clic de ratón cualquier aspecto relacionado con sus actos como consumidores. Y así despejar una duda, conocer si un determinado producto es seguro, qué derecho puede ejercer a la hora de contratar un servicio, informarse de las últimas iniciativas de consumo, presentar una queja, realizar un trámite, disfrutar con los divertidos juegos de Consumi o dejarse llevar navegando por sus múltiples enlaces a información útil para sus intereses.

Nueve meses de preparación han dado un resultado. Pero, al igual que las personas, el Portal del Consumidor de la Comunidad de Madrid también crecerá y de recién nacido evolucionará con la ayuda de todos los ciudadanos, con sus sugerencias y aportaciones, hacia la herramienta adulta de apoyo imprescindible para mejorar las relaciones de consumo y ayudar a que las instituciones amplíen cada vez más los servicios y trámites que pueden ofrecer, con las máximas garantías y a alta velocidad.

CONSUMADRID invita a todos sus lectores a visitar el nuevo Portal del Consumidor en la página www.madrid.org.



Consumo responsable

Madrid ahorra con energía

14/



Reportaje

El nuevo Portal del Consumidor

16/



Entrevista

Belén Prado
viceconsejera de
Calidad Asistencial,
Salud Pública y
Consumo de la
Comunidad de Madrid

08/



Inspección

Garantías a medias

20/



Arbitraje

De monederos,
hoteles, coches...
Así se desarrolla un
arbitraje

26/

04/ Actualidad · 10/ Región · 22/ Consumidores · 25/
Emprendedores · 28/ Formación · 29/ Esfera · 30/ Madrid 7
Estrellas · 31/ Publicaciones · 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^{ra} Soledad Ballesteros Plaza, Ángel Escolar-Noriega Prieto, Elena López Pleite, Africa Marín Ramírez y Rodolfo Nicolás Gómez Gómez.
Impresión y distribución: Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.



Más de 14.000 madrileños visitaron la Carpa del Consumidor

Más de 14.000 madrileños visitaron en marzo la Carpa del Consumidor que la Comunidad de Madrid instaló en la capital, en colaboración con el Ayuntamiento. El recinto albergó diversas actividades con las que la Comunidad quiso celebrar el Día Mundial del Consumidor junto con sus protagonistas: se habilitaron puntos de información, una exposición de productos peligrosos, talleres educativos... y una pantalla gigante en la que se estrenó el Portal del Consumidor.



La Carpa del Consumidor se habilitó entre los días 14 y 17 de marzo en la Plaza de Felipe II, en Madrid.

Una obra de teatro representada en la carpa sirvió para concienciar a cientos de personas mayores sobre sus derechos como consumidores.

APRENDER JUGANDO

La Carpa del Consumidor dispuso de una zona dedicada a escolares. 1.600 niños y niñas participaron en una competición basada en el consumo responsable protagonizada por el personaje Consumi, así como en un taller sobre alimentación saludable organizado por la Dirección General de Salud Pública y Alimentación. En la foto, el consejero de Sanidad y Consumo, Manuel Lamela (derecha), charla con unas participantes en la gymkhana.



La Agencia Antidroga organizó talleres sobre prevención del uso de drogas a los que asistieron adolescentes.





La viceconsejera de Economía e Innovación Tecnológica, Concha Guerra, visitó el stand que la Consejería montó en la Carpa del Consumidor. En la foto, Guerra (centro) conversa con representantes de asociaciones de consumidores.

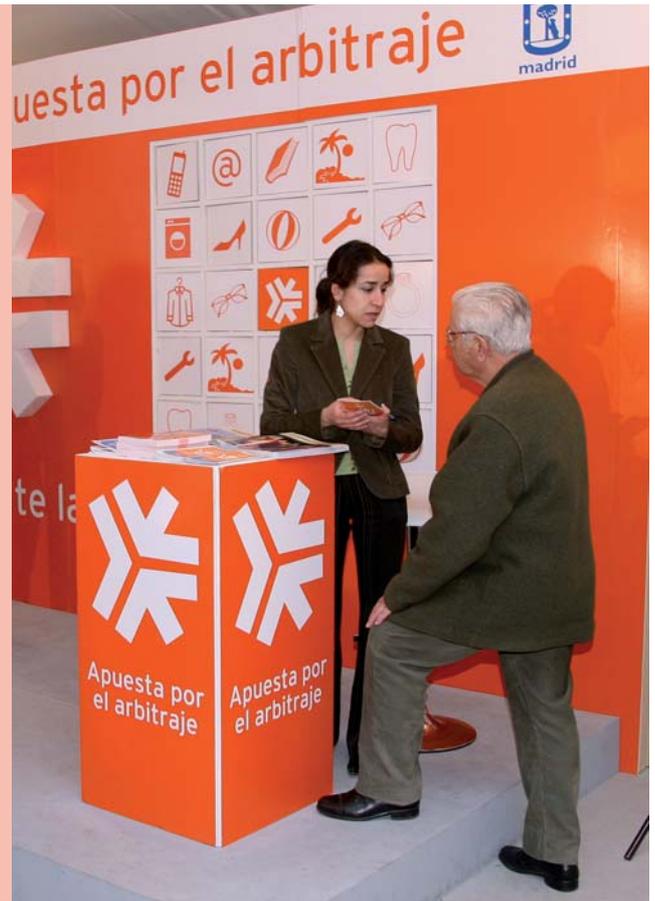
LA INFORMACIÓN, LO PRIMERO

Especialistas en consumo asesoraron a más de 900 consumidores que plantearon algún tipo de duda o de reclamación en la carpa, donde también estuvo presente nuestra revista. La mayoría se interesó por sus derechos en el terreno de las telecomunicaciones.



APOSTANDO POR EL ARBITRAJE

En la carpa, el logotipo naranja y blanco de calidad del arbitraje de consumo fue el eje de un juego cuyo objetivo era familiarizar a los madrileños con este símbolo, exhibido en los escaparates de los establecimientos adheridos a dicho sistema de resolución de conflictos entre consumidores y empresarios. Además, los visitantes pudieron participar en el escenario de la carpa en representaciones de sesiones arbitrales haciendo las funciones de presidente del colegio arbitral, vocal, reclamante o reclamado.



PRODUCTOS INSEGUROS

Cuando la Comunidad de Madrid detecta algún producto que no cumple las normas de etiquetado o su diseño lo hace inseguro, lo retira del mercado. En 2005 emitió 76 alertas. La mayoría de los productos retirados fueron: vehículos (31,6%), juguetes (15,8%), electrodomésticos (13,2%) y lámparas (11,8%). El 55,5% procedía de países asiáticos. En la foto, el consejero de Sanidad y Consumo, Manuel Lamela (derecha), observa una de las minimotos retiradas en la exposición de productos inseguros de la Carpa del Consumidor, junto con Miguel Ángel Villanueva, responsable del Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Madrid, y el gerente de la Agencia Antidroga de la Comunidad, Manuel Molina.

15.000 RECLAMACIONES EN 2005

La Consejería de Sanidad y Consumo registró en 2005 un total de 14.999 reclamaciones de consumidores que sufrían algún tipo de problema con la adquisición de bienes o la contratación de servicios, lo que supone un 32% más que el año anterior, cuando se registraron 11.322 quejas. Estos datos pertenecen a la Memoria de Consumo de la Comunidad, que fue presentada por la viceconsejera de Calidad Asistencial, Salud Pública y Consumo, Belén Prado, el 15 de marzo, Día Mundial del Consumidor. Según ella, "este aumento demuestra que el esfuerzo que está realizando la Comunidad de Madrid por sensibilizar a los consumidores sobre los derechos que les reconoce la legislación y sobre las vías que la Administración pone para que puedan ejercerlos, da resultados y redundan en un consumo más responsable".

La memoria muestra el siguiente desglose de las reclamaciones: 5.758 (38% del total) corresponden a servicios, y de ellas 1.251 fueron por problemas con talleres de reparación de vehículos; 5.578 a suministros (37,2%), de las cuales 4.964 se debieron a incidencias con telefonía e Internet; 2.456 a bienes (16,5%); 810 a vivienda (5,5%); 313 a reformas del hogar (2,1%), y 84 a otros problemas (0,7%).

A estas reclamaciones se suman 34.171 consultas telefónicas. La cifra media mensual de consultas recibidas (2.847) se disparó a 5.347 en diciembre coincidiendo con la Navidad y la asunción del servicio por el 012.

La Dirección General de Consumo puso en marcha el pasado año diversas campañas de inspección (parte de ellas fruto de denuncias de consumidores) para comprobar si los empresarios cumplen con las normas vigentes que les obligan a ofrecer cierta información sobre sus productos y servicios al consumidor, con el fin de evitar situaciones de abuso (exhibición de precios y tarifas, publicidad, obligaciones de entregar tique y resguardo, obligación de extender factura, información sobre la garantía de los productos, entre otras). Este departamento abrió en 2005 un total de 979 expedientes, con una propuesta global de sanciones de 6.066.048 euros.

Arbitraje de consumo

El Instituto Regional de Arbitraje de Consumo terminó 2005 con 11.149 empresas adheridas, 60 asociaciones empresariales y 16 de consumidores. El sistema arbitral permite que las reclamaciones realizadas contra empresas adheridas sean vistas por un colegio arbitral en el que están presentes vocales de los empresarios y los consumidores y sean resueltas mucho más rápido que si fueran a los tribunales de justicia (ver páginas 26 y 27). De las 4.444 solicitudes de arbitraje recibidas en 2005, 3.222 correspondían a telecomunicaciones. Del total de casos vistos, un 69% finalizó con laudos estimatorios (se dio la razón al consumidor), un 24% con laudos desestimatorios y un 7% con conciliatorios (las dos partes se pusieron de acuerdo).



DESAYUNO SALUDABLE

La carpa acogió un desayuno saludable con 50 escolares que degustaron productos de la dieta mediterránea (leche, fruta y pan con aceite) y participaron en una sesión formativa sobre las ventajas de una alimentación adecuada. En la foto, la viceconsejera de Calidad Asistencial, Salud Pública y Consumo, Belén Prado, conversa con los niños en presencia del director general de Agricultura, Luis Sánchez, y el director general de Salud Pública y Alimentación, Agustín Rivero.

MEMORIA ANUAL

A la izquierda, un momento de la presentación de la Memoria de Consumo a cargo de la viceconsejera de Calidad Asistencial, Salud Pública y Consumo, Belén Prado, en presencia de la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola (Izda); la secretaria del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo, Yolanda Aguilar; la subdirectora general de Orientación y Defensa del Consumidor, Paula Aragón, y el subdirector general de Coordinación, Mariano Sánchez.



“La legislación protege al consumidor; el reto es que todos conozcamos esos derechos”

Belén Prado Sanjurjo, la nueva viceconsejera de Calidad Asistencial, Salud Pública y Consumo de la Comunidad de Madrid, ha detallado a CONSUMADRID los planes que su departamento tiene previstos para los próximos meses: la consolidación del recién estrenado Portal del Consumidor, la ampliación de los puntos de atención a los consumidores y la realización de campañas de inspección en áreas prioritarias.



Usted cuenta con una amplia formación en Derecho. ¿Cree que la normativa vigente en la Comunidad de Madrid ofrece protección suficiente al consumidor?

Nuestra comunidad cuenta con normas propias que desarrollan y amplían las europeas y nacionales. Madrid ha regulado específicamente la información y protección al consumidor en campos sensibles como las grúas de automóviles, la compraventa de vehículos usados y la enseñanza no reglada, por poner unos ejemplos. Estas normas aseguran una alta protección de los derechos de los consumidores, pero la clave y el reto están en que todos los consumidores conozcamos y ejerzamos esos derechos. Desde la Administración se realizan campañas de control periódicas sobre las empresas y se sanciona a las que los vulneran, pero resulta vital que todos los consumidores seamos conscientes de nuestros derechos y exijamos su cumplimiento, directamente a la empresa o denunciándolo a la Administración para que pueda tomar medidas.

Pero, ¿tiene el consumidor a su alcance vías ágiles para acceder a la información que necesita ante problemas concretos?

La Comunidad de Madrid realiza periódicamente campañas informativas sobre los derechos del consumidor en temas concretos, como pueden ser las telecomunicaciones o la vivienda, parte de las cuales están dirigidas a colectivos específicos, como personas mayores o inmigrantes. Pero este año hemos querido dar un paso más y hacer que esa información esté plenamente accesible en cualquier momento y desde cualquier lugar, lo que nos ha llevado a lanzar el

Portal del Consumidor, llamado Consumadrid y que puede consultarse desde www.madrid.org. La página web, que se lanzó el pasado marzo y queremos consolidar durante este año para que se convierta en una referencia en el sector, complementa a otros canales interactivos de información sobre consumo con los que cuenta la Comunidad de Madrid, como es el teléfono 012.

¿Qué aporta este nuevo recurso?

Somos la primera comunidad autónoma que crea un portal diseñado específicamente para el consumidor en el que se puede consultar los derechos que tenemos en los 30 sectores principales de consumo, plantear dudas, realizar una reclamación, una solicitud de arbitraje electrónica, o consultar qué productos peligrosos se retiran del mercado.

Internet es un medio que ofrece grandes ventajas a una audiencia que no para de crecer, pero ¿cómo se puede mejorar la atención a los consumidores que no tienen acceso a este instrumento?

Tanto para quienes no están habituados a internet como para quienes buscan una atención más cercana están las oficinas de atención al consumidor. La Comunidad de Madrid está comprometida

con el fomento de estas oficinas en los municipios subvencionando su creación y mantenimiento. Hemos ayudado a ayuntamientos y mancomunidades a consolidar casi 50 oficinas y en lo que llevamos de año hemos creado nuevos puntos de información que atienden a más de 20 localidades de zonas rurales que carecían de este tipo de servicio. Por otro lado, este verano vamos a ampliar un proyecto iniciado durante el año 2005 que significará reforzar la información al consumidor en cuatro zonas recreativas.

¿Qué le parece el arbitraje como sistema de resolución de reclamaciones?

Impulsar el arbitraje es una de las prioridades de nuestro Plan Integral para la Protección al Consumidor. Creemos tanto en él que la Comunidad de Madrid ha reforzado esta vía dotándose de un colegio arbitral exclusivo para el sector de las telecomunicaciones, el que más reclamaciones genera. Y somos la única comunidad autónoma que lo ha hecho. Cerca de 4.500 consumidores acudieron en 2005 al arbitraje de consumo en busca de una solución a su problema, ya que es una vía gratuita, más rápida que la judicial, y la decisión del colegio arbitral tiene que ser cumplida por reclamante y reclamado.

¿Qué planes tiene en el terreno de la inspección?

En esta campaña nos hemos centrado en los denominados sectores prioritarios. Estamos realizando campañas específicas en sectores que preocupan especialmente a los consumidores, como las telecomunicaciones. Otro ejemplo son los aparcamientos, donde estamos luchando contra el redondeo al alza de las tarifas. No es justo que un consumidor pague por un servicio que no recibe.

¿Quiere transmitir a los consumidores algún mensaje en especial?

Todos los que formamos parte de la Consejería de Sanidad y Consumo trabajamos día a día para mejorar la calidad de vida de los madrileños a través de la defensa y promoción de sus derechos como consumidores; somos conscientes de los logros conseguidos gracias al esfuerzo de nuestros profesionales, pero también del camino que queda por recorrer. Unos retos para los que queremos seguir trabajando con las organizaciones de consumidores, los agentes sociales y los propios consumidores; sin ellos nos habría resultado imposible llegar hasta aquí. A todos ellos mi gratitud y reconocimiento.



PERFIL

Belén Prado Sanjurjo es licenciada en Derecho por la Universidad Complutense, licenciada en Jurídico Empresarial por la Universidad de San Pablo (CEU) y cuenta con un Master en Derecho Comunitario.

De septiembre de 2004 a agosto de 2005 ocupó el cargo de consejera de Asuntos Sociales, Empleo y Relaciones Laborales de la Xunta de Galicia. Su amplia experiencia en materia de gestión se completa con las labores que desempeñó de 2002 a 2004 como directora general de la Función Pública de la Xunta de Galicia y con los puestos que ocupó con anterioridad como subdirectora de la Delegación de la Xunta de Galicia en Bruselas (1997-1999) y diversos cargos de responsabilidad en empresas de consultoría. Entre 1992 y 1993 desarrolló en Bruselas las funciones de asesora jurídica de la Comisión Europea y de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales.

Nació en Orense, tiene 37 años y en su tiempo libre le gusta viajar, practicar deporte y disfrutar de la familia y de los amigos.



OMIC PINTO

Más de veinte años gestionando reclamaciones

La intoxicación que sufrieron miles de españoles por el aceite de colza desnaturalizado a principios de los años ochenta fue uno de los factores que incentivaron la inquietud de reclamar entre los ciudadanos. Pinto fue una de las localidades que más rápido tomó nota de que, ante un servicio mal ofertado, el consumidor puede quejarse y, en caso de que tenga razón, ser compensado. Así pues, la Oficina de Información al Consumidor (OMIC) de Pinto nació en 1984 y, a partir de ese momento, ha estado trabajando para atender las peticiones de información y las reclamaciones sobre consumo de todos los habitantes de este pueblo del sudeste de Madrid. Desde entonces, el número de demandas ha ido creciendo año tras año; un dato que confirma Antonio Arroyo, responsable de la OMIC, al señalar que, entre los años 2004 y 2005, la tasa aumentó aproximadamente un cincuenta por ciento.

Reclamaciones resueltas

Los números constatan esta afirmación. En 2005 hubo unas 740 reclamaciones (la cifra fue de 500 en 2004) y a ese dato hay que añadir cerca de 1.200 consultas. Esta progresión se prevé que



El responsable de la OMIC, Antonio Arroyo, atiende una duda de un consumidor, mientras que el concejal de Sanidad y Consumo, Rafael Carrasco, enseña las instalaciones a CONSUMADRID.

continúe. En cualquier caso, la eficacia a la hora de solucionar problemas no parece haber aminorado: "En 2005 resolvimos el 70 por ciento de las reclamaciones gracias al trabajo de mediación", asegura Antonio Arroyo con una sonrisa.

Los cerca de 40.000 habitantes de Pinto pueden acudir a la sede de la OMIC, ubicada en la Concejalía de Bienestar Social, Sanidad y Consumo; de lunes a viernes por la mañana y los martes y miércoles por la tarde. Esta oficina ha suscrito un acuerdo con la Confedera-

ción de Consumidores y Usuarios (CECU) mediante el cual un abogado especializado en temas de consumo acude dos veces al mes a la sede para resolver los casos más complicados.

Crecimiento urbanístico

Pinto se caracteriza por haber experimentado un importante aumento de población y una gran expansión urbanística en los últimos años que se ha ido suavizando en la actualidad. Aún así, la construcción de nuevas viviendas no ha cesado y, por el contrario, extraña que las reclamaciones sobre este sector hayan descendido. El año 2005 se ha cerrado con 40 quejas menos que el año anterior. Para esta OMIC, el tema estrella son las telecomunicaciones.

En cuanto a otras actividades, el concejal de Sanidad y Consumo, Rafael Carrasco, informa de que hacen talleres sobre aspectos concretos del mundo del consumo (viajes, juguetes, bancos, etc.), charlas informativas, inspecciones a productos puestos a disposición del ciudadano, y campañas específicas (rebajas, verano, etc.). "Nos interesa especialmente hacer hincapié en los futuros consumidores (para ir inculcándoles buenos hábitos) y en los sectores más desfavorecidos, como los mayores", concluye Carrasco.

SERVICIOS MUNICIPALES DE CONSUMO

ALAMEDA DEL VALLE	PZ. SANTA MARINA, 17	918691479	MAJADAHONDA	PZ. MAYOR, 3	916795988
AJALVIR	PZ. DE LA VILLA, 1	918843328	MEJORADA DEL CAMPO	C/ MIGUEL HERNÁNDEZ, 17	916791338
ALCALÁ DE HENARES	C/ MINIMOS, 1	918771730	MORALZARZAL	PZ. CONSTITUCIÓN, 13	918427910
ALCOBENDAS	C/ LIBERTAD 6, 3ª	916637001	MÓSTOLES	C/ AMÉRICA, 3	916647623
ALCORCÓN	C/ MAYOR 19, 1ª IZQ.	916648269	NAVALCARNERO	C/ JOSÉ MARÍA BAUSÁ, 1	918101391
ALGETE	C/ SAN JUAN DE LA CRUZ S/N	916280871	PARLA	C/ OLIVO, 17	916986711
ARANJUEZ	C/ ABASTOS, 82	918922442	PINTO	C/ FEDERICO GARCÍA LORCA, 12	912483800
ARGANDA DEL REY	C/ JUAN XXIII, 4 (Mercado)	918711344	POZUELO DE ALARCÓN	PZ. DEL PADRE VALLET, 1	914522726
BOADILLA DEL MONTE	C/ JOSÉ ANTONIO, 42	916349300	RIVAS-VACIAMADRID	PZ. CONSTITUCIÓN, S/N	916602717
BRUNETE	PZ. MAYOR, 20	918159066	SAN AGUSTÍN DE GUADALIX	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	918418002
CIEMPOZUELOS	PZ. DE LA CONSTITUCIÓN, 9	918930004	SAN FERNANDO DE HENARES	PZ. FERNANDO VI, 1	916737462
COLLADO VILLALBA	PZ. PRÍNCIPE DE ESPAÑA, S/N	918419800	SAN LORENZO DEL ESCORIAL	PZ. CONSTITUCIÓN, 3	918903644
COLMENAR VIEJO	C/ EULOGIO CARRASCO, 1	918459919	SAN MARTÍN DE LA VEGA	SAN IGNACIO DE LOYOLA, 6	918946111
COSLADA	AVDA. DE LA CONSTITUCIÓN, 85	916278258	SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	916597100
EL ESCORIAL	PZ. ESPAÑA, 1	918901080	SEVILLA LA NUEVA	PZ. DE ESPAÑA, 1	918130232
FUENLABRADA	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	916497023	TORREJÓN DE ARDOZ	PZ. MAYOR, 1	916566969
GALAPAGAR	C/ JUAN FRALILE, 1, 2ª	918582298	TORRELODONES	C/ CUDILLERO, 6	918549286
GETAFE	C/ MADRID 41, 1ªA	912027963	TORREMOCHA DEL JARAMA	PZ. TERCIA, 1	918430019
HOYO DE MANZANARES	C/ HURTADO, 43. LOCAL 8. OF. 2	918567451	TRES CANTOS	PZ. ESTACIÓN, 3	912938057
HUMANES DE MADRID	PZ. CONSTITUCIÓN, 19-A	914982049	VALDEMORO	C/ TENERÍAS, 28	918017256
LAS ROZAS	C/ JOSÉ ECHEGARAY 22, 2ª	916402900	VILLANUEVA DE LA CAÑADA	C/ ROSALES, 1	918117315
LEGANÉS	AVDA. GIBRALTAR, 2	912489732	VILLANUEVA DEL PARDILLO	AVDA. JUAN CARLOS I, 78	918100929
MADRID	GRAN VÍA 24, 3ª	010	VILLAVICIOSA DE ODÓN	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	916219163





OMIC HOYO DE MANZANARES

La oficina de atención al consumidor más joven

La Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de Hoyo de Manzanares echó a andar el pasado 15 de marzo con el deseo de ofrecer un servicio a los ciudadanos. Ahora, los aproximadamente 7.500 consumidores de esta localidad, situada dentro del Parque Regional de la Cuenca Alta de Manzanares, pueden cursar sus reclamaciones y satisfacer sus necesidades de información sobre consumo en un local especialmente dedicado a tal efecto.

Este servicio funcionaba de manera interna desde el pasado octubre dentro de la Concejalía de Medio Ambiente y Desarrollo Local, impulsora de la nueva oficina. “Ofrecíamos información y tramitábamos algunas reclama-

ciones de manera oficiosa. Cuando no se llegaba a ningún acuerdo, remitíamos la queja a la OMIC de Villalba”, manifiesta José Ramón Mendoza, concejal de este departamento. La iniciativa ha sido esencialmente política, ya que, en



José Ramón Mendoza, concejal, y Sonia López Zarzuelo, responsable de la OMIC, en la plaza del ayuntamiento.

opinión de este responsable, “la existencia del servicio es la que hace posible que se cree la demanda”.

Los valores esenciales sobre los que se asienta la OMIC de esta población son el talante negociador y la intención de ser vista como una “cara amiga” tanto para los consumidores como para los empresarios, sobre todo teniendo en cuenta que, en Hoyo de Manzanares, prácticamente todo el mundo se conoce. Así pues, se ha creado un comité conjunto con la asociación de empresarios de la localidad para resolver los problemas lo mejor posible. Para ello, además, se tiene previsto desarrollar actividades variadas: cursos de formación para determinados colectivos, campañas de información, etc.



OMIC VILLANUEVA DEL PARDILLO

“Estamos consiguiendo la conciliación con promotoras”

El tema estrella en la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de Villanueva del Pardillo es la vivienda. Esta localidad, situada en medio de la cuenca del Guadarrama, está en plena expansión urbanística y aquellos que estrenan sus casas acu-

den en ocasiones al ayuntamiento en busca de una solución, que muchas veces encuentran. “Es un campo en el que se han conseguido muchas conciliaciones, a pesar de que las empresas del sector son muy fuertes”, afirma la concejala de Desarrollo Local y Consumo, Carmen Michavila.

Desde que la OMIC echara a andar en 2002, el número de demandas de información y reclamaciones se duplica año tras año, si bien el crecimiento poblacional no es tan fuerte, sostiene Rosa Lorente, responsable de la oficina. En 2005, hubo 1.200 consultas y

126 reclamaciones, de las que la gran mayoría se resolvió por mediación.

Además de la vivienda, sobre la que se organizan foros destinados a los nuevos compradores, la OMIC gestiona la avalancha de quejas de “las ‘tres T’ típicas de una oficina de consumo: tintorerías, talleres de automóviles y telefonía”. Para paliar abusos en el ámbito empresarial, los responsables de la oficina organizan cursos de formación. La población en Villanueva del Pardillo asciende a 13.200 habitantes; muchos son jóvenes, con poco tiempo libre, lo que les impide acudir a talleres como los mencionados. Por ello, la OMIC destina gran parte de esas actividades a grupos más definidos para lograr un mayor éxito (mayores, niños, adolescentes, etc.) e intenta fomentar el asociacionismo en la localidad.



Carmen Michavila (dcha.) comenta con las responsables de la OMIC la gran expansión urbanística que experimenta la localidad.



ORIC MISECAM

El reto: llegar a todos los pueblos

La Oficina Regional de Información al Consumidor (ORIC) de la Mancomunidad Intermunicipal del Sureste de la Comunidad de Madrid (Misecam) atiende a los 21.000 consumidores de trece pueblos situados alrededor de la carretera de Valencia. Esta mancomunidad se distingue de otras por la gran cantidad de localidades que agrupa, la dispersión que éstas sufren y las divergencias entre unas y otras en cuanto a población y nivel de renta.

Así pues, el principal valor que ha aportado la ORIC Misecam desde su creación en 2001 es la aproximación del servicio de atención al consumidor a los ciudadanos de estos pueblos. Los cuatro más grandes reciben atención presencial una vez a la semana y el resto se reparte los viernes (cada viernes el técnico acude a un municipio). En cualquier caso, la vía telefónica está disponible para todos de lunes a viernes de 10 a 13 y de 17 a 20 horas.

Instalación de servicios básicos

Esta oficina está gestionada conjuntamente por la mancomunidad y por la Unión de Consumidores Españoles de la Comunidad de Madrid (UCE-CM) y cuenta con apoyo económico de la Comunidad de Madrid. Alfonso Barandalla, de dicha asociación, explica que las reclamaciones gestionadas no son muy diferentes de las de los consumidores de



Los responsables de la ORIC Misecam recibieron a CONSUMADRID en la sede central de la oficina, ubicada en Villarejo de Salvanés, el municipio más grande de la mancomunidad.

otras zonas (telecomunicaciones, vivienda, etc.). Según los responsables de la ORIC, hasta hace poco han estado luchando por la instalación de ciertos servicios básicos, como el cableado telefónico, ya que las compañías no lo consideraban rentable debido a la escasa población de algunos municipios y al grado de dispersión. "Hemos logrado que nuestros problemas de con-

La actividad de la oficina se refleja en que cada año las reclamaciones de los vecinos crecen en mayor proporción

sumo sean los estándar", indica Barandalla.

El número de reclamaciones en la Mancomunidad Misecam ha ido aumentando año tras año. El crecimiento se cifra en un 15 por ciento en 2003, un 38 por ciento en 2004 y un 42,5 por ciento en 2005. Para José Carlos Villarvilla, presidente de la mancomunidad, es el resultado del esfuerzo realizado para que los consumidores conozcan y usen el servicio, ya que el número de habitantes de las localidades ha estado estancado hasta hace un par de años.

Otras actividades

Aparte de la atención a los consumidores, la ORIC Misecam realiza otro tipo de actividades que se agrupan en dos bloques: formación y difusión de los contenidos de consumo. Así pues, en 2005 se impartieron una serie de charlas dirigidas a colectivos concretos (por ejemplo, sobre viajes a los mayores) y se hizo posible que llegara a cada una de las localidades toda la información emitida por la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid (guías, folletos...).

SERVICIOS MANCOMUNADOS DE CONSUMO

SUROESTE DE MADRID	MISECAM	LA MALICIOSA	LOS PINARES	HENARES JARAMA
TÍF. 91 8141621	TÍF. 91 7130770	TÍF. 91 5310146	TÍF. 91 5640118	TÍF. 91 6278362
ARROYOMOLINOS	BELMONTE DEL TAJO	606 366759	ALDEA DEL FRESNO	CAMARMA DE ESTERUELAS
BATRES	BREA DE TAJO	BECERRIL DE LA SIERRA	CADALSO DE LOS VIDRIOS	COBEÑA
CASARRUBUELOS	CARABAÑA	CERCEDILLA	CENICIENTOS	LOECHES
CUBAS DE LA SAGRA	ESTREMEIRA	COLLADO MEDIANO	COLMENAR DE ARROYO	VELILLA DE SAN ANTONIO
GRÍÑÓN	FUENTIDUEÑA DE TAJO	GUADARRAMA	CHAPINERÍA	VILLALBILLA
MORALEJA DE ENMEDIO	ORUSCO DE TAJUÑA	LOS MOLINOS	NAVAS DEL REY	
SERRANILLOS DEL VALLE	PERALES DE TAJUÑA	NAVACERRADA	PELAYOS DE LA PRESA	
TORREJÓN DE LA CALZADA	TIELMES		ROZAS DE PUERTO REAL	
TORREJÓN DE VELASCO	VALDARACETE		VILLA DEL PRADO	
	VALDELAGUNA		SAN MARTÍN DE VALDEIGLESIAS	
	VALDILECHA			
	VILLAMANRIQUE			
	VILLAREJO DE SALVANÉS			



El lenguaje de los **símbolos**, mucho más que un juego

Aunque la percepción de buena parte de los consumidores es que los videojuegos son apropiados para todos los públicos, esto no es así. La mayoría de los videojuegos incorpora en su etiquetado una serie de signos que advierten de sus contenidos, pero organizaciones como Amnistía Internacional reclaman que esa información sea obligatoria para todos.

Con la idea de que el consumidor dispusiera de una información completa sobre cada videojuego y se evitara el acceso de los menores a contenidos inapropiados, en 2002 el Consejo de la Unión Europea adoptó una resolución en la que se proponía la autorregulación del sector. Un año después, la ISFE, asociación que agrupa a las principales compañías de esta industria, estableció el Código de Conducta de la Industria de *Software* Interactivo de Europa sobre la clasificación y etiquetado por edad, promoción y publicidad de los productos de *software* interactivo.

Sobre esta base, la industria ha desarrollado el sistema PEGI (Pan European Game Information), que está vigente en la actualidad. Se trata de un sistema informativo de clasificación por edades basado en la autoevaluación de los juegos por parte de los fabricantes y en la revisión de esta catalogación a cargo de una entidad independiente.

Este código de conducta se aplica a aquellos miembros de la asociación que han decidido sumarse a la iniciativa. En la práctica, la mayoría del mercado de juegos interactivos se encuentra acogido al sistema, ya que los editores de juegos que no se hallan integrados en la asociación también han sido invitados a respaldarlo.

A través de la página web www.pegi.info, los adultos consumidores de *software* interactivo y los padres pueden consultar información sobre un videojuego o un juego de ordenador. Los símbolos recogidos en esta página pertenecen al sistema PEGI.

Petición para que España apruebe un etiquetado obligatorio

Pero este sistema de autorregulación no convence a todos. Amnistía Internacional ha denunciado el incumplimiento del código por parte de un sector de la industria, que sólo refleja en el título la edad mínima recomendada para usarlo (que no siempre se ajusta a la realidad) y elude comentarios a los contenidos violentos, alusiones a drogas, sexo, etc. Respaldada por otras organizaciones, esta asociación ha solicitado recientemente al Gobierno español que tome cartas en el asunto e impulse la regulación de advertencias obligatorias en los videojuegos.



Contiene representaciones de **violencia**.



Hace referencia o muestra el uso de **drogas**.



Establece la categoría de **edad** para mayores de 3, 7, 12, 16 y 18 años.



Contiene representaciones o material que puede favorecer la **discriminación**.



Contiene representaciones de desnudez o comportamientos o **referencias sexuales**.



Puede asustar o dar **miedo** a los niños.



Contiene **lenguaje soez**.



Madrid ahorra con energía

¿Sabía que si una de cada diez familias de la Comunidad de Madrid sustituyese una bombilla de 60 vatios por otra de bajo consumo se ahorraría energía para costear el gasto energético residencial de Alcalá de Henares?

Con datos como éste sobre la mesa, la Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, ha puesto en marcha la campaña *Madrid ahorra con energía*, una iniciativa dirigida a promover el ahorro energético a todos los niveles. Esta actuación, que se enmarca dentro del Plan Energético de la Comunidad de Madrid 2004-2012, persigue como objetivo reducir en un 10 por ciento la demanda energética en relación a la tendencia de consumo. Dentro de este programa, se han ideado seis planes específicos dirigidos a comerciantes, ayuntamientos, estudiantes, industria, hostelería y a todos los ciudadanos de la región.

Para acercar a los ciudadanos la importancia de reducir el consumo de energía se han editado folletos informativos. Entre otras muchas actividades, se regalarán a los madrileños más de 100.000 lámparas de bajo consumo y se ha previsto la puesta en marcha de servicios gratuitos de alquiler de bicicletas en diferentes localidades.

¿POR QUÉ HAY QUE AHORRAR ENERGÍA?



En los últimos años se habla más que nunca del cambio climático, un fenómeno derivado del aumento de la temperatura de la superficie y atmósfera del planeta Tierra que puede alterar todos los ecosistemas. De hecho, buena parte de la comunidad científica cree que dicho cambio ha comenzado ya a producirse.

Uno de los factores relacionados con ese fenómeno es el efecto invernadero, que se produce como consecuencia de la concentración en la atmósfera de una serie de gases como el CO₂. Cuando producimos energía eléctrica o cuando encendemos el motor de un coche, estamos emitiendo estas sustancias nocivas para el equilibrio del medio ambiente, de ahí que optimizar al máximo el consumo de energía se haya convertido en una auténtica prioridad.

CONSEJOS PARA EL HOGAR

NI FRÍO, FRÍO... NI CALIENTE, CALIENTE

- El doble acristalamiento, los burletes en puertas y ventanas y el aislamiento de las cajas en las que se enrollan las persianas resultan de gran utilidad. Un buen aislamiento permite ahorrar hasta un 40 por ciento en el consumo de calefacción.
- Cierre los radiadores que no use.
- Evite abrir las ventanas con la calefacción encendida.
- En invierno, deje pasar el sol; en verano, proteja las ventanas con persianas, cortinas y toldos.
- Regule el calentador de agua a una temperatura de entre 55 y 60 grados. Si está por encima, al final tendrá que volver a enfriarla mezclándola con agua fría.



- En verano hay que revisar y mantener limpios los filtros de los aparatos de aire acondicionado. Cuando no se esté en casa no se deben dejar encendidos estos electrodomésticos, ya que es más rentable conectarlos a la vuelta. Además, se deben bajar las persianas los días de mucho sol.

De la A a la G

A la hora de adquirir un nuevo electrodoméstico es fundamental reparar en la información que proporciona su etiqueta energética, que ofrece los datos sobre el consumo de energía y agua del aparato, además de las prestaciones. Esta etiqueta es obligatoria en frigoríficos, congeladores, lavadoras, lavavajillas, hornos, aparatos de aire acondicionado y secadoras. Existen siete niveles de eficiencia que van desde la A (máxima eficiencia) a la G. En frigoríficos, se han creado dos niveles por encima de la A, A+ y A++.

La Comunidad de Madrid prevé conceder ayudas para la sustitución de electrodomésticos de gran consumo por aparatos eficientes.



Además de velar por la eficiencia energética, no debe descuidar la seguridad de las instalaciones eléctricas de su hogar. La Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid ha editado un tríptico con recomendaciones para todos los madrileños. Se puede encontrar más información en la sede de la Consejería, en la calle Príncipe de Vergara, 132.

ELECTRODOMÉSTICOS: APUESTA POR LA EFICIENCIA

- Los electrodomésticos consumen la mitad de la energía eléctrica del hogar y un 16 por ciento del total de energía.
- Subir un grado la temperatura del termostato de la nevera permite ahorrar hasta un 5 por ciento de energía.
- Use la menor cantidad de agua posible a la hora de cocer y utilice, siempre que pueda, tapaderas en cacerolas y sartenes.
- No abra la puerta del horno mientras funciona, y use platos de vidrio para hornear, que retienen mejor el calor.
- Descongele regularmente el frigorífico y no introduzca alimentos calientes ni en el frigorífico ni en el congelador.
- Utilice la lavadora a plena carga y con programas económicos.
- A la hora de deshacerse de un antiguo electrodoméstico, recuerde que puede llevarlo al punto limpio más próximo a su domicilio.

ILUMINE CON BUENAS IDEAS

- La iluminación supone el 15 por ciento de la factura eléctrica mensual.
- La luz natural es un tesoro. Aproveche al máximo el sol.
- Apague la luz al salir de las habitaciones.
- Una lámpara electrónica de bajo consumo permite ahorrar hasta un 80 por ciento de energía y dura diez veces más. A lo largo de su vida útil, economiza el equivalente a 137 litros de petróleo o 156 kilos de carbón.
- Adapte el tipo de iluminación a las necesidades de cada habitación: instale fluorescentes en espacios que necesiten cantidad de luz durante más tiempo, pero no en habitaciones en las que se encienda y apague la luz con frecuencia.
- Para trabajar, lo ideal es utilizar iluminación de sobremesa.



Consumadrid, el Portal del Consumidor de www.madrid.org

La Comunidad de Madrid ha incorporado a su web www.madrid.org el Portal del Consumidor Consumadrid. Este nuevo canal de comunicación, que se suma a la revista que tiene en sus manos, facilita el acceso a diversos servicios que la Administración ofrece al ciudadano, como la tramitación telemática de reclamaciones o el acceso a las listas de productos peligrosos que se retiran del mercado. En estas páginas se explica, paso a paso, todo lo que ofrece el Portal del Consumidor.

¿CÓMO SE ACCEDE AL PORTAL DEL CONSUMIDOR?

Para entrar en Consumadrid hay que teclear www.madrid.org en la barra de direcciones del navegador de Internet. Así se accede a la página principal de la Comunidad de Madrid. En la parte superior de la página se encuentra una ventana de 'Accesos Directos'. Al pinchar sobre ella, se despliega un menú, en el que figura la palabra 'Consumo'. Seleccionando esa palabra y pinchando en el botón rojo de la ventana aparece el Portal del Consumidor.

¿QUIÉN HA ELABORADO EL PORTAL?

El nuevo Portal del Consumidor Consumadrid ha sido desarrollado por la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, en colaboración con Informática y Comunicaciones de la Comunidad de Madrid (ICM), y cuenta con aportaciones de otras direcciones generales y consejerías, dado el carácter multidisciplinar del consumo.

LA CAMPAÑA

Un gran *banner* destaca en la página de inicio la campaña o evento principal que esté desarrollando la Comunidad en relación con el consumo.

QUÉ HACER

Realizar una consulta, una reclamación, presentar una denuncia o una solicitud de arbitraje... la web explica en qué consiste cada trámite y facilita su gestión telemática.

LOS PRINCIPALES

Los 30 sectores de consumo en los que más reclamaciones se registran disponen de sus propios apartados, en los que se informa de los derechos que asisten al consumidor.

PRODUCTOS INSEGUROS

El portal informa detalladamente y de manera periódica de los productos que se retiran cuando se constata que son peligrosos para los consumidores.

LO ÚLTIMO

Informa de las noticias relacionadas con el consumo que genera la Comunidad de Madrid.

The screenshot shows the Consumadrid website interface. At the top, the logo 'consumadrid' is displayed in blue and red. Below the logo is a navigation bar with four main sections: 'INFORMACION AL CONSUMIDOR', 'SERVICIOS Y TRAMITES', 'CENTRO DE DOCUMENTACION', and 'ARBITRAJE DE CONSUMIDORES'. A large banner image shows a hand holding a pen over a document, with a blue overlay containing icons for a shopping cart, a house, and a recycling symbol, and the text 'Guía básica del consumidor'. Below the banner, there are several content blocks: '¿Qué debo hacer para ...?' with a list of options (Consultas, Reclamaciones, Denuncias, Solicitud de Arbitraje); 'Información por sectores' with a list of sectors (Vivienda, Telecomunicaciones, Automóviles, Servicios de asistencia técnica); and 'Actualidad' with a list of news items. At the bottom, there are logos for 'WAI-A WCAAS' and 'MADRID COMUNIDAD DIGITAL', along with a copyright notice for the Comunidad de Madrid.

LAS 6 ÁREAS

El menú superior conduce a seis grandes áreas temáticas, que son los ejes en los que están distribuidos todos los contenidos del portal: información al consumidor, servicios y trámites, centro de documentación, arbitraje de consumo, seguridad e inspección, y formación y educación. En las siguientes páginas de este número se desgranar las informaciones y servicios contenidos en ellas.

MADRID.ORG

Pinchando aquí se vuelve a la página principal de la Comunidad de Madrid: www.madrid.org

LA OPINIÓN DEL INTERNAUTA

Un segundo *banner* destaca otra campaña o evento que esté desarrollando la Comunidad de Madrid en relación con el consumo. En este caso, con el lanzamiento del portal se ha creado un buzón de sugerencias para que todos los visitantes puedan aportar sus opiniones o incluso propuestas que quieran hacer llegar a los responsables de Consumadrid.

ACCESOS PARA COLECTIVOS

Asociaciones de consumidores, servicios municipales de consumo y empresas cuentan con unos botones específicos que permiten acceder a contenidos especialmente elaborados para estos colectivos. Por ejemplo, las asociaciones de consumidores y los ayuntamientos disponen de información sobre sus respectivos registros, líneas de subvención, convenios... En el caso de las empresas, a través del portal pueden adherirse al arbitraje de consumo, realizar trámites como la solicitud de hojas de reclamaciones, y disponen de información útil que les ayudará a evitar la comercialización de productos inseguros.

012

Acceso a la página del teléfono de información al ciudadano de la Comunidad, que también resuelve dudas sobre consumo.

DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO

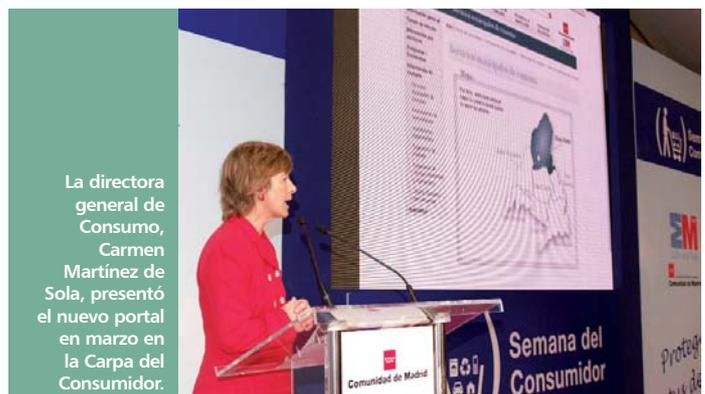
Acceso a la página institucional de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid

INSTITUTO REGIONAL DE ARBITRAJE

Acceso a la página institucional del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo

CAMPAÑAS Y PUBLICACIONES

La *home* destaca las últimas campañas y publicaciones lanzadas por la Comunidad y dirigidas al consumidor.



La directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, presentó el nuevo portal en marzo en la Carpa del Consumidor.



Información al Consumidor



El Portal del Consumidor incluye amplia información sobre los **derechos generales del consumidor** (garantías, publicidad, rebajas y promociones, comercio electrónico, entre otros) y sobre sus derechos relacionados con los **30 principales sectores de consumo** (desde los servicios de Internet y telefonía móvil hasta los talleres de reparación de coches, pasando por la vivienda, los servicios de asistencia técnica, las agencias de viajes, etc).



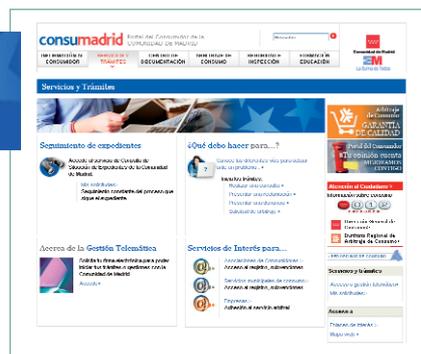
La web facilita al consumidor la información necesaria para que canalice su queja al organismo que corresponda: ninguna Administración tiene competencias plenas sobre todos los sectores del consumo, así que el portal aporta información y enlaces precisos para orientar al ciudadano en la resolución de su problema.

Además, el portal resuelve las **preguntas más frecuentes** de cada sector y tema.

Servicios y Trámites



El consumidor tiene la posibilidad de realizar **desde su propio ordenador** los principales trámites ante la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, como presentar una reclamación, realizar una denuncia o solicitar un arbitraje. La gestión telemática hace que la solicitud quede registrada **igual que si el ciudadano acudiera a una oficina física**, ya que la herramienta permite adjuntar cualquier documento (facturas, anuncios o tiques) que pueda apoyar la reclamación. Para acceder a estos servicios, el interesado tiene que contar con **firma electrónica**, que también se puede pedir a través del portal.



Por otro lado, el consumidor puede consultar en todo momento en qué punto de la tramitación se encuentra su propia solicitud.

Aunque la web se orienta, principalmente, a los consumidores, en ella también pueden realizar trámites las **empresas**, las **asociaciones de consumidores** y los **servicios municipales de consumo**. Por ejemplo, las empresas pueden pedir hojas de reclamaciones, las asociaciones solicitar una subvención y los servicios darse de alta en el registro correspondiente.

Centro de Documentación



Todas las publicaciones (folletos, guías, revistas...) y **campañas divulgativas dirigidas al consumidor** que promueve la Comunidad de Madrid pueden encontrarse en el Centro de Documentación del portal.

Además, éste ofrece referencias normativas relacionadas con el mundo del consumo, estudios y memorias; contiene las **notas de prensa** generadas por la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, etc.



Arbitraje de Consumo



La página web representa un importante canal de promoción del arbitraje de consumo, una **vía rápida, económica y efectiva** que gestiona la Administración **para resolver las reclamaciones de los consumidores**. El arbitraje es un **plus de calidad** que las empresas adheridas a este sistema ofrecen a sus clientes.

Desde el Portal del Consumidor de la Comunidad de Madrid, los consumidores pueden comprobar qué empresas están adheridas, solicitar un arbitraje, consultar casos resueltos y despejar las dudas más frecuentes.

Además, **los empresarios pueden adherirse al sistema arbitral** y los que ya lo están a la Junta Regional Arbitral de la Comunidad de Madrid pueden pedir a través del portal el distintivo digital de arbitraje, que pueden colocar en sus páginas web para que los visitantes conozcan la **garantía añadida** que ofrecen.



Seguridad e Inspección



Cualquier consumidor puede consultar en el Portal del Consumidor de la Comunidad de Madrid la fotografía y la información de los **productos que las comunidades autónomas retiran del mercado** cuando comprueban que suponen un **peligro para el consumidor**.

Además de destacar las **últimas alertas**, el portal dispone de un buscador por tipo de producto (juguetes, electrodomésticos, lámparas, etc.) dentro de un servicio novedoso en el ámbito de las administraciones españolas. Además, ofrece un **enlace con la página de la Comisión Europea** que informa de las alertas de otros países.

En esta *subhome* se incluye otro tipo de informaciones prácticas, como los significados de las etiquetas que hay en la ropa, los juguetes, los cosméticos...

Por su parte, los empresarios disponen de información útil que les ayudará a **evitar la comercialización de productos inseguros**.



Formación y Educación



El portal dedica un espacio a la **educación en consumo** informando de todas las actividades organizadas por la Comunidad de Madrid.

Y el **público infantil dispone de una zona propia** en la que *Consumi*, un personaje que pretende fomentar el aprendizaje del consumo responsable, propone juegos interactivos y pasatiempos educativos. Esta zona de formación es el germen de un aula virtual.



El 55% de los establecimientos comerciales incumple las normas sobre garantías

La Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, en colaboración con 13 ayuntamientos, ha llevado a cabo una campaña de inspección para comprobar si los comercios cumplen sus obligaciones respecto a las garantías de los productos. Los resultados revelan que el 55% de los establecimientos tenía algún tipo de irregularidad y que el 32% de los productos tampoco cumplía la normativa. La Comunidad ha sancionado a los comercios que no se ajustaban a las exigencias legales.

Los inspectores enviados por la Comunidad y los ayuntamientos han visitado 71 establecimientos de diverso tipo y han controlado un total de 198 productos: lavavajillas, lavadoras, aparatos frigoríficos, congeladores y combinados, cocinas eléctricas, cocinas vitrocerámica, aparatos de aire acondicionado, televisores, ordenadores personales y portátiles, equipos de música, equipos reproductores de DVD, calderas y calentadores, *vaporettas*, vehículos de segunda mano, microondas, cafeteras, aspiradores, batidoras, robots de cocina, consolas de videojuego, impresoras, cámaras de fotografía digital, terminales de teléfonos móviles, videocámaras, colchones, juegos de cubtería y diversos vehículos.

La campaña ha sido llevada a cabo por inspectores de la Dirección General de Consumo y otros adscritos a los ayuntamientos de Alcobendas, Alcorcón, Alge-

te, Arganda del rey, Colmenar Viejo, Galapagar, Getafe, Majadahonda, Mejorada del Campo, Pinto, San Sebastián de los Reyes, Tres Cantos y Valdemoro.

RESULTADOS

- En el 13% de los casos, el vendedor no formalizaba por escrito la garantía.
- El 8% de locales no exhibía un cartel con la leyenda "Existen hojas de reclamación a disposición del consumidor".
- El 22% de los productos no presentaba por escrito o en cualquier soporte duradero los derechos del consumidor ante la falta de conformidad del producto (reparación, sustitución, rebaja en el precio o anulación de la compra).
- En el 61% de los casos, los productos señalaban que disponían de una garantía comercial adicional, si bien en el 50% de los casos esa garantía no aportaba ninguna ventaja añadida a la garantía básica fijada por la ley para cualquier producto.

*** Los inspectores han comprobado que en el 13% de los casos, los vendedores no formalizan la garantía por escrito.**



CONSEJOS SOBRE GARANTÍAS

La garantía de los productos que compramos está regulada por la Ley de Garantías, que se aplica a la compraventa de bienes muebles destinados al consumo privado. Algunos establecimientos mejoran esta garantía mínima legal con condiciones más favorables al consumidor (es la llamada garantía comercial).

Todos los productos están garantizados, pero la garantía no siempre debe figurar por escrito. La Ley establece esta obligación sólo para productos de naturaleza duradera. Se recomienda guardar siempre el tique.

La legislación establece un plazo de garantía de dos años si se adquiere un producto nuevo y, al menos, de un año si es de segunda mano. Durante ese plazo, en el caso de que el bien adquirido no se ajuste a lo ofertado o a lo que razonablemente puede esperarse de él, el consumidor tiene derecho a su reparación totalmente gratuita o a su sustitución.



La sección de Seguridad e Inspección del Portal del Consumidor ofrece las fichas de los productos retirados del mercado, como la de esta imagen.



ALERTAS DE PRODUCTOS INSEGUROS

Cualquier consumidor puede consultar ya en el Portal del Consumidor de la Comunidad de Madrid (www.madrid.org –seleccionar 'Consumo' en la ventana de Accesos Directos–) la fotografía y la información de los productos que las comunidades autónomas retiran del mercado cuando comprueban que suponen un peligro para el consumidor. El portal ofrece información actualizada de este tipo de artículos (juguetes, electrodomésticos, lámparas, etc.) dentro de un servicio novedoso en el ámbito de las administraciones españolas.



Esta última también será gratuita, pero no se aplica a bienes de segunda mano.

Si la reparación o la sustitución no logran poner el bien de conformidad con el contrato, fueran imposibles o desproporcionadas o no se realizaron en un plazo razonable, el comprador podrá optar entre la rebaja del precio o la resolución del contrato.



El productor de cada artículo, o en su defecto el importador, garantizará un adecuado servicio técnico para los bienes de carácter duradero, y el suministro de piezas de repuesto, durante un plazo mínimo de cinco años a contar desde la fecha en que el producto se deje de fabricar.

Si el consumidor manifiesta su falta de conformidad durante los seis primeros meses, corresponde al vendedor demostrar que el defecto no es de origen. Transcurrido ese periodo, es el comprador el que tendrá que probar que el defecto es de origen.



Fravm: “Tratamos de crear más conciencia crítica para lograr un consumo mejor”

Desde el punto de vista del consumo, las asociaciones de vecinos tienen mucho que decir. Francisco Caño, presidente de la Federación Regional de Asociaciones de Vecinos de Madrid (Fravm), ha explicado a CONSUMADRID cómo esta organización se ha volcado en promover el reciclaje y el uso racional del agua, entre otras cuestiones, y recuerda sus principales líneas de actuación.

Una de las prioridades para la federación es promover el desarrollo sostenible de la ciudad, objetivo en el que la concienciación de los ciudadanos juega un papel fundamental. “Sin la participación de los vecinos las propuestas de las Administraciones no siempre tienen éxito”. Caño cita como ejemplo la gestión de los residuos y el reciclaje, procesos en los que resulta esencial un cambio de hábitos en los ciudadanos. En definitiva, asegura: “Tratamos de crear más conciencia crítica para lograr un consumo mejor”.

Fravm se ha volcado en fomentar el uso racional del agua. Desde la federación se apuesta por ajustar al máximo el precio de este bien universal dentro de un consumo razonable y apoya la penalización del abuso. Otra de sus principales reclamaciones a la Administración consiste en la aplicación de un Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) “super-reducido” en los suministros básicos, “por-

que afecta directamente a la economía familiar” apunta Francisco Caño.

En la misma línea, el representante de las asociaciones de vecinos madrileñas insiste en la necesidad de impulsar el desarrollo de nuevas energías que reduzcan la dependencia del petróleo, así como en la importancia de aumentar la inversión en investigación y desarrollo (I+D) y estimular el desarrollo de prácticas no contaminantes en las grandes ciudades.

Menos ruido

Como vecinos y consumidores, los miembros de Fravm proponen la adopción de medidas que permitan reducir el problema del ruido en las ciudades, disminuyendo el impacto acústico y trabajando en la red de obras.

En otro orden de cosas, la federación muestra su inquietud por los malos há-

bitos alimenticios que se están imponiendo en nuestra sociedad, un punto en el que Francisco Caño recuerda la necesidad de educar, sobre todo a los jóvenes, “para consumir mejor”.

Con el lema ‘Del Barro al Barrio’ se inició a finales de los años sesenta el movimiento vecinal en Madrid. En esta etapa inicial, los ciudadanos se unían para reclamar infraestructuras para sus barrios. Más de treinta años después, la actividad de las asociaciones de vecinos se extrapoló a todos los ámbitos, entre ellos el del consumo, un terreno en el que participan de manera activa.

El transporte y la cesta de la compra

Las asociaciones de vecinos de la región de Madrid han centrado sus esfuerzos en una campaña contra las subidas del transporte público, los suministros domésticos, las tasas municipales y el precio de la vivienda. Desde la federación se denuncia el endeudamiento de las familias y la pérdida de poder adquisitivo.

Consumidores... y vecinos

Fravm participa en las juntas arbitrales de consumo de la Comunidad de Madrid. Uno de sus proyectos consiste en reforzar la labor de los gabinetes jurídicos implantados en las asociaciones y respaldar las demandas de los consumidores. Pero, además, la federación vertebró un importante movimiento social orientado a favorecer la integración de los inmigrantes. A la sede central, situada en el barrio de Ventas, hay que añadir dos centros más en Lavapiés, volcado en actividades sociales, y La Ventilla, centro de emisión de las llamadas “Radios Libres”.



Francisco Caño, presidente de la Federación Regional de Asociaciones de Vecinos de Madrid.

Ausbanc: “El usuario español de la banca se queja, pero no mantiene su reclamación”

La Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (Ausbanc) nació en 1986 con el objetivo de “compensar el desequilibrio existente entre las obligaciones y derechos de una parte, las entidades financieras, y de otra, los clientes”, según recuerda Luis Pineda, su presidente, que ha explicado a CONSUMADRID las líneas de trabajo de la asociación.

Los bancos ejecutan sus hipotecas por deudas minúsculas. Sin embargo, muchas veces los clientes tienen la razón y el derecho a reclamar, y no lo hacen”. Así explica Luis Pineda, presidente de la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (Ausbanc), el desequilibrio de fuerzas existente en el sector y pone sobre la mesa la razón principal por la que su organización echó a andar hace ahora veinte años. “Nuestra vocación es que los derechos que ya existen se verifiquen, y los intereses se manifiesten y, en algunos casos, alcancen protección jurídica”, añade.

“Reclamar no es costoso”

Para Ausbanc, los motivos por los que el usuario de la banca no suele luchar por sus derechos e intereses tienen que ver con el hecho de que socialmente existe la creencia de que ejercitar un derecho es costoso, lento e incluso peligroso y, según Pineda, “no es cierto, porque si no nuestra organización no hubiera conseguido nada. El consumidor se queja, pero aún no tiene la suficiente conciencia social para mantener una reclamación”. Para él, “cuando se reclama, se evidencia una mala práctica, y eso es positivo para todos; pero la gente no siempre es consciente de ello”.

En Ausbanc, la defensa de este colectivo se desarrolla mediante diferentes vías: formación, información, demandas, iniciativas legislativas, etc. Por ejemplo, los asociados reciben en sus domicilios las revistas *Ausbanc*, *Justicia y Derecho*, y *Mercado de Dinero* y pueden acceder a los servicios de consultas por distintas vías (presencial, por teléfono o Internet). La entidad organiza su actividad mediante Ausbanc Consumo España y Ausbanc In-



Luis Pineda, presidente de Ausbanc, junto a una estatua de la diosa de la justicia.

ternacional. La primera está integrada por 6.000 socios individuales y 286.000 colectivos, según datos de la propia asociación. La segunda se dedica a apoyar, promocionar y difundir los derechos de los consumidores por diferentes países (ahora está en diez territorios).

RECOMENDACIONES DE LA ASOCIACIÓN

- El usuario debe analizar quién es, qué tiene y qué quiere de un banco, escribirlo en una hoja y visitar tres entidades.
- Se debe tener conciencia de que cualquiera es útil e importante para una entidad financiera.
- No hay cliente pequeño ni deuda deshonrosa, pero el que entra en una sucursal despistado sale esquilado.

Internet y los datos bancarios

Actualmente, en Ausbanc existe una gran preocupación por los abusos que se están produciendo en relación con las telecomunicaciones (transmisión de datos bancarios por Internet o por teléfono móvil, por ejemplo). Asimismo, la organización está también centrada en demostrar que el movimiento consumerista tiene éxito, es decir, en palabras de Pineda, que “los buenos profesionales pueden tener un sitio y prosperar personal y profesionalmente en este ámbito”.

En esta organización se felicitan porque consideran que el sistema bancario español “ha redescubierto el norte” al orientar de nuevo su política hacia el cliente. Pineda se congratula por iniciativas como “la desaparición de comisiones en algunos bancos” y espera poder seguir agrandando la lista de entidades que se suman a esta filosofía.

Las principales aerolíneas son las peor valoradas



La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), en colaboración con otras asociaciones de consumidores europeas, ha realizado una encuesta a más de 8.600 pasajeros sobre el servicio aéreo, preguntándoles sobre la fiabilidad de las compañías, la puntualidad, la asistencia en caso de problemas, el espacio para las piernas, la comodidad y la relación calidad/precio. Las compañías españolas aparecen en los puestos de cola. Air Madrid y Air Plus son las peor valoradas de las 110 líneas aéreas analizadas (puestos 110 y 109, respectivamente). Air Europa, Iberia y Spanair aparecen en los puestos 86, 87 y 89. Vueling es la compañía española mejor valorada (puesto 23).

Celebrar la comunión cuesta más de 1.700 euros

El gasto de una comunión sale, como mínimo, por 1.700 euros, según cálculos de la Federación de Usuarios Consumidores Independientes (FUCI), organización que recomienda moderar los gastos, comparando precios y calidades. En plena temporada de comuniones, FUCI realiza varias sugerencias para hacer este gasto más llevadero: emplear traje de calle (más asequible y se le puede sacar mayor partido en futuros usos); al contratar la comida, solicitar el menú infantil (más barato); comprar recordatorios sencillos que pueden ser personalizados por la familia, en vez de grabados, y buscar animadores infantiles particulares, en vez de acudir a empresas.



Guía para la mujer

La Unión de Consumidores Europeos (Euroconsumo) de la Comunidad de Madrid ha editado una guía sobre consumo dirigida específicamente a las mujeres que puede solicitarse a la propia asociación.

UNA CAMPAÑA APUESTA POR 'LA ROPA QUE FAVORECE A TODO EL MUNDO'

Varias organizaciones, entre las que figura la Confederación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios (CECU), han presentado la campaña 'la ropa que favorece a todo el mundo', que pretende concienciar a la sociedad sobre la situación laboral, social y ambiental en el sector productivo del algodón y textil, e inducir a un consumo responsable y un comercio más justo de ropa ofreciendo alternativas ecológicas, sociales y solidarias. La campaña invita a:

- Mirar las etiquetas de la ropa que se desea comprar y **preguntarse cómo se ha fabricado**.
- Emplear prendas de **algodón ecológico**, en cuya producción no se usan productos nocivos para el medio ambiente y las personas que lo cultivan.
- Apostar por prendas que certifiquen su procedencia del llamado **comercio justo**, que se basa en una valoración justa de los productos locales y las relaciones comerciales, respeta los derechos laborales de los artesanos y campesinos del Sur, no usa mano de obra infantil, respeta el medio ambiente, fomenta la organización de los trabajadores, y promueve la integración de las mujeres en el mercado laboral.

La campaña denuncia que existe un **desequilibrio muy grande en el comercio internacional que perjudica a los productores en países en vías de desarrollo**, que han de competir en los mercados internacionales con los precios de algodón fuertemente protegidos de los países desarrollados.



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. 91 536 21 72

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.

Aetic, 30 años impulsando el desarrollo del sector de la electrónica y las telecomunicaciones

Desde hace 30 años Aetic defiende los intereses de empresas ligadas al sector de la electrónica y las telecomunicaciones con muy diferentes perfiles, razón de que sea referencia obligada en Europa.

Aetic es una asociación moderna y a la vez tan antigua como la tecnología que impulsan las empresas que la componen. Se constituyó hace treinta años y entre los rasgos que definen su posición de vanguardia destaca el hecho de ser la única asociación en Europa formada por empresas de áreas tan diferentes como la electrónica de consumo, la electrónica profesional,

los componentes electrónicos, la industria de la telecomunicación, los operadores y proveedores de servicios de telecomunicaciones o la tecnología de la información. Su presidente, Jesús Banegas, asegura que es una "asociación de referencia en el ámbito europeo". En su opinión, referirse a una parte del sector como la principal fuente de reclamaciones de los consumidores es realizar una



Jesús Banegas, presidente de Aetic.

lectura que no responde a la realidad. "Las reclamaciones hay que relacionarlas con la totalidad. La tecnología que producen nuestras empresas está en todas partes, así que es normal que alguien esté descontento". La asociación colabora en las juntas arbitrales de consumo. Banegas asegura que las empresas llevan a cabo buenas prácticas y se preocupan por reducir el impacto ambiental de sus procesos.

"EXISTIMOS PORQUE EXISTEN LOS CONSUMIDORES"

Aetic asegura que cuenta con 300 socios, aunque representa a más de 1.000 empresas, ya que las pequeñas suelen formar parte de las asociaciones regionales que, a su vez, pertenecen a Aetic. "La asociación no tendría lugar sin las empresas, y las empresas viven porque existen los consumidores", afirma Banegas categóricamente.

Cecoma, foro de encuentro para el comercio minorista de la Comunidad de Madrid desde 1998

La Confederación de Empresarios de Comercio Minorista, Autónomos y de Servicios de la Comunidad de Madrid (Cecoma) nació en 1998 para unir al comercio madrileño y luchar por sus intereses. Su presidente ha explicado a CONSUMADRID las actuales líneas de actuación de la organización.



Salvador Santos, presidente de Cecoma, en los pasillos de la Cámara de Comercio, en la Plaza de la Independencia.

Actualmente, la confederación está llevando muchos proyectos a cabo. Según Salvador Santos, presidente de Cecoma, "las competencias del comercio están transferidas a las comunidades autónomas y no es fácil que las propuestas lleguen a buen puerto. En Madrid somos valorados y escuchados".

Entre las cuestiones que viene negociando con las Administraciones de la región figuran ventajas para que los profesionales aparquen en zonas reguladas, soluciones al problema de las "aletas de tiburón" y

su repercusión en el pequeño comerciante, así como el cumplimiento de obligaciones legales y de calidad de los nuevos ultramarinos.

Santos ha destacado la importancia de favorecer la seguridad de negocios como joyerías, peleterías o pastelerías, "que no se encuentran suficientemente protegidas". En relación a la influencia del comercio electrónico en el sector, el presidente opina que "tanto en el turismo como en la hostelería están funcionando muy bien las compras *on line*".

De monederos, hoteles, coches...

La negativa de una empresa a cambiar un artículo por segunda vez, los problemas con uno de los alojamientos de un viaje, la tarifa aplicada en el cambio de aceite de un vehículo y el tratamiento realizado en una clínica dental protagonizan esta sección. Todos estos casos se resolvieron mediante el sistema de arbitraje de consumo.

BOLSO

CONSUMIDOR

La reclamante acudió al sistema arbitral ante la negativa de una tienda de complementos a realizar un segundo cambio. La consumidora había cambiado un monedero que le habían regalado por un bolso para su madre y tenía la intención de cambiar de nuevo este objeto por otro de mayor valor, abonando la diferencia.

EMPRESA

La empresa se negó a realizar esta segunda operación argumentando que admiten un solo cambio y explicando que hasta hacía poco tiempo esta condición aparecía en un cartel que la junta municipal les había obligado a retirar.

LAUDO ARBITRAL

El colegio arbitral estimó las reclamaciones de la consumidora basándose en la cláusula contractual que aparecía en el tique de compra y que establecía un plazo para cambios de 15 días con el mencionado comprobante de la compra y la mercancía en perfecto estado. De esta manera, la reclamante pudo realizar el segundo cambio.



TALLER MECÁNICO

CONSUMIDOR

El reclamante se quejó del trato inadecuado recibido como consecuencia de la revisión y nivelación del aceite de la caja de cambios del coche de su hijo. Solicitaba la devolución de la cantidad que se había cobrado supuestamente en exceso por esta operación, asegurando que el relleno de una dosis de aceite en la caja de cambios no era comparable con el cambio de aceite total. Además, explicó que en ningún momento vio los carteles anunciadores de precios ni había solicitado presupuesto.

EMPRESA

La empresa manifestó por escrito que la cantidad cobrada incluía la mano de obra y los materiales empleados en la reparación sobre tarifas expuestas al público. La primera (25,88 euros) se calculaba sobre una tarifa de 34,51 euros la hora -tardaron 45 minutos en realizar el cambio, dada la dificultad para quitar el tapón de la caja de cambios-. La segunda, suponía el cobro de 1,90 euros por el aceite utilizado, tomando como referencia el precio de una garrafa de cinco litros, 18,96 euros. La suma de ambas cantidades ascendía a 27,78 euros.

LAUDO ARBITRAL

El colegio arbitral desestimó las pretensiones del reclamante, entendiendo que la empresa había calculado y aplicado correctamente las tarifas de honorarios que exhibía en el taller.

VIAJE

CONSUMIDOR

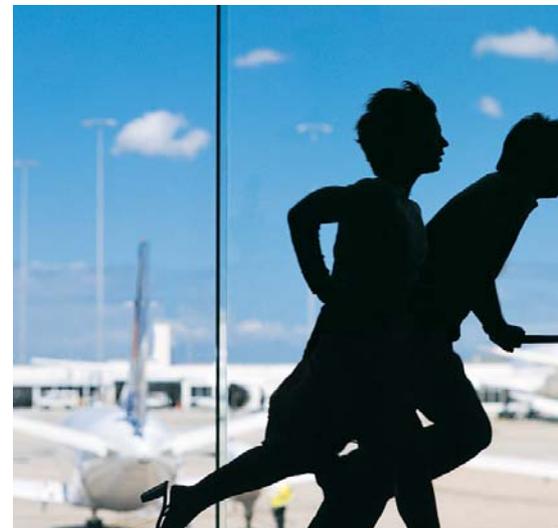
La reclamante pidió la devolución de la totalidad del importe de un viaje a Marruecos que, en su opinión, no cumplía con las calidades contratadas con la agencia, además de una indemnización por daños morales. La queja se centraba en uno de los alojamientos, anunciado en el catálogo como de cinco estrellas, que la reclamante aseguró encontrar en una situación de semiabandono.

EMPRESA

La agencia de viajes respondió por escrito que las categorías de los hoteles en estos países no se corresponden con las españolas y argumentó que, en su momento, se había tramitado la reclamación ante el mayorista de viajes.

LAUDO ARBITRAL

El colegio arbitral estimó en parte las pretensiones de la consumidora. Se decidió la devolución de la factura abonada por la estancia en el hotel, que ascendía a 404 euros.



CLÍNICA DENTAL

CONSUMIDOR

El reclamante aseguró que el dentista que le atendió le ofreció una intervención consistente en limpiar el sarro acumulado en su dentadura y fijar los dientes móviles por 114 euros. Tras abonar la cantidad acordada, sólo se le realizó la limpieza, por lo que pidió que se efectuara la operación de fijación de los dientes móviles. La información verbal recibida no coincidía con la que se reflejaba en el presupuesto facilitado por la empresa.

EMPRESA

La clínica dental reiteró que la recomendación fue la de realizar un tratamiento periodontal (raspaje y alisado radicular para la eliminación del sarro acumulado) que permitiría frenar la evolución de la patología, pero que en ningún caso se aseguró que fuera a desaparecer la movilidad. Propuso como solución la devolución de la cantidad abonada por el reclamante, aunque no asumió su valoración subjetiva.

LAUDO ARBITRAL

El colegio arbitral elevó a laudo la propuesta de la clínica dental y determinó la devolución de los 114 euros que habían sido pagados por el reclamante.



ARBITRAJES EN GALAPAGAR

La Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Galapagar han firmado un acuerdo para crear un colegio arbitral que permitirá la resolución de conflictos entre empresas y consumidores sin necesidad de que éstos se desplacen al centro de la capital. Gracias al sistema de videoconferencia, cualquier problema del ciudadano con una empresa adherida al Instituto Regional de Arbitraje de Consumo podrá solucionarse en la propia sede del consistorio. El alcalde, José Luis González, y la directora general de Consumo de la Comunidad de Madrid, Carmen Martínez de Sola, presentaron el colegio, que se suma a los cuatro ya existentes en Collado Villalba, Móstoles, Rivas Vaciamadrid y San Fernando de Henares.

CLAVES DEL SISTEMA ARBITRAL



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. Además, el Portal del Consumidor de la Comunidad de Madrid (www.madrid.org, –seleccionar ‘Consumo’ en ‘Accesos Directos’–) dispone de un buscador de empresas adheridas a arbitraje.



Muchas son las ventajas del arbitraje: es gratuito, mucho más rápido que un juicio y eficaz. Además, los laudos (decisiones del colegio arbitral) son de obligado cumplimiento tanto para el reclamante (consumidor) como para el reclamado (empresa). Un nuevo díptico editado por el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo explica las características del arbitraje.



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 mancomunadas de información al consumidor y en el Portal del Consumidor de www.madrid.org. Los impresos se pueden presentar en los registros de dichos organismos o cualquier otro de la Comunidad de Madrid.



Etiquetas con truco en el 'super'

Los mensajes publicitarios a veces provocan confusión en el consumidor. Por ejemplo, algunas marcas juegan con términos ambiguos que recuerdan a los propios de la agricultura ecológica o de los productos con denominación de origen. El empleo de recursos gráficos que poco tienen que ver con la composición del producto, como es el caso de la fruta en yogures y otros artículos, también es un problema. Por ello, es necesario leer bien el etiquetado de los productos y estar al tanto de los principales trucos.

Los productos ecológicos son aquellos elaborados sin usar fertilizantes ni pesticidas y producidos mediante técnicas que reducen al mínimo el impacto medioambiental (agricultura ecológica). Según la normativa europea que ha entrado en vigor en España este año, sólo se pueden asociar los adjetivos "ecológico", "biológico" y "orgánico" y los prefijos "eco" y "bio" a estos alimentos. Además, existe una etiqueta especial para distinguir a este tipo de productos (ver cuadro inferior) que debería figurar en el envase.

Estas y otras cuestiones se explican en las charlas formativas organizadas por la Comunidad de Madrid. CONSUMADRID ha asistido a una de ellas, que versó sobre el etiquetado de los productos ecológicos, transgénicos y con denominación de origen protegida. La monitora del curso, Ana Vela, advirtió que las empresas españolas no siempre cumplen la regulación europea y puso como ejemplo los yogures denominados "bio" que no proceden de la agricultura ecológica. Para adaptarse a estas normas, varias marcas comerciales están rebautizando sus productos, eliminando del nombre cualquier alusión a "bio", "eco"...

El peligro de los transgénicos

En cuanto a los transgénicos, desde 2004 es obligatorio que en su etiqueta figure la advertencia "organismo modificado genéticamente" o las siglas OGM. Sin embargo, esto es sólo para aquellos cuya alteración afecte a más del 0,9 por ciento de su composición.

Según Ana Vela, el 90 por ciento de los OGM queda fuera del etiquetado obligatorio. Además, la Unión Europea no



Dos alumnas observan atentamente las indicaciones del envase de uno de los productos que se pusieron como ejemplo durante la charla organizada por la Comunidad de Madrid.

ha elaborado ningún logotipo especial para estos productos "debido a presiones de Estados Unidos".

Los productos con Denominación de Origen Protegida (DOP) e Indicación Geográfica Protegida (IGP) son aquellos cultivados según técnicas tradicionales y en comarcas definidas. Para que en la

etiqueta figure la reseña correspondiente (diferente en cada caso), es necesario que los productos estén adscritos al consejo regulador propio de la zona protegida. A veces, las empresas juegan con la confusión y califican a sus alimentos con definiciones como "auténticamente americano" o "procedente de La Mancha" cuando no es así.

¡Cuidado!

- Estas son **las etiquetas europea y madrileña que distinguen a un producto de la agricultura ecológica:**
- En la etiqueta de algunos productos se emplean mensajes ambiguos que inducen al consumidor a pensar que se trata de un producto con denominación de origen, cuando no es así. Por ejemplo, es frecuente en muchos quesos no adscritos al consejo regulador el uso de imágenes que evocan la región manchega. También se **habla de rosquillas al vino de Jerez cuando ni tan siquiera se elaboran con vino.**
- ¡Ojo a las fotos de fruta en yogures, bebidas, cereales, golosinas..! La fruta es un reclamo para vender productos que apenas la contienen: en ocasiones, esos productos dan la idea de que pueden sustituir la ingesta de fruta, pero para alcanzar la cantidad recomendada de fruta sería necesario consumir más de 50 yogures o ingerir 30 latas de bebidas refrescantes cada 24 horas!



Con 4 céntimos de euro más se pueden fabricar mecheros seguros que no dañen a niños

Cada año, en la Unión Europea (UE) mueren entre 34 y 40 niños por jugar con mecheros. La Comisión Europea ha presentado una propuesta para que los productores e importadores de encendedores los fabriquen y distribuyan con algún mecanismo que impida a los niños utilizarlos.

Las estadísticas que han mostrado distintos estudios europeos sobre el peligro de que los niños puedan jugar y herirse con mecheros, han provocado una reacción entre los miembros de la Comisión Europea. En Gran Bretaña, entre 1999 y 2003 se contabilizaron cada año una media de 5 muertes y 220 heridos, debido a que niños menores de nueve años jugaban con encendedores. Se estima que en toda Europa, las cifras por muerte oscilan entre 34 y 40, y otros 1.500 a 1.900 casos se deben a heridas provocadas por estos aparatos. Y las estadísticas van aumentando con el paso de los años.

Para disminuir las cifras registradas a causa de este tipo de accidentes, la Comisión Europea ha presentado una iniciativa cuyo principal objetivo reside en concienciar a los Estados de la UE del peligro que entraña el uso de esta clase de encendedores. Se trata, ade-

ESTADÍSTICAS DE ACCIDENTES

- > Entre 34 y 40 niños mueren anualmente en la UE por jugar con mecheros
- > Entre 1.500 y 1.900 niños resultan heridos cada año.
- > EEUU promulgó en 1995 una Ley para fabricar mecheros seguros, reduciendo los accidentes en un 60%.



más, de un riesgo en general para cualquier persona y, en particular, para los niños pequeños. La propuesta se sustenta en la Directiva General de Productos Seguros 2.001/95/EC.

Markos Kyprianou, Comisario Europeo de Salud y Protección del Consumidor, ha comentado que con sólo cuatro céntimos de euro más por encendedor se pueden fabricar unos mecheros con medidas de seguridad que podrían evitar gran número de accidentes.

EUROPA PUBLICA LA PRIMERA 'LISTA NEGRA' DE COMPAÑÍAS AÉREAS

Bruselas ha elaborado una lista en la que publica el nombre de 93 líneas aéreas que tienen totalmente prohibido operar en la UE, así como de otras tres que tienen sus vuelos parcialmente restringidos. El listado enumerado por expertos de los veinticinco países miembros se hizo efectivo el 25 de marzo. El objetivo de este veto es evitar posibles accidentes o atentados terroristas. Según el comisario responsable de transportes, Jacques Barrot, "esta lista evitará tener en Europa aerolíneas dudosas y garantizará que todas las compañías que operan en los cielos europeos cumplen los requisitos de seguridad". En ella, no se encuentra ninguna línea europea; principalmente son congoleñas, guineanas y de Sierra Leona.

La idea fue planteada en abril de 2005, pero la iniciativa cobró fuerza tras la oleada de accidentes aéreos durante los meses de verano del año pasado. La actualización de la lista se llevará a cabo como mínimo una vez por trimestre, pudiéndose modificar su contenido en caso necesario.

Phuket Airlines, una de las compañías que aparecen en la 'lista negra'



Se buscan alternativas al termómetro de mercurio

Cada año se emplean cerca de 33 toneladas de mercurio, especialmente en aparatos como los termómetros. El problema es que se ha demostrado su alto índice de toxicidad y sus repercusiones negativas para la salud. En la mayoría de los casos, los termómetros usados acaban en la basura o contaminando el agua marina. Su forma más perjudicial es el Methylmercurio, que se concentra fundamentalmente en alimentos que provienen del agua.

La Comisión Europea busca alternativas para sustituir el mercurio en los termómetros. El vicepresidente de la Comisión, Günter Verheugen, como responsable de la política industrial de la organización, ha apuntado que la sustitución del mercurio "sería bueno para la salud de nuestros ciudadanos y el medio ambiente". Entre el 80% y el 90% de los productos con mercurio se utiliza en material médico. La Comisión Europea ha propuesto la prohibición de vender termómetros o similares que empleen esta sustancia. Para llevar a cabo esta iniciativa, se debe contar con la aprobación de los 25 Estados miembros.

La Comunidad de Madrid mejora el Plan de Vivienda 2005-2008

Madrid destina 851,9 millones de euros para facilitar a sus ciudadanos una vivienda digna. El Plan de Vivienda de la Comunidad prevé 153.000 actuaciones repartidas entre viviendas en régimen de alquiler con opción de compra, vivienda en alquiler, rehabilitación y vivienda protegida en venta en sus diferentes modalidades.

Por otro lado, la Comunidad y Caja Madrid han llegado a un acuerdo por el que los jóvenes de entre 18 y 35 años pueden obtener un préstamo con un plazo de amortización de hasta 40 años, sin comisión de apertura y con un interés del euribor +0,39. Para tramitar la solicitud se debe hacer a través del Programa Bolsa Vivienda Joven. Otra de las ventajas de este Plan es el favorecer fiscalmente el alquiler de vivienda joven. En este sentido, se ha introducido una deducción en el Impuesto de la Renta (IRPF) del 20% sobre las cantidades que se destinen al arrendamiento, hasta un máximo de 840 euros.

Navalcarnero forma parte de uno de los proyectos del Plan Joven. La presidenta regional, Esperanza Aguirre, ha puesto la primera piedra de los 474 pisos que se edificarán en esta zona. Los jóvenes que alquilen una de estas casas pagarán una renta mensual de 441 euros por una vivienda de 70 metros cuadrados, más garaje y trastero. Aguirre ha explicado que ya tiene suelo comprometido de 45 municipios para edificar otras 40.000 viviendas. La página web de la Oficina de la Vivienda es www.madrid.org/oficinavivienda.



Inversión récord para mejorar el metro de Madrid

La Comunidad de Madrid trabaja en la mayor ampliación de la red de metro hecha hasta la fecha. Se han destinado 4.000 millones de euros para prolongar distintas líneas que supondrán una ampliación de 90 nuevos kilómetros. Además, se mejorará la seguridad, tanto en los túneles, como en las estaciones y la accesibilidad a las líneas 1, 4, 5 y 11 con la instalación de nuevos ascensores y escaleras mecánicas. En la actualidad, se dispone de 237 estaciones y la ampliación contempla 79 nuevas estaciones con mejoras que favorecerán a sus usuarios.

La igualdad, la responsabilidad y la cohesión social, principios del Plan de Integración

La presidenta de la Comunidad de Madrid, Esperanza Aguirre, ha presentado el Plan de Integración 2006-2008, cuyo objetivo es promover la plena integración de los inmigrantes en la región. Con un presupuesto que asciende a 4.417 millones de euros, se van a respetar las necesidades de este colectivo a través de la creación de un total de 120 plazas para mediadores, que prestarán apoyo durante la escolarización del menor, y para monitores que prevendrán el fracaso escolar. Además, el plan de la Comunidad contempla ofrecer formación a 90.000 trabajadores inmigrantes para favorecer su promoción social y laboral.



NUEVOS BENEFICIOS FISCALES PARA MÁS DE 500.000 MADRILEÑOS

La Ley de Medidas Fiscales y Administrativas para 2006 ha entrado en vigor con el objetivo de ofrecer un nuevo paquete de medidas fiscales, llegando a ahorrarse más de 250 millones de euros anuales. Según la consejera de Hacienda, Engracia Hidalgo, es una ley destinada a favorecer "a las familias, a los jóvenes, a los trabajadores y a los colec-

tivos menos favorecidos, así como a pequeñas y medianas empresas y a comercios familiares".

MADRID, LA REGIÓN CON MAYOR INVERSIÓN EN INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Según los datos reflejados en un estudio del Instituto Nacional de Estadística, las empresas madrileñas han destinado 3.552 millones de euros a actividades de innovación

tecnológica, lo que supone un incremento del 15,4 % respecto al ejercicio anterior.

NUEVOS PROYECTOS EN ENERGÍAS RENOVABLES

El Gobierno regional ha destinado 4,5 millones de euros para contribuir a la implantación del uso de energías renovables y acometer medidas de ahorro y eficiencia energética en 2006. Ambos proyectos se cofinancian con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

LA COMUNIDAD DESTINA 14,6 MILLONES PARA EL TRATAMIENTO DE BASURAS

95 municipios del sur y este de la región se beneficiarán de mejoras en la gestión de los residuos sólidos urbanos. Por otro lado, la presidenta de la Comunidad de Madrid, Esperanza Aguirre, ha manifestado que los madrileños reciclan entre el 55% y el 60%, cifra equivalente a la media europea.



La Dirección General de Consumo edita periódicamente guías y folletos para orientar al consumidor sobre los derechos que le asisten e informar a los empresarios. Estas son las últimas publicadas. A través del Portal del Consumidor de www.madrid.org se puede solicitar el envío gratuito de la versión en papel y descargarlas en formato pdf.

GUÍA BÁSICA DEL CONSUMIDOR

Coincidiendo con el Día Mundial del Consumidor, la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid presentó la Guía Básica del Consumidor, que recoge, a lo largo de 52 páginas, información básica sobre los derechos del consumidor en temas como precios, garantías y rebajas, así como sobre los diez sectores que acaparan la mayoría de reclamaciones (telecomunicaciones, vivienda, coches, servicios de asistencia técnica, agencias de viajes...). Cómo reclamar, cómo solicitar un arbitraje de consumo, qué tipo de problemas pueden canalizarse a través de las oficinas de consumo y cuáles corresponden a los tribunales, cómo funcionan los sistemas de alerta y retirada de productos peligrosos... son otras de las cuestiones que aborda la publicación.

Además, incluye un completo directorio temático con los organismos que atienden las quejas de los consumidores en las diversas Administraciones, según el sector al que pertenezca la queja.



LA SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS

La Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid ha elaborado un tríptico dirigido a productores y distribuidores de artículos de consumo en el que se informa sobre qué es un producto inseguro, cómo se puede valorar su seguridad, las obligaciones que marca la ley para productores y distribuidores y las fórmulas previstas para la notificación de productos a la Administración. Este folleto, del que se ha realizado una tirada de 10.000 ejemplares, está siendo distribuido a través del casi medio centenar de oficinas municipales de información al consumidor existente en la región.

GUÍAS PRÁCTICAS



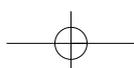
La **Guía de compra, alquiler y reparación del automóvil** aborda la compra-venta de automóviles nuevos y de segunda mano, explica la información obligatoria que debe aportar el vendedor, las normas que regulan la publicidad y promociones de artículos y qué debe saberse a la hora de formalizar un contrato de compra. La publicación también se fija en la forma de pago del coche y la garantía de los automóviles, las normas de alquiler, del servicio de grúa y de los talleres de reparaciones.



La **Guía para adquirir y alquilar una vivienda** trata de orientar al consumidor en el proceso de adquisición de vivienda libre de primera y segunda mano, y en el alquiler. Aborda temas como la información obligatoria que se debe recibir, las cuestiones clave a la hora de formalizar la contratación, las responsabilidades de los agentes que intervienen en la construcción, la formación de cooperativas y comunidades de propietarios, la figura del agente inmobiliario, los derechos del arrendador y el arrendatario...



Consejos para usuarios de telefonía fija, móvil e Internet. Las telecomunicaciones centran la mayoría de quejas de los consumidores. Esta guía aborda los principales problemas que se suelen presentar e informa de cómo actuar para evitarlos. Los pasos necesarios antes de contratar el servicio, la publicidad, los criterios de selección del operador, el derecho de portabilidad del número de teléfono, la facturación, la suspensión del servicio por impago... son algunos de los aspectos tratados.



BASURAS

LA OTRA CARA DEL CONSUMO

¿Sabes cuáles son las **R** del buen consumidor?



RECHAZAR, REUTILIZAR Y RECICLAR

Para reciclar, hay que saber separar

¿PREPARADO PARA LA GRAN PRUEBA?

Coloca cada envase en su contenedor a través del laberinto

HACIA LA ABUNDANCIA POR EL AHORRO

¿Quién seré yo, quién seré yo, que cuanto más me lavo más sucia voy?



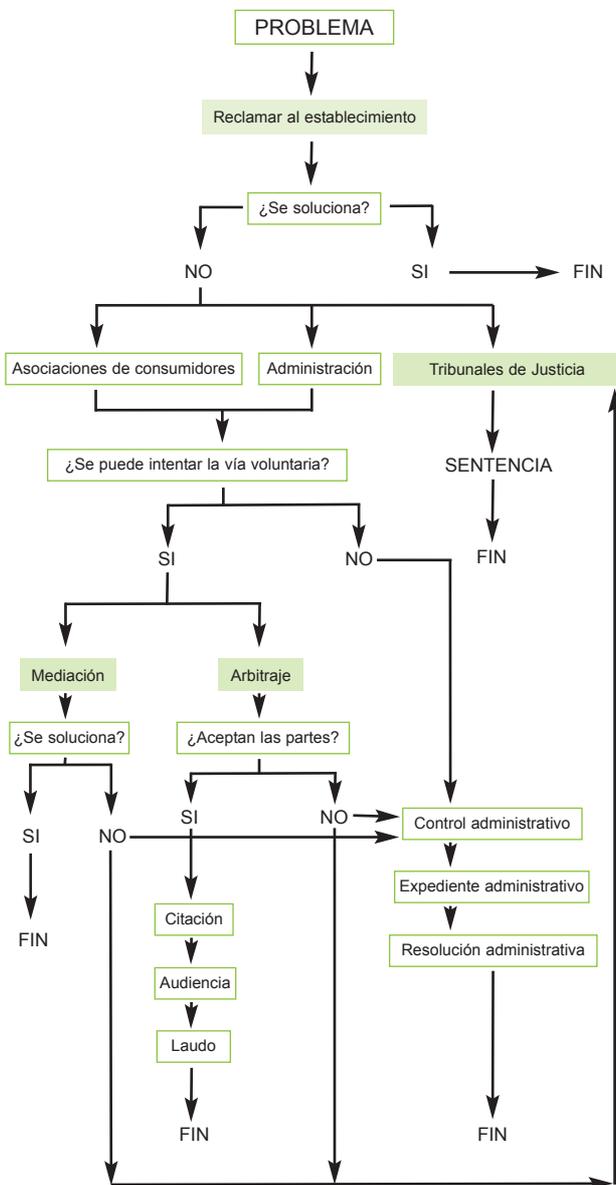
A través de esta página, el consumidor puede hacer llegar a la redacción sus sugerencias. Pretende ser un lugar de encuentro y diálogo con los lectores.

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

DIFERENTES VÍAS PARA RECLAMAR

Según sea cada reclamación conviene canalizarla de una manera u otra. Para ahorrar tiempo y ganar en eficacia, lo mejor es tener claro por dónde hay que empezar. Este diagrama ordena todos los pasos.



VIVIENDA

Si un particular tiene un piso alquilado, ¿a quién le corresponde la realización de obras de mejora?

El arrendador tiene la obligación de realizar todas las reparaciones necesarias para conservar la vivienda en condiciones de habitabilidad, salvo cuando el deterioro sea imputable al inquilino o cuando los daños impliquen la destrucción del inmueble. Son por cuenta del inquilino las pequeñas reparaciones que exija el desgaste por el uso ordinario de la vivienda.



AGENCIAS DE VIAJES

Tengo reservado y pagado un viaje combinado y ahora la agencia de viajes me dice que, debido a la subida del precio del carburante, tengo que abonar más dinero para poder realizar mi viaje. ¿Puede hacerlo?

Por regla general, los precios no pueden ser modificados. No obstante, el contrato puede contemplar cláusulas que permitan variaciones en el precio de los transportes, incluido el coste del carburante, las tasas e impuestos relativos a determinados servicios y los tipos de cambio aplicados al viaje organizado. En cualquier caso, no se podrán aumentar los precios en los 20 días anteriores a la fecha del viaje.



'PRODUCTOS MILAGRO'

¿Dónde puede un consumidor informarse de si un medicamento es legal o no?

El consumidor puede comprobar la legalidad de un medicamento en la Dirección General de Farmacia y Productos Sanitarios. Dirección: Paseo de Recoletos, 14. Madrid, 28001. Teléfonos: 91 426 90 22/ 91 426 90 20. Fax: 91 426 92 28. Web: www.madrid.org/sanidad/farmacia/index.htm



REPARACIÓN DE VEHÍCULOS

¿Cuánto tiempo deben tardar los talleres oficiales o fabricantes de vehículos en facilitar las piezas de repuesto?

Los fabricantes, importadores y representantes oficiales de las marcas están obligados a facilitar los repuestos de la marca o marcas representadas a los usuarios y a los talleres (siempre que tengan existencias de los mismos) en el plazo no superior a un mes desde la fecha de solicitud para las marcas de importación y no superior a 15 días para las piezas correspondientes a vehículos nacionales.



Polen: No olvides consultar los niveles

Desde el mes de abril hasta junio, la presencia de polen en la atmósfera se acentúa. Cada año son muchas las personas que padecen alergia a esta sustancia, que resulta necesaria para la reproducción de las plantas. Se trata de un problema que se manifiesta con molestias irritativas como conjuntivitis, rinitis, moqueo o irritación de garganta, y que puede llegar a desembocar en una crisis asmática. Conocer la cantidad de polen en el ambiente es esencial para quienes padecen este tipo de reacciones, de ahí que la Comunidad de Madrid cuente con la Red Palinocam, que se encarga de proporcionar información sobre el contenido polínico de la atmósfera en diferentes puntos de la región. Con distinta frecuencia en función de la época, se realizan recuentos de polen, identificando cada tipo y proporcionando una información diferenciada. Esta red, creada en 1993, es una de las actividades del Programa Regional de Control y Prevención del Asma puesto en marcha en la Comunidad de Madrid.

A lo largo de estos meses, todo aquel que lo desee puede consultar estos datos por teléfono o a través de internet (902 545 900 / www.madrid.org/polen). La información se actualiza a diario y es enviada por diez captadores repartidos por toda la comunidad.

En cada época, predomina un tipo distinto

Enero-marzo: arizónicas, cipreses y fresnos.

Marzo-abril: plátano de paseo o de sombra.

Abril-junio: gramíneas, llantenes y olivo.

Sabía que...



Ante la rubéola, más vale prevenir...

Las consejerías de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid y de Inmigración han puesto en marcha una campaña de vacunación frente a la rubéola, que está dirigida a inmunizar a más de 300.000 mujeres en edad fértil de 15 a 49 años. La vacunación se realiza hasta el próximo 31 de mayo en los centros de salud y puntos autorizados. Esta campaña surge tras los 460 casos de rubéola que en 2005 se registraron en la Comunidad de Madrid, la mitad entre población inmigrante. La rubéola es una enfermedad infecciosa, suele tener un carácter leve y la infección durante los primeros meses de gestación puede ocasionar desde aborto o muerte fetal hasta el conocido Síndrome de Rubéola Congénita, que afecta a distintos órganos.



La Consejería de Sanidad y Consumo está enviando información de la campaña a las personas interesadas a través de una carta personalizada. Además, se han editado folletos y carteles informativos, a lo que hay que sumar anuncios en prensa y radio. La Dirección General de Salud Pública y Alimentación informa de todo ello en www.madrid.org. Actualmente, la vacuna contra la rubéola se incluye en nuestro calendario infantil, repartida en dos dosis a los 15 y a los cuatro años.



Campaña sobre la calidad y control de la carne de pollo...

La Comunidad ha puesto en marcha una campaña informativa en galerías y mercados municipales para exponer las garantías higiénico-sanitarias y las cualidades nutricionales de la carne de pollo en colaboración con el Colegio de Veterinarios de Madrid, la Organización Interprofesional de Avicultura de Carne de Pollo y la Federación de Comercios y Mercados de Madrid. En la campaña se destaca, por ejemplo, el carácter saludable y nutritivo de la carne de pollo como parte integrante de una dieta sana y equilibrada así como la garantía sanitaria. En este sentido, se explica que el sistema de producción, transformación y puesta en el mercado de los productos avícolas en España es de los más avanzados del mundo. Los sistemas de trazabilidad desarrollados en la producción de la carne permiten controlar el alimento desde la producción hasta el punto de venta, existiendo rigurosos controles realizados por los Servicios Oficiales Veterinarios durante todo el proceso, en las granjas de aves y en los mataderos.





Comunidad de Madrid

Información sobre consumo y general (segundo teléfono para fuera de Madrid)	012 / 91 580 42 60	www.madrid.org
Información 24 horas (empleo público, listas, exámenes...)	91 580 42 55	

Consejerías y organismos adscritos

Consejerías y organismos adscritos	Dirección postal	Teléfono	Dirección web
------------------------------------	------------------	----------	---------------

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

C/ Aduana, 29

91 586 70 00 - 71 41

www.madrid.org/sanidad

Dirección General de Consumo	C/ Ventura Rodríguez, 7-4ª planta	91 420 58 80 / 012	www.madrid.org (accesos directos)
Inst. Regional de Arbitraje de Consumo	C/ Ventura Rodríguez, 7-5ª planta	91 420 57 25 - 58 24	
D. G. de Salud Pública y Alimentación	C/ Julián Camarillo, 4 Ed. B 3ª planta	902 54 51 00	
Defensor del Paciente	C/ Alcalá, 21-8ª planta	91 360 57 30	

Hacienda

C/ Alcalá, 1

91 580 35 00

www.madrid.org/hacienda

Información al contribuyente	C/ General Martínez Campos, 30	901 50 50 60 / 91 580 94 04
Defensor del Contribuyente	C/ Gran Vía, 18-5ª planta	91 720 93 78
Servicio de Orientación Jurídica (consultas presenciales 9-13h)	C/ Capitán Haya, 66	91 397 15 64

Economía e Innovación Tecnológica

Economía e Innovación Tecnológica	C/ Príncipe de Vergara, 132	91 580 22 00 / 10	www.madrid.org/economia
-----------------------------------	-----------------------------	-------------------	--

D. G. de Turismo (reclamaciones)	C/ Príncipe de Vergara, 132	91 580 23 11 / 902 100 007 (información de turismo)	
D. G. de Industria, Energía y Minas	C/ Cardenal Marcelo Spínola, 14 Ed. f4	91 580 21 00 - 11 y 91 420 64 62	
Instituto Madrileño de Desarrollo	C/ José Abascal 57, 1º	91 399 74 00	www.imade.es
Instituto de Estadística (Información)	C/ Príncipe de Vergara, 108	91 580 99 55	www.madrid.org/iestadis.es

Transportes e Infraestructuras

Transportes e Infraestructuras	C/ Maudes, 17	91 580 31 00
--------------------------------	---------------	--------------

Junta Arbitral Transportes Terrestres	C/ Orense, 60	91 580 29 58 - 83	
Consortio Regional de Transportes	Pza. Descubridor Diego de Ordás, 3	91 580 35 90 - 42 60	www.ctm-madrid.es
Metro Madrid (Inf./reclamaciones)	Cavanilles 58	91 379 88 00 / 902 44 44 03	www.metromadrid.es

Otros

Defensor del Menor	C/ Ventura Rodríguez, 7	91 563 44 11	www.d-menor-mad.es
--------------------	-------------------------	--------------	--

Organismos de la Administración central y otros

Instituto Nacional del Consumo	C/ Príncipe de Vergara, 54	91 822 44 40 - 63	www.consumo-inc.es
Secr. de Estado de Telecomunicaciones	Alcalá, 50	91 346 15 00 - 23 70 - 23 73	www.setsi.mcyt.es
Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones		901 33 66 99	www.usuariostelego.es
Banco de España / Reclamaciones	C/ Alcalá, 48	91 338 50 68 - 65 30	www.bde.es
Dirección General de Aviación Civil	Paseo de la Castellana, 67	91 597 83 21 - 72 31	www.fomento.es
Aena	Peonías, 2	902 404 704	www.aena.es
D. G. de Seguros y Fondos de Pensiones	Paseo de la Castellana, 44	91 339 70 00 / 902 19 79 36	www.dgsfp.mineco.es
Renfe. Atención al viajero.	Estación de Atocha-Glorieta de Carlos V	902 24 02 02	www.renfe.es

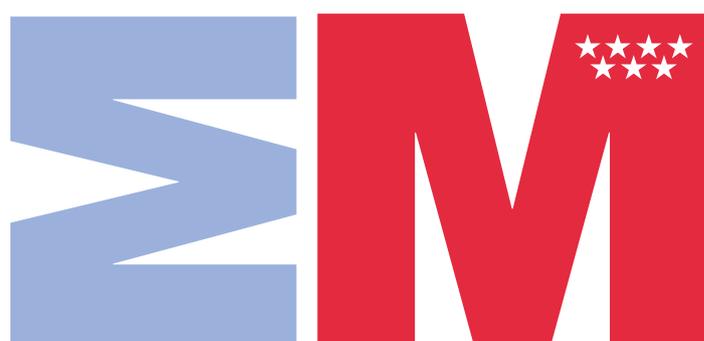


Biblioteca
virtual

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



La Suma de Todos



CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO

Comunidad de Madrid