

consumamadrid

El Portal del Consumidor de www.madrid.org

nº 05 / agosto 06. Ejemplar gratuito

CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO
Comunidad de Madrid

actualidad / que no te
cuenten cuentos

arbitraje / reclamando
se entiende la gente

formación / los nuevos
'médicos del consumo'

entrevista con el subdirector general
de Coordinación de la Dirección
General de Consumo



reportaje / líneas aéreas
volando por tus derechos





**No se admiten cambios
ni devoluciones**

Entra en el Portal del Consumidor
www.madrid.org
y conoce tus Derechos

Infórmate en el 012

Editorial

El verano y las vacaciones

Durante todo un año la espera de las vacaciones se convierte en un hecho real cuando llega el verano. Sin embargo ese anhelado descanso en muchas ocasiones se transforma en pesadilla cuando el viaje planeado no se corresponde con la realidad porque el hotel no es el del folleto, las excursiones se pagan aparte, la comida es escasa o los servicios no son los esperados. Eso sin contar con que no hayamos sido víctimas del *overbooking* o que se haya roto la única maleta que no se ha perdido. Sin ánimo de ser pesimistas, sí es cierto que también en vacaciones tenemos que saber ejercer nuestros derechos. Una adecuada planificación de las vacaciones compradas con suficiente antelación, leer detenidamente las condiciones del viaje, conservar los folletos y las facturas, y ser un consumidor informado, pueden ahorrar más de un disgusto. Conocer los derechos y hacerlos valer redundará en beneficio de todos. En quien los defiende y en quien tiene que responder de sus fallos porque así los corregirá en el futuro.

Mención especial merece el transporte estrella sobre todo para desplazamientos largos: el viaje en avión; por eso CONSUMADRID dedica el reportaje central de este número a informar con detalle de todos los derechos y obligaciones que consumidores y proveedores tienen a la hora de contratar un vuelo, repasando aquellas situaciones que se dan con más frecuencia. Si los preparativos de última hora no le dejan tiempo para leerlo con atención, le recomendamos que junto con los folletos y resto de información sobre su viaje, guarde esta revista para poder repasar con tranquilidad aquellas cuestiones que necesita saber y también compartir, por qué no, con otros compañeros de ruta. Puede serle muy útil.

Deseamos a todos los lectores felices vacaciones recordándoles que durante su descanso los técnicos de consumo seguirán trabajando y velando por proteger sus derechos.



Reportaje

Los derechos de los usuarios de líneas aéreas

18/



Inspección

Los escaparates deben exhibir el precio de los artículos

20/



Entrevista

Mariano Sánchez-Ortiz, subdirector general de Coordinación de la Dirección General de Consumo

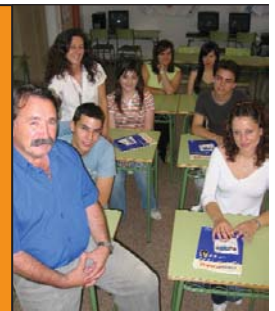
10/



Arbitraje

Reclamando se entiende la gente

26/



Formación

Los nuevos 'médicos del consumo'

28/

04/ Actualidad · 12/ Región · 15/ Consumo Responsable · 22/ Consumidores · 25/ Emprendedores · 29/ Esfera · 30/ Madrid 7 Estrellas · 31/ www.madrid.org · 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, Mariano Sánchez-Ortiz Rodríguez y Paloma Vicent García.
En este número han colaborado: M^a Soledad Ballesteros Plaza, Ángel Escolar-Noriega Prieto, Elena López Pleite, Africa Marín Ramírez, Carmen Martín Villa y Beatriz Sánchez Marmol.
Maquetación: Cariotipo MH5.
Impresión y distribución: Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.



Madrid, la comunidad más activa en la alerta de artículos inseguros

La Comunidad de Madrid ha emitido hasta finales de julio 65 alertas por productos inseguros, notificaciones que contribuyen a proteger a los consumidores y evitar riesgos. Sigue siendo la autonomía más activa en la red nacional, con el 23 por ciento de las notificaciones. El Portal del Consumidor de www.madrid.org es pionero en informar en tiempo real de los artículos retirados del mercado nacional. Productos eléctricos y artículos de puericultura destacan en la lista de alertas.

La Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid ha emitido, hasta finales de julio, 65 alertas de productos que incumplían la normativa sobre etiquetado y seguridad y que, por lo tanto, han sido retirados del mercado. Estas alertas suponen ya el 90 por ciento de todas las de 2005 (76).

La detección de productos con riesgo tiene su origen en las inspecciones que efectúa la Administración, y en las comunicaciones que realizan los productores y distribuidores, que están obligados, por ley, a notificar a Consumo los fallos que detectan en sus artículos y a emprender medidas para subsanarlos. En algunas ocasiones, las alertas también se generan a partir de las denuncias de los propios consumidores.

Entre las alertas destacan las relacionadas con material eléctrico, especialmente lámparas, que suponen el 19 por ciento de los avisos emitidos. Le siguen los artículos de puericultura (chupetes, cadenas...), que centran el 15 por ciento de las alertas, y los pequeños electrodomésticos (11 por ciento). El resto de las notificaciones se refiere a diversos productos, como juguetes, accesorios de deporte, encendedores, artículos de decoración, material escolar... Por otro lado, existe un número significativo de alertas (27 por ciento), que corresponde a fallos en la producción de determinados automóviles identificados y comunicados por la propia industria tanto a sus clientes (procediendo a subsanar el defecto) como a las autoridades competentes. El origen de los productos es asiático en prácticamente la mitad de los casos.



El consejero de Sanidad y Consumo, Manuel Lamela, escucha las explicaciones de la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, en presencia de la viceconsejera Belén Prado durante la presentación del balance de alertas del primer semestre de 2006.

Madrid es la Administración autonómica más activa en la red de alerta. Hasta finales de julio, ha sido responsable de 65 de las 284 notificaciones registradas por todas las comunidades autónomas. El consejero de Sanidad y Consumo, Manuel Lamela, ha animado a los consumi-

dores a que "ante cualquier indicio de que un artículo no cuenta con la información mínima, o ante la sospecha de que puede provocar un accidente contacten con cualquiera de las más de 50 oficinas de consumo que hay en la región".

COMPRAR SEGURO

Para hacer una buena elección es clave comprobar si los productos incluyen nombre, marca o razón social y domicilio del responsable del producto en la Unión Europea, además de información en español en instrucciones de uso, manejo y advertencias de seguridad, y el marcado CE, que acredita la conformidad del producto con las exigencias esenciales de seguridad. Este logotipo debe figurar en algunos artículos, como productos eléctricos, juguetes, gafas, etc. También hay que seleccionar productos adecuados a la edad de la persona a la que va destinado y al uso que se le va a dar, y seguir las instrucciones de uso.



*** Este cuadro luminoso tiene en su interior un deficiente sistema eléctrico que puede producir desde incendios hasta descargas eléctricas a quien lo manipule.**

*** La pistola incumple doblemente la legislación, ya que imita perfectamente a una real y contiene un láser clase 3 que puede provocar lesiones oculares.**



*** Estas zapatillas contienen sustancias tóxicas que se volatilizan lentamente y provocan en quien las use dolores de cabeza y náuseas.**



La calculadora de la parte inferior es un objeto de broma: al usarla provoca una descarga eléctrica. El problema es que sus instrucciones no están en castellano y no tiene advertencias de uso dirigidas a personas con patologías previas en las que tal descarga podría llegar a causar accidentes.

El secador tampoco presenta instrucciones en castellano. Además, las diferentes piezas que lo componen se sueltan con enorme facilidad exponiendo la maquinaria de la parte interior, de manera que el usuario del secador puede sufrir muy fácilmente accidentes por choque eléctrico.



MOTIVOS DE LAS ALERTAS

Las causas de las alertas de productos inseguros se dividen en dos tipos. Por un lado, están las relacionadas con la información obligatoria que deben presentar los productos en función de las normas vigentes y cuya ausencia puede implicar un riesgo para la seguridad del usuario. Las más frecuentes son la inexistencia de información en español, la falta de datos que identifiquen claramente al responsable del producto en la Unión Europea, la falta del marcado CE (que indica la conformidad del producto con las normas de seguridad europeas) y la ausencia de las leyendas que advierten de los riesgos de un uso inadecuado de cada artículo.

La otra clase de motivos que llevan a la retirada de un producto se refiere a deficiencias en el diseño del artículo que pueden implicar accidentes. Por ejemplo, artículos eléctricos con circuitos mal aislados (pueden causar choques eléctricos), electrodomésticos con partes que se calientan más de lo permitido o que tienen partes activas accesibles al usuario (pueden provocar quemaduras o choque eléctrico), juguetes con partes excesivamente pequeñas o cuerdas demasiado largas (riesgo de ahogamiento), o artículos con aristas cortantes.

Aquí se muestran algunos de los artículos retirados.



*** Los mecheros no pueden tener formas atractivas para los niños, como el caso de éste con aspecto de perro. Arriba a la derecha, una faja eléctrica anunciada con un supuesto efecto sauna cuya temperatura duplica el límite legal y que produjo quemaduras de segundo grado a un consumidor.**



Un nuevo modelo de mini moto (pit bike) retirado del mercado y la alerta en el Portal del Consumidor.



Este verano, la información sale al encuentro del consumidor

La Comunidad de Madrid ha instalado en cuatro áreas de veraneo de la región otros tantos puntos de información para acercar a los vecinos y visitantes de estas zonas información sobre sus derechos como consumidores. Además, estos puntos difunden los canales que las instituciones públicas y las asociaciones de consumidores ponen a su disposición para reclamar en caso de problemas con la adquisición de un producto o la contratación de un servicio.

Aroyomolinos, Navacerrada, San Martín de Valdeiglesias y Villarejo de Salvanés (en la foto) acogen estos puntos de información en sus calles durante julio y agosto. Se han escogido estas localidades por albergar una especial afluencia de visitantes durante la época estival. El año pasado se realizó una experiencia piloto en Guadarrama y este año la Comunidad ha querido dar un paso más creando este programa de atención al consumidor en verano que nace en cuatro municipios.



El 70% de las personas atendidas el verano pasado eran residentes en Guadarrama o en poblaciones y urbanizaciones dependientes del municipio y el 30% fueron turistas o veraneantes. Entre los demandantes de información destacaron las mujeres (el 65%) y la franja de edad de los 40 a los 60 años (un 55%, frente a un 25% de personas que tenía más de 60 años, un 15% de entre 30 y 40 años y un 5% de menores de 30 años). Las consultas y quejas más habituales (25%) fueron por problemas con los servicios de telefonía e Internet,

seguidas de las relacionadas con reparaciones e instalaciones de servicios solicitados por el usuario (15%), fundamentalmente de instalaciones de regadío, energía solar, etc. También destacaron las reclamaciones por servicios turísticos (contratación de paquetes vacacionales y reclamaciones en hostelería, por mala atención al cliente o falta de calidad en los productos ofertados).

Los puntos de información distribuyen publicaciones, atienden problemas y facilitan hojas de reclamación.

Los puntos de información se enmarcan en los convenios de colaboración entre la Consejería de Sanidad y Consumo y las siguientes asociaciones, cuyo personal atiende dichos recursos: la Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (AACCU), la Confederación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de la Comunidad de Madrid (CECU), la Federación de Consumidores Usuarios Independientes de la Comunidad de Madrid (FUCI) y la Unión de Consumidores de la Comunidad de Madrid (UCE).



Los representantes de los cuatro municipios y las cuatro asociaciones que participan en el proyecto, junto a la directora general de Consumo (centro) durante la presentación de los puntos de atención al consumidor en verano.





25 escolares, premiados por la Comunidad

Veinticinco alumnos de entre diez y dieciséis años han recibido los premios del Concurso Escolar de Consumo Responsable 2005/06 de la Comunidad de Madrid. El objetivo fue ahondar en las repercusiones que tienen los actos de consumo en nuestra economía y en el entorno.

Los escolares formaron grupos con el fin de participar en un juego interactivo de ordenador (Consumópolis) y diseñar un juego de mesa basado en el consumo responsable. Estudiantes, profesores y centros ganadores han recibido los correspondientes diplomas y, estos últimos, también premios en metálico. El jurado valoró la originalidad de cada propuesta, su atractivo lúdico y en qué grado transmitía los valores del compromiso con un consumo responsable y sostenible.

Los primeros

El primer premio del Tercer Ciclo de Educación Primaria fue para los alumnos de sexto curso del Colegio de Educación Infantil y Primaria (CEIP) Bolivia, de Madrid. Asimismo, el primer premio del Segundo Ciclo de Educación Secundaria recayó sobre los alumnos de cuarto curso de la Escuela Santísimo Sacramento, de Madrid. Este último ha sido adaptado por

la Dirección General de Consumo y puede descargarse del Portal del Consumidor para jugar con él (ver página 32).

El segundo premio del Tercer Ciclo de Primaria lo lograron los alumnos de sexto curso del CEIP Infanta Elena, de Pozuelo de Alarcón.

El segundo premio del Primer Ciclo de Secundaria fue para los alumnos de segundo curso del IES Guadarrama.

Por último, el segundo premio del Segundo Ciclo de Secundaria lo obtuvieron los alumnos de tercer curso de del IES Severo Ochoa, de Alcobendas.

El concurso, cuyos premios entregó la directora general de Consumo (ver fotos), se suma al plan de formación escolar de la Consejería de Sanidad y Consumo desarrollado durante el pasado curso y en el que destacó la programación de 3.500 talleres. Esta iniciativa se enmarca en el Plan Integral de Protección al Consumidor.



UNA JORNADA DE CELEBRACIÓN

Las imágenes recogen diversos momentos de la entrega de premios, que se celebró en la sede de la Agencia Laín Entralgo. Los equipos ganadores estuvieron acompañados por sus compañeros de clase y profesores. En las fotos inferiores se aprecian los juegos de mesa ganadores y un momento de la actuación que presenciaron los jóvenes durante el acto.



Sólo 4 de cada 10 consumidores conocen cuáles son sus derechos

Sólo cuatro de cada diez ciudadanos conocen sus derechos como consumidores y saben a dónde acudir para presentar una reclamación o solicitar un arbitraje, según concluye una encuesta realizada por la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid. Una de las medidas que ha tomado la Consejería de Sanidad y Consumo ha sido el lanzamiento este verano de una campaña de concienciación bajo el lema "¿Te cuentan cuentos? Lo que cuentan son tus derechos como consumidor".

Los anuncios buscan la difusión de los recursos que la Administración regional ha puesto al alcance de los consumidores para informarles y ayudarles a ejercer sus derechos y, en particular, el nuevo Portal del Consumidor de www.madrid.org y el teléfono 012.

Según explicó la viceconsejera de Calidad Asistencial, Salud Pública y Consumo, Belén Prado, durante la presentación de la campaña, "a pesar de que cada vez son más los ciudadanos que recurren a las oficinas de consumo de las Administraciones para presentar una reclamación de consumo, la Comunidad ha detectado que sólo cuatro de cada diez madrileños conocen sus derechos como consumidor".

Así se desprende de los resultados de una encuesta realizada el pasado mes de noviembre por la Dirección General de Consumo entre 1.245 ciudadanos de la Comunidad de Madrid, que también revela que únicamente una pequeña minoría (el 16 por ciento de los entrevistados) puede nombrar tres o más de estos derechos.

El sondeo señala que, aunque la mitad de los ciudadanos asegura haber tenido en alguna ocasión un conflicto relacionado con el consumo, sólo cuatro de cada diez saben señalar dónde acudir para formular una reclamación o solicitud de arbitraje de consumo en caso de no llegar a un acuerdo con los empresarios (las oficinas municipales y mancomunadas de consumo, la Dirección General de Consumo, las juntas arbitrales, etcétera).

Petición de los ciudadanos

"El lanzamiento de este tipo de campañas es una demanda que nos ha planteado el 60 por ciento de los ciudadanos encuestados", añadió la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola.

La campaña se ha desarrollado durante el mes de julio a través de dos spots de televisión (a los que corresponden las secuencias de la parte superior) cuyo eslogan ha sido "¿Te cuentan cuentos? Lo que cuentan son tus derechos como consumidor" y un anuncio -reproducido a la derecha de esta página- que ha aparecido en soportes exteriores (como

vallas, marquesinas...). Los anuncios de televisión presentan varias escenas cotidianas de consumo, que se corresponden con algunos de los sectores que habitualmente aparecen en las reclamaciones de los madrileños (teleasistencia por problemas con una línea de acceso a internet, la reparación de un coche en un taller, la contratación de unas vacaciones en una agencia de viajes y la compra de un vestido).

Empleando un tono irónico, los consumidores de los anuncios se ven inmersos en un cuento fantástico en el que las condiciones de la compra o la contratación del servicio no terminan de estar claras.

Portal del Consumidor

En ese momento del anuncio es en el que Consumadrid, el Portal del Consumidor, marca un punto de inflexión y ofrece una vía clara de acceso a los derechos del consumidor y a la gestión telemática de consultas, quejas y reclamaciones. "¿Te cuentan cuentos? Entra en www.madrid.org y conoce cuáles son tus derechos", señala al final la voz en off.





TAMBIÉN EN INTERNET

La campaña también se ha difundido en internet a través de diversos medios digitales de información general. Los anuncios enlazaban con el Portal del Consumidor.

LOS NOVIOS

El cartel de la campaña es diferente al spot de televisión y lo protagoniza una pareja de recién casados.



Las oficinas itinerantes llegan ya a 60 municipios

La Comunidad de Madrid va a firmar en breve seis convenios con otras tantas asociaciones de consumidores para llevar la atención al consumidor a cerca de sesenta ayuntamientos de zonas rurales (20 más que el año pasado). Estos convenios se enmarcan en un programa de la Comunidad que desde 2003 promueve la creación de dispositivos de atención al consumidor en municipios pequeños que carecen de oficina municipal propia.

A lo largo de la semana, la oficina de atención al consumidor de cada zona se desplaza por los diversos municipios del área, de manera que la mayoría cuenta con una oficina de atención al consumidor abierta al público un día a la semana durante tres horas. El Gobierno regional ha acordado destinar al mantenimiento de estas oficinas de consumo itinerantes un total de 314.000 euros, casi un 50% más que en 2005 (entonces se dotó al programa con 210.000 euros), lo que va a permitir extender el servicio a vecinos de más localidades rurales.

Asociaciones y localidades

La Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Madrid Ascensión Sedeño es una de las cuatro asociaciones que colaboran con la Comunidad de Madrid en la atención de estas oficinas. En este caso, gestiona la oficina de la Mancomunidad de La Maliciosa, compuesta por Becerril de la Sierra, Cercedilla, Collado-Mediano, Guadarrama, Los Molinos y Navacerrada.

La Federación de Usuarios-Consumidores Independientes atiende la Mancomunidad de Los Pinares: Aldea del Fresno, Cadalso de los Vidrios, Cenicientos, Colmenar de Arroyo, Chapinería, Navas del Rey, Pelayos de la Presa, Rozas de Puerto Real, San Martín de Valdeiglesias y Villa del Prado.



La Confederación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de la Comunidad de Madrid gestiona la oficina de la Mancomunidad de Servicios del Suroeste de Madrid: Arroyomolinos, Batres, Cubas de la Sagra, Casarrubuelos, Griñón, Moraleja de Enmedio, Serranillos del Valle, Torrejón de la Calzada y Torrejón de Velasco.

La Unión de Consumidores se encarga de la oficina regional que atiende a los municipios de la Mancomunidad Misedacam: Belmonte del Tajo, Brea de Tajo, Carabaña, Estremera, Fuentidueña de Tajo, Orusco de Tajuña, Perales de Tajuña, Tielmes, Valdaracete, Vald Laguna, Valdilecha, Villamanrique de Tajo y Villarejo de Salvanés.

20 puntos nuevos

Este año, los convenios también van a ser firmados con las asociaciones Adicae y Ausbanc, especializadas en la defensa de usuarios de servicios financieros. Adicae colaborará en la atención de Daganzo de Arriba, Fuente el Saz, Meco, el Molar, Paracuellos del Jarama, Pezuela de las Torres, Santorcaz, Talamanca del Jarama, Torrelaguna y Valverde de Alcalá. Ausbanc cubrirá El Alamo, Alpedrete, Buitrago de Lozoya, Bustarviejo, Colmenarejo, Manzanares el Real, Rascafría, Sevilla la Nueva, Villamanta y Lozueya-Navas-Sieteiglesias.

“Trabajamos para que todo madrileño tenga cerca dónde informarse y reclamar”

Mariano Sánchez-Ortiz Rodríguez es el subdirector general de Coordinación de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid. En entrevista con CONSUMADRID explica qué está haciendo la Comunidad de Madrid para garantizar que todos los madrileños cuenten con un recurso al que acudir en caso de un problema de consumo, coordinar acciones con los ayuntamientos y las asociaciones de consumidores e impulsar acciones formativas, especialmente para escolares, mayores e inmigrantes.



Su labor es coordinar la política de consumo de la Comunidad con los servicios municipales de consumo, las asociaciones de consumidores, etc. ¿En qué se traduce esta tarea a ojos del ciudadano?

El resultado más palpable es que, con independencia de dónde vivan, sean municipios grandes o pequeños, trabajamos para que todos los madrileños tengan a su disposición un recurso a través del cual obtener información sobre sus derechos como consumidor y ejercerlos reclamando, solicitando un arbitraje, etc.

¿En qué grado se ha conseguido este objetivo? Las encuestas de la Comunidad de Madrid dicen que sólo cuatro de cada diez ciudadanos saben qué hacer en caso tener un problema de consumo y otros tantos conocen dónde acudir.

Cerca de 50 ayuntamientos cuentan ya con un servicio de consumo que abarca desde la información al consumidor hasta la inspección y control del mercado, dependiendo de cada caso, pero la mayoría de ellos tiene una oficina a la que sus vecinos pueden ir a informarse y tramitar una denuncia, reclamación... Además, desde la Comunidad hemos promovido la creación de oficinas mancomunadas de consumo en zonas en las que los consistorios no disponen de recursos suficientes para contar con sus propias oficinas. Esta fórmula permite disponer de técnicos que atienden permanentemente a los consumidores desde un ayuntamiento de la zona, y que cada determinados días visitan las diferentes localidades de la mancomunidad para ver a los consumidores que lo deseen. A todo esto hay que sumar los ser-

vicios que prestan las asociaciones de consumidores y los recursos telemáticos, como Consumadrid, el Portal del Consumidor de la Comunidad de Madrid, a través del cual se puede obtener información, resolver dudas y poner reclamaciones, denuncias... directamente desde el ordenador de casa.

Los recursos existen y ahora tenemos que dar a conocerlos al máximo número de ciudadanos.

¿Qué le parece el papel que realizan las asociaciones de consumidores?

Son insustituibles, las que mejor conocen las necesidades de los consumidores y las más cercanas a ellos. Con las asociaciones estamos trabajando en los recursos mencionados y en la realización de diversas actividades de promoción de los derechos del consumidor.

La población inmigrante no para de crecer ¿cómo se ve esta situación desde el campo del consumo?

Los inmigrantes son un sector al que hay que dirigir acciones específicas, igual que hacemos con otros colectivos de especial protección, como los escolares o los mayores. Es algo que vi en mi etapa como responsable de Extranjería en Instituciones Penitenciarias y que estamos

tratando de impulsar también desde la Comunidad. En breve tenemos previsto firmar un convenio con el Cuerpo Consular acreditado en Madrid para promover acciones de información y educación destinadas a estas personas, muchas de las cuales sufren problemas derivados de su desconocimiento de las normas españolas que protegen al consumidor.

Ha mencionado a las personas mayores...

Sí, a ellas va destinada una línea de conferencias que organizamos y que este año versa sobre consumo y fraude. Además, hemos extendido un proyecto desarrollado con escolares y, por primera vez, hemos convocado un concurso para premiar a los mayores que compartan con nosotros sus experiencias en torno al consumo responsable.

FORUM Y AFINSA

¿Qué medidas se han tomado desde la Comunidad para hacer frente a la situación creada por la presunta estafa filatélica?

Al ser una cuestión que compete en exclusiva a los tribunales, la Comunidad de Madrid ha trabajado en el terreno de la información a los afectados para garantizar que nadie se quede al margen y que todos los interesados sepan qué hacer para reclamar la devolución de sus inversiones: inmediatamente después de que estallara el caso, coordinamos una serie de acciones para asegurar que se diera la misma información a través de todos los canales posibles, diseñamos una página informativa específica en el Portal del Consumidor que se actualiza constantemente y organizamos un dispositivo de atención urgente en municipios que carecen de oficina de consumo.

FORMACION EN EL COLEGIO

¿Qué formación sobre consumo se ofrece a los escolares?

Para este año, la Dirección General de Consumo cuenta con presupuesto para realizar más de 4.600 talleres en los que se forma a los niños en cuestiones que van desde cómo reciclar hasta cómo hacer un presupuesto para no gastar más de lo que se necesita o cómo ser crítico con la publicidad e identificar prácticas engañosas; trabajamos con los municipios y con los colegios para intentar adaptar la oferta temática de talleres a las necesidades de cada centro. Parte de los talleres es organizado directamente por los ayuntamientos y el resto los gestionamos nosotros.



PERFIL

Licenciado en Derecho, Mariano Sánchez-Ortiz Rodríguez ingresó en la Administración pública en 1985. Perteneció al Cuerpo Superior de Técnicos de Instituciones Penitenciarias y ha desarrollado su carrera en diversos puestos con un perfil de coordinación y supervisión: en 1992 fue nombrado jefe del Área de Inspección de Instituciones Penitenciarias y tres años después, jefe del Servicio de Coordinación y Seguimiento en la misma institución. También desempeñó el puesto de Jefe de Área de Intervención y en 2002 pasó a realizar labores de consejero parlamentario en el Gabinete del Ministro del Interior. Desde mayo de 2005 es el Subdirector de Coordinación de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, un campo en el que, según dice, puede desarrollar al máximo su "perfil de servidor público que busca el beneficio del ciudadano".

Nació en Madrid en 1959, está casado, tiene dos hijos y en su tiempo libre le gusta nadar, andar en bici y practicar atletismo. Siempre ha sido un gran viajero y aficionado a la astronomía, el cine y la lectura.



OMIC ALGETE

Una oficina que sale al encuentro del consumidor

Desde que en 1984 el Ayuntamiento creó el Servicio de Defensa del Consumidor, hasta que veinte años después la OMIC dispuso de un local independiente en el Centro Comercial de Algete, gracias a la colaboración entre el Ayuntamiento y la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, los servicios al ciudadano han evolucionado y crecido hasta conseguir un sistema de atención directa que resuelve los problemas específicos de los consumidores.

Aunque no cuentan aún con encuestas o indicadores que midan el grado de conocimiento de la OMIC, a sus responsables les consta que los vecinos saben de su existencia; prueba de ello es el aumento de consultas que reciben, por lo que han tenido que ampliar el horario de atención con dos tardes a la semana, además del habitual horario de mañana.

Eduardo Gallego, al frente de la OMIC desde el año 2000, es el responsable de la gestión de las reclamaciones y de planificar las actuaciones municipales en materia de Consumo.

Un capítulo importante de esta oficina es la formación en los colegios, a través de



El responsable de la OMIC, Eduardo Gallego, y el director del Área de Consumo de Algete, Gregorio Ramírez.

talleres y otras actividades; una de las últimas actuaciones ha sido la celebración en el Parque Europa de Algete de dos tardes de títeres educativos para los más pequeños, dentro del programa Diverparque, los sábados del mes de junio; la positiva participación de los niños les anima a repetir. Para el curso que viene tienen preparadas actividades de consumo responsable y talleres de nuevas tecnologías.

Reclamaciones

"En los últimos años ha prendido el convencimiento de que es positivo conocer

los derechos que nos otorgan las leyes de protección al consumidor, y reclamarlos cuando sea pertinente", señala Eduardo Gallego.

Los sectores que se reclaman son similares a otros municipios, aunque existe un mayor número de quejas en el sector del transporte interurbano de viajeros, de necesaria utilización por mucha personas y que está sujeto a bastantes incidencias que originan retrasos o incumplimientos de horarios.

En cuanto al número de reclamaciones, han pasado de las 47 registradas en 1999, a una media de 209 en los últimos años. En 2005 recibieron 227.

Convenios y subvenciones

Aunque la OMIC de Algete reconoce que le queda mucho camino por andar, el despegue experimentado en los últimos años y el aumento de la demanda del servicio hace pensar a todos que la ruta es correcta. Llegar a todos los ciudadanos de la zona y animarles a solicitar información sobre sus derechos como consumidores, ayudarles a resolver sus problemas, encauzar sus reclamaciones y en definitiva defender sus intereses, tanto los suyos particulares como los generales, son sus objetivos principales, y para los que trabaja cada día.

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	916647629
ALCORCÓN	C/ MAYOR 19, 1ª ZQ.	916648276	NAVALCARNERO	C/ JOSÉ MARÍA BAUSA, 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, 42-2º	916349326	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, 1	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	916278362	SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	916597100
EL ESCORIAL	PZ. ESPAÑA, 1	918901080	SEVILLA LA NUEVA	PZ. DE ESPAÑA, 1	918130001
FUENLABRADA	PZ. CONSTITUCIÓN, 1	916497023	TORREJÓN DE ARDOZ	PZ. MAYOR, 1	916566969
GALAPAGAR	C/ JUAN FRALDE 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	918099678
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





BRUNETE “Las OMIC somos las oficinas más cercanas al vecino”

La Oficina Municipal de Información al Consumidor de Brunete, que se creó en 2001, cuenta con una ubicación privilegiada, ya que se halla en la Plaza Mayor, marco de concurrencia pública y de acceso sencillo. Desde ella se informa a los consumidores (por ejemplo, enviando folletos y boletines a los domicilios) y, cuando se produce una reclamación, se media con el empresario afectado.

Además, la oficina organiza formación en materias como la garantía de los bienes y servicios, el consumo responsable, las rebajas, telecomunicaciones, etc. Sobre este último sector, la responsable de la OMIC de Brunete, Felipa Juan, opina que la agresiva competencia en el sector perjudica a los consumidores, que están mal informados sobre el tipo de contratación que realizan.

“Las dependencias municipales de consumo somos la oficina de mayor cercanía con el ciudadano. De hecho, salvo en los sectores que se reclama en las oficinas de atención al cliente, somos la primera vía de información y reclamación que tienen los usuarios a su disposición. El reto ahora es homologar las exigencias mínimas de todas las dependencias de consumo, a los efectos de impartir una misma actividad encaminada a dar las prestaciones en materia de consumo más eficaces”, ha añadido. Brunete está incrementando las reclamaciones, aunque aún no son muchas, porque los vecinos son pocos. Recientemente se ha aprobado el Plan General de Ordenación Urbana de Brunete, lo que en pocos años implicará más necesidades en el campo del consumo y el desarrollo de las competencias de inspección.



Juan Carlos Lucero, concejal de Sanidad y Consumo, y Felipa Juan, de la OMIC.



OMIC MEJORADA DEL CAMPO

“La formación en consumo en edad temprana es básica”

Desde que en 1992 Mejorada del Campo percibió la necesidad de disponer de una Oficina de Información al Consumidor, no han dejado de trabajar para dar un buen servicio y resolver las dudas e informar a sus más de veinte mil habitantes.

Además de la atención personal, trámite de reclamaciones, inspección, edición de folletos, y formación para mayores, en este municipio destaca su preocupación por la formación en consumo desde la edad más temprana, organizando talleres y gymkhanas en los colegios,

para que en el futuro esos niños se conviertan en consumidores responsables e informados.

Los usuarios acuden a sus oficinas para obtener información sobre temas de la más variada índole, pero principalmente sobre telefonía, suministros de servicios y vivienda.

Las reclamaciones presentadas han ido aumentando considerablemente en los 15 años de funcionamiento. Al cierre de esta edición, en 2006 ya habían tramitado 515 (220 más que en estas fechas el año pasado).

Tanto Antonio Monzón, concejal de Sanidad y Consumo, como David Martínez, responsable de la OMIC, perciben un mayor grado de concienciación por parte de los ciudadanos en cuanto a sus derechos como consumidores, debido a la evolución social y a la mayor información que reciben por parte de los organismos de Consumo. Ambos coinciden en la importancia de continuar con la divulgación para llegar a la mayoría de la población, por lo que trabajan con todos los medios a su alcance para conseguirlo, y de coordinar esfuerzos entre las distintas Administraciones.



El responsable de la OMIC, David Martínez, inspecciona un puesto del mercadillo. Al fondo, el concejal de Sanidad y Consumo, Antonio Monzón.



MANCOMUNIDAD DE CONSUMO HENARES JARAMA

Una oficina para cinco pequeñas localidades

CONSUMADRID finaliza la serie de informaciones dedicadas a las oficinas mancomunadas de consumo que ha ido publicando en sus cinco primeros números con esta página centrada en la Mancomunidad de Consumo Henares-Jarama, que surgió por la unión de los municipios de Coslada, Villalbilla, Loeches, Camarma de Esteruelas, Velilla de San Antonio y Cobeña, con el objeto de poder prestar a todos los vecinos de estas poblaciones, servicios relacionados con el consumo.

El servicio de consumo de esta mancomunidad se presta a todos los consumidores de los municipios que la integran, excepto a los de Coslada, que cuentan con su propia oficina municipal de consumo. Carlos Palomares, técnico de la Unión de Consumidores de la Comunidad de Madrid, realiza dos visitas al mes a cada una de las localidades (ver cuadro con las fechas programadas para los próximos meses).

Tipos de servicios

Durante esos desplazamientos, atiende a los consumidores en horario de 10 a 13 horas en las dependencias del respectivo ayuntamiento prestando servicios de asesoramiento jurídico, tramitación de reclamaciones y mediación entre reclamantes y reclamados. Además, la mancomunidad cuenta, desde 2002,



Carlos Palomares, técnico de la Unión de Consumidores de la Comunidad de Madrid, atiende a los consumidores y gestiona sus reclamaciones.

CALENDARIO DE VISITAS POR LOCALIDADES

Camarma de Esteruelas: 13 y 27 de sept, 11 y 25 de oct, 8 y 22 de nov, y 13 y 27 de dic.

Cobeña: 8 y 22 de sept, 6 y 20 de oct, 3 y 17 de nov, 1 y 22 de dic.

Loeches: 12 y 26 de sept, 10 y 24 de oct, 14 y 21 de nov, y 5 y 19 de dic.

Velilla de San Antonio: 7 y 21 de sept, 5 y 19 de oct, 9 y 23 de nov, y 14 y 28 de dic.

Villalbilla: 11 y 25 de sept, 9 y 23 de oct, 6 y 20 de nov, y 4 y 18 de dic.

con una junta arbitral donde los vecinos de todos los municipios que la integran (incluidos los de Coslada) pueden formular sus solicitudes de arbitraje.

Telecomunicaciones y vivienda copan, al igual que en el resto de la Comunidad de Madrid, las quejas principales, aunque "en esta zona destacan también las reclamaciones y consultas relacionadas con el suministro eléctrico, ya que estos municipios sufren con cierta regularidad problemas de cortes de luz, subidas de tensión, daños en aparatos eléctricos, etc", según explica Palomares. "Veo el futuro del consumo con relativo optimismo, ya que se está trabajando mucho desde las Administraciones públicas y las asociaciones de consumidores en mejorar el nivel de información, formación y defensa del consumidor", acometiéndose reformas normativas que servirán para ampliar y garantizar los derechos de los consumidores, añade.

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	ESTREMEÑA	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	
	VALDILECHA		VALDEIGLESIAS	
	VILLAMANRIQUE			
	VILLAREJO DE SALVANÉS			

No aplicar sin antes... comprender el lenguaje del etiquetado

Los productos cosméticos muestran en sus etiquetas informaciones sobre usos, ingredientes y cantidades que conviene conocer tanto para sacar el máximo rendimiento del producto como para evitar riesgos en su empleo. Los diferentes símbolos que los ilustran se refieren a aspectos como la duración del compuesto una vez que se ha abierto el envase, el contenido o la participación del fabricante en los programas de eliminación y reciclado de residuos.

DENOMINACIÓN DEL PRODUCTO

Cerca de la marca del producto suele haber una frase que indica qué es el producto. Por ejemplo, "crema hidratante".

INGREDIENTES DEL PRODUCTO

Lista de los ingredientes usados en la fórmula en orden descendente de concentración. Este punto es muy importante para las personas que buscan un ingrediente específico o que quieren evitar alguno.

INDICACIÓN DEL USO

Información sobre cómo, cuándo y dónde usar el producto. Por ejemplo: "Aplicar en las áreas de la cara en las que sea necesario".

DIRECCIÓN DEL FABRICANTE O RESPONSABLE EN LA UNIÓN EUROPEA

Información sobre quién hizo el producto y dónde está el fabricante o distribuidor en la UE.

PAÍS DE ORIGEN

Nombre del país fabricante.

CONTENIDO NETO

Suele aparecer con la leyenda "peso neto". Expresa la cantidad de producto que contiene el envase. La "e" que se lee después del volumen es la garantía de que el producto ha sido llenado según el sistema de medidas promedio de la UE.

MÁS INFORMACIÓN DISPONIBLE

El logo de la derecha señala que debe buscar más información en otro lugar del envase: en un folleto, una tarjeta, una etiqueta en el interior de la caja...



ADVERTENCIAS/PRECAUCIONES

Informan sobre qué hacer y qué no hacer con el producto. Por ejemplo, "Atención: no aplicar en zonas cercanas a los ojos".

LOGO DEL PROGRAMA DE ELIMINACIÓN Y RECICLADO

Indica que el fabricante participa en programas europeos de eliminación y reciclado correcto de los componentes del envase.

DURACIÓN TRAS LA APERTURA

Este pictograma indica la cantidad de meses dentro de los cuales se debe usar el producto después de abierto, siempre que el producto se haya guardado en condiciones normales y no se haya expuesto a temperaturas extremas. Por ejemplo, 24M significa que 24 meses después de abierto el producto debería desecharse.



Llegó la ola de calor..

Como cada año, las autoridades sanitarias regionales han puesto en marcha el Plan de Prevención ante los efectos del calor, que estará activo hasta el 15 de septiembre. El Plan está dirigido principalmente a la población más vulnerable, como los mayores (principalmente ancianos que viven solos), niños, y personas con enfermedades cardiovasculares o respiratorias. En esta página se explica cómo obtener información a cerca de las alertas por calor, cómo reconocer y qué hacer ante un golpe de calor, y unos consejos prácticos.

El plan contempla diversos canales de información: a través de www.madrid.org (teclea 'ola de calor' en el buscador o vaya a la página de la Consejería de Sanidad y Consumo), folletos informativos, y un teléfono que informa del nivel diario de alerta mediante mensajes de voz que avisan ante los niveles de riesgo (amarillo y rojo); este servicio se solicita previamente llamando al teléfono 902 545 700.

Con respecto a los indicadores ambientales, diariamente en la página web de la Consejería de Sanidad y Consumo (www.madrid.org) aparece un Boletín en el que Salud Pública informa mediante iconos en forma de sol del nivel de riesgo junto con la predicción de la situación de calor de los cinco días siguientes.

Los niveles de alerta pueden ser tres:

- NIVEL 0: NORMALIDAD
- NIVEL 1: PRECAUCIÓN
- NIVEL 2: ALTO RIESGO

Qué es un golpe de calor

Un golpe de calor puede causar la muerte o secuelas importantes si no hay un tratamiento inmediato. Se reconoce por la temperatura del cuerpo, que puede ser muy alta, hasta de 40°C; piel caliente, enrojecida y seca (sin sudor); dolores de cabeza, náuseas, somnolencia y sed intensa; confusión, convulsiones y pérdida de conciencia.

Si alguien cercano sufre un golpe de calor, llame al servicio de urgencias y mientras espera su llegada refrésquele rápidamente el cuerpo mediante sábanas mojadas, abanicos o cualquier otro método. Mantenga a la persona tendida y continúe refrescándole el cuerpo de la forma que le sea posible. Es muy importante.



CONSEJOS BÁSICOS

No está de más recordar unos consejos básicos para afrontar los meses de calor:

- Evitar la exposición al sol en las horas centrales del día.
- No hacer ejercicios físicos fuertes en los momentos de mayor calor.
- Utilizar productos de protección solar, aplicándolos sobre la piel 30 minutos antes de la exposición, y siempre después de cada baño en la piscina.
- Tomar líquidos en abundancia para prevenir la deshidratación, aunque no se tenga sed.
- Aumentar el consumo de frutas y verduras para recargar el organismo de sales minerales. Comidas pequeñas y más frecuentes. Evitar alimentos con muchas proteínas.
- Utilizar gafas de sol homologadas que garanticen el cien por cien de protección ante los rayos uva y cubrirse la cabeza para evitar insolación.
- Usar ropa ligera, cómoda y de colores claros.
- Si tras la exposición al sol la piel está notablemente roja y dolorida, o aparecen mareos o fiebre, consultar al médico.

y la temporada de piscinas.

Con la llegada del verano abre la gran mayoría de piscinas, que han permanecido cerradas durante el resto del año. La legislación regula el funcionamiento de estas zonas de esparcimiento, tanto las públicas como las privadas, en lo referido a los medios que tienen que tener y a la acreditación de los profesionales que deben velar por la seguridad de las personas que en ellas se bañen. En esta página repasamos todas estas obligaciones.



OBLIGACIONES DE LAS PISCINAS

1. Todas las piscinas de uso colectivo, públicas y privadas, incluidas las de comunidades de vecinos de más de 30 viviendas, deben disponer de un servicio de socorrista, tal como recoge el Decreto 80/1998, de 14 de mayo que regula las condiciones higiénico-sanitarias de las piscinas de uso colectivo.
2. Para poder ejercer su actividad, los socorristas han de estar inscritos en el Registro de profesionales de la Agencia Laín Entralgo.
3. En la Comunidad de Madrid hay actualmente registrados 6.613 socorristas. Para facilitar la identificación de estos profesionales, la Agencia Laín Entralgo comenzó a emitir a principios de este año la Tarjeta del Registro de Profesionales Sanitarios. La tarje-

ta se entregará este año a 2.500 socorristas y, en el plazo de dos años, todos los profesionales dispondrán de este documento acreditativo.

4. Los requisitos que deben cumplir estos profesionales son haber cumplido los 16 años, acreditar formación en primeros auxilios y soporte vital básico (40 horas) y socorristismo acuático (40 horas), además de estar inscritos en el Registro de Socorristas de la Agencia Laín Entralgo. Dicha formación se debe actualizar cada dos años.

5. Los socorristas deben permanecer en las instalaciones durante todo el tiempo de su funcionamiento.

6. El número de socorristas es de un mínimo de uno para 500 metros cuadrados de lámina de agua, dos entre 500 y 1.000 metros cuadrados y, a partir de cada 1.000 metros, un socorrista más.

7. Además las piscinas deben tener elementos de apoyo de rescate como salvavidas, como mínimo dos ubicados en lugares visibles y de fácil acceso, según marca la normativa.

8. Las piscinas que en su conjunto sumen entre 500 y 1.000 metros cuadrados de superficie de agua deben contar con la presencia de enfermería y, a partir de 1.000 metros cuadrados deben disponer de un profesional de la Medicina.

9. Por último, los responsables de las piscinas deben vigilar, además, la calidad del agua y de las instalaciones, siendo los ayuntamientos los competentes, por razón de territorio, en materia de autorización, inspección y ejercicio de la potestad sancionadora de las piscinas.

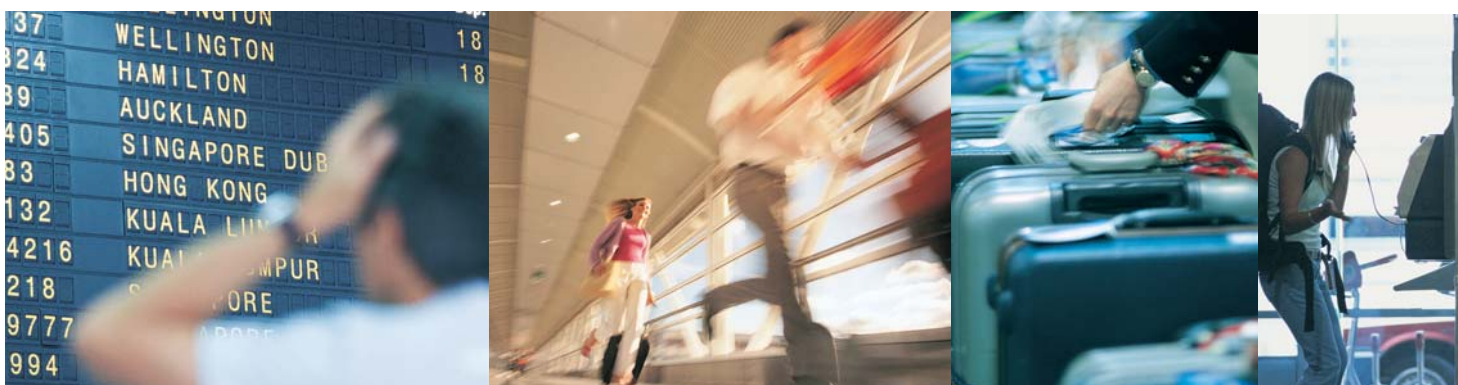


Este es el carné que tienen que tener todos los socorristas en la Comunidad de Madrid (en la región hay 6.613 socorristas registrados). Se está procediendo a la acreditación de todos ellos, labor que concluirá en el plazo de dos años. Los interesados en obtener este carné o información sobre él pueden dirigirse a la Agencia Laín Entralgo (c/ Gran Vía 27, Madrid. teléfonos 91 308 94 00 / 91 308 95 99).



Líneas aéreas: tus derechos también despegan

Cada vez son más los consumidores que recurren al avión gracias a la aparición de compañías de bajo coste, la multiplicación de las ofertas y la venta de billetes por internet. Sin embargo, no todos conocen exactamente qué pueden exigir a las compañías del sector en caso de surgir problemas. En este reportaje repasamos los derechos que asisten a los usuarios de líneas aéreas en caso de cancelación del vuelo, retraso, *overbooking*, deterioro, retraso en la entrega o pérdida de las maletas, etc.



CANCELACIÓN DE UN VUELO

La compañía debe ofrecer **varias opciones**:

- Reembolso en siete días del coste del billete.
- Conducción hasta el destino final en condiciones de transporte comparables, lo más rápido posible.
- Conducción en una fecha posterior que convenga al pasajero, si hay plazas libres.

Con independencia de la elección del pasajero, **la compañía compensará al cliente** con 250 euros (vuelos de hasta 1.500 kilómetros), 400 euros (vuelos intracomunitarios de más de 1.500 kilómetros y para los demás vuelos de entre 1.500 y 3.500 kilómetros) o 600 euros (resto de vuelos). Estas compensaciones pueden quedar en la mitad si se ofrece un transporte alternativo con una diferencia en la hora de llegada respecto a la programada para el vuelo contratado que no sea superior a dos, tres y cuatro horas, respectivamente.

El pasajero no tendrá derecho a compensación cuando se le informe de la cancelación con, al menos, dos semanas de antelación. Tampoco si se le notifica con menos de dos semanas y la compañía le ofrece otro transporte con horarios parecidos al contratado. Las compensaciones económicas tampoco se aplican en cancelaciones por circunstancias extraordinarias.

'OVERBOOKING'

Si al llegar al aeropuerto el pasajero se ve afectado por un caso de *overbooking* (denegación de embarque por exceso de venta de billetes -práctica legal que realizan las aerolíneas-), el personal de la compañía debe ofrecer al cliente las mismas alternativas y compensaciones económicas descritas en esta página para el caso de cancelación.

ASISTENCIA A LOS PASAJEROS

En caso de cancelación, retraso y *overbooking*, la compañía debe ofrecer comida y refrescos suficientes (en función del tiempo de espera), dos llamadas telefónicas, mensajes de fax o correos electrónicos, y alojamiento en un hotel y transporte (entre aeropuerto y alojamiento), cuando se ofrezca un transporte alternativo con salida prevista como mínimo al día siguiente.

CAMBIO DE CLASE

Si en el momento de la facturación y retirada de la tarjeta de embarque la compañía aérea asignara al pasajero una plaza de clase superior a la contratada sin que éste lo haya solicitado, no podrá cobrarle suplemento alguno.

Si le asignara una clase inferior a la contratada, la compañía deberá reembolsarle la parte del billete en el plazo de siete días siguiendo estos criterios:

- Reembolso del 30 por ciento del precio del billete del pasajero para todos los vuelos de 1.500 kilómetros o menos.
- Reembolso del 50 por ciento para todos los vuelos intracomunitarios de más de 1.500 kilómetros (excepto vuelos entre el territorio europeo y los territorios franceses de ultramar) y para los demás vuelos de entre 1.500 y 3.500 kilómetros.
- Reembolso del 75 por ciento para todos los vuelos distintos de los mencionados anteriormente.

ANTE QUIÉN RECLAMAR

Si ha efectuado la reserva a través de una agencia de viajes, y ésta responde negativamente a su queja, podrá formular su reclamación ante el Servicio de Inspección de la **Dirección General de Turismo de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica** (Calle Príncipe de Vergara, 132 - 6ª planta. Madrid). Recuerde que

las indemnizaciones por daños y perjuicios que impliquen una compensación económica deberán reclamarse ante los tribunales de justicia.

Si el problema surge con la compañía aérea, deberá formular su reclamación ante la **Dirección General de Aviación Civil, dependiente del Ministerio de Fomento**

-Paseo de la Castellana, 67 (Nuevos Ministerios) Madrid-.

Si entiende que el problema es con los servicios aeroportuarios, el órgano competente es **Aena** (Peonías 2, Madrid), que cuenta con una oficina propia en las instalaciones del aeropuerto de Barajas.



RETRASO DE UN VUELO

Las compañías aéreas que prevean retrasos deben ofrecer asistencia a los pasajeros afectados. Esta debe darse cuando el retraso sea de dos horas o más en el caso de los vuelos de hasta 1.500 kilómetros, de tres horas o más en vuelos intracomunitarios de más de 1.500 kilómetros y los vuelos de entre 1.500 y 3.500 kilómetros, y de cuatro horas o más en los vuelos restantes. Si el retraso fuera de más de cinco horas, al pasajero se le ofrecerá la posibilidad del reembolso del coste íntegro del billete. Esta devolución se deberá hacer efectiva, como máximo, en siete días.

NUEVA GUÍA

Las direcciones generales de Consumo y de Turismo de la Comunidad de Madrid han editado una nueva guía en español e inglés en la que se detallan los derechos que asisten a los usuarios de líneas aéreas. La guía, de la que se ha extraído parte de la información de este reportaje, se distribuye gratuitamente en las oficinas de consumo y de turismo de la Comunidad de Madrid, incluidas las del Aeropuerto de Barajas. Los lectores de CONSUMADRID pueden solicitar el envío de un ejemplar en el Portal del Consumidor de www.madrid.org



PÉRDIDA, DETERIORO O RETRASO DEL EQUIPAJE

La compañía aérea está obligada a indemnizarle si deteriora o pierde su equipaje con una cantidad que calcula ella misma. Tiene un límite marcado por normas internacionales y se expresa en una unidad denominada Derechos Especiales de Giro (D.E.G). Esta indemnización es, como máximo, de 1.000 D.E.G, lo que equivale a unos 1.200 euros (puede consultar la equivalencia en euros en la página web del Banco de España - www.bde.es).

Si cree que la indemnización que le ofrece es insuficiente, podrá reclamar en el mismo mostrador de la compañía cumplimentan-

do el impreso llamado Parte de Irregularidades-PIR y, en su caso, ante la Dirección General de Aviación Civil.

Ya **fuera del aeropuerto, los usuarios pueden presentar una reclamación**. El plazo en caso de deterioro es de siete días a contar desde la fecha de su recepción y de 21 días si es por retraso en la entrega. En caso de ir a tribunales, la acción de reclamación prescribe a los dos años.

No obstante, los usuarios pueden realizar, a la hora de facturar, una **declaración especial del valor del equipaje pagando un importe adicional**. En caso de pérdidas, la compañía aérea indemnizará al usuario con ese valor declarado.



Los productos expuestos en los escaparates siempre deben exhibir claramente el precio

Una campaña de inspección de la Comunidad de Madrid y 15 ayuntamientos de la región en establecimientos que, fundamentalmente, se dedican a prestar servicios ha hallado que el 61 por ciento de ese tipo de tiendas no exhibía el precio en los artículos expuestos en el escaparate, lo que vulnera los derechos de los consumidores. Esta tasa se reduce al 10 por ciento en el caso de los establecimientos que sólo venden productos. La Administración ha tomado las medidas sancionadoras correspondientes.

La Comunidad de Madrid ha desarrollado una campaña de inspección en establecimientos prestadores de servicios, como talleres, servicios de asistencia técnica y tintorerías, en los que ha comprobado el cumplimiento de la legislación vigente y que afecta a los derechos del consumidor.

En la campaña han participado inspectores de la Dirección General de Consumo y de los siguientes 15 ayuntamientos: Alcobendas, Alcorcón, Algete, Arganda del Rey, Colmenar Viejo, Collado-Villalba, Galapagar, Leganés, Majadahonda, Pinto, Rivas Vaciamadrid, San Martín de la Vega, San Sebastián de los Reyes, Tres Cantos y Valdemoro.

Los objetivos generales fueron comprobar el cumplimiento de la legislación vigente y crear entre los empresarios minoristas la conciencia de la necesidad de informar adecuadamente de los precios de los servicios que prestan y que incluyan la información obligatoria en el etiquetado.

Objetivos de la campaña

En concreto, los inspectores se fijaron en que los comerciantes exhibieran de forma visible el precio de los servicios prestados, las leyendas obligatorias de información al consumidor (por ejemplo, aquella que avisa de la existencia de hojas de reclamaciones), que los productos tuvieran el precio de venta al público y la existencia de hojas de reclamaciones. Además, chequearon la existencia de cláusulas abusivas contra el consumidor.



La campaña detectó las siguientes irregularidades, que dieron lugar al correspondiente expediente administrativo y a las sanciones pertinentes.

- En el 61% de los establecimientos los precios de los artículos expuestos en el escaparate no eran visibles desde el exterior. El hecho de que la venta de productos no sea la actividad principal de estos comercios ha podido condicionar este porcentaje de incumplimiento. De hecho, la cifra fue del 10% en una campaña similar realizada en tiendas que se dedican sólo a la venta de productos.
- En el 43% había leyendas que se pueden considerar abusivas.
- En el 22% no había hojas de reclamaciones oficiales. Y el 21% de los establecimientos no exhibía el cartel con la leyenda "Existen hojas de reclamaciones a disposición de los consumidores".

LOS CONSUMIDORES PUEDEN DENUNCIARLO

Los consumidores pueden denunciar ante las autoridades de consumo la existencia de cualquier establecimiento que no informa en el mismo escaparate del precio de venta de los productos en él expuestos. Sólo tienen que ponerse en contacto con la oficina municipal de consumo correspondiente o formular la denuncia a través del Portal del Consumidor de www.madrid.org



ALERTAS DE PRODUCTOS INSEGUROS



* La sección de Seguridad e Inspección del Portal del Consumidor (en www.madrid.org) ofrece las fichas de los productos retirados del mercado, como la de esta imagen. La información se actualiza semanalmente con las alertas de los productos retirados por la Comunidad de Madrid y el resto de las comunidades autónomas (ver pg. 4).

HELICÓPTERO DE JUGUETE

ZOOM COPTER ÍTEM NO. 74 **Riesgo:** HERIDAS POR FALTA DE PROTECCIÓN DE LOS ROTORES

CUADRO LUMINOSO DE IMAGEN RELIGIOSA **Riesgo:** CHOQUE ELÉCTRICO

BROCHE Y CADENITA PARA CHUPETE GARBEP

Riesgo: ASFIXIA POR POSIBLE INGESTIÓN DE PIEZAS PEQUEÑAS

TOSTADOR BRAVO HOUSEWARE Modelo: JM102A-FE1033 **Riesgo:** QUEMADURAS

CAFETERA OROLEY Modelo: 4-6-10 TAZAS ERGO **Riesgo:** EXPLOSIÓN Y QUEMADURAS

PROLONGADOR ELÉCTRICO RSR REF. 244181

Riesgo: CHOQUE ELÉCTRICO POR ACCESO A PARTES ACTIVAS.

ZAPATO DE BEBÉ CON ADORNOS PABLOSKY Modelo: 031920, NATURAL AZUL EU 18 **Riesgo:** ASFIXIA

ACUARELAS SIN PINCEL KIDS ART PAINT-BALL **Riesgo:** DESPRENDIMIENTO DE LA BOLA DEL ROLL-ON

ZAPATILLAS DE BUCEO PARA NIÑO H&M Modelo: 364430+31+32-6569 (TALLAS 22-33)

Riesgo: CAÍDAS POR RESULTAR RESBALADIZAS EN SUELOS MOJADOS

ROBOT DE COCINA JOCCA Modelo: REF. 5414 **Riesgo:** CHOQUE ELÉCTRICO

LUMINARIA DE MESA 'LAVA-LAMP' GLITTER LAMP Modelo: JS-8 SILVER **Riesgo:** INCENDIO

CLAVIJA ELÉCTRICA Modelo: REF. 3101 **Riesgo:** ELECTROCUCIÓN

VELAS CON FORMA DE PASTELES **Riesgo:** ASFIXIA POR CONFUSIÓN CON ALIMENTO

BALLESTA CON 2 PROYECTILES, ESTRELLA NINJA, PUÑAL, LUNCHACOS Y PORRA
BRUCE LEE DANGER AND CROSSBOW SET **Riesgo:** ASFIXIA. LA SUPERFICIE DE CHOQUE SE DESPRENDE EFECTUANDO ESCASA FUERZA Y EL PROYECTIL SE ROMPE CON FACILIDAD



La Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid colaboran en una inspección de aparcamientos de coches

La Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid han puesto en marcha este verano una campaña de inspección en empresas de aparcamiento que funcionan a través de concesiones públicas y en negocios privados. Los inspectores están visitando garajes, aparcamientos, solares y áreas de este tipo que dependen de otras instalaciones (mercados, centros comerciales, etc.). A la iniciativa se han sumado los servicios municipales de consumo de Alcalá de Henares, Colmenar Viejo, Getafe, San Fernando de Henares y Pinto.

La campaña busca no sólo detectar posibles incumplimientos de la legislación y aplicar las medidas correspondientes, sino también sensibilizar a los empresarios sobre la importancia de respetar y cumplir la normativa vigente en materia de consumo.

Comprobaciones

Los inspectores comprueban que se exhiba de forma clara el horario de funcionamiento del aparcamiento y las tarifas por los servicios prestados, y que se entregue al usuario un resguardo del depósito del vehículo en el que figure el día y hora de entrada. Asimismo, revisan que se entreguen recibos a los clientes por los pagos efectuados, en donde conste la identidad del titular del recinto, la cantidad abonada, el concepto y la fecha. Igualmente, vigilan la existencia de cláusulas abusivas en carteles que exoneren de responsabilidad al titular de la instalación por los daños causados al vehículo.



UCE: “Estamos al lado de los débiles y nos sentimos muy orgullosos de ello”

“La unión hace la fuerza y sólo unidos podremos defender bien nuestros derechos”. Es el mensaje que quiere trasladar a los ciudadanos el secretario general de la Unión de Consumidores de la Comunidad de Madrid-UCE, Eustaquio Jiménez. En entrevista con CONSUMADRID explica qué ofrece su organización y cómo ve el sector en este momento tan especial.

El presidente de la Unión de Consumidores de la Comunidad de Madrid-UCE nos recibe en su sede. Es última hora de la tarde y los técnicos de la asociación no respiran entre llamada y llamada. En la zona de espera, un grupo de personas aguarda su turno para hablar con el personal de UCE y conocer de primera mano qué deben hacer para reclamar el dinero invertido. El caso de la presunta estafa filatélica ha dado un vuelco a la actividad cotidiana de las asociaciones y, según el secretario general de UCE, Eustaquio Jiménez, representa “un segundo punto de inflexión en el campo del consumo, tan importante o más que el que supuso la intoxicación por el aceite de colza adulterado en los años 80. A raíz del síndrome tóxico se produjo un punto álgido en el campo del consumo, en el que hasta entonces casi no había asociaciones de consumidores. Ahora, con muchas miles de personas más afectadas por los casos Fórum y Afinsa, los problemas del consumidor vuelven a la actualidad y el sector espera vivir cambios importantes”.

Fórmulas imaginativas

Este caso quizá sirva para dar a conocer más el importante papel que juegan las asociaciones y generar más conciencia asociativa: “Mucha gente nos llama y cree que somos una institución pública. A las asociaciones no se nos conoce lo suficiente. Somos pocos los que estamos asociados a mucho y muchos los que están asociados a nada. Desde UCE estamos explorando nuevas fórmulas para atraer socios, como ofrecer aceite de oliva al precio de hace un año”. La asociación recurre a soluciones imaginativas para poder vender a posibles socios sus auténticos servicios: “la resolución

Eustaquio Jiménez, secretario general de UCE Madrid, custodia parte de las reclamaciones recibidas por el caso de la presunta estafa filatélica.



de consultas sobre consumo, la defensa del colectivo en causas también colectivas (no individuales) y la información continuada, como la que se ofrece a través de la revista Ciudadano y Consumo”. En la actualidad asegura contar con más de 8.000 socios.

Pero sus auténticas bazas son “estar pegados al territorio, la empatía, la facilidad de ponerse en la situación de quien

reclama y de hacer un seguimiento de la reclamación de cada persona. Estamos al lado de los débiles y estamos muy orgullosos de ello”, añade.

UCE Comunidad de Madrid, que se fundó en 1983, colabora con la Administración regional en diversos proyectos, como la oficina mancomunada de atención al consumidor Henares Jarama (ver página 14).



José Montero Regueira, presidente de Conmadrid; Cristina Martín, vicepresidenta; Izaskun Marcos, vocal, y César Taus, secretario general.

Asociación de Consumidores de Madrid: una nueva agrupación irrumpen en la Comunidad

El pasado mes de mayo se ha creado la Asociación de Consumidores de Madrid (Conmadrid) impulsada por un grupo de profesionales, entre ellos abogados, que han querido poner su experiencia y preparación al servicio de sus intereses como consumidores. Según explican a CONSUMADRID sus miembros fundadores, vienen a cubrir el hueco que dejan otras asociaciones y a dar un servicio especializado.

Aunque entre los socios fundadores hay profesionales de diversos ámbitos (médicos, arquitectos...) la idea nació de un grupo de abogados que se dio cuenta de que muchos de los problemas por los que los ciudadanos acudían a ellos estaban relacionados con el consumo. Y además eran problemas cotidianos que les afectaban a ellos mismos (servicios de telefonía mal facturados, defectos de construcción en la vivienda...). Se pusieron en marcha y acaban de crear la Asociación de Consumidores de Madrid (Conmadrid). Su presidente, José Montero Regueira, explica que "acudir a un abogado a resolver una cuestión cotidiana de consumo no es rentable. En cambio, hacerlo a través de una asociación de consumidores sí es interesante, ya

que las asociaciones tienen ventajas legales que les permiten personarse en procesos contra grandes empresas que no respetan los derechos del consumidor, como el incumplimiento reiterado de las normas de garantía, por ejemplo".

El reto ahora es "conectar con los consumidores, llegar a ellos y crear la conciencia de que hay un recurso eficaz al que acudir cuando surgen problemas de consumo".

Socios individuales y colectivos

Además de aceptar socios individuales, Conmadrid quiere llegar a acuerdos con diversos colectivos (sindicatos, organizaciones no gubernamentales, cooperativas de viviendas...) para ofrecerles sus

servicios profesionales de defensa del consumidor, explica la vicepresidenta de la asociación, Cristina Martín. Estos servicios también se van a facilitar vía internet. "Contamos con profesionales de diferentes áreas muy cualificados que nos van a permitir especializarnos en campos como el medioambiente, los servicios sanitarios y la vivienda; la especialización va a ser una de las señas que nos va a diferenciar del resto de asociaciones", añade Montero.

Ante la pregunta de si hay hueco para otra asociación, Izaskun Marcos, vocal de Conmadrid, responde contundente: "También hay muchos problemas de consumo que siguen pendientes de solución".



REUNIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA Y CONSUMIDORES-USUARIOS EN ARANJUEZ

La Asociación de Amas de Casa y Consumidores-Usuarios de Madrid ha desarrollado unas jornadas en Aranjuez coincidiendo con el aniversario de la asociación de esta localidad. Durante las jornadas se debatió sobre diversos problemas, como las reclamaciones relacionadas con las telecomunicaciones y el impacto de la publicidad en el consumidor.

9 de cada 10 madrileños compran en las rebajas



El gasto medio de los madrileños en la época de rebajas será de 130 euros, un 10 por ciento más de lo que se gastaron en el año anterior, según una encuesta de la Federación de Usuarios-Consumidores Independientes (FUCI) realizada entre los meses de mayo y junio entre 2.000 consumidores.

El estudio pone de manifiesto que nueve de cada diez personas comprarán algo en el periodo de rebajas, siendo las mujeres las que se decantarán por la ropa y complementos y los hombres por productos relacionados con el ocio. Asimismo, el informe concluye que los madrileños sospechan de las gangas.

La encuesta de FUCI también revela que las mujeres son las más consumidoras en rebajas llegando a gastar unos 140 euros de media durante las rebajas. Por el contrario, los hombres hacen menos gasto, unos 120 euros, e incluso dos de cada diez no compran nada en rebajas.



Euroconsumo coorganizó junto a la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Pozuelo unas jornadas sobre el asegurado.

XX aniversario de Ausbanc

Ausbanc celebra este año con diversos actos su XX aniversario. La asociación lucha por la protección de los usuarios de los servicios financieros. En 2005, sus servicios jurídicos atendieron un total de 26.723 consultas y reclamaciones, con la apertura de 20.535 expedientes de los cuales se resolvieron favorablemente 18.432 mediante negociaciones, arbitraje y procedimientos judiciales.

ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES DE 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.

Acotex apuesta por la responsabilidad social de los comerciantes de productos textiles

Acotex es la organización empresarial que representa al sector del comercio textil y de complementos de la Comunidad de Madrid. Fundada en 1977 cuenta en la actualidad con más de 600 empresas asociadas en las que se refleja la variedad del sector en cuanto a dimensión, formato, cultura empresarial, etc.

Según su presidente, Hilario Alfaro, Acotex promueve entre sus socios acciones informativas, de asesoramiento, formación y cooperación empresarial, "nuestro objetivo es que todas nuestras iniciativas contribuyan a incrementar el valor de nuestras empresas asociadas". A título de ejemplo, menciona la publicación que lleva por título 'La Guía Util del Comercio Textil', editada por la propia organización, que contiene un apartado específico sobre las obligaciones de los comerciantes frente a los consumidores, y el manual específico que ha elaborado con motivo de la entrada en vigor de la Ley de Garantías.



Hilario Alfaro, presidente de Acotex.

Acotex colabora con el sistema arbitral de consumo que gestiona la Comunidad de Madrid a través del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo desde hace más de diez años y, aunque considera que lo idóneo sería solucionar las disensiones sin necesidad de acudir a terceras asistencias, aprecia el sistema arbitral como una alternativa muy eficaz.

En opinión de Alfaro, el principal reto que se plantea actualmente en el mundo del consumo es la variable ética del comerciante que se encuentra con consumidores más escépticos y precavidos, por lo que ACOTEX apuesta firmemente por la responsabilidad social del comerciante y su correcta influencia en los consumidores.

Ganvam, casi 50 años en el sector automovilístico



Juan Antonio Sánchez, presidente de Ganvam

Ganvam es una asociación de ámbito nacional, libre e independiente, en palabras de su presidente Juan Antonio Sánchez Torres, carente de ánimo de lucro y certificada de calidad, cuya creación se remonta a 1957, por lo que lleva casi 50 años en el sector automovilístico. El acrónimo Ganvam se mantiene desde entonces, aunque la denominación actual es Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios. Sus asociados, casi 10.000, son tanto personas físicas como jurídicas que se dedican a una actividad relacionada con la venta y post-venta de todo tipo de vehículos, tanto nuevos como de ocasión.

Ofrece a sus asociados asesoría jurídica, formación profesional, jornadas temáticas, página web, relaciones con la Administración, publicaciones especializadas, ferias y salones.

Ganvam defiende la prestación de un servicio profesional, pues la fidelización del cliente depende en gran medida de la protección que le presten los suministradores. La asociación ha consensuado con el Instituto Nacional de Consumo y con las Comunidades Autónomas un contrato-tipo exento de cláusulas abusivas.

Ganvam colabora con el Sistema Arbitral de Consumo desde su nacimiento y considera que éste supone una herramienta atractiva para ambas partes, por su rapidez, gratuidad y ausencia de formalismos.

El presidente de la asociación recomienda a los consumidores que deseen adquirir cualquier tipo de vehículo, que realicen la operación en instalaciones de vendedores profesionales, con establecimientos abiertos al público y con estructura y personal adecuados; que exijan sus derechos, y que confíen en que serán atendidos como realmente se merecen.

Reclamando se entiende la gente

La disputa de una empresa y una clienta por el precio de una vajilla vendida por teléfono y que no figura en ningún documento, los desperfectos en unas botas, los problemas de limpieza de una corbata y la disconformidad de un cliente con las reparaciones fallidas en su coche y, sin embargo, abonadas protagonizan esta sección. Todos estos casos se resolvieron mediante el sistema de arbitraje de consumo, en el que las partes enfrentadas se sentaron a hablar para intentar alcanzar un acuerdo.



CONSUMIDOR

La reclamante compró una vajilla a un comercial que le visitó en su domicilio y antes de finalizar el plazo para el abono de todas las mensualidades de la empresa le hizo llegar una oferta telefónica de ampliación de la colección por, según la reclamante, 120 euros, promoción que aceptó. Sin embargo, al finalizar el abono de la primera parte de la oferta, la empresa le comunicó que le quedaban pendientes 360 euros correspondientes a la ampliación. La clienta sólo pagó los 120 euros citados.

EMPRESA

La empresa aportó un documento supuestamente firmado por la clienta en la que se confirmaba la recepción de la segunda parte de la vajilla, lo que la empresa presentó como una prueba de aceptación de la oferta, pero la consumidora negó haberlo firmado. La empresa esgrimió que seguramente lo habría rubricado alguien de su familia.

LAUDO ARBITRAL

Teniendo en cuenta que ninguna de las partes podía acreditar documentalmente las condiciones de la oferta de ampliación de la vajilla (ya que se hizo telefónicamente), el colegio arbitral acordó que la deuda pendiente (240 euros) fuera asumida a medias por ambas partes. Así, la clienta tuvo que pagar a la empresa la mitad de lo que ésta le reclamaba.



CONSUMIDOR

El reclamante adquirió dos corbatas de seda y las dejó en la tintorería, una con manchas de crema de manos. Reclamó porque, al recogerlas, una de ellas estaba deteriorada, con rallas horizontales, atribuyendo su estado a un defecto de planchado.

EMPRESA

La empresa manifestó que la prenda fue limpiada en seco y que, ante la queja del cliente, se limpió otras dos veces y se desmontó para efectuar otro planchado. Considera que está en perfectas condiciones.

LAUDO ARBITRAL

El colegio arbitral desestimó las pretensiones del reclamante (quería una corbata nueva), entendiendo que si bien la corbata estaba algo quebrada esto pudo ser por un intento de limpiarla con agua, no por la limpieza en seco. No obstante, al no existir ninguna leyenda en el resguardo, dictó que se devolviera el importe de la limpieza (3 euros).



CONSUMIDOR

La reclamante acudió al sistema arbitral manifestando que cuando compró unas botas la empleada le comunicó que tenía que usar crema incolora y luego crema marrón. A los dos meses de uso les salieron unas grietas y cambiaron sustancialmente de color.

EMPRESA

La empresa manifestó que se trataba de una reconocida marca de calzado y que cuando recibieron la queja enviaron las botas a la fábrica, que emitió un informe señalando que el artículo no tenía defecto alguno, y que podían observar que existía un exceso de cremas y ceras.

LAUDO ARBITRAL

El colegio arbitral acordó estimar en parte la reclamación teniendo en cuenta la documentación aportada, por lo cual se le devolvió a la consumidora la mitad del importe de las botas, además de éstas. El colegio arbitral consideró que la información recibida en el momento de efectuar la compra pudo ser la causante de que el exceso de crema o betún produjeran el levantamiento de la piel.



CONSUMIDOR

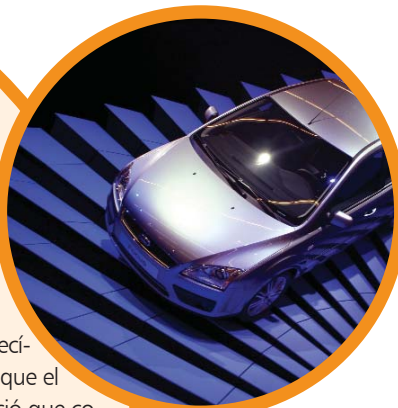
El reclamante manifestó que había llevado su vehículo en varias ocasiones al taller de reparación con los mismos síntomas de avería, que no desaparecieron hasta la última revisión. Pidió que le devolvieran el importe de las primeras revisiones (entre ellas, un cambio de la junta de la culata) al considerar que no eran necesarias, y el importe de llenado del depósito de gasolina, ya que observó que lo dejaba lleno y al recogerlo tenía bastante menos combustible. Pedía la devolución de 1.460 euros.

EMPRESA

La empresa manifestó que todas las reparaciones fueron necesarias y que obedecían a razones diferentes: unas de carácter mecánico y otras, electrónico. Sostuvo que el cambio en la culata era necesario (ya que perdía anticongelante), si bien reconoció que cometieron el error de no pedir al cliente la aceptación del presupuesto por escrito, sino que se hizo por vía telefónica. La empresa ofreció la devolución del importe de la gasolina, si bien sostuvo que se había consumido en las pruebas, y la realización de un chequeo gratuito en un año, pero el cliente rechazó la oferta.

LAUDO ARBITRAL

El colegio arbitral estimó parcialmente las pretensiones del cliente, ya que la sintomatología de la avería no desapareció hasta el cambio de sensores, en la última reparación. Sin embargo, teniendo en cuenta que tras las diversas intervenciones el coche había quedado sensiblemente mejorado, acordó que se devolviera la mitad del dinero reclamado: 730 euros.



PRIMER TELEARBITRAJE EN GALAPAGAR

Un vecino de Galapagar disconforme con el servicio prestado por una empresa de calefacción protagonizó en julio la primera vista de arbitraje de consumo celebrada en la localidad a través de videoconferencia. Este servicio es posible gracias a un acuerdo del Ayuntamiento y la Comunidad de Madrid, según informaba CONSUMADRID en su anterior número.

Con este acto, Ayuntamiento y Comunidad han dado un paso más en el acercamiento a los ciudadanos de los sistemas de resolución de reclamaciones de consumo. Gracias a la videoconferencia, reclamante y reclamado han podido asistir a la vista arbitral sin necesidad de desplazarse a Madrid, sede del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo.

Con esta iniciativa, Galapagar se suma a los otros cuatro colegios territoriales con los que actualmente cuenta la Comunidad de Madrid, ubicados en Rivas Vaciamadrid, San Fernando, Collado Villalba y Móstoles.

En 2005, la Comunidad tramitó más de 6.500 solicitudes de arbitraje. De todos los casos vistos, el 70% finalizó con laudos favorables a la tesis del reclamante, un 25% con laudos que desestimaban la reclamación y un 5% con acuerdo entre el consumidor y la empresa. La mayoría de las solicitudes reclamadas correspondieron a quejas relacionadas con las telecomunicaciones.

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 sistema arbitral de consumo: es gratuito, mucho más rápido que un juicio y eficaz. Además, los laudos (decisiones que toma el colegio arbitral y que deben cumplirse en un periodo de tiempo concreto) son de obligado cumplimiento tanto para el reclamante (consumidor) como para el reclamado (empresa).



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.



Los nuevos 'médicos del consumo'

"Hay que tener carácter, pero también ser solidario, bondadoso, comprensivo, estar dispuesto a escuchar... la gente te llega a contar historias muy tristes y hay que tener vocación para ayudar, yo los llamo los médicos del consumo". Soledad Bartolomé, del Instituto Clara del Rey, en Madrid, habla del perfil del técnico en Servicios al Consumidor que ella misma forma. Este año finaliza una nueva promoción de seis chicos y chicas llenos de ilusión y listos para desplegar sus habilidades terapéuticas. El reto, encontrar su primer empleo.

Estamos abiertos a todo. Queremos trabajar allá donde podamos ayudar para que el consumidor se sienta más protegido". Casi responden al unísono los estudiantes de Servicios al Consumidor del Instituto Clara del Rey, en Madrid, cuando se les pregunta sobre sus apetencias laborales. A finales de año habrán terminado su formación profesional en el único centro en toda la Comunidad de Madrid que forma a este tipo de técnicos superiores y habrán tomado contacto directo con el mundo del consumo, ya que de aquí a final de año realizarán prácticas en varias instituciones y asociaciones de consumidores. El objetivo ahora es encontrar un trabajo. "Se trata de una formación que nació hace unos años porque se detectó una necesidad, pero ahora nos encontramos con que no hay demanda suficiente de este tipo de profesional", se queja Soledad Bartolomé, que también expresa su gratitud "por el apoyo que la gente que trabaja en el sector, como la Dirección General de Consumo, las OMIC y las asociaciones de consumidores" brindan al curso.



La nueva promoción de Técnico Superior en Servicios al Consumidor, junto a la coordinadora del curso, Soledad Bartolomé, y el jefe de Estudios de Clara del Rey, José Luis Fernández.

El director de Estudios de Clara del Rey, José Luis Fernández Liz, cree que las Administraciones deberían crear la categoría laboral de auxiliar en consumo, y ella

añade que las empresas no conocen de su existencia, aunque "son el perfil ideal para los departamentos de atención al cliente".

Olvido Medina



"Mi madre trabaja en una OMIC, me traía Consumadrid y toda esta información me animó a estudiar consumo"

Obdulia Calderón



"Las OMIC tienen que salir a buscar al ciudadano. Si mi autobús no llega a cambiar de ruta ni conozco la de mi ciudad"

Belén Rivas



"Los institutos de Bachillerato deben hacer un esfuerzo en informar de la existencia de esta titulación sobre consumo"

Alvaro Lara



"Me encantaría trabajar en el sistema arbitral porque es una manera sencilla de solucionar problemas"

Margarita Cortés



"He aprendido a fijarme más en los precios, en si las tiendas anuncian las hojas de reclamaciones..."

Miguel Ballesteros



"Me metí en esto porque te permite ayudar a la gente, contribuir a informar al consumidor de sus derechos"

LA COMISIÓN EUROPEA ACTUALIZA SU 'LISTA NEGRA' DE COMPAÑÍAS AÉREAS VETADAS POR INSEGURAS

La Comisión Europea ha publicado la primera actualización de su *lista negra* de las compañías aéreas prohibidas en la Unión Europea por inseguras, una iniciativa que lanzó por primera vez el pasado mes de marzo. Al listado se añaden ahora cuatro nuevas: Blue Wing (Surinam), Sky Gate Internacional y Star Jet (ambas de Kirguizistán), y Air West (Sudán). Además, se ha retirado de la lista a la compañía Buraq Air de Libia sujeta hasta la fecha a restricciones por sus actividades de carga, una vez que ha abandonado esa actividad.

Las prohibiciones que se incluyen en la *lista negra*, junto con datos de interés para los pasajeros que deseen viajar fuera de Europa, ha incentivado a algunos Estados o compañías que inicialmente no reaccionaron o lo hicieron inadecuadamente, a cooperar ahora con el organismo europeo y corregir los problemas de seguridad detectados.

En la lista de Bruselas hay un centenar de líneas aéreas. En ella, no se encuentra ninguna línea europea.



PROHIBIDO EL PLOMO, EL MERCURIO Y EL CADMIO EN LOS NUEVOS ELECTRODOMÉSTICOS, PCS Y MÓVILES

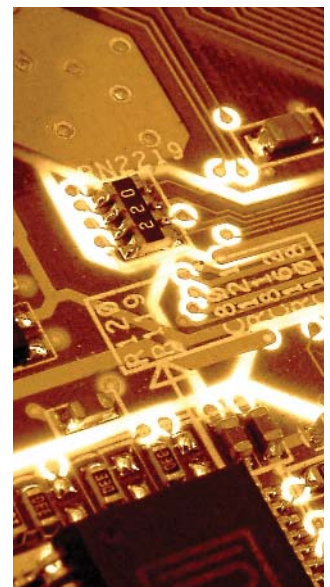
Desde el 1 de julio de 2006, los electrodomésticos, los ordenadores y los teléfonos móviles no podrán comercializarse si contienen sustancias tóxicas como el plomo, el cromo, el mercurio y el cadmio, por considerarse perjudiciales para la salud y para el medio ambiente, según una directiva de la Unión Europea que los Estados miembros han transpuesto a sus legislaciones.

Según advertencias de la UE, el plomo y el mercurio "pueden afectar al cerebro y al sistema nervioso y son particularmente peligrosos para las mujeres embarazadas y para los niños pequeños".

Por lo tanto, a partir de ahora, los fabricantes no podrán introducir estas sustancias en los aparatos que pasen a la cadena comercial, si bien podrán seguir a la venta aquellos que fueron puestos en el mercado antes del 1 de julio.

La responsabilidad, del fabricante

La responsabilidad de vigilar el cumplimiento de esta norma corresponderá a las empresas encargadas de la comercialización de los productos, ya sean distribuidores o detallistas, tal y como marca la legislación europea.



LAS FARMACIAS ESPAÑOLAS RECOGIERON EN UN AÑO CASI 2.000 TONELADAS DE ENVASES DE FÁRMACOS

Los contenedores dispuestos en las farmacias españolas, conocidos como puntos Sigre, recogieron el año pasado 1.990 toneladas de envases de medicamentos usados, caducados o en mal estado, un 20 por ciento más que en el año anterior. La recogida media mensual por farmacia fue de casi ocho kilos. Un tercio de los envases depositados fueron reciclados, evitándose con ello la tala de 6.200 árboles. En esta iniciativa colaboran más de 20.000 farmacias españolas (un 14% pertenecen a la Comunidad de Madrid).

QUÉ LLEVAR AL PUNTO SIGRE DE LA FARMACIA

Al acabar un medicamento: el envase vacío.

Al finalizar un tratamiento: los envases vacíos o con restos de medicación.

Al revisar el botiquín: los medicamentos que no se necesiten y los caducados y todos con su caja y prospecto.

QUÉ NO DEPOSITAR EN EL PUNTO SIGRE DE LA FARMACIA

Gasas y/o apósitos; agujas y objetos cortantes; termómetros, pilas, radiografías...

Inaugurado el primero de los ocho centros de participación para inmigrantes

La presidenta regional inauguró recientemente el primero de los cinco centros de participación para inmigrantes que tiene previstos la Comunidad de Madrid. Este primer centro está dirigido a los casi 40.000 bolivianos que viven en la región. Próximamente, se pondrán en marcha los de Ecuador, Colombia, Rumanía y Perú. El centro está ubicado en la calle Marcelino Álvarez, 14 (Madrid) y cuenta con talleres de empleo, bolsa de trabajo, actividades culturales y deportivas, e impartirá cursos de formación en geriatría, topografía y construcción, informática, peluquería, cocina, manualidades, corte y confección, danza y perfeccionamiento del castellano.



El objetivo de estos centros es que se constituyan en lugares de convivencia, conocimiento mutuo, respeto y tolerancia entre las distintas culturas. Esta iniciativa prueba una vez más el compromiso de la Comunidad de Madrid con los inmigrantes a quienes agradece su participación en la vida madrileña y su colaboración en el desarrollo y la prosperidad regional.

La región ha pasado de tener una alcaldesa en el año 1979 a 31

Las treinta y una alcaldesas madrileñas representan el 17,3% de los regidores de la Comunidad, según el estudio 'La representación femenina en la política local en la Comunidad de Madrid', elaborado por la Federación Madrileña de Municipios. El volumen de población que gobiernan las mujeres es de tan solo el 5,3% de la región. Así, sólo un municipio grande está dirigida por una mujer, mientras que hay dieciséis localidades pequeñas con gestión femenina. Respecto al número de concejales mujeres, la presencia de féminas va en aumento, pasando del 4,5% de 1979 al 34,3% en 2003. Actualmente hay 696 mujeres.

Un plan renove para las instalaciones eléctricas

El Plan Renove de Instalaciones Eléctricas Comunes en Edificios de Viviendas de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica pretende adaptar a la reglamentación vigente medio millar de fincas anteriores a 1973, incrementando la seguridad de sus instalaciones y previniendo accidentes e incendios. Las ayudas suponen el 10% del presupuesto de las obras, con un máximo de 3.000 euros por inmueble.

El autobús del reciclaje ha recorrido toda la región formando a niños y sensibilizando a mayores

Este aula móvil ha visitado los 179 municipios de la Comunidad transmitiendo a los ciudadanos la necesidad y las ventajas de incrementar la recuperación, reutilización y reciclaje de los residuos. Sus técnicos explican a los visitantes la conveniencia de separar los residuos en origen. El programa incluye una exposición y juegos didácticos para niños, así como charlas, conferencias, coloquios, debates, vídeos y talleres. Además, la unidad móvil ha elaborado en este tiempo un estudio sobre los hábitos de separación de residuos.



NUEVO TEATRO AUDITORIO DE SAN LORENZO DE EL ESCORIAL

Este nuevo espacio escénico de la Comunidad de Madrid lo han inaugurado los Reyes coincidiendo con el I Festival de San Lorenzo de El Escorial. El nuevo teatro cuenta con un aforo para 1.500 personas. Además, dispone de una maquinaria totalmente motorizada, por lo que es el único espacio escénico de la región,

junto con el Teatro Real, en disponer de este requisito. Por otro lado, el edificio se ha construido con el objetivo de lograr una integración plena y armoniosa con el patrimonio histórico de San Lorenzo de El Escorial. Para ello, ocho de las diez plantas están excavadas en la roca y se ha utilizado un tipo de piedra granítica acorde con el entorno. El Auditorio de San Lorenzo inauguró su programa operístico con *La flauta mágica*.

XXIII FESTIVAL DE OTOÑO DE LA COMUNIDAD

El festival se celebra del 11 de octubre al 9 de noviembre, incluye siete estrenos mundiales, 23 montajes que se representan por primera vez en España y seis estrenos. Las 137 funciones de música, teatro y danza que se representarán por toda la región, serán interpretados por compañías nacionales y extranjeras, y contará con figuras importan-

tes de las artes escénicas como Calixto Bieito, que presentará *Peer Gynt* y *Plataforma*, y Helena Pimenta, que dirigirá *El chico de la última fila*, con texto de Juan Mayorga. Además contará con prestigiosas figuras internacionales como, Peter Brook con *Sizwe Banzi est mort*, Pina Bausch con *Nefés*, y Robert Lepage con *The Andersen Project*. Las entradas ya están a la venta. Para más información consultar en www.madrid.org.

El Portal del Consumidor Consumadrid, disponible a través de www.madrid.org, registra entre 30.000 y 40.000 visitas mensuales desde su lanzamiento, el pasado mes de marzo. En esta página repasamos algunas de las novedades incluidas en él en las últimas semanas y noticias protagonizadas por este recurso con el que la Comunidad de Madrid quiere acercar a los consumidores sus derechos.



CÓMO ACUDIR A LOS TRIBUNALES

El Portal Consumadrid ha incorporado un nuevo apartado en el que se informa de los pasos que debe seguir el consumidor si está interesado en acudir a los tribunales ante un problema con un empresario. Esta sección se suma al área denominada 'Qué debo hacer para...'; en la que ya se ofrecían las claves y el acceso a los trámites telemáticos relacionados con la formulación de una consulta de consumo, presentación de una denuncia, tramitación de una reclamación y solicitud de un arbitraje de consumo.

INFORMACIÓN DETALLADA SOBRE FÓRUM Y AFINSA

Madrid ha creado una página web en el Portal del Consumidor de www.madrid.org que ofrece información permanentemente actualizada sobre la marcha del caso e informa de los pasos que pueden dar los afectados.

La página explica que se trata de un asunto que se está tramitando por la vía judicial a través de un procedimiento penal y otro civil (ambos son compatibles). En esta última vía, el juez de cada caso ha dictado un auto que abrirá un plazo para que los afectados presenten los créditos ante los juzgados de lo mercantil (el formulario necesario puede descargarse del Portal), trámite necesario para poder reclamar la devolución del dinero invertido. Al cierre de esta edición, el auto aún no se había publicado en el Boletín Oficial del Estado, trámite que pone en funcionamiento un periodo de un mes (dos meses teniendo en cuenta que agosto es inhábil) para que los afectados presenten los papeles.


La web ofrece diferentes documentos de interés sobre el caso y los datos de contacto de las organizaciones públicas y privadas a las que se puede acudir para canalizar las reclamaciones. Entre otros, incluye un listado de preguntas más frecuentes y los diversos autos de los tribunales.

EL PORTAL, EN LA ASAMBLEA DE MADRID Y EN TECNIMAP



La directora general de Consumo de la Comunidad de Madrid, Carmen Martínez de Sola, ha presentado el Portal del Consumidor ante la Comisión de Sanidad y Consumo de la Asamblea de Madrid, en la que ha ofrecido una

detallada exposición de la información y los servicios que ofrece este recurso respondiendo a las preguntas de los diputados sobre su funcionamiento. Por otro lado, Consumadrid ha sido presentado al resto de Administraciones en las IX Jornadas sobre Tecnologías de la Información para la Modernización de las Administraciones Públicas (Tecnimap), que se celebraron en Sevilla a finales de mayo y primeros de junio. El Portal protagonizó una de las comunicaciones oficiales de Tecnimap donde se destacó su carácter innovador.

 **Entra en Consumadrid y pidenos gratis la Guía Básica del Consumidor**



¿Eres un consumidor responsable? Juega y compruébalo

1. POR DÓNDE EMPEZAR

Demostrar que eres un consumidor responsable y ganar la partida. Ese es el reto. Para empezar sólo tienes que entrar en la zona de formación del Portal del Consumidor de www.madrid.org y descargar e imprimir (en blanco y negro o en color, como prefieras) el juego completo que ves en esta página, además de las instrucciones, claro. ¡Podéis jugar todos los colegas que queráis!

2. PUEDE PASAR DE TODO

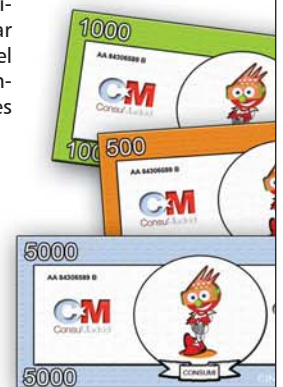
En el juego hay tres tipos de casillas: con unas ganas dinero, con otras lo pierdes y otras te dejan un turno sin tirar por ser un consumidor irresponsable.

3. QUIEN RESISTE GANA

Cada vuelta al tablero es un año y quien resista el máximo número de vueltas sin arruinarse gana la partida. ¡Gastar con cabeza y demostrar ser el que más sabe en las preguntas de Consumi son claves para triunfar!

UN JUEGO CON HISTORIA

Este juego ha sido diseñado por CONSUMADRID, pero tiene historia. Se trata de un proyecto inspirado en el juego ganador del concurso escolar 2005/06 que organizó la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid (ver página 7). Así que la idea original la tuvieron los alumnos del Grupo Cuarto D de la Escuela Santísimo Sacramento, de Madrid!



Un concurso invita a los mayores a compartir su experiencia 'cuidando nuestro mundo'

La Comunidad de Madrid ha convocado un concurso para premiar a personas mayores que aporten su experiencia e ideas para que los actos de consumo se produzcan de un modo responsable, que favorezca el bienestar propio y de los demás, sin resultar lesivo contra el patrimonio ambiental ni la calidad de vida. 'Consumo responsable: cuidando nuestro mundo' es el título de este certamen. Para concursar hay que presentar el siguiente material:

- Un texto que aporte ideas racionales y emotivas por las que un paisaje, una sociedad y las relaciones entre las personas merecen ser cuidados y conservados, posibilitando hábitos de consumo y formas de crecimiento, siempre que éstas sean compatibles con el cuidado del mundo, o bien considerando en qué casos y circunstancias debe limitarse tal crecimiento. Este es el elemento principal del concurso.

- Una memoria que explique las circunstancias que han motivado al participante a realizar el trabajo.



- Además, los participantes podrán elaborar cualquier otro material que consideren conveniente para reforzar lo expresado en el texto básico, como dibujos, carteles, montajes fotográficos, grabaciones sonoras, presentaciones en un programa de ordenador, etcétera. Este material, en caso de realizarse, contribuirá a la puntuación total pero no es de realización obligatoria.

Perfil del concursante

Podrán participar personas mayores de sesenta años, residentes en la Comunidad de Madrid, de forma indivi-

dual o en grupos de tres a seis personas. Los interesados deberán presentar una solicitud de inscripción que pueden descargarse de Consumadrid, el Portal del Consumidor de www.madrid.org o recoger en la Dirección General de Consumo (C/ Ventura Rodríguez, 7-4º. Madrid). La convocatoria con todos los detalles también se puede conseguir por ambas vías.

El plazo para la presentación de solicitudes de participación en el concurso finaliza el 5 de septiembre de 2006.

Hay previstos un primer premio de 4.000 euros, un segundo de 3.000 y un tercero de 2.000 euros.



ESTA PÁGINA PRETENDE SER UN LUGAR DE ENCUENTRO CON LOS LECTORES. Desde CONSUMADRID invitamos a todos a hacernos llegar sus sugerencias y las dudas sobre consumo que tengan. Las sugerencias deben dirigirse a: Revista Consumadrid, Dirección General de Consumo, Calle Ventura Rodríguez, 7-4ª planta. 28013 Madrid, o al correo consumadrid@salud.madrid.org. El contenido podrá ser resumido. Las dudas sobre consumo deben enviarse a: consultas.consumo@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. CONSUMADRID no asume las opiniones reflejadas en las cartas.



DEVOLUCIÓN DE PRODUCTOS

¿Qué ocurre si quiero devolver un teléfono móvil? ¿Puedo hacerlo?

Si después de haber comprado un producto queremos devolverlo, con carácter general no tenemos derecho a que nos reintegren el dinero. Aún así, algunos comerciantes aceptan devolver el dinero y otros aceptan cambiarlo por otro o dan un vale de compra en su lugar.

Hay algunos casos en que sí tenemos derecho a que nos reintegren el importe abonado por un producto, al devolverlo. Son los siguientes:

- Si la publicidad del establecimiento o del propio producto anuncia por cualquier medio que si no quedamos satisfechos con el producto nos devuelven el dinero.

- En las ventas que se efectúen con la condición de poder tener a prueba el producto dentro de un plazo acordado (en el caso de no haberse acordado, el plazo será de siete días).

- En la venta a domicilio y en la venta a distancia tenemos derecho a devolución durante siete días desde la recepción del producto comprado y a que se reintegre el importe abonado sin alegar causa alguna.

Los huevos son seguros, también en verano

Un estudio ha detectado salmonela en el polvo y las heces de la mitad de las granjas avícolas españolas. Pero esto no significa que comer huevos sea inseguro: la salmonela no pasa a su interior salvo si la cáscara lleva restos de excrementos portadores de salmonela y éstos entran en contacto con el contenido interior del huevo. Para evitar problemas, el Instituto de Estudios del Huevo ofrece los siguientes consejos:

1. Compre siempre huevos con la cáscara intacta y limpia.
2. Respete la fecha de consumo preferente que está impresa en el envase del huevo.
3. No lave los huevos antes de meterlos en el frigorífico para su conservación.
4. Cuaje bien las tortillas y manténgalas en refrigeración.
5. Prepare la salsa mayonesa con la máxima higiene y consérvela en el frigorífico hasta su consumo.
6. No rompa el huevo en el borde de los recipientes donde los vaya a batir.
7. Por razones de higiene, el recipiente de batido debe emplearse únicamente para esta operación.
8. No separe las claras de las yemas con la propia cáscara del huevo.
9. No deje los huevos, ni los alimentos que los contengan, a temperatura ambiente.
10. Conserve siempre en el frigorífico los pasteles, natillas, salsas, etc. y consúmalos en 24 horas.



Sabías que...



El mejor cortafuegos eres tú... Este es el lema de la campaña estival contra el fuego puesta en marcha por la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio durante el verano. Se trata de una campaña de divulgación en medios de comunicación para sensibilizar y concienciar a los ciudadanos sobre la importancia de prevenir los incendios forestales. Se desarrolla hasta septiembre en televisión, radio, publicaciones especializadas en medio ambiente, publicidad exterior e Internet, insistiendo en la prohibición de hacer fuego en el monte y en la responsabilidad ciudadana. Además, se distribuirán más de 200.000 folletos y carteles en los ayuntamientos de las zonas de mayor riesgo, centros de Educación Ambiental, zonas recreativas, centros comerciales y otros puntos de gran afluencia de público en 155 municipios. Como novedad, el folleto está traducido al rumano, al árabe -marroquí- y al inglés, y el grupo de la Escuela de Montes ofrecerá setenta y dos actuaciones de teatro al aire libre (Pasamontes) en cincuenta y cuatro municipios y talleres de contenido medioambiental.

Del 1 de junio al 15 de octubre está prohibido encender barbacoas... en los montes de la región -incluidas las zonas recreativas-, y usar barbacoas portátiles. Esta decisión pretende prevenir al máximo el riesgo de incendios forestales, ya que se considera que al menos el 90% de estas tragedias ambientales se genera por causas humanas. La prohibición de hacer fuego en los montes es permanente durante todo el año, pero la nueva orden sólo permite las barbacoas en 22 áreas recreativas de la región y señalizadas al efecto entre el 16 de octubre y el 31 de mayo, época de peligro bajo. Las sanciones en caso de incumplimiento de estas prohibiciones oscila entre los mil euros de las leves y el millón de euros de las muy graves, pasando por los 100.000 euros de las graves hasta un millón de euros, en función de los daños provocados.

ALTO AL FUEGO
SI VES FUEGO, LLAMA AL 112.

ESTÁ PROHIBIDO HACER FUEGO
Y DEL 1 DE JUNIO AL 15 DE OCTUBRE,
INCLUSO EN LAS ZONAS HABILITADAS PARA ELLO.

EM
La Suma de Todos
Comunidad de Madrid
www.emadrid.org

Llévate la comida preparada de casa y no arrojes basura fuera de los contenedores. Cocinar o encender hogueras en zonas forestales, así como arrojar colillas y vidrios, implica un alto fuego.



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

	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	91 400 00 00	
Defensor del Paciente	C/ Alcalá, 21-8ª planta	91 360 57 30	

Hacienda

C/ Carrera de San Jerónimo, 13

91 580 32 33

www.madrid.org/hacienda

Información al contribuyente	C/ General Martínez Campos, 30	901 50 50 60
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

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 Spinola, 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 25 92	www.madrid.org/iestadis

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.dmenor-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	C/ Capitán Haya, 41	91 346 15 00	www.mityc.es/telecomunicaciones
Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones		901 33 66 99	www.usuarioteleco.es
Banco de España / Reclamaciones	C/ Alcalá, 48	91 338 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





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



www.madrid.org/publicamadrid

Biblioteca virtual



La Suma de Todos



CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO
Comunidad de Madrid