

consumamadrid

El Portal del Consumidor de www.madrid.org

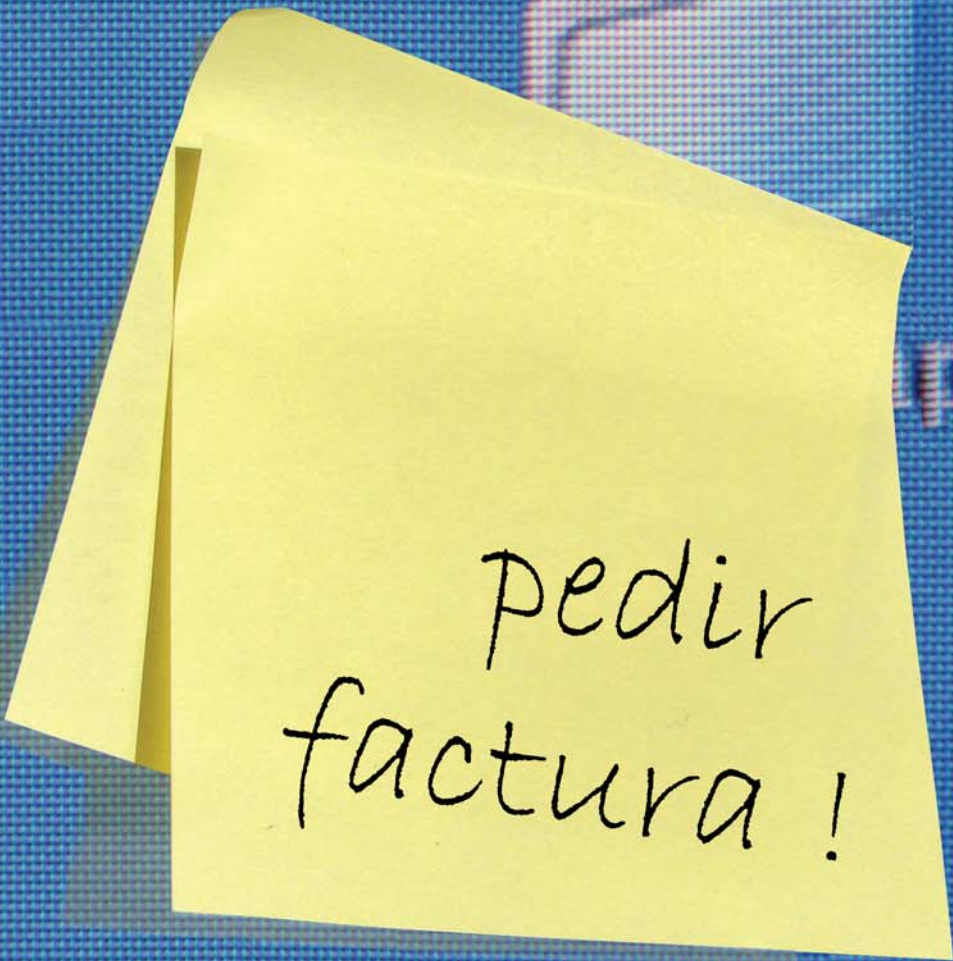
nº 06 / noviembre 06. Ejemplar gratuito

CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO
Comunidad de Madrid

actualidad / en ruta con
el autobús del consumidor

consumo responsable /
el etiquetado nutricional

pequeños consumidores / cómo
convertir un cómic en una cartera



pedir
factura!

especial / reclamaciones
30 claves para evitar problemas



TU SÍMBOLO
DE GARANTÍA

¿Sabes Comprar?



“Me compré un televisor, y tras una avería y no llegar a un acuerdo con la tienda, el **Arbitraje de Consumo** me dio una solución de forma gratuita”



Visita el Portal del Consumidor en www.madrid.org



Editorial

Mejor prevenir

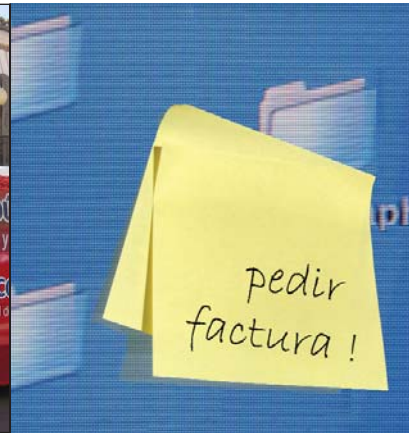
Imaginemos un mundo ideal donde las transacciones comerciales no derivaran en un documento, donde las compras y los contratos de servicios se hicieran de palabra y con un simple apretón de manos se sellara un negocio... nadie exigiría factura ni comprobante, porque la sola palabra sería suficiente para devolver un objeto no satisfactorio o para pedir que se completara o corrigiera un servicio defectuoso.

Pero no nos engañemos, aunque la aspiración humana sea la perfección aún estamos lejos de conseguirla; por eso necesitamos asegurarnos, ser precavidos y, en su caso, asertivos para reclamar un derecho si el producto o servicio adquirido no reúne las condiciones ofertadas. Sin embargo, es molesto reclamar; supone emplear un tiempo extra para obtener lo mismo, desplazarnos de nuevo a la tienda, y en definitiva, enfadarnos ante una expectativa demorada o frustrada.

Por eso hay que evitar en lo posible la reclamación y Consumadrid, como canal informativo de las autoridades madrileñas de consumo, ha querido ayudar a los ciudadanos en esa tarea; prevenir mejor que curar ha de ser nuestro principio, planificar las compras, comparar los precios y las calidades, leer la letra pequeña, meditar bien sobre nuestras necesidades y, por supuesto,... pedir factura. Ese es el documento que nos acredita como adquirentes de un bien o servicio, primero ante el vendedor, que no podrá obviar su responsabilidad y deberá cumplir con las condiciones de su oferta; también ante cualquier autoridad que debe arbitrar sobre los derechos de las partes en el contrato, y por último ante nosotros mismos para controlar nuestro gasto y estar tranquilos de haber actuado correctamente.

Y no olvidemos ser responsables también a la hora de reclamar, informémonos si la tienda que nos interesa ofrece una garantía comercial añadida a la legal y no pidamos lo que no está obligada a dar u ofrecen otras.

Implacables para exigir nuestros derechos, pero informados y responsables también para cumplir con nuestras obligaciones.



Actualidad

El Autobús del Consumidor recorre 20 municipios

Especial

30 claves para no tener que reclamar

04/

11/



Consumo Responsable

Etiquetas que alimentan



Pequeños Consumidores

Cómo convertir un viejo tebeo en una cartera

27/

30/

04/ Actualidad · 11/ 30 Claves para no Tener que Reclamar · 27/ Consumo Responsable · 28/ Consumidores · 30/ Pequeños Consumidores · 31/ Esfera · 32/ Madrid 7 Estrellas · 33/ www.madrid.org · 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: Ricardo Domínguez Fernández, Ángel Escolar-Noriega Prieto, Elena López Pleite y Juan Antonio Mata Izquierdo.
Maquetación: Cariotipo MH5.
Impresión y distribución: Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.



El Autobús del Consumidor recorre 20 pequeños municipios

El Autobús del Consumidor de la Comunidad de Madrid ha recorrido, durante el mes de octubre, 20 pequeños municipios de la región acercando a los ciudadanos que carecen de oficina de consumo en sus municipios toda la información sobre sus derechos como consumidores, dándoles a conocer los recursos que pueden emplear en caso de problemas y desarrollando acciones educativas y de sensibilización para escolares y adultos.

El Autobús del Consumidor, que fue presentado en el Parque de El Buen Retiro de Madrid, realizó una ruta por 20 localidades comenzando en Velilla de San Antonio el 2 de octubre y finalizando en El Alamo el 31 de octubre. El autobús funcionó como una unidad móvil de grandes dimensiones (18 metros de largo por 2.5 metros de ancho) en la que los ciudadanos pudieron realizar consultas, presentar una reclamación y conocer de cerca el Portal del Consumidor de la Comunidad de Madrid y el teléfono 012, dos canales de atención que el Gobierno regional ha puesto a su disposición para resolver sus necesidades de información y asistencia en el terreno del consumo.

Durante la visita del autobús, se celebraron otras actividades de educación y sensibilización: la Gymkhana de Consumo para alumnos de Primaria y charlas para adultos.

Estas últimas se desarrollaron en centros municipales, como centros de adultos y casas de cultura. En estos encuentros se abordaron cuestiones como las vías de reclamación, la garantía de los productos nuevos, cómo educar a los niños en el consumo responsable, etc.

Plan de Protección del Consumidor

El Autobús del Consumidor es una iniciativa enmarcada en el Plan Integral para la Protección del Consumidor de la Comunidad de Madrid y, en concreto, en la línea de actuación que pretende la potenciación de la informa-

El consejero de Sanidad y Consumo, Manuel Lamela, inauguró el Autobús del Consumidor en el Parque de El Buen Retiro, en Madrid, y visitó la zona de acceso al Portal del Consumidor de la unidad móvil de atención al ciudadano.



ción y la educación en materia de consumo. Según señala el plan, "sólo si los ciudadanos conocen cuáles son sus derechos y sus obligaciones como consu-

midores pueden tener la posibilidad de elegir, libremente, los productos y servicios que el mercado pone a su alcance y ejercer sus derechos con toda garantía".

DAGANZO



VALDEOLMOS





PARACUELLOS



LOECHES



MADRID

LA GYMKHANA DE CONSUMO

Junto al Autobús del Consumidor se desplazó la Gymkhana de Consumo, un concurso educativo organizado junto a los colegios de cada municipio y dirigido a alumnos de Educación Primaria. Este juego, que se desarrolló en los patios de los centros escolares, consistió en un circuito cerrado en el que los estudiantes debían ir superando pruebas y sumando puntos para conseguir la denominada Copa de Consumo. Las pruebas se dividían en tres áreas: medio ambiente, salud y seguridad, y pretendían inculcar hábitos relacionados con el reciclaje, la alimentación saludable, el consumo responsable y el espíritu crítico ante la publicidad. Las diversas fases de la Gymkhana emplearon escenarios como un supermercado, una zona para teñir la ropa, otra de reciclaje de envases y otra en la que los participantes debían completar puzzles con contenidos referidos a la información que el ciudadano encuentra habitualmente en los bienes de consumo.

UN MES EN RUTA



- VELILLA DE SAN ANTONIO
- LOECHES
- MORATA DE TAJUÑA
- PARACUELLOS DE JARAMA
- DAGANZO DE ARRIBA
- COBEÑA
- FUENTE EL SAZ
- ALPEDRETE
- BUITRAGO DE LOZOYA
- RASCAFRIA
- VALDEOLMOS-ALALPARDO
- TORRELAGUNA
- MIRAFLORES DE LA SIERRA
- MANZANARES EL REAL
- QUIJORNA
- VILLA DEL PRADO
- VILLAMANTA
- LA CABRERA
- COLMENAREJO
- EL ALAMO



VELILLA DE S. ANT.



***** Durante la visita del Autobús del Consumidor, cada municipio acogió una gymkhana educativa sobre consumo responsable dirigida a alumnos de Educación Primaria. En total, en la prueba infantil participaron más de 1.500 niños. En la imagen, la directora general de Consumo de la Comunidad de Madrid, Carmen Martínez de Sola (centro), visita junto a la alcaldesa de Velilla de San Antonio, Dolores Agudo Masa (izquierda), la prueba en el Colegio Valdemera.

LA RULETA DE CONSUMO

¿Qué quiere decir OMIC? ¿Cuántos litros de agua contamina una pila? Y así hasta 20 cuestiones. La campaña del Autobús del Consumidor incluyó un concurso 'on line' denominado La Ruleta de Consumo basado en un juego de preguntas sobre consumo responsable accesible desde el Portal del Consumidor de www.madrid.org. La competición finalizó el 31 de octubre y a primeros de noviembre se anunciaron los premios.



En esta competición colaboró el Parque Warner de Madrid cediendo los premios: diez entradas dobles para acceder a sus instalaciones lúdicas y que podrán disfrutarse las próximas Navidades.

DAGANZO DE ARRIBA



TORRELAGUNA



FUENTE EL SAZ



RASCAFRIA



UNA UNIDAD MÓVIL CON DOS ZONAS DE ACTIVIDAD

El Autobús del Consumidor contó con una oficina de información en la que técnicos en consumo respondieron a las dudas de los consumidores y recogieron sus reclamaciones. Además de prestar una atención personalizada, la oficina distribuyó una gran variedad de publicaciones editadas por la Comunidad de Madrid que informan en detalle de los derechos del consumidor.

Por otro lado, la unidad móvil dispuso de una zona con doce ordenadores con conexión a internet donde los madrileños pudieron conocer a fondo las posibilidades que ofrece el Portal del Consumidor de la Comunidad de Madrid. Esta web, accesible desde www.madrid.org, permite formular reclamaciones a través de internet, ofrece información sobre las últimas alertas de productos peligrosos retirados del mercado y cuenta con una amplia información referida a los derechos del consumidor en más de 30 sectores como telefonía móvil, vivienda, reparación de coches, etc.



USUARIOS DEL BUS

En cada localidad de la ruta, el autobús permaneció abierto entre las once de la mañana y las siete de la tarde. La edad media del consumidor que visitó el Autobús del Consumidor para realizar una consulta a los técnicos o formalizar una reclamación contra alguna empresa fue de 42 años de edad, si bien por él pasaron desde escolares hasta ancianos. Respecto al sexo, apenas hubo diferencias entre hombres (45%) y mujeres (55%).

CONSULTAS MÁS FRECUENTES

Las consultas más frecuentes que registraron los técnicos se refirieron a problemas con los servicios de telefonía e internet (24%), seguidas por dudas sobre vivienda (17%) y cuestiones sobre consumo en general (13%). Otros temas habituales fueron los conflictos con los servicios de reparación de electrodomésticos, la contratación de viajes, y la compra, alquiler y reparación de coches (cada uno de estos sectores protagonizó un 5% de las consultas).

IGUAL QUE EL RESTO DE LA REGIÓN

Las reclamaciones recogidas durante la ruta se corresponden con las preocupaciones de los consumidores del resto de la región. En 2005, la Consejería de Sanidad y Consumo registró 14.999 reclamaciones de consumidores, lo que supuso un 32% más que el año anterior, cuando se registraron 11.322 quejas. Se espera que, gracias a las campañas de sensibilización desarrolladas este año, como la del autobús, a finales de 2006 se supere la cifra global de 2005.

MORATA DE TAJUÑA



Firmado un acuerdo para formar a los inmigrantes en consumo

La Comunidad de Madrid y el Cuerpo Consular Acreditado han alcanzado un acuerdo para impulsar actividades de información y formación dirigidas a los inmigrantes residentes en la región, con el objeto de que conozcan sus derechos como consumidores y reforzar así su integración en la sociedad madrileña. Además, la Dirección General de Consumo está realizando una encuesta para conocer los hábitos de consumo de este sector de la población.

El acuerdo ha sido rubricado por la viceconsejera de Calidad Asistencial, Salud Pública y Consumo de la Consejería de Sanidad y Consumo, Belén Prado; el viceconsejero de Inmigración, Carlos Clemente y el cónsul general de Perú, Diego Alvarado, durante las II Jornadas Inmigrantes: Nuevos Consumidores, que la Comunidad organizó en la Casa de América.

La firma de este acuerdo abre la puerta al desarrollo de iniciativas formativas e informativas de dos tipos. Por un lado, las dirigidas al personal que trabaja en los consulados ubicados dentro de la Comunidad de Madrid, con la finalidad de que éste pueda orientar a los inmigrantes que demandan información relacionada con el campo del consumo. La otra línea de actuación se refiere a actividades destinadas, en general, al colectivo de inmigrantes residentes en la Comunidad de Madrid.

Las fórmulas previstas para poner en práctica estas actuaciones son la publicación de folletos divulgativos sobre derechos y deberes de los consumidores en los principales idiomas utilizados por los inmigrantes y la organización de seminarios sobre la normativa vigente



Ramón María Serrera, catedrático de Historia de la Universidad de Sevilla, pronunció una conferencia en presencia de los representantes de las consejerías de Sanidad y Consumo, e Inmigración; el Cuerpo Consular, y la Universidad Europea de Madrid.

en materia de protección al consumidor. Además, la Dirección General de Consumo está realizando una encuesta entre inmigrantes para saber en qué grado conocen los recursos existentes de apoyo al consumidor y así percibir sus hábitos de consumo.

Estas acciones formativas e informativas se suman a las que ya realiza la Dirección

General de Consumo destinadas tanto a la población en general como a colectivos específicos, escolares o profesionales del consumo.

En las jornadas en las que se firmó el acuerdo se debatió asuntos relativos al papel del inmigrante como usuario de servicios inmobiliarios, de viaje, asesoría, etc., sus derechos y obligaciones como contratante de un crédito y el sobreendeudamiento.





Antonio Romero, ganador del primer premio.



Pedro García, segundo premio.



Un momento de la jornada de mayores.

La Comunidad premia la reflexión de los mayores sobre nuestra sociedad

La Consejería de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid ha entregado los premios de su concurso Cuidando Nuestro Mundo, en el que ha invitado a personas de más de 60 años a aportar su experiencia e ideas con el fin de fomentar el consumo responsable. Los tres primeros premios, dotados con 4.000, 3.000 y 2.000 euros, respectivamente, se entregaron durante una jornada sobre consumo y mayores que se celebró el 5 de octubre. El contenido de los trabajos se resume a continuación.

CONSUMO RESPONSABLE, EL CAMINO HACIA UN FUTURO MEJOR Antonio Romero

1 El autor, después de repasar la Historia de España desde la Guerra Civil, reflexiona sobre el efecto que ha tenido el inmenso avance tecnológico sucedido desde entonces, que ha sacrificado muchos procesos naturales. Para ello toma en cuenta muy diversos ámbitos de la actividad humana. Aceptando que el cambio es consustan-

cial a la vida, rescata aspectos valiosos del desarrollo que ha conocido. Insistiendo en que "debemos controlar esos avances para que no nos superen y nos hagan caer en su propia trampa", describe una amplia variedad de actividades que pueden realizarse minimizando el deterioro del medio y el desperdicio de energía.

RECUERDOS PARA NO OLVIDAR Y QUE NO SE OLVIDEN Pedro García

2 Desde la experiencia de una vida vinculada al campo y a la ganadería, el autor relata su vivencia en el acto de descubrir la noción de consumo responsable y de analizarla después. En este esfuerzo evoca con vivacidad juegos y costumbre que practicaba en su juventud, que eran muy austeros y para los cuales bastaba con obje-

tos que antes y después podían tener otras utilidades. Aprecia que nuestro mundo está "descontrolado por la construcción" frente a una época en la que "vivíamos en consonancia con el medio", si bien admite que también entonces se cometían excesos. Recuerda la forma natural en que antes se hacían los alimentos.

RECUERDOS DE UNA INFANCIA MUY LEJANA Piedad García

3 Si su infancia y juventud fue una época sin abundancia, la autora aprecia una cualidad de ésta: Cuando sobrevino la Guerra Civil, si bien aumentaron las carencias, la forma en que éstas podían afrontarse era algo que estaba en continuidad con los hábitos que ya conocía su generación. Valorando los recientes sistemas de recicla-

do, expresa su alarma por lo que éstos revelan: el continuo desalojo de objetos, algo que en su infancia era impensable, pues hasta los restos orgánicos se destinaban a los animales. Sin caer en el pesimismo, propone "recuperar el sentido de pertenencia a una comunidad, como cuando vivías en un pueblo o en un barrio".

Cambiar la vieja lavadora por otra de **menor consumo** tiene premio

La Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid ha puesto en marcha un Plan Renove de Electrodomésticos para que cada ciudadano que cambie su actual frigorífico, congelador, lavadora o lavavajillas por otro de clase A (que puede llegar a consumir hasta la mitad que los de tipo medio) se beneficie de ochenta euros de descuento. Para poder acceder a las ayudas es suficiente con acudir a un establecimiento adherido al Plan Renove -la gran mayoría-.

Beneficiarse de este plan de ayudas es fácil: sólo hay que rellenar una solicitud que proporciona el personal de los establecimientos comerciales que colaboran con la campaña de la Comunidad de Madrid. La tienda comprobará si aún hay fondos disponibles y, de ser así, aplicará al consumidor un descuento de ochenta euros en su factura.

La Comunidad ha firmado convenios con las asociaciones de Comerciantes de Electrodomésticos, Mayoristas y Autónomos (Acema) y Nacional de Grandes Empresas de Distribución (Anged) para poner en marcha la campaña. La iniciativa, que se incluye dentro de la campaña Madrid Ahorra con Energía, cuenta con un presupuesto de nueve millones de euros para la sustitución de aparatos. Con ella se pretende que la proporción de elec-

¡ PLAN RENOVE DE ELECTRODOMÉSTICOS DE LA COMUNIDAD DE MADRID !

Ahorra es el mejor momento

= 80 €

Con el fin de que los madrileños reduzcan su gasto de consumo eléctrico, la Comunidad de Madrid pone en marcha el PLAN RENOVE DE ELECTRODOMÉSTICOS, subvencionando con 80 euros a todos los que cambian su viejo electrodoméstico por otro nuevo (de clase A o superior) que consume menos energía y contribuya a mejorar el medio ambiente.

Renueva y ahorra. Es el mejor momento.

trodomésticos clase A pase en los próximos años del 43% actual a cerca del 80%. En la región se venden unas 700.000 unidades al año.

Los electrodomésticos en venta deben llevar colocada la llamada etiqueta energética que, entre otras cosas, incluye

una banda de colores que muestra los siete niveles de eficiencia energética (de la A -en verde- a la G -en rojo-). La utilización de electrodomésticos de clase A en España es muy baja en comparación con otros países europeos, en parte debido al desconocimiento de la población sobre sus ventajas medioambientales.

EN MARCHA LA CAMPAÑA DE VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE

La Consejería de Sanidad y Consumo ha iniciado la campaña de vacunación contra la gripe, que se extiende hasta el 23 de diciembre. Tiene carácter gratuito y se dirige a proteger frente a esta enfermedad vírica a las personas mayores de 60 años y a los "grupos de riesgo", como son enfermos crónicos (cardiovasculares, pulmonares, diabéticos o inmunodeprimidos) y las embarazadas en su segundo o tercer trimestre de gestación. La vacunación también está indicada para grupos que puedan transmitir la gripe fácilmente a otras personas como el personal sanitario, los cuidadores de enfermos crónicos o convivientes en el hogar de personas de alto riesgo. Y por último, la inmunización es recomendable para grupos específicos como los empleados de servicios públicos esenciales (bomberos, policía) y para estudiantes en residencias.

La vacunación se efectúa en los centros de salud del Servicio Madrileño de Salud, los centros municipales de Madrid, las residencias de ancianos, los centros de acogida a menores, los centros de entidades de seguro libre...

30

claves para no tener que reclamar

especial

01.
Pensar antes
de comprar

02.
Evitar
comprar
por comprar



04.
Ser crítico
con
la publicidad



06.
Comprobar
que
los precios
están visibles

07.
Fijar por
escrito
la fecha de
entrega

08.
Preguntar e
informarse

09.
Pedir
presupuesto



11.



12.
Comprar
sólo en
páginas web
seguras

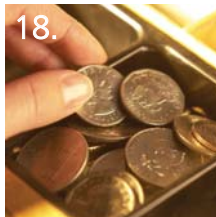
13.
Leer
siempre
el contrato

14.
Fijarse en
la letra
pequeña

15.
Informarse de
si el comercio
acepta
devoluciones

16.
Consultar con
un experto

17.
Comprobar
si hay
gastos
extras



20.
Exigir
el precio más
favorable

21.
Televenta:
pedir
el contrato
por escrito



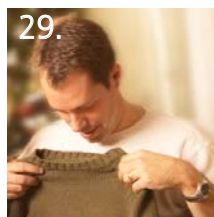
23.
Evitar
las listas
de
morosos

24.
Comprobar si
los servicios
son oficiales

25.
Informarse de
los medios
de pago
aceptados

26.
No pagar
la factura sin
el trabajo
terminado

27.
Exigir derechos
también en
rebajas



30.
Informarse
de los usos y
costumbres
de cada país





01. Pensar antes de comprar

Vivimos en una sociedad de consumo en la que hay un afán imparable por comprar toda clase de productos; una sociedad en la que, para muchas personas, el consumo es una forma habitual de pasar el tiempo. Comprar artículos que a penas se van a utilizar (y en ocasiones nunca) es una pérdida de dinero y de tiempo. ¿Quién no se ha pasado una tarde entera dando vueltas para comprar algo que al final termina en el trastero? Consumir de manera irreflexiva no sólo tiene un impacto negativo en nuestra economía y en el medio ambiente, sino que nos puede crear conflictos en nuestras transacciones comerciales. Por ejemplo, al intentar devolver algo que en realidad no queremos y encontrarnos con que el establecimiento sólo acepta devoluciones de bienes defectuosos.

Al comprar, hay que tener criterio y saber priorizar, además de conocer nuestras propias necesidades en nuestra vida cotidiana. Es útil preguntarse cosas como: ¿Realmente necesito este artículo o servicio?, ¿Es necesario comprar el más caro? ¿Es éste el mejor? ¿Hay que adquirir el último modelo de DVD del mercado, cuando no se va a utilizar ni la mitad de sus prestaciones?

El hecho de no reflexionar antes de comprar o contratar puede llevar a equívocos. Un ejemplo habitual se da en la contratación de líneas ADSL: en su publicidad se ofrecen altas velocidades, como 20 megas, pero antes de confirmar su pedido, muchos usuarios no comprueban si la línea y el equipo que emplean soportan dicha velocidad. Una vez contratado el servicio y al ver que la velocidad no es la prometida, ven que no es posible reclamar porque el problema no es de la compañía que, por cierto, suele incluir en el contrato una penalización económica en caso de que el usuario quiera darse de baja antes de que transcurra determinado plazo.





02. Evitar comprar por comprar

La llamada compra compulsiva es una realidad en nuestra sociedad de consumo. La mayor parte de los consumidores reconoce haber salido a comprar como modo de distracción para escapar de situaciones de estrés. El problema es que la adquisición de productos en este contexto, cuando uno sale "a mirar escaparates cuando se está agobiado" aumenta las posibilidades de adquirir artículos innecesarios que se intentará devolver al establecimiento al día siguiente para recuperar el dinero malgastado.

Y claro, en muchas ocasiones surgen problemas para hacer efectiva esa devolución, ya que las empresas sólo están obligadas a responder si el producto es defectuoso y no siempre mediante la devolución del importe abonado.

03. Busque, compare...

Buscar y comparar precios y características en distintas empresas puede resultar pesado, pero es la única manera de conseguir encontrar los productos con las mejores condiciones. Además, guiarse exclusivamente por las marcas no suele ser buena idea, ya que pueden encontrarse artículos con la misma calidad y a un precio inferior.

Si se dispone de poco tiempo, una herramienta útil son las comparativas de precios que publican las asociaciones de consumidores.

Ciertos comercios ofertan sus productos anunciando la posibilidad de compensar a sus clientes en caso de encontrar el mismo producto a menor precio. Fíjese, no obstante, en que este tipo de ofertas suelen tener limitaciones, como el ámbito de la compra (que el producto más barato se haya adquirido en la misma localidad) y la compensación económica suele requerir de farragosos trámites y comprobaciones.



04. Ser crítico con la publicidad

La publicidad es omnipresente. Se vaya por donde se vaya, siempre va a haber algún anuncio de un coche nuevo o de un vestido de la nueva temporada. Hay que ser consciente de que la publicidad pretende incitarnos a adquirir un producto que no siempre responde a nuestras necesidades reales. Siempre hay que tener claras nuestras posibilidades y saber distinguir lo que nos conviene de lo que no, y saber lo que podemos comprar. Hay que ser crítico con la publicidad, ya que no todo lo que aparece a primera vista es completamente real. Para evitar sorpresas, hay que conocer todas las condiciones y prestaciones del producto que se oferta.

Es muy habitual que las condiciones que verdaderamente interesan que un consumidor conozca para decidir una compra aparezcan en sitios poco visibles y en tamaño reducido. Por ello, se recomienda leer toda la información que se ubica en los anuncios, especialmente la letra pequeña que aparece detrás de un asterisco en los anuncios en prensa y la que recorre a gran velocidad la parte inferior de la televisión en los spots.

Información parcial del producto

Otra fórmula que se utiliza es dar una información parcial del producto. Por ejemplo, las empresas de telefonía omiten condiciones importantes en las ofertas, encontrándonos al adquirir el producto con situaciones distintas a la oferta inicial. Es el caso de una reciente promoción de una compañía que, al contratar una línea, invitaba a ir gratis al cine cada semana previo envío de un mensaje sms que, por supuesto, cobraba. Lo que no destacaba la publicidad es que la oferta se limitaba a ciertas salas de cine y unas películas concretas, con lo que el consumidor se podía encontrar que, tras haber contratado la línea y haberse comprometido a un desembolso, tenía problemas para acceder a las películas o, sencillamente, no le interesaban.

En cualquier caso, sepa que las condiciones ofrecidas en la publicidad son tan exigibles como las que se pueden firmar en un contrato.



05. Buscar establecimientos adheridos a arbitraje

Los establecimientos adheridos al sistema arbitral de consumo ofrecen una garantía añadida, ya que, en caso de plantearse un problema entre el empresario y el consumidor, éste siempre puede solicitar que se resuelva mediante arbitraje. Las ventajas del sistema arbitral de consumo son las siguientes: es gratuito y eficaz.

El colegio arbitral estudia la reclamación, reúne a reclamante y reclamado y dicta un laudo arbitral, una especie de sentencia que tiene carácter vinculante y produce efectos idénticos a la cosa juzgada; ahora bien, tenga muy en cuenta que, si el laudo no le es favorable (ocurre en el 30 por ciento de los casos), no podrá someter la cuestión de nuevo ante los Tribunales. El laudo debe dictarse en el plazo máximo de cuatro meses desde la designación del colegio arbitral.

A arbitraje puede someterse cualquier divergencia entre consumidor y empresario, con algunas excepciones, como las cuestiones sobre las que ya exista resolución judicial firme, aquellas en las que se haya producido una intoxicación, una lesión, una muerte o en las que existan indicios racionales de delito.

El arbitraje ahorra preocupaciones; por lo tanto, se recomienda contratar con empresas que le ofrezcan esta garantía. Para ello, busque el símbolo que aparece en esta página en escaparates, publicidad y páginas web.



06. Comprobar que los precios están visibles

En todos los establecimientos, el precio de venta de cada producto debe estar visible al público. El precio debe ser el total, incluyendo impuestos, inequívoco, fácilmente identificable y claramente legible, situándose en el mismo campo visual del consumidor sin necesidad de que éste tenga que solicitar la información. Los precios deben figurar en las etiquetas de los productos y en los escaparates.

07. Fijar por escrito la fecha de finalización de un servicio o entrega de un producto

La fecha de finalización de un servicio o la de entrega de un bien adquirido debe figurar, siempre que sea posible, por escrito. Este punto es esencial a la hora de hacer valer la garantía y ante posibles devoluciones de productos.

Del mismo modo, si en el contrato figura una fecha de entrega cerrada, como puede ser un inmueble en una compraventa, ha de estarse a lo pactado. En este caso, si la constructora no cumpliera con su parte del contrato respecto a la fecha prevista de entrega de la vivienda, el comprador tiene derecho a reclamar los daños y perjuicios sufridos por el retraso, siempre que éste sea imputable al vendedor.



08. Preguntar e informarse

Cuando se compran productos pueden surgir dudas. Para ello están los dependientes de los establecimientos y los profesionales que, como tales, poseerán una información más específica sobre aquéllos. El simple hecho de someter a esos profesionales a las preguntas e interrogantes que le surjan durante la compra, hará que se lleve una visión clara del producto que quiere adquirir. Hay que conocer todas las características de un bien o servicio, antes de decantarse por él. De no ser así podría equivocarse en la elección.

La información también es importante para evitar pagar de más. Por ejemplo, hay restaurantes de comida rápida en los que, si no se especifica el tipo de menú que se pide, el cajero automáticamente cobra y sirve el más grande y, por lo tanto, el de más valor.

Es interesante preguntar por el mecanismo de los productos que se va a comprar. En este sentido hay bienes como las viviendas o los vehículos que, por su elevado precio y larga duración, requieren mayor información y tiempo de dedicación para su elección.

Detalles de la financiación

También es recomendable, cuando se pide financiación para un producto, saber la forma de pago, plazos y costes, así como los intereses que le va a suponer, ya que el precio inicial puede verse incrementado considerablemente.

Así mismo recuerde que los establecimientos no tienen la obligación de sustituir un producto no defectuoso por otro, a no ser que esté indicado en el tique o en carteles en la tienda. Únicamente habrá obligación, en el supuesto de que el bien esté defectuoso. Por ello, si tiene la duda, se recomienda que pregunte antes de adquirirlo, por si tuviese necesidad de devolverlo posteriormente.



09. Pedir presupuesto

Es aconsejable solicitar un presupuesto cuando se lleva a reparar un bien o se pide una obra o servicio; de esta forma, evitará sorpresas.

En todo presupuesto deberán aparecer los siguientes datos: empresa y usuario, objeto del presupuesto y, de forma detallada, la descripción del servicio y materiales que se van a utilizar. Además tendrá que aparecer el precio total desglosado. Otros datos importantes son: la fecha y la firma del profesional, así como la fecha prevista de terminación del servicio o entrega del bien, a partir del día en que dé su aprobación el consumidor al presupuesto.

Además, deberán aparecer los gastos de la mano de obra y los desplazamientos, si los hubiese.

Contenidos mínimos

Por otra parte, el presupuesto deberá contener la indicación del tiempo de validez del mismo, que variará dependiendo del sector en que nos encontremos. De esta forma el plazo mínimo en reparación de automóviles es de doce días, mientras que para los electrodomésticos es de treinta.

Por otro lado, si el consumidor solicita un presupuesto, y luego no lo acepta, la empresa le puede obligar a abonar los gastos que le haya supuesto su elaboración.

Con esta información, el consumidor podrá visitar varias em-

presas y comparar calidades, productos, servicios y precios, eligiendo el que se adapte mejor a sus necesidades.

El usuario también tiene que tener cuidado con el almacenaje. Si tras la entrega del presupuesto no da una contestación, o bien siendo ésta negativa no acude a retirar su producto, la empresa le cobrará un importe en concepto de depósito, que variará dependiendo del sector. Por ejemplo, si se deja el coche en el taller más de tres días, desde entonces podrán cobrarle los costes de almacenaje, mientras que si es un electrodoméstico, el plazo para ir a retirarlo es de treinta días (al mes comienzan a cobrarle el mencionado cargo).

Todo bien definido

También es común pedir presupuestos a la hora de amueblar una cocina o un dormitorio, o de hacer una reforma en casa. Es importante pedir que en el presupuesto esté todo bien definido, incluso el color de los muebles, de no ser así no podrá reclamar que el sofá que le llevaron a su casa no es el que pidió, y evitará encontrarse con que no le admiten la devolución.

Otro ejemplo habitual en el que, debido a la urgencia, no se pide presupuesto es la asistencia de un cerrajero. Quedarse sin llaves por habérselas dejado dentro de casa es un caso muy usual y lo más rápido y cómodo es que vengan a abrir la puerta. Esta simple acción puede costar cara, ya que los precios son libres. Normalmente no se suele solicitar el precio por teléfono y cuando llega la hora de pagar es cuando nos damos cuenta de que lo teníamos que haber solicitado.



10. Pedir factura o tique

Es de gran importancia guardar todas las facturas y tiques de compra durante una temporada de cara a cambiar el producto o a poner una reclamación. En las facturas tienen que aparecer los datos de la empresa y del usuario, el producto, la fecha y la firma o sello. En ella también se tiene que indicar el importe total desglosado, así como los gastos extras.

La factura es muy importante pues es la principal prueba que tenemos de la compra realizada. Tiene que estar la información correcta y en buenas condiciones por si tuviéramos que hacer un cambio de producto. Hay empresas que suelen ofrecer un servicio en el que le pueden proponer no pagar IVA a cambio de no proporcionar factura. Con ello se está privando de ese documento esencial que le permitirá reclamar si surgiera algún problema con el servicio prestado.

Es bueno recordar que la factura debe estar hecha siempre a nombre del consumidor, nunca de una empresa, ya que la legislación de protección del consumidor en la que se basan los sistemas de reclamación no amparan a las empresas.



11. Exigir la garantía del producto

Cuando se compra un producto, tenemos una garantía que es la llamada legal, si bien hay otra que nos la puede ofrecer el comerciante voluntariamente: la comercial. La primera es obligatoria, abarca a los bienes de consumo y tiene una duración de dos años en productos nuevos, y de un año en los de segunda mano.

Durante este periodo, si el consumidor detecta un defecto en el bien que ha adquirido y, dentro de los seis meses posteriores a su compra, podrá pedir responsabilidades al vendedor (o, si lo prefiere, al fabricante), teniendo éste que demostrar que el bien estaba en perfectas condiciones. En caso de que el defecto del bien lo detecte con posterioridad a los seis meses, será el comprador el que tenga que demostrar que ese bien era defectuoso desde su adquisición. La garantía comprende la obligación por parte del vendedor o fabricante de incluir la mano de obra, los gastos de envío, las piezas a sustituir y el desplazamiento operario, sin ningún coste adicional. Así mismo, hay que saber que durante el tiempo de reparación del bien se paraliza el plazo de garantía, ya que no se está disfrutando de él.

Garantía comercial

Por otro lado, está la garantía comercial, que es una garantía añadida que ofrece el fabricante o vendedor, independientemente de la legal. No es obligatoria, pero si la hay, tiene que constar por escrito e incluir todas las condiciones: por ejemplo, posibles gastos. En ella tiene que aparecer el bien garantizado, el nombre y la dirección del comerciante, los derechos concedidos al consumidor con sus limitaciones, el plazo de duración de la garantía y los días que se tiene para reclamar, con las direcciones y teléfonos a los que el consumidor se tiene que dirigir para hacer sus reclamaciones.

Pero, ¿cuál es el plazo que tenemos para iniciar acciones de reclamación? Para la garantía legal es de tres años desde que se recibe el bien, mientras que para la comercial es de seis meses desde la finalización del periodo de garantía ofrecido por el fabricante.



12. Comprar sólo en páginas web seguras

Desde hace algunos años podemos realizar compras a través de Internet. Lo que parecía imposible se ha vuelto una realidad y ya no hace falta salir de casa para recibir allí la compra de toda la semana. A pesar de las reticencias que podíamos tener a utilizar este medio electrónico, sin duda las transacciones son cada vez más seguras. No obstante, las precauciones siempre son pocas y por ello, antes de realizar cualquier compra por Internet es preciso constatar que se accede únicamente a páginas seguras. La manera de saberlo, antes de introducir en la red nuestros datos bancarios, es cerciorándose de que delante de la dirección web aparezca lo siguiente: <https://>. En tal caso, además deberá haber un icono con forma de candado cerrado en la parte inferior de la pantalla, que indica la seguridad de la web.

En el correo electrónico se suelen recibir mensajes en los que se invita al consumidor a pinchar en un enlace y acceder a la página de un banco, obviamente falsa, en la que se le pide que introduzca sus datos bancarios. Este fraude se conoce como *phising*. Recuerde que su banco nunca empleará ese medio para pedirle nada.

También existe otra modalidad de fraude electrónico, el denominado *pharming*, que es una alteración de la barra de direcciones del navegador del usuario que provoca que cuando acceda a una tienda *on line* o banco, aparezca en su lugar una página falsa, perfectamente imitada, a través de la cual se obtienen las claves secretas y números de cuenta bancaria.



13. Leer siempre el contrato

Aunque parezca una obviedad, no está de más repetir que los contratos han de leerse detenidamente, punto por punto, para poder decidir, de manera plena y consciente, si se firma o no. Dese cuenta de que puede encontrar alguna cláusula con la que no esté de acuerdo y también es posible que detecte condiciones abusivas en alguna de ellas.

Cierto que puede resultar tedioso tener que leer las cláusulas, y hasta puede encontrarse con alguna que no entienda o no le quede clara. Pero, créalo, es recomendable preguntar todas las dudas que le surjan antes de decidirse a la firma. Una vez firmados los contratos, obligan a las partes en todos sus extremos; por tanto, hay que tenerlo muy claro antes de firmar ningún papel. En cualquier caso, no dude en ejercitar sus derechos si entiende que algunas de las cláusulas insertas en el contrato pueden ser abusivas. Asesórese debidamente acudiendo a una asociación de consumidores y usuarios o a las autoridades competentes en materia de consumo.

Un problema habitual tiene que ver con los seguros. Por ejemplo, el consumidor puede haber sufrido un escape de agua

que le ha estropeado una zona de parqué del salón. Cuando la compañía le comunica que sólo le va a reparar las tablillas que se han visto afectadas, el consumidor pide que se arregle toda la superficie del suelo para que no haya contrastes de color entre el nuevo y el viejo, y el seguro le comunica que en su contrato no se incluyó una cláusula que cubrieran los denominados daños estéticos. En ese momento ya no hay remedio.

Memoria de calidades de la vivienda

Leer los contratos es aún más importante cuando vamos a hacer una inversión de envergadura, como es la compra de una vivienda. Al adquirirla se firma un contrato de compraventa en donde han de constar todos los derechos y obligaciones de las partes y fundamentalmente, las características del inmueble. La memoria de calidades que el promotor de la vivienda presenta al comprador es uno de los principales instrumentos de garantía para aquellos que adquieren la vivienda sobre plano. Esta memoria refleja todas las características de la vivienda y los materiales empleados. El promotor tiene la obligación de ajustarse a esta memoria de calidades, ya que forma parte del contrato, y entregar la vivienda conforme a lo estipulado. Igualmente está obligado a entregar al comprador, si así lo exige éste, copia de las autorizaciones legalmente exigidas para la construcción de la vivienda, cédula urbanística o certificación acreditativa de las circunstancias urbanísticas de la finca, así como de las licencias exigidas y de los estatutos y normas de funcionamiento de la comunidad de propietarios.



14. Fijarse en la letra pequeña

En la publicidad y en los contratos nos podemos encontrar con 'trampas' indeseadas. Normalmente, lo que solemos leer es la letra grande, pero... ¿qué ocurre con la pequeña? En ella suele aparecer información que no se quiere destacar de la oferta y que nos puede ocasionar problemas. Antes de firmar nada, hay que leerlo todo y mirarlo con lupa.

La letra pequeña está detrás de muchas reclamaciones en el sector de la telefonía e internet. En este tipo de servicios hay que fijarse si existe coste inicial al darse de alta en la promoción o coste mensual de la tarifa; qué tipo de llamadas se pueden realizar con la tarifa en cuestión (de fijo a fijo, de fijo a móvil y/o de móvil a móvil) y a qué compañías. En ocasiones la franja horaria está limitada y existe un límite de consumo o fecha tope de aplicación.

Por ejemplo, una reciente oferta en telefonía móvil invitaba a hablar pagando sólo el precio de la primera llamada del día. En cambio, la letra pequeña explicaba que las sucesivas llamadas no eran gratuitas, sino que se cobraba siempre el establecimiento de llamada. Además, había un límite máximo de 2.000 minutos al mes y la promoción sólo era válida para llamadas a móviles de la misma compañía. Por otro lado, el descuento sólo se aplicaba hasta finales de 2006.



15. Informarse de si el comercio acepta devoluciones y en qué condiciones

Los comercios no están obligados a devolverle el dinero cuando ha comprado un producto y ha decidido que no le interesa. No obstante, hay establecimientos que por motivos comerciales asumen un compromiso de devolución del precio con sus clientes si éstos no están conformes con lo adquirido. Este hecho excepcional está indicado en carteles en las cajas o bien en los tiques de compras y suele estar condicionado a un plazo de tiempo concreto (por ejemplo, siete días) y a la devolución en forma de vale de compra que en ocasiones tiene fecha de caducidad. Pregunte por las condiciones de esta garantía comercial que, al ser voluntaria, fija directamente la empresa y deben figurar por escrito en lugar visible.

De ese modo, el establecimiento se puede negar al cambio de un producto, a no ser, claro está, que tuviera un defecto. En ese caso, en virtud de la garantía del producto que legalmente le es exigible al vendedor, el consumidor podrá optar bien por el cambio del producto o bien por la reparación del bien defectuoso sin coste alguno. Si una u otra opción no es posible o la reparación no hubiera sido satisfactoria, podrá exigir la rebaja del precio e incluso la devolución de éste.



16. Consultar con un experto

Antes de proceder a la compra de ciertos artículos, en especial los de larga duración, como pueden ser las viviendas o los automóviles, es aconsejable consultar con diferentes profesionales del ramo (constructoras, inmobiliarias, concesionarios, talleres...) para contrastar la información, pero también conviene hacerlo con expertos independientes, como personas que nos sean cercanas y que se dediquen profesionalmente al sector que nos interesa, los propios organismos públicos relacionados con el tema en cuestión o las entidades de defensa del consumidor (oficinas municipales y autonómicas de consumo, asociaciones de consumidores...).

Una de las reclamaciones más frecuentes y que puede evitarse si antes se consulta con un experto está relacionada con la firma de un contrato de compra de vivienda en la que el comprador se compromete a pagar la plusvalía. La ley establece que vendedor y comprador podrán pactar quién paga este impuesto, pero muchas inmobiliarias incluyen directamente en los contratos cláusulas por las que el cliente se hace cargo de él. Tal cláusula puede declararse nula en un proceso de reclamación judicial si un grupo de clientes de una misma inmobiliaria demuestra que todos sus contratos comparten la misma imposición.

17. Comprobar si hay gastos extras

Cuando se compra un producto o se contrata un servicio es muy frecuente encontrar gastos extra, como los cargos por desplazamiento, mano de obra o correo. Por ello, asegúrese de que la información que le dan sobre el precio de un producto o servicio incluye tanto el IVA como otro tipo de tasas, si los tuviera.

La legislación señala que los bienes, productos y servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios deberán incorporar, llevar consigo o permitir de forma cierta y objetiva una información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales.

La mayoría de billetes de avión que se anuncian a precios irrisorios cuestan, en realidad, mucho más una vez que se les suma gastos de emisión, tasas, seguros de cancelación etc.

18. Exigir las hojas de reclamación

“Existen hojas de reclamaciones a disposición del consumidor” es la frase que debe aparecer legible y visible en todos los establecimientos, que están obligados a tener y poner a disposición del público esas hojas. Los empleados de los establecimientos, locales o dependencias abiertas al público deberán facilitar de manera obligatoria y gratuita al consumidor que lo solicite, un juego de hojas de reclamaciones para que formule la reclamación que considere pertinente.

En el caso de que en un local se negasen a entregarle una hoja de reclamación o no la tuviesen, podría reclamar ante la oficina de consumo del municipio o la comunidad autónoma por tratarse de una infracción en materia de consumo.

También puede ocurrir que ante la solicitud de las hojas de reclamación oficiales el establecimiento le facilite algún tipo de libro de quejas o sugerencias interno. En ese caso, sepa que le asiste el derecho a obtener las oficiales, que implican una comunicación de la queja a la Administración.

Las hojas de reclamación deben rellenarse en el instante por el empleado del establecimiento y por el reclamante con los datos de las dos partes y la explicación de lo ocurrido, la fecha y la solicitud que hace el consumidor. El empleado, a su vez, tiene derecho a hacer sus alegaciones a la reclamación, y debe sellar y firmar los impresos. Las hojas de reclamación están integradas por un juego unitario de impresos autocalcables, compuesto por un folio original de color blanco, que el consumidor debe llevar a la Administración; otro rosa, con el que se queda la empresa o el profesional, y el verde, que se queda el consumidor. Además, se recomienda adjuntar la factura, publicidad y cualquier otro documento a la hoja de reclamación destinada a la Administración, para que tenga mayor soporte probatorio.





19. Guardar la publicidad, es vinculante

Cuando vea en la prensa un anuncio que le interese, se recomienda guardarlo; de este modo, podrá ir al establecimiento y pedir ese producto con todas las condiciones ofertadas en la publicidad. Es muy normal ver publicitado un viaje con "todo incluido" en folletos y cuando se decide a contratarlo, se encuentra con que el hotel no es el mismo que aparecía.

También puede ocurrir, si lo contempla el contrato, que se produzcan algunos cambios en la oferta, pero éstos deben ser comunicados por escrito al cliente antes de firmar el contrato.

Uno de los casos que llegan habitualmente a las oficinas de consumo se refiere a la vivienda de nueva construcción. A veces, la compra de una vivienda se hace sobre plano, es decir, encontrándose el inmueble en fase de proyecto o bien en construcción. La promotora presenta a sus clientes folletos, donde se ve el proyecto final de las obras y, en muchas ocasiones, aparecen características que luego no se plasman en la realidad, como, por ejemplo, zonas comunes ajardinadas y con piscina. Evidentemente, tales características ofertadas en la publicidad son exigibles al vendedor.



20. En caso de contradicciones en los precios, exigir el más favorable

Cuando se va a comprar un producto, lo primero que se mira es el precio. El precio de venta al público aparece normalmente adherido al producto en forma de etiqueta, pero también suele figurar en folletos publicitarios, en los escaparates de las tiendas e incluso en expositores dedicados a productos rebajados, de descuento o en promoción. Si en ellos figuraran precios distintos para un mismo producto, el comprador podrá exigir el más favorable a su bolsillo.



21. Contratos por teléfono e internet: Pedir condiciones antes de aceptar

La contratación por teléfono o por vía electrónica de productos y servicios se ha generalizado de forma masiva en la sociedad actual por su rapidez y comodidad. Es muy normal recibir llamadas en casa para ofrecernos productos y servicios. Lo primero que tiene que hacer la empresa es identificarse e indicar que se trata de una llamada comercial.

Durante la llamada, el oferente tiene que proporcionar todas las características del bien o servicio que ofrece, con su precio, incluidos los impuestos. También tiene que informar de la forma de pago y todos los gastos que conllevará. Otro punto que debe señalar es el plazo de validez de la oferta, al igual que la duración mínima del contrato.

Previamente a la celebración del contrato y con la antelación necesaria (como mínimo en los tres días naturales anteriores a aquélla), el oferente deberá facilitar al usuario, de modo veraz, eficaz y completo, información sobre todas y cada una de las cláusulas del contrato y remitirle, por cualquier medio adecuado a la técni-

ca de comunicación a distancia utilizada, el texto completo de las condiciones contractuales. Del mismo modo, una vez celebrado el contrato, deberá entregarse al usuario justificación por escrito, donde deberán constar todos sus términos.

En cualquier caso, tras informar al usuario de todas las condiciones, la empresa no puede dar por aceptada la oferta si el comprador no ha dado respuesta.

Derecho a desistir en siete días

En este tipo de contratos a distancia, la ley concede al comprador el "derecho de desistimiento", consistente en rechazar dicho contrato, dentro de los siete días hábiles posteriores a la recepción del bien o el inicio del servicio, sin tener que indicar los motivos y sin ser penalizado. El vendedor únicamente podrá exigirle que se haga cargo del coste directo de devolución del producto.

Si el usuario está conforme con lo ofertado tendrá que recibirlo en un plazo de treinta días a partir del día siguiente al

que el comprador haya comunicado su pedido.

Acuse de recibo, siempre

En cualquier caso, es importante que el consumidor se quede siempre con un documento escrito con el que pueda acreditar tanto las condiciones del contrato firmado, si es que decide llevarlo a cabo, como de su revocación, en caso de que dentro de los siete días hábiles posteriores a la recepción del bien o iniciación del servicio, decida no llevarlo a cabo. El burofax con acuse de recibo es la vía más eficaz para ello.

También puede ocurrir que sea el usuario el que llame a la empresa para solicitar un bien o servicio, en cuyo caso siempre le asistirán los derechos anteriormente citados.

22. Comprobar el etiquetado

Comprobar el etiquetado de los productos que colocamos en nuestra cesta de la compra es una obligación tanto para ahorrarnos las molestias de tener que ir a reclamar como por motivos de seguridad.

Las etiquetas informan de cuestiones clave, como la composición del producto (puede que resulte incompatible para la persona a la que va dirigido) y las indicaciones de uso (edad a la que va destinado, condiciones en las que debe emplearse, usos indebidos...).

En muchos productos, los fabricantes están obligados a incluir la marca CE, que indica que cumple las exigencias de seguridad de la Unión Europea. Uno de los ejemplos claros en los que debe de estar siempre visible es en los juguetes, pues sus destinatarios, los niños, requieren que las condiciones de seguridad se extremen al máximo. En las cajas de los juguetes ha de aparecer la indicación referente a la edad a partir de la cual pueden jugar con ellos. Se recomienda tener en cuenta este punto, ya que si a un bebé se le facilita un juguete que no sea para su edad, puede verse expuesto a riesgos. Algunos fabricantes han incorporado esta indicación de la edad a otros productos, como los videojuegos.

En el Portal del Consumidor de la Comunidad de Madrid (en www.madrid.org) podrá encontrar información relativa a los productos inseguros que se van retirando del mercado.

Fecha de caducidad

Muchos productos, además, llevan una fecha impresa, que puede ser la fecha de caducidad o la fecha de consumo preferente, cada una de las cuales indica algo diferente. La fecha de caducidad señala el momento a partir del cual un producto no se debe ingerir con el fin de evitar posibles problemas sanitarios. La fecha de consumo preferente suele aparecer en alimentos de mayor duración e indica que su contenido, después de ese día, ya no ofrece toda su calidad. Si el consumidor adquiere un alimento que refleje una fecha ya pasada tiene derecho a que el vendedor se lo cambie por otro.

Según la ley, las instrucciones de los productos tienen que aparecer, al menos, en español.



23. Evitar las listas de morosos

El impago de la letra de un coche o no pagar una factura de teléfono o de un electrodoméstico comprado a plazos, por pequeña que sea la cuantía, puede acarrear al consumidor consecuencias especialmente negativas: su inclusión en una lista de morosos. En muchas ocasiones en las que no se está conforme con el servicio prestado, el usuario se ve tentado a dar directamente una orden a su banco para que no atienda las facturas presentadas por la empresa. Ese es el momento en el que puede aparecer el problema.

La consecuencia de que aparezca su nombre en dichas listas es que probablemente le denegarán cualquier tipo de préstamo que solicite o le impedirán realizar operaciones como la reserva de una habitación en un hotel, ya que a esas listas tienen acceso la mayoría de las empresas proveedoras de productos y servicios.

Por ello, ha de tener cuidado en estar al día de sus pagos. Y si la empresa no cumple con sus obligaciones, bien porque no le esté suministrando el servicio contratado o por cualquier otra causa de incumplimiento, comuníquelo fehacientemente la baja del contrato antes de tomar la decisión de dejar de atender los recibos presentados, sin perjuicio de reclamar en su caso por los cobros que considere indebidos. En el caso de los servicios de telefonía, sepa que el operador ha de abstenerse de facturar y cobrar cualquier cantidad que se haya podido devengar, por causa no imputable al usuario, con posterioridad al plazo de 15 días en que debió surtir efectos la baja comunicada.

En cualquier caso, antes de ser incluido en una lista de morosos, la entidad acreedora debe haberle requerido el pago y tras la inclusión, la empresa responsable del fichero ha de comunicarle la inclusión.

Derecho a cancelar los datos

Si le incluyen en una lista de morosos indebidamente, puede ejercer su derecho de cancelación o rectificación mediante escrito dirigido al responsable del fichero de la entidad de que se trate, utilizando cualquier medio que permita acreditar el envío y recogida de su solicitud, acompañándola de una copia de su DNI.

Si en el plazo de 10 días no recibe contestación o ésta es insatisfactoria, puede reclamar ante la Agencia Española de Protección de Datos, acompañando la documentación acreditativa de haber solicitado la cancelación de datos ante la entidad. Además, puede acudir a los Tribunales para exigir los daños y perjuicios que el hecho de la inclusión indebida en el registro de morosidad le hubiera causado.

24. Comprobar si los servicios oficiales que se presentan como tales lo son

Las revisiones de las instalaciones de suministros, como el gas, son obligatorias y algunas empresas se valen de este hecho para presentarse en los domicilios de los consumidores ofreciendo sus servicios de revisión sin estar oficialmente acreditadas para ello o sin que haya transcurrido el plazo para la realización de la nueva revisión. Otro motivo de reclamación habitual se produce cuando el consumidor llama a una empresa que emplea en su publicidad el logotipo de determinada marca de electrodoméstico para arreglar un aparato que está en garantía comercial (la que el fabricante suele sumar a la garantía legal de dos años). El problema está en que si el técnico no ha sido enviado directamente por la marca, sino que pertenece a otra empresa, los beneficios de la garantía (como es la reparación gratuita) se esfuman.

Por ello, si ve un cartel de aviso de una próxima inspección de instalaciones o le llega una circular de una empresa en ese sentido, llame siempre a la compañía de suministros para verificar que la inspección es oficial. Y en caso de productos en garantía, acuda siempre al vendedor o al fabricante.

25. Informarse de los medios de pago aceptados

Cuando se accede a un establecimiento (por ejemplo, un restaurante) suelen aparecer en el exterior las formas de pago. Si se admite el pago con tarjeta, figuran los correspondientes adhesivos de las tarjetas aceptadas. Si al entrar no viese indicaciones en ese sentido, es recomendable preguntar al empleado o responsable del establecimiento, para que éste le informe de los medios de pago que aceptan. Es la mejor manera de evitar situaciones embarazosas, como las que pueden darse si al ir a pagar la cuenta del restaurante nos informan que no disponen de pago con tarjeta y, además, comprobamos que no llevamos encima dinero en efectivo.



26. No pagar la factura sin el trabajo terminado

Esta es una regla de oro. Si le están haciendo, por ejemplo, una reforma en casa, no pacte el pago total por adelantado, esto es, antes de que le hayan rematado el trabajo. De ese modo, se ahorrará problemas si el resultado final de la obra no ha sido conforme a lo convenido. Se recomienda que pague el importe presupuestado a medida que vaya avanzando la obra o servicio contratado.

27. Exigir derechos también en rebajas


Las rebajas en los precios suponen ofrecer la misma calidad en los mismos productos pero a un precio inferior. Antes del inicio de la rebaja, los artículos tienen que haber estado, como mínimo, un mes a la venta y estar en perfecto estado.

Durante este periodo, en las etiquetas de los artículos tiene que aparecer, de manera visible, el precio anterior del producto y el rebajado.

Los derechos de los consumidores obviamente son los mismos en época de rebajas; es decir, los comerciantes que admiten habitualmente tarjetas de crédito están obligados a seguir haciéndolo, salvo que el establecimiento especifique claramente lo contrario. Y esto mismo se aplica a los cambios y devoluciones, que se llevarán a cabo al igual que el resto del año: el artículo deberá llevar su etiqueta, y se tendrá que entregar con el tique de compra. Por tanto, en caso de que varíe la forma o el procedimiento para hacer efectivos los cambios o devoluciones, el comerciante deberá anunciarlo debidamente en carteles.




REBAJAS




28. Comunicar siempre por escrito cualquier incidencia a las empresas, especialmente las bajas

Para evitar problemas y ayudar a que las reclamaciones lleguen a buen puerto, se recomienda que cualquier comunicación con la empresa se realice mediante un medio que deje constancia de ella. La forma más común es el empleo del fax o carta con acuse de recibo. Esto es muy útil cuando comuniquemos una baja en la contratación de un servicio. Un buen consejo es guardar el reporte del envío hasta que esté todo solucionado por si hubiese algún problema. Este procedimiento se lleva a cabo sobre todo en materia de telefonía móvil e Internet, donde suele surgir el mayor número de conflictos.



29. Comprobar el estado del producto antes de salir del establecimiento

Algo tan sencillo como comprobar si le falta un botón a una blusa, si la limpieza en la tintorería no ha dejado manchas o si un jarrón tiene algún defecto evita tener que volver a la tienda y que, ante una reclamación, el empresario alegue que el bien estaba en perfectas condiciones cuando fue recogido por el consumidor. En muchas ocasiones, los consumidores aprecian la existencia de los defectos en el bien que han comprado cuando llegan a casa. Por otro lado, es importante guardar siempre el tique y no quitar al producto la etiqueta ni, si es posible, el precinto para evitar problemas a la hora de cambiarlo.



30. Informarse de los usos y costumbres de cada país

Conocer nuestros derechos y obligaciones como consumidores evita muchos contratiempos, pero lo cierto es que no todos. Hay factores ajenos a la legislación, como los usos y costumbres de cada país, que nos pueden acarrear sorpresas. Así, puede encontrarse con el caso de que estando de viaje se siente a disfrutar de un menú que incluya en el precio el postre o el café, a elección y que, tras elegir un café con leche el restaurante quiera cobrarlo fuera del menú porque en esa zona del mundo por café se entiende café a secas, sin añadidos. En esos casos, sólo cabe un consejo: allá donde fueres, haz lo que vieres.

Etiquetas que alimentan

Los fabricantes enumeran los nutrientes contenidos en los productos alimenticios que ponen en el mercado (proteínas, hidratos de carbono, grasas, fibra, sodio, ciertas vitaminas y sales minerales) e indican las cantidades de cada uno para que sepamos qué estamos comiendo y en qué cantidad. Examinar y comprender el etiquetado nutricional es importante para elegir bien los alimentos y seguir así una dieta saludable y equilibrada, según recomienda la Dirección General de Salud Pública y Alimentación.



El etiquetado de los productos alimenticios nunca debe inducir a engaños con respecto a la naturaleza, identidad, calidad, composición, duración, origen y métodos de fabricación del producto; no debe atribuir al producto cualidades o efectos que no posee; no debe sugerir que el producto tiene cualidades especiales cuando éstas son comunes a productos similares, y no debe atribuir al producto cualidades terapéuticas ni preventivas.

¿Es obligatorio el etiquetado nutricional?

El etiquetado nutricional es voluntario. Sólo será obligatorio si en la etiqueta aparecen “alegaciones nutricionales”; es decir, indicaciones o mensajes publicitarios que atribuyan al alimento propiedades nutritivas. Por ejemplo, en alimentos donde se indique: “bajo en colesterol”, “alto en calcio y vitamina D”. Algunos productos están obligados a llevar siempre etiquetado nutricional, como por ejemplo, los productos dietéticos.

¿Cómo se expresa la declaración de nutrientes?

El contenido del nutriente se expresa por 100 g o por 100 ml. También puede darse por unidad o por porción del alimento, siempre y cuando se indique el número de porciones contenidas en el envase. Las cantidades mencionadas corresponderán al alimento tal y como se vende, aunque, se podrá dar esta información respecto del alimento ya preparado, cuando se indiquen las instrucciones de preparación con suficiente detalle.

El contenido nutricional de un producto alimenticio refleja:

- La energía que aporta, la que aporta en proporción reducida o aumentada, o bien, la que deja de aportar.
- Los nutrientes que contiene, los que contiene en proporción reducida o aumentada, o los que no contiene.

¿Hay diferentes modelos de información nutricional?

Se permiten dos modelos. En ambos, la energía del alimento o la bebida debe figurar encabezando la lista.

- Modelo básico: Incluye, además del contenido energético, la

cantidad de proteínas, hidratos de carbono y grasas.

- Modelo detallado: Indica también la energía, las proteínas, los hidratos de carbono y las grasas, pero añade los azúcares, las grasas saturadas, la fibra y el sodio (ver tabla).

Opcionalmente, en las etiquetas pueden aparecer también las cantidades de almidón, polialcoholes, ácidos grasos mono y poliinsaturados, salatrim y colesterol, así como los minerales o vitaminas, si el fabricante desea dar esta información.

Si se menciona el contenido en azúcares, grasas saturadas, fibra o sodio, el producto debe llevar el modelo detallado.

Si se indica la cantidad de azúcares, almidón o polialcoholes, esta información debe figurar en la etiqueta a continuación de la cantidad de hidratos de carbono, para precisar qué cantidades de estos elementos están contenidas en los hidratos de carbono.



Si en la etiqueta se especifican los ácidos grasos mono o poliinsaturados o el colesterol, también es necesario indicar la cantidad de grasas saturadas. La cantidad de nutrientes debe expresarse en las unidades indicadas en las tablas.

MODELO DETALLADO DE ETIQUETADO		
CONTENIDO	CANTIDAD	CONTENIDO ADICIONAL
Energía	Kilojulios (kj) y Kilocalorías (Kcal)	
Proteínas	Gramos (g)	
Hidratos de carbono	Gramos (g)	Polialcoholes y Almidón
de los cuales, azúcares	Gramos (g)	
Grasas	Gramos (g)	Monoinsaturadas, Poliinsaturadas
de las cuales, grasas saturadas	Gramos (g)	Colesterol, Salatrim
Fibra alimentaria	Gramos (g)	
Sodio	Gramos (g)	
		Vitaminas y minerales

VITAMINAS Y SALES MINERALES QUE PUEDEN DECLARARSE Y SUS CANTIDADES DIARIAS RECOMENDADAS (CDR)	
Vitamina A (Retinol) 800 µg.	Vitamina B12 (Cianocobalamina) 1 µg.
Vitamina D (Ergocalciferol o Colecalciferol) 5 µg.	Biotina 0,15 mg.
Vitamina E (Tocoferol) 10 mg.	Ácido pantoténico 6 mg.
Vitamina C (Ácido ascórbico) 60 mg.	Calcio 800 mg.
Vitamina B1 (Tiamina) 1,4 mg.	Hierro 14 mg.
Vitamina B2 (Riboflavina) 1,6 mg.	Magnesio 300 mg.
Vitamina B3 (Niacina) 18 mg.	Zinc 15 mg.
Vitamina B6 (Piridoxina o Piridoxal o Piridoxamina) 2 mg.	Yodo 150 µg.
Vitamina B9 (Ácido fólico o folatos) 200 µg.	



UN HIJO CUESTA ENTRE 98.000 Y 310.000 EUROS HASTA QUE CUMPLE 18 AÑOS

Entre 98.000 y 310.000 euros es la cantidad que cuesta un hijo desde que nace hasta que alcanza la mayoría de edad (18 años), según un estudio de la Confederación Española de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (Ceaccu).

Las conclusiones reflejan un importante aumento del consumismo entre adolescentes en higiene, ocio, marcas y tecnología así como las diferencias cada vez más acentuadas en función del nivel de renta.

Desde el año 2000, el coste de un hijo se ha incrementado en más del 40%, según esta asociación, cuyo estudio incluye alimentación, higiene, ropa y calzado, educación, ocio y juguetes, sanidad, complementos y celebraciones. La educación es el capítulo que ha registrado más variaciones entre todos los analizados ya que los centros privados triplican en gasto a los públicos. Sin embargo, la alimentación ha crecido 'sólo' un 9,5 por cien en los seis años, lo que la sitúa en la partida en la que las familias están más dispuestas a ajustar el cinturón, señalan los autores del informe.

Las etapas con mayores incrementos de gasto son la de los cero a los tres años (entre un 42 y un 46 por ciento) y la de la adolescencia, entre los 15 y los 18 (entre un 31 y un 74 por ciento).

La etapa de bebé

El gasto en bebés se ha duplicado desde 2000. En el primer año de vida, con un coste medio de 7.000 euros, destaca el incremento del gasto en pañales, que en 2000 era de 102.000 pesetas (600 euros) frente a los 1.200 euros actuales. Además, la aparición de nuevos productos para completar la canastilla de un bebé han hecho que el coste de ésta haya pasado de 1.000 euros en 2000 a los 1.800 actuales.

Ceaccu destaca que las subidas en todos los tramos de edad respecto al coste de hacer seis años no se ajustan al incremento de los salarios en ese periodo, entre un 13 y un 15 por ciento. Por otro lado, la paga de un joven en 2000 era de 8.000 pesetas de media, que en la actualidad se han traducido en 80 euros.



Más de la mitad de los españoles tiene unos hábitos alimenticios desequilibrados

La Organización de Consumidores y Usuarios ha realizado una encuesta para conocer los hábitos alimentarios de los ciudadanos españoles para averiguar la frecuencia de consumo de distintos tipos de alimentos y las repercusiones de la alimentación y la actividad física en la salud, el peso y el bienestar. Según la encuesta, la mayoría de los españoles (un 54%) reconoce que no sigue una alimentación equilibrada. En nuestro menú escasean sobre todo las verduras y las frutas, además de los alimentos ricos en hidratos de carbono complejos (pan, pasta, arroz, etc.), los lácteos, las legumbres, el agua y el aceite de oliva. Por el contrario abusamos de las fuentes de proteínas, sobre todo de la carne y en menor medida de pescados y huevos. A modo de ejemplo se citan los siguientes datos:

- Un 38% no toma una ración de verdura al día.
- El 30% de los adultos y un 47% de los adolescentes no comen fruta a diario.
- Un 66% de los españoles consume menos de 4 raciones diarias de alimentos ricos en hidratos de carbono complejos (pasta, arroz, patatas) cuando lo recomendable sería entre 4 y 6.
- En el 34% de las mesas está presente la sal, a pesar de que los platos ya están condimentados.
- El 27% de los adultos declara beber a diario vino o cerveza.
- Un 28% de los adolescentes indica que toma comida rápida por lo menos una vez a la semana.
- El 59% de la población acostumbra a picar delante de la televisión alimentos ricos en grasas y azúcares.

El banco puede cobrar una nueva comisión



Una nueva comisión bancaria se añade a las ya existentes. A partir de ahora, los bancos podrán cobrar por recibir una transferencia. Esta operación sólo se podrá imponer en

aquellas que generen un gasto al banco destinatario del dinero. Así, se podrá aplicar, por ejemplo, en aquellos traspasos de fondos en los que los datos del titular de la cuenta sean erróneos, o que el número de la cuenta esté incompleto. Sin embargo, este cargo no se podrá efectuar en nóminas, pensiones o devoluciones de impuestos.

La posibilidad de aplicar comisiones a los receptores de transferencias nace como consecuencia de la adaptación a la directiva europea, que regulará la creación de una zona única de pagos en Europa a partir de 2008, y que opta por el modelo de costes compartidos, lo que permite cobrar una parte de la comisión al ordenante de la transferencia y otras, al receptor.

Protestas de las asociaciones de consumidores y usuarios

La Asociación de Usuarios de Bancos y Cajas (Adicae) ha calificado la medida de "auténtico abuso". Y la Unión de Consumidores de España considera que esta iniciativa es otra "vuelta de tuerca" a la política de los bancos de cobrar comisiones por servicios que sus clientes ya abonan. Esta organización recomienda a los usuarios que exijan toda la información disponible y comparen, para poder así decantarse por la entidad bancaria que más les convenga o se ajuste a sus intereses. "Consideramos diabólico e ilegal que una entidad bancaria alegue un supuesto trabajo extra por el hecho de aceptar fondos de una transferencia errónea, por lo que se intentará anularla vía tribunales. El deber de los bancos es no aceptar dicha transferencia", ha afirmado Ausbanc.



Cláusulas abusivas en vivienda

La Confederación Española de Consumidores y Usuarios (CECU) ha puesto en marcha, a través del correo contratosvivienda@cecu.es, un servicio que ofrece a los compradores de vivienda nueva la posibilidad de hacer un análisis jurídico de sus contratos para comprobar si hay cláusulas abusivas como, por ejemplo, la imputación de gastos que no le corresponden, incrementos de precio, modificación de las características de la vivienda o no concreción de la fecha de entrega.

Y la Federación de Usuarios y Consumidores Independientes (FUCI) asegura que sólo el pasado septiembre recibió 1.045 consultas relacionadas con cláusulas abusivas en los contratos de alquiler de viviendas. FUCI ha decidido poner a disposición de los consumidores su servicio jurídico de manera gratuita para advertirles de las posibles irregularidades en los contratos que suscriban. Entre las cláusulas abusivas detectadas destaca que en un 19% de los casos analizados se impone al inquilino renunciar a su derecho de arrendamiento en caso de venta de la vivienda a un tercero. Y en el 16% de los contratos se obliga al inquilino a renunciar al establecimiento de cualquier indemnización por privación del uso total o parcial de la vivienda de realizarse obras que impidan el disfrute normal de la misma.

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.

¿Tienes un tebeo que ya no lees? ¡No lo tires, haz de él tu nueva cartera!

PASO 1

Reutilizar las historietas de tus personajes favoritos y convertirlas en una original cartera es bien fácil. Para empezar, corta dos rectángulos de igual longitud y diferente ancho. Las medidas dependen del tamaño de la cartera que quieras fabricar, pero te ponemos de ejemplo las que ha empleado Consumi para hacer la suya: 22cm. x 8cm. y 22 cm. x 6,5 cm.



PASO 2

Ahora, forra los dos rectángulos con plástico transparente adhesivo, como el que se pone en los libros al comienzo de curso.



PASO 3

Después, coloca el rectángulo pequeño encima del grande. Con una aguja de lana y un hilo grueso, cose las dos piezas juntas por todo su contorno, intenta que las puntadas sean iguales.



PASO 4

Una vez cosida toda la cartera, ya sólo tienes que doblarla por la mitad y empezar a guardar todos tus secretos.

Y recuerda que el resto de las páginas del tebeo no se debe tirar a la basura sin más, sino al contenedor de papel para que puedan fabricarse nuevos cómics sin necesidad de talar nuevos árboles.



MÁS DE 23 MILLONES DE PERSONAS SE MOVILIZAN CONTRA LA POBREZA

La campaña de la Organización para las Naciones Unidas (ONU) 'Levántate contra la pobreza' ha alcanzado este año un récord mundial en el 'libro Guinness' al contar con la participación de 23,5 millones de personas en 11.600 eventos en 20 países durante el mes de octubre. El objetivo de la campaña es pronunciarse simbólicamente contra la pobreza y por el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

En el año 2000, 189 jefes de Estado se comprometieron a cumplir ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio para 2015, entre ellos reducir a la mitad el número de personas que pasan hambre, o reducir en dos tercios la mortalidad infantil. El problema es que han pasado seis años y a este ritmo ninguno de los objetivos se alcanzará. Con la campaña 'Levántate contra la pobreza', respaldada por organizaciones de la sociedad civil, autoridades locales, parlamentarios y medios de comunicación, se pretende presionar para que los objetivos se cumplan. **Todos los consumidores pueden participar en esta iniciativa en cualquier momento.** La información está disponible en la web www.sinexcusas2015.org



OBJETIVOS DEL MILENIO

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
2. Lograr la enseñanza primaria universal.
3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.
4. Reducir la mortalidad infantil.
5. Mejorar la salud materna.
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

BRUSELAS TRAZA UN PLAN PARA REDUCIR EL CONSUMO DE ENERGÍA EN LOS 25 PAÍSES DE LA UE DE AQUÍ A 2020

La Comisión Europea (CE) ha presentado un plan con un centenar de medidas con las que espera rebajar hasta en 100.000 millones de euros anuales la factura energética en el conjunto de la UE para 2020, así como reducir el gasto en los hogares, de manera que puedan cumplirse los compromisos adquiridos para hacer frente al cambio climático. Entre las cuestiones recogidas en el informe destacan:

Bombillas de bajo consumo. La CE cree que los ciudadanos no son conscientes de que las bombillas tradicionales gastan demasiado y de que las de bajo consumo -que duran entre 6 y 12 veces más- pueden reducir su factura hasta un 60%.

Desconexión de electrodomésticos de la red. A ello la CE añade la energía que consumen los aparatos en situación de reserva ('standby'), como televisiones, lec-

tores de vídeo y DVD, ordenadores u hornos microondas, que consumen pequeñas cantidades de energía cuando no funcio-

nan a no ser que se desconecten de la red. Dichos aparatos, en situación de reserva consumen casi un 7% del total del gasto eléctrico en el conjunto de la UE.



ESPAÑA DUPLICA SUS VENTAS DE COMERCIO JUSTO, PERO AÚN ESTÁ LEJOS DE LA MEDIA DE LA UNIÓN EUROPEA

El comercio justo en España ha crecido un 16,9% anual en los últimos cinco años, aunque el gasto medio por habitante continúa muy por debajo de la media europea, según el último informe de la federación de ONG de solidaridad internacional Setem. El informe, correspondiente al periodo 2000-2005, constata el importante crecimiento de este tipo de comercio en los últimos años y el impacto positivo que tiene en el desarrollo de productores y cooperativas de los países del Sur. Por comunidades, Cataluña registró el 35,5% de las ventas; Madrid, el 20,3%; Galicia, el 15,5%; y Andalucía, el 9,3%. Pese a este incremento, la media de gasto anual de productos de comercio justo por cada mil habitantes en España es de 348,2 euros, mientras que la media europea es de 2.318 euros.



Entre los **beneficios de este comercio** en los países más pobres se encuentra un mayor desarrollo no sólo económico, sino también social y cultural gracias a la retribución digna del trabajo que supone, según destaca el informe de Setem. El café es uno de los principales productos con los que trabaja este comercio, pero hay muchos más.

En marcha una campaña de sensibilización para la integración de los inmigrantes

La presidenta regional, Esperanza Aguirre, presentó esta iniciativa del Ejecutivo autonómico que pretende fomentar la convivencia con los cerca de 950.000 extranjeros que residen en la Comunidad de Madrid. Esta campaña de sensibilización busca que los madrileños perciban el fenómeno migratorio como una oportunidad y una apuesta de futuro. El quince por ciento de la población de la región es extranjera y genera una riqueza de casi el diez por ciento del PIB autonómico. El eje de la campaña es un anuncio televisivo en el que una quincena de inmigrantes de diferentes nacionalidades participa en la construcción de la bandera de la Comunidad, como símbolo de su integración y contribución al crecimiento de la región. El spot, que se emite también en las salas de cine de Madrid, se complementa con la difusión de anuncios en prensa escrita, radios y portales de Internet.



Aguirre ha destacado el modelo de convivencia que la región ofrece a todos los ciudadanos que viven en ella, sin que quepan "distinciones entre quién es inmigrante y quién no lo es".

El Servicio de Orientación Jurídica para Mayores de la Comunidad ha atendido más de 26.000 consultas

El servicio ofrece orientación jurídica individualizada gratuita a las personas mayores de 65 años de la Comunidad de Madrid, y se lleva a cabo en colaboración con el Colegio de Abogados de Madrid. Las consultas más frecuentes son las relativas a derecho civil, propiedad horizontal, arrendamientos urbanos, sucesiones y derecho de familia. El servicio se presta por letrados especializados y el horario de atención al público es de lunes a viernes, de 9,30 a 13,30 horas. Puede solicitarse cita previa en los teléfonos 91 4208968 y 91 4208969.

Madrid usa más el transporte público que Londres o París

La Comunidad es una de las regiones europeas en la que más se utiliza el transporte público, por encima de otras grandes capitales, como Londres (15% menos), Atenas (17%), París (20%) o Berlín (29%). En concreto, la mitad de los desplazamientos en la región se realiza en algún medio de transporte público -el suburbano es el preferido-, porcentaje que crece en la alameda central hasta el 74%.

La Comunidad reparte más de 8.000 nuevos contenedores para el reciclaje de los residuos

yo reciclo



Los depósitos, que han comenzado a distribuirse en las últimas semanas, van destinados a 162 municipios para facilitar al ciudadano la labor de separación de residuos sólidos urbanos, lo que permitirá que sean reciclados posteriormente. La mayoría de los contenedores es para depositar residuos orgánicos (más de 6.500 unidades), con un tamaño que oscila entre 120 y 3.200 litros de capacidad. Las restantes unidades, para papel y cartón, son contenedores de tipo iglú y metálicos, de 3.000 litros, que atenderán las necesidades de los diversos ayuntamientos.

LA TARJETA INDIVIDUAL SANITARIA TENDRÁ UNA VERSIÓN EN BRAILLE

La presidenta regional, Esperanza Aguirre, ha firmado un acuerdo con el presidente del Consejo General de la ONCE, Miguel Carballada, para impulsar el desarrollo de la emisión de la tarjeta individual sanitaria en braille.

9.050 personas con discapacidad visual, a las que la nueva tarjeta les facilitará significativamente el acceso a la asistencia sanitaria en la Red Sanitaria Única de Utilización Pública.

LA POBLACIÓN DE LA COMUNIDAD CRECE CADA AÑO UN 30% MÁS QUE LA MEDIA NACIONAL

La población madrileña ha crecido en los últimos cinco

años un 14,8%, mientras que en el conjunto de España aumentó un 8,6%, diferencia que obedece al colectivo de inmigrantes residentes en la región. Uno de cada siete matrimonios registrados en la región es entre extranjeros y españoles

NUEVAS GUÍAS PARA FOMENTAR LA IGUALDAD DE GENERO EN EL COLEGIO

La Comunidad ha editado tres

nuevas guías didácticas dirigidas al alumnado de Educación Primaria y Secundaria. Con estas publicaciones se pretende contribuir a erradicar desde la niñez estereotipos sexistas que fundamentan la desigualdad entre hombres y mujeres, previniendo la aparición de la violencia de género. En total se han editado 6.500 ejemplares y 2.500 DVDs, y se han realizado 10.000 trípticos y 1.000 carteles.

Así es el Portal del Consumidor

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

QUÉ HACER

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

LOS PRINCIPALES

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

LO ÚLTIMO

Informa de las noticias relacionadas con el mundo del consumo que van generando las diversas consejerías de la Comunidad de Madrid.

CAMPAÑAS Y PUBLICACIONES

La *home* destaca las últimas campañas y publicaciones lanzadas por la Comunidad de Madrid dirigidas al consumidor: sobre arbitraje, consumo responsable, consumo en Navidad, oficinas de consumo, campañas para empresarios, etc.



LAS 6 ÁREAS

El menú superior conduce a seis grandes áreas temáticas, que son los ejes en los que están distribuidos todos los contenidos del portal: información al consumidor, servicios y trámites, centro de documentación, arbitraje de consumo, seguridad e inspección, y formación y educación.

PRODUCTOS INSEGUROS


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

ACCESOS PARA COLECTIVOS

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

LA CAMPAÑA

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

Entra en Consumadrid  y pídenos gratis la Guía Básica del Consumidor





Prevenir el consumo de drogas

El Servicio de Prevención de la Agencia Antidroga de la Comunidad de Madrid ofrece, cada año escolar, varios programas de prevención en drogodependencias a todos los centros educativos de nuestra región, sean públicos, concertados o privados. Dichos programas, diseñados para transmitir a los escolares conocimientos y valores que les ayuden a evitar el consumo de drogas, abarcan las edades comprendidas entre los 6 y los 18 años, adaptando, en cada caso, los contenidos a la fase de desarrollo del menor. Estas actividades están recomendadas para todos los escolares, no es necesario encontrarse en una situación de especial riesgo.

Tanto los responsables de los centros educativos, como los padres, a través de las AMPAs, pueden promover que sus alumnos reciban esta información gratuitamente.

Verificar otras propuestas educativas

Los centros educativos también reciben propuestas de prevención de entidades privadas. Se recomienda verificar si éstos están registrados y aprobados por la Administración pública, llamando al Servicio de Prevención de la Agencia Antidroga, cuyo número es el 91 426 95 45, con el fin de garantizar la calidad de la metodología y contenidos de dichos programas.

Cualquier consulta sobre drogodependencias puede realizarse en este teléfono de la Agencia Antidroga: 901 350 350.

Sabías que...



Los alimentos funcionales surgieron en Japón en los años 80, cuando las autoridades sanitarias se dieron cuenta de que para controlar los gastos sanitarios, generados por la mayor esperanza de vida de la población anciana, había que garantizar también una mejor calidad de vida. Se introdujo un nuevo concepto de alimentos, que se desarrollaron específicamente para mejorar la salud y reducir el riesgo de contraer enfermedades.



Los alimentos funcionales son aquellos que, además de su valor nutricional básico por su composición, pueden afectar de forma beneficiosa al organismo, de modo que mejoran el estado de salud, o bien reducen el riesgo de ciertas enfermedades.

Existen fundamentalmente tres tipos. En un primer apartado, se encuentran alimentos tradicionales y presentes en nuestra dieta que por sus componentes son beneficiosos, como el aceite de oliva, las frutas o las verduras. En un segundo apartado se encuentran los alimentos a los que se les ha quitado un componente mediante medios tecnológicos (como son los alimentos sin sal o de bajo contenido en azúcar), y por último a los que se les ha añadido un componente, que son los nuevos y más comercializados. En este apartado, se encuentran los yogures prebióticos y probióticos que cuentan con componentes que mejoran el funcionamiento intestinal; las margarinas con componentes vegetales que reducen los niveles del colesterol LDL (el malo), o las leches enriquecidas con omega 3, ácido graso presente en el pescado, y que reduce el riesgo de enfermedades cardiovasculares.

La Unión Europea estudia aprobar nueva legislación para controlar su etiquetado y publicidad y evitar posibles engaños al consumidor. Y la Consejería de Sanidad y Consumo tiene previsto llevar a cabo un estudio que determine la utilidad y composición de los alimentos funcionales con objeto de que el ciudadano pueda adquirir estos productos con conocimiento de sus características reales y sus posibles beneficios en su salud.

Cada madrileño consume cada año 95,6 litros de leche, cuatro más que la media nacional... El 97,2% de esta cantidad se consume en forma de leche esterilizada, mientras que los yogures ocupan el primer lugar en el consumo de derivados lácteos (con el 44% del total), seguidos por los quesos (24,5%). Son datos del estudio Situación Actual del Mercado Lácteo en la Comunidad de Madrid, elaborado por la Dirección General de Salud Pública y Alimentación.





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

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



La Suma de Todos



CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO

Comunidad de Madrid