

# consummadrid

El Portal del Consumidor de [www.madrid.org](http://www.madrid.org)

nº 07 / diciembre 06. Ejemplar gratuito

  
CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO  
**Comunidad de Madrid**

actualidad / ¿sabes  
comprar? ¿sabes vender?

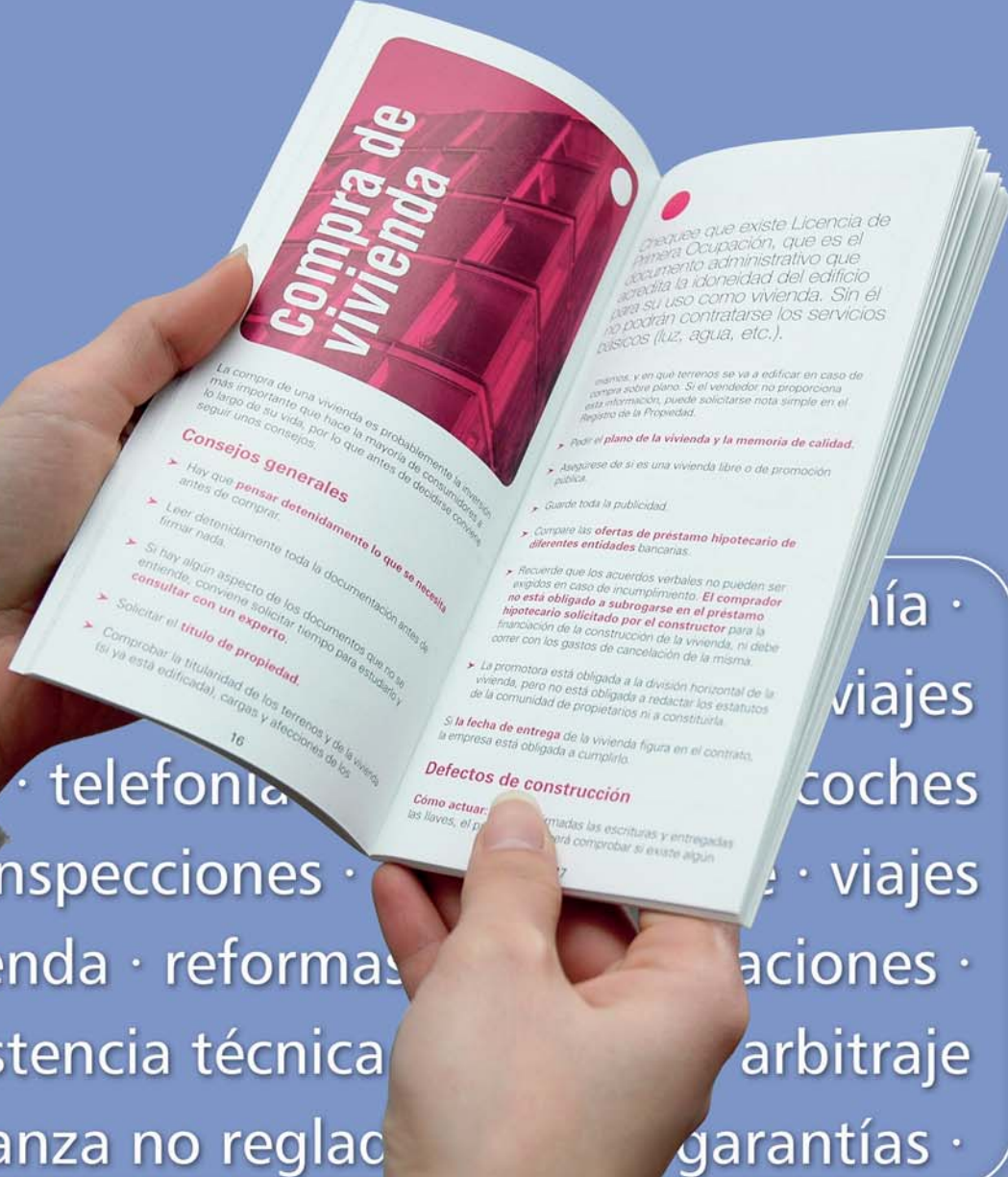
inspección / aparcamientos en  
la Comunidad de Madrid

pequeños consumidores /  
¡todos a dibujar con consumi!

## la cuesta de enero cómo sobrevivir tras las fiestas



NUEVA EDICIÓN



# Compra de vivienda

La compra de una vivienda es probablemente la inversión más importante que hace la mayoría de consumidores a lo largo de su vida, por lo que antes de decidirse conviene seguir unos consejos.

## Consejos generales

- Hay que pensar detenidamente lo que se necesita antes de comprar.
- Leer detenidamente toda la documentación antes de firmar nada.
- Si hay algún aspecto de los documentos que no se entiende, conviene solicitar tiempo para estudiarlo y consultar con un experto.
- Solicitar el título de propiedad.
- Comprobar la titularidad de los terrenos y de la vivienda (si ya está edificada), carpas y aficiones de los

16

Comprobar que existe Licencia de Primera Ocupación, que es el documento administrativo que acredita la idoneidad del edificio para su uso como vivienda. Sin él no podrán contratarse los servicios básicos (luz, agua, etc.).

maños, y en qué terrenos se va a edificar en caso de compra sobre plano. Si el vendedor no proporciona esta información, puede solicitarse nota simple en el Registro de la Propiedad.

## ➤ Pedir el plano de la vivienda y la memoria de calidad.

➤ Asegurarse de si es una vivienda libre o de promoción pública.

➤ Guardar toda la publicidad.

## ➤ Comparar las ofertas de préstamo hipotecario de diferentes entidades bancarias.

➤ Recuerde que los acuerdos verbales no pueden ser exigidos en caso de incumplimiento. El comprador no está obligado a subrogarse en el préstamo hipotecario solicitado por el constructor para la financiación de la construcción de la vivienda, ni debe correr con los gastos de cancelación de la misma.

➤ La promotora está obligada a la división horizontal de la vivienda, pero no está obligada a redactar los estatutos de la comunidad de propietarios ni a constituirlos.

Si la fecha de entrega de la vivienda figura en el contrato, la empresa está obligada a cumplirlo.

## Defectos de construcción

Cómo actuar: Si se detectan defectos de construcción, firmadas las escrituras y entregadas las llaves, el comprador deberá comprobar si existe algún

17

internet

• viajes

• telefonía

• inspecciones

• vivienda • reformas

• asistencia técnica

• enseñanza no reglada

• viajes

• coches

• viajes

• arbitraje

• garantías



# Guía básica del consumidor

Consíguela en el Portal del Consumidor de [www.madrid.org](http://www.madrid.org) \*

\* Pinchar en Accesos Directos y elegir Consumo



\*\*\*\* Dirección General de Consumo  
CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO  
Comunidad de Madrid



Editorial

## Cuando se apagan las luces

El 6 de enero se apagan las luces y la ilusión. Así lo manda la publicidad, que durante más de un mes nos ha sometido a una intensa dosis de promesas fantásticas que han acabado como empezaron: más objetos en el armario y más residuos en el contenedor. Entre tanto, habremos aprovechado para lo realmente esencial: compartir nuestro tiempo y dedicación a las personas que queremos e intentar contrarrestar esta marea consumista con sentido común y conciencia de qué nos venden, qué compramos y, de todo ello, realmente qué necesitamos.

Pero no hay tregua. Se cierra un acto y comienza otro: es tiempo de rebajas, fascículos, gimnasios... cualquier anhelo, cualquier deseo, por pequeño y recóndito, puede transformarse con un poco de magia publicitaria en una necesidad imperiosa. Y el escenario de este primer acto del año complica aún más las cosas. La Navidad ha hecho mella en nuestros bolsillos y hay que agudizar el ingenio para subir la célebre cuesta de enero. Todo vale, hasta los céntimos que guardamos en la lata que ilustra nuestra portada. Desde CONSUMADRID queremos poner un pequeño granito de arena con algunas ideas que pueden ser de ayuda, pero lo cierto es que, como dice el refrán, "cada maestrillo tiene su librillo".

Mención especial hacemos también a los créditos rápidos. Acceder a uno es cada vez más fácil, pero los intereses que nos cobran aumentan en la misma medida. Lo que puede aparecerse como una tabla de salvación para un momento difícil puede convertirse en una losa que hunda nuestra economía sin posibilidad de recuperación. Por ello, antes de contratar uno hay que hacer muchos números y siempre consultar antes con la entidad financiera con la que se trabaje normalmente.

Como ya hicimos el año pasado, con el final del año incluimos en la revista un calendario con el deseo de acompañar a nuestros lectores doce meses más en los que seguiremos informando de derechos y deberes para lograr entre todos un consumo más responsable. ¡Feliz año a todos!



### Actualidad

‘¿Sabes Comprar? ¿Sabes Vender?’ Campaña de fomento del arbitraje de consumo

04/

### Entrevista

Las responsables del arbitraje y las reclamaciones en la Comunidad hablan con CONSUMADRID

10/



### Consumo Responsable

Cómo superar la cuesta de enero

14/



### Inspección

Los aparcamientos incumplen las plazas para discapacitados

16/

12/ Región · 18/ Consumidores · 21/ Emprendedores · 22/ Arbitraje · 24/ Formación · 25/ Esfera · 26/ Madrid 7 Estrellas · 27/ www.madrid.org · 28/ Pequeños Consumidores · 29/ Club del Consumidor · 30/ Miscelánea · 31/ Directorio · Incluye calendario 2007 en páginas centrales

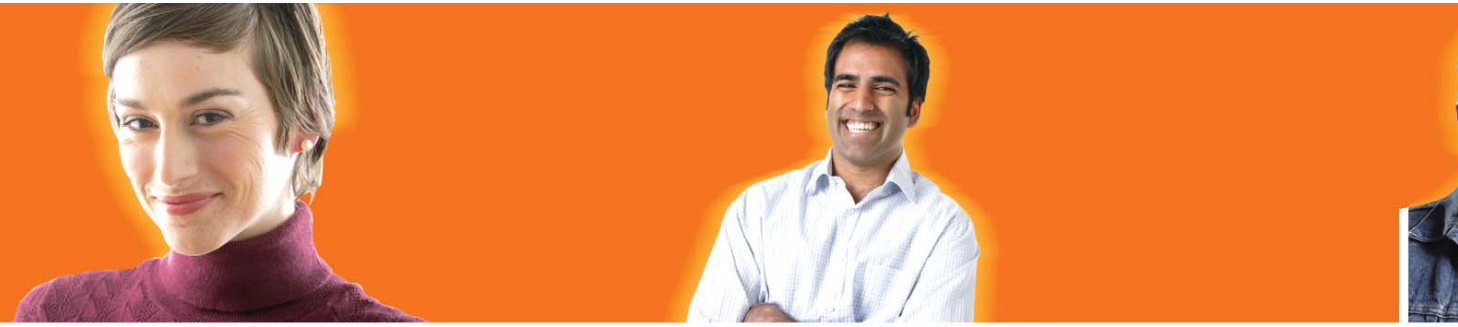


www.madrid.org



**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:** Teresa García Márquez, y Nicolás y Pablo Biurrún Churruga.  
**Maquetación:** Cariotipo MH5.  
**Impresión y distribución:** Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.





“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”



“Tenía una furgoneta, y desde el principio tuve fallos con el cuadro electrónico; el **Arbitraje de Consumo** me dio una solución de forma gratuita”

## La Comunidad promociona el sistema arbitral de consumo

La Consejería de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid ha desarrollado en noviembre una campaña para dar a conocer a los madrileños el arbitraje de consumo, un sistema extrajudicial de resolución de conflictos entre empresas y consumidores que está en pleno auge debido a sus notables ventajas para resolver problemas. Además de acciones de divulgación en el metro y en mobiliario urbano, se ha enviado información al sector empresarial con el objetivo de fomentar su adhesión al arbitraje.

¿Sabes comprar? ha sido el lema de la campaña, que ha invitado a los consumidores a tener en cuenta si un establecimiento participa o no en el arbitraje cuando vayan a realizar sus compras, ya que este símbolo representa un plus de calidad para el cliente. Al comprar o contratar en estos establecimientos, el ciudadano tiene la garantía de que, ante cualquier problema de consumo se le va a dar una respuesta. La acción ha incluido una campaña específica para empresarios. Más de 10.000 ya están adheridos a la Junta Regional Arbitral.

Hasta noviembre, el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo ya había registrado 4.160 solicitudes de arbitraje. Cuando las recibe, el Instituto trata de resolverlas mediando entre el consumidor y la empresa reclamada y, de no ser posible el acuerdo, el caso pasa a verse en el colegio arbitral. Los casos son estudiados por un colegio arbitral



La directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, presentó la campaña a los medios de comunicación en el 'stand' instalado en el Metro durante la iniciativa.

presidido por la Comunidad de Madrid, en el que hay un vocal de las asociaciones de empresarios y otro de las asociaciones de consumidores. Reclamante y reclamado son convocados a la vista, que finaliza con un laudo de obligado

cumplimiento para las partes implicadas. Puede encontrar más información sobre el arbitraje de consumo en la entrevista de la página 10 y en la sección de las páginas 22 y 23 de este mismo número.





“Contraté una línea telefónica, y al no cumplir lo que prometían en su publicidad, el **Arbitraje de Consumo** me dio una solución de forma gratuita”

“Hicimos una reforma en nuestra casa, y tras tener repetidos problemas con la tarima, el **Arbitraje de Consumo** nos dio una solución de forma gratuita”



## APUNTES SOBRE EL ARBITRAJE



Más de 10.000 empresas de diversos ámbitos están adheridas a la Junta Arbitral de Consumo de la Comunidad de Madrid; se les reconoce porque exhiben el logo naranja reproducido en esta página. Además, el Portal del Consumidor de la Comunidad de Madrid ([www.madrid.org](http://www.madrid.org), –seleccionar ‘Consumo’ en ‘Accesos Directos’–) dispone de un buscador de empresas adheridas.



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



Las solicitudes de arbitraje se pueden obtener en el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo, en la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, en las juntas arbitrales, colegios arbitrales, oficinas municipales y mancomunadas de información al consumidor y en el Portal del Consumidor de [www.madrid.org](http://www.madrid.org). Los impresos se pueden presentar en los registros de dichos organismos o en cualquier otro de la Comunidad de Madrid.



# La información sale a la calle en **Navidad** con Consumi

En vísperas de las Navidades, la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid salió a la calle con una campaña sobre consumo responsable basada en la distribución de una guía práctica. En la iniciativa también participó Consumi, la mascota que acompaña a los lectores de CONSUMADRID desde el número 1 de la revista y que ha cobrado vida más allá de estas páginas.

Poco antes del comienzo de la temporada comercial navideña, el consejero de Sanidad y Consumo, Manuel Lamela, presentó en la Puerta del Sol una campaña de sensibilización sobre el consumo responsable durante las fiestas. Acompañado de la viceconsejera de Sanidad y Consumo, Belén Prado, y de la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, el consejero inauguró la campaña, basada en la distribución de 100.000 ejemplares de una guía de bolsillo diseñada especialmente para la ocasión.

La guía práctica con consejos sobre cómo ejercer un consumo responsable en Navidad apareció en la recta final del año, época en la que el consumidor se ve expuesto a una mayor presión publicitaria y aumenta el gasto familiar en ocio, celebraciones y regalos. Esta publicación vio la luz en pleno centro de Madrid durante un acto con sorpresa incluida: la presentación en sociedad de la mascota que acompaña, desde el número 1, a los pequeños consumidores lectores de CONSUMADRID. Consumi bromeo con los participantes en el acto y se paseó junto a las unidades móviles que distribuyeron la guía.

## Puntos de distribución

El reparto se hizo en zonas comerciales del centro de Madrid. Además, los ciudadanos han podido encontrarla en las oficinas municipales de información al consumidor (OMIC) existentes en medio centenar de ayuntamientos de la región, así como en oficinas de información al ciudadano de la Comunidad de Madrid, y en centros sanitarios de la Consejería de Sanidad y Consumo, entre otros.

La guía, que puede descargarse en formato elec-

trónico en el Portal del Consumidor de [www.madrid.org](http://www.madrid.org), ofrece a lo largo de 40 páginas información sobre las exigencias de comercialización y seguridad de productos y servicios típicos de estas fechas, así como de los derechos de los consumidores, y de cómo reclamar (oficinas a las que se puede acudir y vías disponibles).

Muchas de las recomendaciones que ofrece el texto son aplicables al resto del año. Por ejemplo, aconseja que cada familia haga una previsión de gastos con un criterio realista, que se eviten compras innecesarias y que la elección de un regalo también tenga en cuenta aspectos como su grado de impacto en el medio ambiente.

## Publicidad, horarios...

La publicación también aborda consejos generales sobre publicidad, horarios comerciales, precios, garantías y tarjetas de crédito, alimentación, juguetes, mascotas, ropa y calzado, productos electrónicos, adornos navideños, artículos pirotécnicos, lotería, viajes y cotillones.

Esta iniciativa sigue la línea de la Dirección General de Consumo de ofrecer al ciudadano instrumentos útiles, como recomendaciones para la elección y uso seguro de los juguetes, las normas de adquisición y empleo de artículos pirotécnicos, y las pautas referidas a las mascotas (pasos para adoptar y obligaciones del propietario), entre otras.

Por otro lado, el pequeño libro también propone la confección de belenes mediante la reutilización de materiales (poliestireno de embalaje, cartones, plásticos, tetrabrik, papel...), que ya hacen colegios de la Comunidad de Madrid como el Bolivia, que ha cedido sus imágenes para la publicación.







El consejero de Sanidad y Consumo, Manuel Lamela, presentó la campaña con la viceconsejera Belén Prado (a su derecha) y la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola. Las unidades móviles con la imagen de la campaña recorrieron el centro de Madrid distribuyendo la guía.

## Y EN ENERO LLEGAN LAS REBAJAS

Tras las fechas navideñas llega el período de rebajas. Es frecuente que los Reyes Magos dejen 'tarjetas regalo' o dinero, en lugar de regalos. Por tanto, es el momento de hacer efectivo ese vale. La temporada de rebajas es una buena oportunidad para amortizar el dinero, aunque siempre hay que observar la calidad del producto y comparar el precio rebajado con el anterior, ya que a veces no es tanta la rebaja. Algunos consejos para la temporada de rebajas son:

### PRECIO ANTIGUO Y NUEVO

Fíjese en los precios de los productos ofertados como rebajados para poder comparar: deberán indicar, tanto en cada uno de ellos como en los lugares de exhibición, el precio anterior aplicado y el rebajado.

### PRODUCTOS DE LA TEMPORADA

Sepa que los productos rebajados deben haber estado incluidos con anterioridad, y durante el plazo mínimo de un mes, en la oferta habitual de ventas.

### NO ESTÁ PERMITIDO...

No podrá anunciarse la venta en rebajas de un establecimiento comercial cuando la rebaja afecte a menos de la mitad de los productos ofrecidos. En el supuesto de que las ofertas en rebajas no se aplique a la totalidad de los productos comercializados, los rebajados estarán debidamente identificados y diferenciados del resto.

### LA MISMA CALIDAD DE SIEMPRE

Exija la misma calidad que en cualquier otra época del año. Está prohibido ofertar, como rebajados, artículos deteriorados. En la temporada de rebajas siempre hay que observar la calidad del producto y comparar el precio rebajado con el anterior.

### LAS FECHAS, CLARAS

Las fechas del período de rebajas deben exhibirse en el establecimiento comercial en sitio visible al público, incluso cuando permanezca cerrado.

### FORMAS DE PAGO

Las formas de pago que se admiten y las devoluciones serán las mismas que el resto del año, a no ser que el vendedor especifique lo contrario en un cartel visible al público.

### GARANTÍA

La garantía de los artículos vendidos en los períodos de rebajas no variará respecto de los demás períodos del año.



# Un folleto explica las claves de los productos seguros

La Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid ha distribuido un nuevo folleto en el que informa sobre el papel que juegan los empresarios, los consumidores y la propia Administración en el terreno de la seguridad de los productos.

La publicación recuerda que la obligación de poner en el mercado productos seguros es de las empresas, mientras que las Administraciones públicas deben velar por que así sea. Por su parte, los consumidores tienen un papel fundamental en la denuncia de artículos que puedan causar o hayan provocado algún tipo de accidente, de manera que las Administraciones puedan actuar y evitar posibles daños a otras personas.

La denuncia puede hacerse en cualquier oficina de consumo o a través del Portal del Consumidor de [www.madrid.org](http://www.madrid.org) indicando la marca del producto y el lugar en el que se distribuye y, si fuera posible, entregando el objeto en la oficina

de consumo más cercana.

Cualquier consumidor puede consultar en Consumadrid, el Portal del Consumidor de la Comunidad de Madrid, la fotografía y la información de los productos que las comunidades autónomas retiran del mercado cuando comprueban que son un peligro para el consumidor (más información en la página 17).



## CÓMO COMPRAR SEGURO

- a. Antes de adquirir un artículo, se debe comprobar que en el etiquetado figura un responsable del producto y sus señas completas en la UE.
- b. Hay que leer detenidamente las instrucciones de uso y las advertencias de

seguridad, que siempre deben estar en español, con independencia de otros idiomas.

c. En los juguetes y aparatos eléctricos, entre otros, hay que ver si viene el logo de las siglas CE, que acredita que el fabricante cumple las normas de seguridad.



## IV ENCUENTRO DE OFICINAS MUNICIPALES DE CONSUMO DE LA COMUNIDAD DE MADRID

La Agencia Laín Entralgo acogió a finales de noviembre el IV Encuentro de Oficinas Municipales de Consumo de la Comunidad de Madrid. En este foro, los representantes de las más de cincuenta oficinas existentes en la región analizaron la propuesta del Plan de Calidad presentada por la Dirección General de Consumo y realizaron las aportaciones correspondientes. Además, se constituyeron mesas de trabajo para la mejora de la coordinación entre las administraciones regional y locales. En la foto, los asistentes posan junto al equipo de la Dirección General de Consumo, encabezado por la viceconsejera de Sanidad y Consumo, Belén Prado, y la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola.



## En marcha la campaña de vacunación contra el neumococo a los menores de dos años

En noviembre entró en vigor el nuevo calendario de vacunación infantil para proteger a 304.231 niños de 0 a 14 años de edad residentes en la región frente a una docena de enfermedades infecciosas. Además de la vacuna contra el neumococo, este año se han introducido otras novedades: se adelanta a los 15 meses la inmunización contra la varicela, manteniendo la pauta a los once años para los niños que no hayan pasado esta enfermedad.

La vacuna frente al neumococo se realiza en cuatro dosis -a los 2, 4, 6 y 18 meses- y cubre a los menores de dos años, se hayan iniciado o no en el ciclo de vacunación.

### Solicitud de cita

Los padres de los niños nacidos en la Comunidad de Madrid desde el 1 de noviembre de 2004, además de recibir por correo información sobre el tema, deben solicitar cita para la vacunación en su centro de salud. La dosis que se debe administrar a cada niño estará en función de la edad y su situación vacunal personal.

La inclusión de esta vacuna está recomendada por la Asociación Española de Pediatría y la OMS para prevenir el neumococo y otras patologías como la otitis, la meningitis y la infección en la sangre.

La Comunidad de Madrid ha adquirido 1,35 millones de dosis para el suministro gratuito en los más de 500 centros acreditados.

En el cuadro de esta página se detalla más información sobre la campaña.

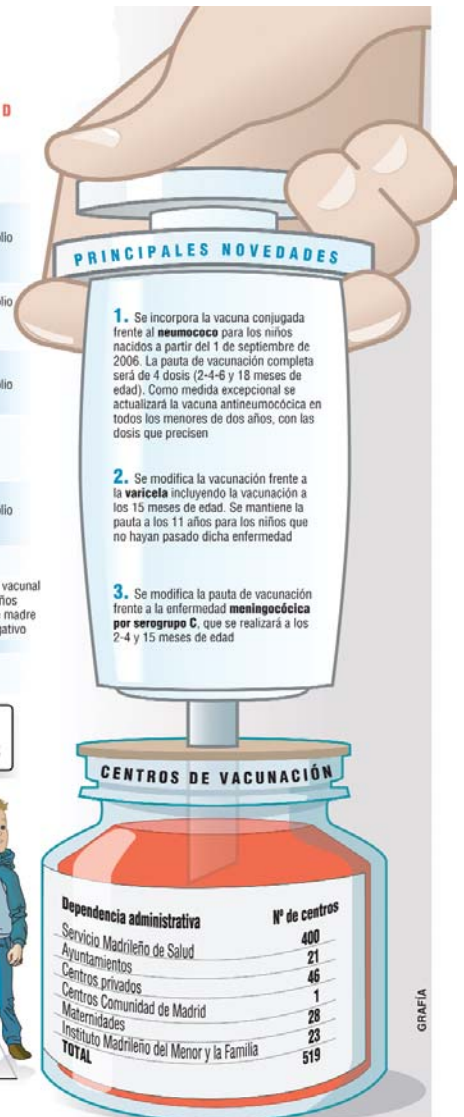
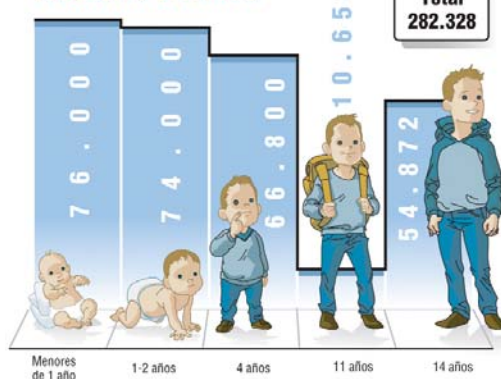
## Calendario de vacunación infantil

CALENDARIO PARA LA COMUNIDAD DE MADRID  
(vigente desde el 1 de noviembre de 2006)

RECIÉN NACIDO	1	Hepatitis B*
2 MESES	4	Hepatitis B Difteria/Tétanos/Tos ferina/Haemophilus Influenzae b/Polio Meningococo C Neumococo
4 MESES	3	Difteria/Tétanos/Tos ferina/Haemophilus Influenzae b/Polio Meningococo C Neumococo
6 MESES	3	Hepatitis B Difteria/Tétanos/Tos ferina/Haemophilus Influenzae b/Polio Neumococo
15 MESES	3	Sarampión/Rubeola/Parotiditis Varicela Meningococo C
18 MESES	2	Difteria/Tétanos/Tos ferina/Haemophilus Influenzae b/Polio Neumococo
4 AÑOS	2	Difteria/Tétanos/Tos ferina acelular Sarampión/Rubeola/Parotiditis
11 AÑOS	1	Varicela
14 AÑOS	1	Tétanos/Difteria tipo adulto

\*Esquema vacunal para los niños nacidos de madre HBsAg negativo

### POBLACIÓN ESTIMADA



## UNO DE CADA SIETE ADOLESCENTES DICE ESTAR ENGANCHADO A ALGÚN VIDEOJUEGO

El 14 por ciento de los adolescentes madrileños dicen estar "enganchados" a algún videojuego, según se ha revelado en la V Jornada de Familia y Prevención de las Drogodependencias, celebrada a mediados de noviembre y promovida por la Agencia Antidroga.

Los informes de la Oficina del Defensor del Menor cifran en uno de cada veinte los adolescentes que acuden diariamente a cibercentros y en dos de cada cinco los que se han sentido "agobiados" o lo han pasado "fatal" cuando han tenido que prescindir temporalmente del teléfono móvil.

La Agencia Antidroga trata de potenciar el protagonismo de la familia en el desarrollo de factores de protección frente al consumo de drogas, identificando posibilidades y dificultades. En este sentido, más de 36.000 familias participaron en 2005 en actividades de la Agencia. Su Servicio de Prevención desarrolla cada año un programa de formación específico dirigido a padres y tutores legales de niños y adolescentes para prevenir el consumo de drogas.

Dentro de la Consejería de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid, Paloma Vicent García y Yolanda Aguilar Olivares son las responsables de tramitar las reclamaciones y solicitudes de arbitraje que presentan los consumidores cuando creen que se han vulnerado sus derechos como tales. Estas dos licenciadas en Derecho, que llevan toda su vida profesional dedicada al mundo del consumo, explican a CONSUMADRID cómo reclamar mejor.



Yolanda Aguilar Olivares, secretaria general del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo de la Comunidad de Madrid.

## “En 2006 hemos tramitado un 67% más de arbitrajes”

¿Qué es el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo?

El Instituto fomenta el sistema arbitral, una vía de solución de conflictos entre empresas y usuarios alternativa a los tribunales de justicia. Nos encargamos de la gestión de la Junta Arbitral Regional, que promueve acuerdos entre las empresas adheridas al sistema y los clientes que no están de acuerdo con el servicio recibido. Cuando no se llega a un acuerdo, se celebra una vista en la que están presentes los afectados, un vocal por parte de los consumidores y otro por parte de los empresarios del sector que corresponda en cada caso. Un funcionario nuestro preside esta especie de juicio, tras oír a las partes, se dicta un laudo

que es de obligado cumplimiento. Acudir a esta vía cuando uno no se entiende con el empresario es una garantía de solución. Además, para las empresas es un plus de calidad que dan a sus clientes.

¿Se celebran muchos arbitrajes al año?  
¿Quién suele tener la razón?

Este año ya se han resuelto 2.084 casos a través de la mediación (antes de formar un colegio arbitral para cada caso se intenta llegar a una solución por simple mediación) y 1.856 con una vista arbitral, que suman 3.940. Esto supone un aumento del 67 por ciento con respecto a los casos resueltos en 2005 (2.359). Las telecomunicaciones acaparan casi la mitad de las reclamaciones de

los consumidores, por lo que la Comunidad de Madrid cuenta con un colegio exclusivo para este sector. Es la única autonomía que cuenta con él. Respecto a quién tiene razón, de todos los arbitrajes celebrados en 2005, aproximadamente en el 70 por ciento de los casos se estiman, total o parcialmente, las pretensiones del consumidor; en el 25 por ciento de los casos, las del empresario; y en un cinco por ciento se emite laudo conciliatorio porque se produce un acuerdo entre ambas partes durante la vista arbitral.

¿Cualquier consumidor puede pedir un arbitraje?

Aunque hay ciertas excepciones, como la existencia de un indicio de delito vinculado al caso, los arbitrajes se producen en casi todos los sectores. Eso sí, la empresa involucrada en el conflicto debe estar adherida, si bien también tenemos casos de empresas que no estándolo les proponemos canalizar determinada reclamación por esta vía y aceptan.

¿A dónde se puede acudir para obtener más información sobre el arbitraje?

Además de al Instituto Regional y a los colegios territoriales que hemos abierto en Collado Villalba, Galapagar, Móstoles, Rivas Vaciamadrid y San Fernando, a las juntas arbitrales municipales que hay en Madrid, Alcobendas, Alcalá de Henares, Coslada, Getafe y Majadahonda. Y al Portal del Consumidor de [www.madrid.org](http://www.madrid.org), desde el cual se puede tramitar directamente la solicitud.

¿Qué les diría a nuestros lectores?

Que se acostumbren a buscar el símbolo naranja del arbitraje. Si lo ven en el escaparate saben que tienen una garantía más para realizar su compra con total tranquilidad.





Paloma Vicent García, subdirectora general de Orientación y Defensa del Consumidor de la Comunidad de Madrid, con una hoja de reclamación.

## “Informarse antes de pagar evita 1 de cada 3 quejas”

### ¿Reclamamos mucho o poco?

Los madrileños, igual que el resto de españoles, no reclamamos ni mucho ni poco. Podemos decir que no se reclama todo lo que se debería, ya que aún hay cierto desconocimiento acerca de los derechos del consumidor y de cómo ejercerlos. Y eso que vamos mejorando; a comienzos de noviembre ya se habían puesto en la Dirección General de Consumo más reclamaciones que en todo 2005, cuando hubo 14.999. Pero también es cierto que hay reclamaciones que se formalizan y que se deben claramente a una falta de información por

parte del consumidor sobre las características de aquello que va a comprar o a contratar. Calculo que si antes de decidir una compra y pagar nos informásemos de las condiciones de esa compra, se evitarían una de cada tres quejas.

### ¿En qué se diferencia poner una reclamación o pedir un arbitraje? ¿Por cuál debería optar el consumidor?

La reclamación puede ponerse contra cualquier empresa con la que se tenga un problema, mientras que el arbitraje sólo se puede celebrar si la empresa está adherida al sistema o acepta resolver el

problema concreto a través de esa vía. Además, mientras que la reclamación deriva en una mediación cuyo resultado depende de la disposición de la empresa a dar al cliente lo que pide, el arbitraje garantiza que se va a dar una solución de obligado cumplimiento dictada por un colegio arbitral. Las oficinas de consumo aconsejan a cada consumidor en función de su caso particular por cuál optar.

### ¿Por qué reclamar si la Administración no puede obligar a la empresa a darnos una solución?

La Administración actúa como mediadora y muchas empresas son sensibles ante una llamada de Consumo. Además, en caso de no obtener una respuesta satisfactoria, el resultado negativo de una mediación puede ser empleado por el consumidor si decide ir a los tribunales. Y no nos olvidemos de algo vital. Si en una reclamación observamos un indicio de que la empresa está vulnerando la legislación de protección del consumidor, los servicios de inspección y control actúan en consecuencia.

### ¿Sabemos dónde acudir cuando tenemos un problema de consumo?

Ante un problema con un seguro el organismo competente para ayudar al ciudadano es diferente de si el conflicto estuviera relacionado con un billete de avión o una tintorería. Para orientar al ciudadano y evitar que vaya de oficina en oficina hemos creado recursos como el servicio de atención al consumidor del 012 o el Portal del Consumidor de [www.madrid.org](http://www.madrid.org). A través de ambos, el ciudadano puede conseguir la información de qué derechos le asisten y a dónde acudir.

### ¿Hay alguna fórmula infalible para no tener que reclamar?

Infalible, infalible no; pero sí podemos apuntar una serie de consejos que nos ayudarán. Frente a esta sociedad en la que todo se hace cada vez más deprisa, creo que debemos tomar las cosas con más calma, pensar antes de comprar, evitar comprar por comprar, comparar precios y condiciones, ser críti-

cos con la publicidad, preguntar ante cualquier duda, pedir presupuesto, pedir factura o tique, exigir la garantía del producto, leer siempre el contrato y la letra pequeña, guardar la publicidad, ya que es vinculante, etc. Muchos de estos consejos están en el número especial que CONSUMADRID publicó en noviembre y que puede consultarse en el Portal del Consumidor de [www.madrid.org](http://www.madrid.org)



## OMIC ALCALÁ DE HENARES

“Hoy, el consumidor se encuentra mejor informado”

Después de la campaña navideña en la que la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de Alcalá de Henares ha desarrollado un notable esfuerzo de información sobre consejos de compra responsable en esas fechas, la oficina continúa su trabajo centrado durante los dos primeros meses del año en todos los aspectos de consumo relacionados con el período de rebajas. Asimismo, se han incrementado las visitas de inspección en establecimientos que, por el mayor volumen comercial en estas fechas, son motivo también de más reclamaciones. La OMIC de Alcalá de Henares trabaja estrechamente con las concejalías de Consumo y Comercio del municipio.

Las responsables de la OMIC sostienen que entre las cuestiones que más interesan a los alcalaínos figuran los servicios de telefonía móvil y fija, el acceso a internet, las dificultades en el cambio de operador, la vivienda, los servicios de postventa y la aplicación de la Ley de Garantías de Bienes de Consumo; así como los servicios bancarios, los seguros y los talleres de reparación de vehículos. “Hoy en día, el consumidor se encuentra mejor informado, conociendo sus derechos”, añaden.



La concejala de Consumo de Alcalá de Henares, Teresa Obiol (izquierda) con la responsable de la OMIC, Mercedes Rodrigo.

La oficina funciona desde 1985 y además de ofrecer los servicios de información, tramitación de reclamaciones, inspección y junta arbitral, realiza múltiples actuaciones de formación entre las que destacan los talleres de consumo dirigidos a escolares de educación infantil y primaria.

### Más de 3.500 reclamaciones al año

En los primeros años de funcionamiento no se alcanzaban las 1.000 reclamaciones anuales, pero actualmente superan

las 3.500. En cuanto a su contenido, inicialmente se centraban en el consumo de alimentación, para después evolucionar hacia las de adquisición de bienes y contratos de servicios.

Si bien no destaca ningún sector en especial, sí es notable que un gran número de reclamaciones procede de residentes en otros municipios que utilizan los servicios de esta OMIC por haber adquirido productos en comercios ubicados en Alcalá de Henares. Según los datos disponibles, diariamente atienden a unas 50 personas, de las cuales 30 tienen cita previa (20 de ellas con atención presencial y 10 telefónicamente).

### Optimismo

Las responsables de la oficina ven el futuro con optimismo: “Nos encontramos ante un consumidor responsable que, gracias a la labor de información del Ayuntamiento, conoce sus derechos y los ejercita”.

Pero los retos son muchos: progresar en medios materiales y personales, profundizar en la actuación sincronizada de todos los niveles de la Administración y redactar normas más claras para evitar interpretaciones restrictivas para los derechos de los consumidores.

### OFICINAS DE CONSUMO DE LA COMUNIDAD DE MADRID

ALAMEDA DEL VALLE	918691479	MAJADAHONDA	916795988	SUROESTE DE MADRID	918141621
AJALVIR	918843328	MEJORADA DEL CAMPO	916791338	ATIENDE A	ARROYOMOLINOS, BATRES CASARRUBUELOS, CUBAS DE LA SAGRA, GRÑÓN, MORALEJA DE ENMEDIO, SERRANILLOS DEL VALLE, TORREJÓN DE LA CALZADA Y TORREJÓN DE VELASCO
ALCALÁ DE HENARES	918771730	MORALZARZAL	918427910	MISECAM	917130770
ALCOBENDAS	916637001	MÓSTOLES	916647629	ATIENDE A	BELMONTE DEL TAJO, BREA DE TAJO, CARABAÑA, ESTREMEZA, FUENTIDUEÑA DE TAJO, ORUSCO DE TAJUÑA, PERALES DE TAJUÑA, TIEMES, VALDARACETE, VALDELAGUNA, VALDILECHA, VILLAMANRIQUE Y VILLAREJO DE SALMANES
ALCORCÓN	916648276	NAVALCARNERO	918101391	LA MALICIOSA	915310146 Y 606366759
ALGETE	916280871	PARLA	916986711	ATIENDE A	BECERRIL DE LA SIERRA, CERCEDILLA, COLLADO MEDIANO, GUADARRAMA, LOS MOLINOS Y NAVACERRADA
ARANJUEZ	918922442	PINTO	912483800	LOS PINARES	915640118
ARGANDA DEL REY	918711344	POZUELO DE ALARCÓN	914522726	ATIENDE A	ALDEA DEL FRESNO, CADALSO DE LOS VIDRIOS, CENICIENTOS, COLMENAR DE ARROYO, CHAPINERÍA, NAVAS DEL REY, PELAYOS DE LA PRESA, ROZAS DE PUERTO REAL, VILLA DEL PRADO Y SAN MARTÍN DE VALDEIGLESIAS
BOADILLA DEL MONTE	916349326	RIVAS-VACIAMADRID	916602717	HENARES JARAMA	916278362
BRUNETE	918159066	SAN AGUSTÍN DE GUADALIX	918418002	ATIENDE A	CAMARMA DE ESTERUELAS, COBEÑA, LOECHES, VELLILLA DE SAN ANTONIO Y VILLALBILLA
CIEMPOZUELOS	918930004	SAN FERNANDO DE HENARES	916737462		
COLLADO VILLALBA	918419800	SAN LORENZO DEL ESCORIAL	918903644		
COLMENAR VIEJO	918459919	SAN MARTÍN DE LA VEGA	918946111		
COLSLADA	916278362	SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	916597100		
EL ESCORIAL	918901080	SEVILLA LA NUEVA	918130001		
FUENLABRADA	916497023	TORREJÓN DE ARDOZ	916566969		
GALAPAGAR	918582298	TORRELODONES	918549286		
GETAFE	912027963	TORREMOCHA DEL JARAMA	918430019		
HOYO DE MANZANARES	918567451	TRES CANTOS	912938057		
HUMANES DE MADRID	914982049	VALDEMORO	918099678		
LAS ROZAS	916402900	VILLANUEVA DE LA CAÑADA	918117315		
LEGANÉS	912489732	VILLANUEVA DEL PARDILLO	918100929		
MADRID	010	VILLAVICIOSA DE ODÓN	916219163		





## OMIC ARANJUEZ

### Las reclamaciones crecen el 50%

Con una población en torno a 50.000 habitantes, Aranjuez dispone de una de las oficinas municipales de consumo (OMIC) más antiguas de la Comunidad de Madrid. Data de 1985 y está situada en el emblemático edificio del histórico hospital de San Carlos.

La oficina ofrece a los ribereños información y orientación como consumidores, y recepciona y tramita sus quejas, reclamaciones y denuncias. En la actualidad trabaja para conseguir tener en un plazo breve una junta arbitral de consumo propia. Con el crecimiento de la ciudad también crece la actividad de todos los sectores, y el consumidor se está especializando en conocer sus derechos y de defenderlos más y mejor. Esta tendencia, según los datos de la OMIC, ha incrementado el volumen de las recla-

maciones en 2006 en más de un 50% respecto al año anterior.

Las consultas de los ciudadanos son atendidas tanto personalmente, como por teléfono y también a través de la web municipal, donde se puede encontrar un apartado dedicado al consumo con información útil y la posibilidad de gestionar la reclamación telemáticamente.

Antonio Andrés, responsable de la OMIC, opina que el futuro del consumo está en "el afianzamiento de los derechos del consumidor, la creación de normas que los recojan, una mayor capacidad de decisión de los servicios de consumo, y en definitiva contar una normativa que aumente las competencias de los profesionales dedicados a este trabajo".



Antonio Andrés, responsable de la OMIC, con Oscar Díaz, concejal de Consumo.



## OMIC SAN LORENZO DE EL ESCORIAL

### "Siempre habrá consumidores que necesitarán que velemos por sus derechos"

La oficina municipal de información al consumidor (OMIC) de San Lorenzo de El Escorial funciona a pleno rendimiento desde 1993 informando y asesorando de sus derechos a los consumidores, tramitando sus recla-

maciones, controlando los productos y adoptando cuantas medidas están a su alcance para la mejora y el fomento del consumo seguro y responsable. La oficina depende de la Concejalía de Consumo, que encabeza Pilar Santiso, y tiene a Javier Cordero como responsable.

Para ellos, el objetivo principal es dar confianza al consumidor y formarle. Así, la oficina promueve acciones educativas, desde conferencias para adultos hasta talleres en colegios a lo largo del curso, pasando por charlas sobre arrendamientos urbanos, viajes, comer-

cio justo, desarrollo sostenible, y jornadas para amas de casa, tercera edad...

Para Cordero, muchos vecinos llegan a la OMIC sorprendidos de que "pueda darse un servicio sin contraprestación alguna". Opina que el trabajo en este campo "no termina nunca" y que "siempre existirán consumidores que necesitarán que velemos por sus derechos". En cuanto a los retos del futuro próximo, destaca la formación en consumo, porque aún queda por hacer, y en materias que lo complementan, como el medio ambiente, la sostenibilidad o el reparto de riqueza.

El ayuntamiento prevé elaborar una ordenanza municipal de consumo, que tratará de recoger y matizar la legislación vigente en esta materia.



La concejala de Consumo de San Lorenzo de El Escorial, Pilar Santiso.

# Claves para superar la larga cuesta de enero

Las fiestas, los regalos, las celebraciones, las cenas... La Navidad constituye en sí un gasto extra que pone seriamente a prueba cualquier presupuesto familiar medio. Esa vorágine festiva tiene su consecuente 'resaca' en la llamada popularmente **cuesta de enero**, que significa comenzar el año con un importante incremento en el apartado de 'cuentas a pagar'. A continuación repasamos algunas recomendaciones que pueden hacer este arranque de año más llevadero.

**E**l uso de pequeños créditos siempre que se reúnan las condiciones para su obtención y su amortización, la planificación en las compras o el regenerar algunos malos hábitos son algunas de las pautas para quitarle el miedo a las consecuencias de las fiestas de Navidad.

Ahorrar en diciembre y en enero es más fácil de lo que se piensa, si se planifica un poco y no somos muy impulsivos. A la hora de comprar, es necesario hacer una lista y no salirse de ella, comparando bien los precios y aprovechando las ofertas de productos no perecederos. Las marcas blancas de los supermercados son una opción con frecuencia más ventajosa económicamente pues suelen ser de buena calidad.

Tampoco hay que olvidar aprovechar el *empacho* de las fiestas para volver a hábitos más saludables: después de tantas comidas con protagonismo de carne y pescado, no es malo pasarse un poco a las verduras, las pastas y las frutas, muy nutritivas y más baratas.

En cuanto a los gastos inevitables de la luz, el agua o la hipoteca, aunque parezca que no se puede hacer nada con ellos, realmente podemos ahorrarnos un buen pellizco en la factura. Apagar el televisor desde el propio aparato (no desde el mando), moderar el consumo de la calefacción y abrir en lo posible las persianas para aprovechar la luz natural son algunos de los trucos que contribuirán a rebajar los gastos a final de mes. Sobre todo, cuando como es habitual

## ALGUNAS IDEAS PRÁCTICAS

- Aprovechar el tiempo de ocio no tiene por qué resultarnos caro: podemos ir al cine el día del espectador, visitar museos públicos, hacer deporte en polideportivos...
- Es una buena época para dejar el coche y empezar a utilizar más el transporte público.
- Hacer un presupuesto previo donde anotemos los posibles gastos y listas de la compra.
- Evaluar gastos innecesarios: los de una tarjeta de crédito que no utilizamos o la suscripción a algún organismo o entidad que no nos reporta mucho, por ejemplo.
- Si puede, intente solventar las deudas grandes antes que las pequeñas, porque los intereses también cuentan y cuanto más grande es la cantidad, mayores son los intereses que genera.
- Cuando nos veamos con dificultades para atender las deudas, para evitar vernos inmersos en un procedimiento judicial, tenemos que ir a la entidad acreedora y renegociar los créditos ampliando los plazos de pago o reduciendo las cuotas.

en enero llegan las subidas de los precios.

Si tiene que hacer alguna compra, intente esperar hasta las rebajas y vaya sólo a adquirir lo que necesita tras una revisión de lo que ya tiene en casa. Recuerde que ir de escaparates en rebajas sin una lista cerrada puede significar que lo que ahorre con los descuentos lo perderá por otro lado.





## NUEVO AÑO, NUEVA VIDA EN EL GIMNASIO

El comienzo del año trae todo tipo de planes y objetivos. Apuntarse a un gimnasio es uno de los más habituales. Sepa que...

- La Ley exige a los locales que tengan suscrito un contrato de seguro que cubra los riesgos de incendio del local y de responsabilidad civil por daños a los usuarios y a terceros, derivados de las condiciones del local, instalaciones y servicios, así como de la actividad desarrollada y del personal que trabaje en el mismo. Además, tienen que tener libro de reclamaciones.
- El derecho de admisión no es absolutamente libre, pues debe tener por única finalidad impedir el acceso de personas que se comporten de manera violenta o que puedan producir molestias. Las condiciones deberán constar en lugar visible a la entrada.
- Es fundamental la higiene. Todas las instalaciones, así como los aseos y los vestuarios deben estar limpios.



- Los monitores deben estar titulados.
- Deben informarle convenientemente sobre los precios y la forma de pago.
- Debería haber suficientes monitores para todos los clientes, especialmente en horas punta, donde se congrega mayor número de gente.
- Deberían informarle con suficiente anticipación de posibles cambios que puedan surgir en las actividades y ofrecerle una alternativa a su plan de entrenamiento para poder seguir disfrutando de las instalaciones con normalidad.

# La tentación del crédito rápido

Las entidades de crédito tienden a aumentar las facilidades para que el consumidor se endeude. Así ocurre con los llamados créditos rápidos, que se caracterizan porque se obtienen fácilmente, ya que apenas se requieren trámites previos ni excesivo papeleo (suelen pedir el DNI, la última nómina, y el número de cuenta corriente en la que se domiciliará el préstamo). Se puede disponer de él en poco tiempo, de 24 a 48 horas, el importe es siempre inferior a 6.000 euros, y el solicitante tiene plena libertad para poder utilizarlo sin tener que justificar la finalidad. No obstante, tenga presente que estos créditos suelen establecer unos intereses muy altos. Estas facilidades para obtener liquidez que si bien a corto plazo pueden ser un desahogo, a la larga pueden perjudicar tremendamente al consumidor, al verse inmerso en el sobreendeudamiento (imposibilidad de hacer frente a las deudas contraídas asfixiado por el pago de intereses).

Las causas más frecuentes del sobreendeudamiento de los consumidores son, entre otras: la facilidad para conseguir financiación, la acumulación de varios tipos de deudas ya sea en la misma entidad o en distintas, la adquisición irracional de productos financieros por el regalo ofrecido adicionalmente, el desconocimiento de las condiciones económicas de los productos bancarios que contratamos, el uso excesivo

de tarjetas de crédito, el vivir por encima de nuestras posibilidades, o aquellas circunstancias personales sobrevenidas como pueden ser el desempleo o una enfermedad que requiera un tratamiento médico costoso...

Frente a este tipo de créditos, que se anuncian en la televisión y en la prensa, la mejor opción es acudir a su entidad financiera habitual y preguntar por ofertas crediticias menos costosas. Solicitar un préstamo o un crédito puede ser menos gravoso si tiene en cuenta lo siguiente:

- Solicite folletos informativos en varias entidades de crédito y compárelos.

- Negocie las condiciones: tipo de interés, comisiones e incluso la ausencia de estas últimas.

- Ponga especial atención en la Tasa Anual Equivalente (TAE) del préstamo, que indica de la forma más aproximada cuál es el coste real del crédito, pues en él se tienen en cuenta no sólo el tipo de interés nominal, sino también otros gastos como son las comisiones.

- Antes de suscribir el préstamo, solicite de la entidad una oferta vinculante que contenga las condiciones del mismo. Esa oferta obliga a la entidad, quien habrá de respetar las condiciones contenidas en ella por un mínimo de diez días desde su entrega.

### RECLAMACIONES EN EL SECTOR FINANCIERO

**\* Si quiere presentar una reclamación por un producto bancario, debe dirigirse al Servicio de Atención al Cliente o Defensor del Cliente que toda entidad bancaria debe tener y que tiene que atender la queja en un plazo no superior a dos meses. Si no queda satisfecho o ha transcurrido dicho plazo sin resolución, puede acudir al Comisionado para la Defensa del Cliente de Servicios Bancarios del Banco de España. Durante la tramitación de su reclamación, debe seguir pagando su préstamo o crédito.**



# El 41% de los aparcamientos madrileños no ofrece suficientes plazas para discapacitados

El 41 por ciento de los aparcamientos madrileños no ofrece suficientes plazas para discapacitados, según los resultados de una inspección realizada por la Comunidad de Madrid y varios ayuntamientos en 131 establecimientos. Las Administraciones van a expedientar a las empresas que incumplen la normativa. Por ejemplo, el 70 por ciento no incluye información suficiente en los resguardos de depósito que da a los usuarios. Además, se ha instado al sector a que termine con el redondeo al alza de las tarifas.

La Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de la capital y diversas corporaciones locales han promovido una campaña de inspección en 131 aparcamientos públicos situados en Madrid, Alcalá de Henares, Colmenar Viejo, Getafe, Pinto y San Fernando. A raíz de esta inspección, se va a proceder a abrir expediente sancionador a aquellos establecimientos en los que se ha detectado algún tipo de incumplimiento de la normativa vigente de protección al consumidor.

En concreto, los inspectores han comprobado que 54 de estos aparcamientos, es decir el 41 por ciento, no reservaba el mínimo de plazas que exige la ley para el uso de personas discapacitadas (una plaza por cada 50 o fracción).

El análisis de los resguardos que se entregan a los clientes concluyó que 93 de ellos (71 por ciento) no identificaban el vehículo, mientras que en 98 casos faltaba información sobre si el usuario hace o no entrega de las llaves del vehículo al responsable del aparcamiento.

Entre las condiciones que estas empresas imponen a sus clientes también se detectaron cláusulas abusivas en 16 casos (11 por ciento). La mayoría de ellas se refería a que el aparcamiento quedaba exonerado



de la responsabilidad de posibles daños que pudiera sufrir el vehículo durante su estancia en el aparcamiento o del robo de objetos depositados en su interior.

## Ejemplos

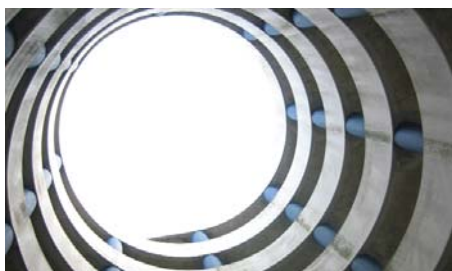
Un ejemplo de este tipo de cláusulas es: "La empresa no se responsabiliza de los daños que se ocasionen en los vehículos u objetos depositados en los mismos". Este tipo de frases se considera cláusula abusiva porque los aparcamientos tienen la obligación de restituir el vehículo, sus accesorios y componentes funcionales en el mismo estado en que se dejaron en el aparcamiento.

Otro tipo de cláusulas ilegales es aquel

que impone el pago de determinadas horas en caso de pérdida del tique, como, por ejemplo: "la pérdida del tique supone el abono del día completo". Esto es claramente abusivo, ya que resulta una medida desproporcionada en perjuicio de los consumidores.

Otro dato destacable es que en 14 de los 131 aparcamientos (10 por ciento) no se informaba a los clientes de la existencia de las hojas oficiales de reclamación a su disposición.

Los servicios visitados por los inspectores son garajes, aparcamientos, solares y áreas de este tipo que dependen de otras instalaciones, como mercados o centros comerciales.





# consummadrid



enero 07

LU	MA	JU	VI	SA	DO
		1	2	3	4
5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28
29	30	31			

febrero 07

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

marzo 07

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

## abril 07

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

## mayo 07

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
			1	2	3	4
			5	6	7	8
			9	10	11	12
			13	14	15	16
			17	18	19	20
			21	22	23	24
			25	26	27	28
			29	30	31	

## junio 07

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
						1
			2	3	4	5
			6	7	8	9
			10	11	12	13
			14	15	16	17
			18	19	20	21
			22	23	24	25
			26	27	28	29
			30			

### Información sobre consumo



Portal del Consumidor de  
[www.madrid.org](http://www.madrid.org) y Teléfono

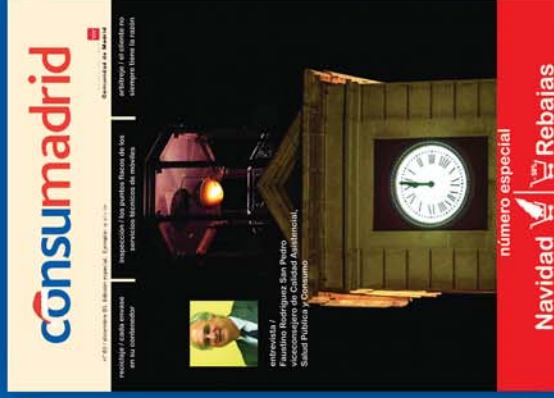
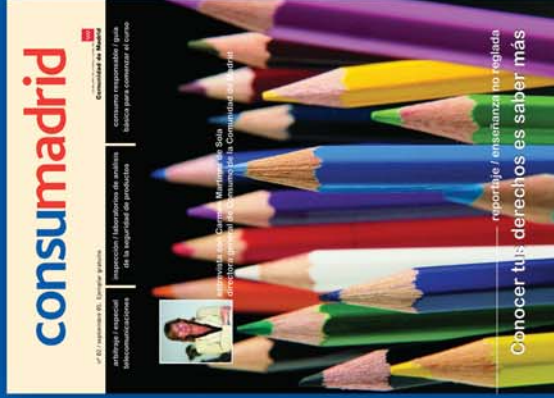


CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO

**Comunidad de Madrid**



# consummadrid



julio 07

LU MA MI JU VI SA DO

1

2 3 4 5 6 7 8

9 10 11 12 13 14 15

agosto 07

LU MA MI JU VI SA DO

1 2 3 4 5

6 7 8 9 10 11 12

13 14 15 16 17 18 19

septiembre 07

LU MA MI JU VI SA DO

1 2

3 4 5 6 7 8 9

10 11 12 13 14 15 16

16 17 18 19 20 21 22  
23 24 25 26 27 28 29  
30 31

## octubre 07

LU MA MI JU VI SA DO  
1 2 3 4 5 6 7  
8 9 10 11 12 13 14  
15 16 17 18 19 20 21  
22 23 24 25 26 27 28  
29 30 31

20 21 22 23 24 25 26  
27 28 29 30 31

## noviembre 07

LU MA MI JU VI SA DO  
1 2 3 4  
5 6 7 8 9 10 11  
12 13 14 15 16 17 18  
19 20 21 22 23 24 25  
26 27 28 29 30

17 18 19 20 21 22 23  
24 25 26 27 28 29 30  
31

## diciembre 07

LU MA MI JU VI SA DO  
1 2  
3 4 5 6 7 8 9  
10 11 12 13 14 15 16  
17 18 19 20 21 22 23  
24 25 26 27 28 29 30  
31

### Información sobre consumo



Portal del Consumidor de  
[www.madrid.org](http://www.madrid.org) y Teléfono



CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO  
**Comunidad de Madrid**



## SE PUEDE DENUNCIAR

Los consumidores pueden denunciar ante las autoridades de consumo la existencia de cualquier irregularidad en los aparcamientos que afecte a sus derechos. Sólo tienen que ponerse en contacto con la oficina municipal de consumo correspondiente o formular la denuncia a través del Portal del Consumidor de [www.madrid.org](http://www.madrid.org)



## EL REDONDEO AL ALZA EN LAS TARIFAS

Las Administraciones públicas de consumo de la Comunidad de Madrid que han impulsado esta inspección han comprobado que únicamente 21 de los 131 establecimientos controlados cobran por minuto de servicio, tal y como contempla la normativa que está tramitando el Parlamento para acabar con el redondeo al alza de las tarifas.

El resto de los aparcamientos o cobra por fracciones de tiempo más amplias (fracciones de 5, 10, 15 minutos...) o realiza un primer cargo fijo (15 minutos, media hora o una entera) al que va sumando cargos por fracciones de tiempo (5, 10, 15, 30 minutos...).

A la vista de estas tarifas, la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid han enviado un requerimiento a los 110 aparcamientos que aplican el redondeo para que terminen con esta práctica y adapten la tarificación a las exigencias normativas que ultima el Parlamento y que entrarán en vigor a lo largo del próximo año.



## ALERTAS DE PRODUCTOS INSEGUROS

La sección de Seguridad e Inspección del Portal del Consumidor (en [www.madrid.org](http://www.madrid.org)) ofrece las fichas de los productos retirados del mercado. La información se actualiza semanalmente con las alertas de los productos retirados por la Comunidad de Madrid y el resto de las comunidades autónomas. El servicio, dirigido a todos los consumidores, incluye la descripción de cada artículo, de su riesgo y la correspondiente fotografía. A continuación se resumen algunos de los productos alertados por la Comunidad de Madrid en las últimas semanas.

**ESTUFA DE GAS TERMOSTÁTICA** CAMPINGAZ CR 5000 A-20 TERMO **Riesgo:** POSIBLE FUGA DEL GAS ASOCIADA A UNA FALTA DE ESTANQUEIDAD DEL TUBO CONDUCTOR DEL GAS

**SECADOR DE PELO** GUANGMING RTC-313 **Riesgo:** INCENDIO

**ACEITE DE ISOPARAFINA** MANUEL **Riesgo:** INTOXICACIÓN POR ETIQUETADO DEFICIENTE

**SECADOR DE PELO** XIN SHUNDAN RCY-389 **Riesgo:** INCENDIO

**COCHE DE JUGUETE** SUPER VOGUE T.RSL. REF: 89-008 **Riesgo:** POSIBLES HERIDAS, YA QUE EL EJE DE LAS RUEDAS ES ACCESIBLE

**TRACTOR DE RADIO CONTROL** COUNTRY FARM DIMASA (NAVARRO), REF: 313 **Riesgo:** SE DESPRENDE EL PIVOTE PROTECTOR DEL EXTREMO DE LA ANTENA DEL MANDO, GENERANDO UN EJE PELIGROSO

**MÁQUINA DE AFEITAR** ZOWAEL RSCW-5800 **Riesgo:** POSIBLE CORTE PORQUE LA TAPA QUE PROTEGE LAS CUCHILLAS SE PUEDE RETIRAR

**BATERÍAS** SONY LITHIUM-ION PARA PCs THINKPAD NOTEBOOK LENOVO e IBM, SERIES T4x, R5x Y X6x **Riesgo:** EN RARAS OCASIONES SE RECALIENTAN, SUPONIENDO UN PELIGRO DE INCENDIO

**CADENAS DE CHUPETE** ARDEN WB 0417/B, WB 0418/B Y WB 0416/B **Riesgo:** ASFIXIA POR INGESTIÓN DE PIEZAS PEQUEÑAS

**CUNA DE VIAJE** GRUPO OLMITOS, REF: 1070 **Riesgo:** ESTRANGULAMIENTO AL SER POSIBLE ENGANCHARSE EN UNA DE LAS ESQUINAS DE LA CUNA

**CAPAZO CON SOPORTE** MARINA, MODELO: 67 **Riesgo:** ASFIXIA POR POSIBLE INGESTIÓN DE PIEZA PEQUEÑA, ESTRANGULAMIENTO Y LESIONES POR VUELCO

**PISTOLA DE JUGUETE** MILITARY PLAY SET, REF: 3680 **Riesgo:** ASFIXIA, YA QUE LA LONGITUD DE LOS PROYECTILES ES INFERIOR A 57 MM

**LIJADORA DE BANDA** WORX WX90BS **Riesgo:** ATRAPAMIENTO, ENGANCHE Y ABRASIÓN

**COLUMPIO DOBLE** LLOBELL, REF: 3208 **Riesgo:** PELIGRO DE LESIONES POR PROBLEMAS EN EL DISEÑO DE LAS DIFERENTES PARTES

**ELEFANTE DE PELUCHE** ARMU CREACIONES **Riesgo:** ASFIXIA, YA QUE LOS OJOS DEL MUÑECO SE SEPARAN FÁCILMENTE

**LETRAS, NÚMEROS Y SÍMBOLOS DE PLÁSTICO** MAGNÉTICOS 'MAGNETIC ALPHABET' OUR TOYS **Riesgo:** CORTES POR PRESENTAR PUNTAS PUNZANTES.

# OCU: “En la medida en que avancemos en el consumo sostenible, garantizaremos el futuro”

“En la medida en que avancemos en el consumo racional y sostenible, garantizaremos nuestro futuro de consumidores y afrontaremos los próximos retos”, señala Carlos Sánchez-Reyes de Palacio, presidente de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), entidad que lleva en funcionamiento más de 30 años luchando por los intereses de los ciudadanos.

Más de treinta años avalan a la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) como entidad en defensa de los intereses de los consumidores. Surgió por iniciativa de un abogado madrileño, Antonio Gracia-Pablos, quien con 45 personas más decidió su creación basándose en el modelo reconocido por las principales organización de consumidores independientes europeas y americanas. Doce años después de su creación, en 1987, la OCU firmó un acuerdo con su homóloga belga, sentando así las bases del que hoy es Euroconsumers, que agrupa a consumidores de España, Bélgica, Italia, Portugal y Francia.

Su actual presidente, Carlos Sánchez-Reyes de Palacio, con 17 años en el cargo, nos explica que España aporta 260.000 familias socias a las 1.400.000 con que cuenta Euroconsumers en toda Europa. En la Comunidad de Madrid hay 63.000 socios.

La OCU tiene representación en varios organismos: en el Consejo de Consumidores y Usuarios, en España; en la Oficina Europea de Asociaciones de Consumidores, en el Grupo Internacional de Análisis Comparativo y en Consumers Internacional.



Carlos Sánchez-Reyes de Palacio, presidente de la OCU

Con la entrada en el nuevo siglo redefinió su misión: promover y defender los intereses de sus socios y de todos los consumidores, resolver sus problemas y ayudarles en su derechos fundamentales. Apostó por el concepto de servicio global: información general a través de publicaciones, información personal y también en la red, a través de su web para socios, completando sus actuaciones en los medios de comunicación.

Su influencia social se manifiesta a través de denuncias y acciones para modificar las condiciones que regulan las relaciones de los consumidores con los su-

ministradores de bienes o servicios; exponiendo públicamente las conclusiones de sus estudios y encuestas, o acudiendo a los tribunales ante cláusulas abusivas, pólizas de seguros, venta de billetes aéreos o tarificación de telefonía.

## Nuevas crisis

Recientemente, la OCU ha centrado sus esfuerzos en la crisis de los sellos, representando a más de 21.000 afectados, que acumulan una deuda de cerca de 400 millones de euros. Además, la organización participa en otros ámbitos como el Movimiento Clima implicándose en el problema del cambio climático, la calidad de los menús escolares o la calidad del agua en las ciudades.

Para Sánchez-Reyes de Palacio, el consumidor “ha evolucionado en los criterios de decisión, pasando de una elección basada en las tres ‘b’ (bueno, bonito y barato) a incluir criterios de seguridad, ética de la producción y sostenibilidad”. Por ello, lo califica como consumidor más maduro y consciente de sus derechos y de las vías para ejercerlos. No obstante, insiste en lanzar un mensaje: “En la medida en que avancemos en el consumo racional y sostenible, garantizaremos nuestro futuro de consumidores y afrontaremos los próximos retos”.

**La OCU cuenta en España con 260.000 asociados, de los cuales 63.000 están en Madrid**

## TRES RETOS PARA EL FUTURO

Para el futuro, la Organización de Consumidores y Usuarios tiene tres grandes objetivos. Por un lado, resolver el problema del acceso a la vivienda, bajo el punto de vista de la inversión que exige en tiempo y recursos a los consumidores. Por otro, liberalizar el mercado en los suministros generales (agua, luz, gas y teléfono) impulsando la competencia. Y, por último, mejorar la protección de los derechos en el ámbito del consumo de las nuevas tecnologías (internet, telefonía, etc.).





En primer plano, la presidenta de Aaccu, Ascensión Cerezo, junto a varias socias posando muy cerca de su sede, en el centro de Madrid.

## Aaccu: “Está demostrado que la información es la mejor defensa de los consumidores”

**Aaccu, la asociación pionera de Madrid en materia de consumo, trabaja de forma altruista, formando e informando a sus socios en materia de consumo, alimentación, sanidad, cultura y ocio. Su presidenta, Ascensión Cerezo, explica la oferta de servicios que presta la asociación y hace un llamamiento a los consumidores para que se sumen a su proyecto.**

La Asociación de Amas de Casa y Consumidores-Usuarios de Madrid (Aaccu) es la organización pionera de Madrid en materia de consumo, ya que fue fundada en el año 1963, siendo inscrita dos años más tarde en el registro provincial de asociaciones.

Desde su fundación trabaja de forma altruista, formando e informando a sus socios en materia de consumo, alimentación, sanidad, cultura y ocio.

Presta atención personalizada desde su gabinete técnico, integrado por abogados en ejercicio, que son además árbitros vocales en el sistema arbitral de consumo. Para la consecución de sus fines emplea las nuevas tecnologías, so-

bre las que imparte clases orientadas hacia el colectivo al que se dirige.

Su ámbito de actuación supera al de sus socios, ofreciendo a todas las personas que lo deseen servicio gratuito de información y atención personal, de lunes a viernes de 10 a 14,30 hs., informando para que, en caso de necesidad, presenten la correspondiente reclamación.

### Charlas en los grandes municipios

Para finales de año la asociación prevé impartir charlas en los grandes municipios madrileños sobre autocuidados de la salud y uso racional del medicamento, dentro de la campaña de la confederación en la que se integra: Ceaccu.

Según señala la presidenta de Aaccu, Ascensión Cerezo, a CONSUMADRID, “está demostrado que la información es la mejor defensa de los consumidores, y los asociados a alguna organización son conscientes de sus derechos, aunque no lleguen a ejercerlos suficientemente, debido sobre todo a la falta de tiempo”. En este sentido, Aaccu destaca a las amas de casa como el sector más informado, que sabe cómo reclamar y ejercer sus derechos.

Por último, Cerezo hace un llamamiento a los lectores que aún no pertenezcan a ninguna asociación de consumidores: “Un consumidor informado ejerce como ciudadano europeo. La unión hace la fuerza”.



### CONMADRID SE PRESENTA EN SOCIEDAD

La Asociación de Consumidores de Madrid (Conmadrid) celebró en noviembre una jornada sobre salud y consumo que hizo coincidir con su presentación ante los madrileños. En la foto, su presidente, José Montero (centro), con la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, y el subdirector general de Salud Pública, José Jover.

## Nueva guía sobre compra de vivienda en cooperativa



La Federación de Usuarios Consumidores Independientes (FUCI) ha editado una publicación titulada "Los derechos de los socios cooperativistas de viviendas", en la que se informa sobre la financiación para la compra, la inscripción y registro, la manera

de darse de baja, su venta y los beneficios fiscales. Se trata de "una herramienta fundamental para aquellas personas que estén pensando en adquirir una vivienda en régimen de cooperativa, ya que les ponemos al alcance de su mano la información necesaria y útil para evitar posibles sorpresas posteriores", ha señalado Agustina Laguna, presidenta de la federación. Según FUCI, las principales quejas sobre esta materia se refieren a desinformación en cuanto a ampliación de los plazos de entrega (12%), falta de transparencia en las cuentas (10%), deficiencias en la construcción (13%), y consecuencias de la no titularidad del terreno presuntamente adquirido por la cooperativa (5%).

## La atención al cliente de internet, a estudio

La Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU) está realizando un estudio sobre los servicios de atención al cliente de las empresas que ofrecen acceso a internet. Los usuarios interesados en colaborar pueden rellenar un breve cuestionario a través de la página web [www.cecu.es](http://www.cecu.es).

Según señala esta asociación, en España hay más de cinco millones de hogares conectados a internet, muchos de los cuales han sufrido o sufren problemas con la conexión, la velocidad del servicio, las solicitudes de baja, etc. Precisamente, las reclamaciones por problemas con los contratos de internet y telefonía encabezan las quejas en las oficinas de consumo.



La directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, y el presidente de Adicae, Manuel Pardos.

## Jornada financiera de Adicae

La asociación Adicae organizó en noviembre junto a la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid una jornada sobre el consumo financiero en España en la que se debatió sobre los sistemas de reclamación de los usuarios de servicios bancarios y seguros, y los problemas y propuestas de los consumidores.

### 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

**CONMADRID** Asociación de Consumidores de Madrid. Tel. 91 445 81 93

**EUROCONSUMO.** Unión de Consumidores Europeos-Comunidad de Madrid. Tel. 91 536 21 72

**FRAVIM.** 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.



## Copyme: “La protección del consumidor es la mejor manera de fidelizar a nuestros clientes”

Copyme-Madrid está integrada por más de 40.000 pequeños y medianos empresarios del comercio y de los servicios agrupados en sus organizaciones confederadas. Fue fundada en octubre de 1977 y desde entonces su inquietud fundamental se centra en que los negocios de los autónomos, pequeños y medianos empresarios, resulten viables económicamente.

Para cumplir sus objetivos promueve los agrupamientos económicos, el fortalecimiento de los ejes comerciales de los distritos como unidades de distribución local y el fomento de nuevos espacios comerciales y de servicios. En palabras de su presidente, Salvador Bellido, “la protección al consumidor forma parte consustancial con nuestra actividad empresarial, ya que un consumidor conforme con nuestro servicio es la mejor manera de fidelizar a nuestra clientela”. Las organizaciones integradas en Copyme participaron en 1986 en la constitución de la Junta Arbitral de Madrid y continúan



Salvador Bellido, presidente de Copyme.

an colaborando con el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo a través de acuerdos para el fomento del arbitraje.

Dada la amplitud de los sectores económicos que abarca la organización, hay múltiples causas que pueden promover el arbitraje; aunque destacan el sector textil, las reparaciones y el comercio del

pequeño electrodoméstico.

Copyme recomienda la compra en las tiendas de barrio, donde –según su presidente– se facilita la mejor explicación sobre el producto adquirido, la atención es correcta y se busca una solución consensuada con el cliente antes de acudir a la fórmula del arbitraje.

## ACC: “El mero desgaste que se produce por el uso del zapato no da opción a reclamar”



José Luis Pradillo, presidente de la ACC.

La Asociación de Comerciantes de Calzado (ACC) nació en 1977 y aglutina a unos 300 empresarios del ramo, que suponen unos mil puntos de venta. Son comerciantes de calzado, pymes y microempresas. La asociación impulsa todo tipo de actividades encaminadas a modernizar y defender al colectivo.

En lo relativo a la protección del consumidor, ACC difunde un código de buenas prácticas entre los comerciantes y colabora con el sistema arbitral de consumo prácticamente desde que empezó.

Respecto a las causas de las reclamaciones más habituales en el sector, el presidente de la ACC, José Luis Pradillo, explica que normalmente se plantean como defectos de fabricación deterioros de cal-

zados originados por defectos de uso. Como curiosidad cita que en ocasiones se reclama sobre zapatos náuticos sin forro que, como consecuencia de la sudoración del pie, destiñe la piel. Otro caso curioso se refiere a una señora que reclamó a una zapatería porque en el momento de la compra no había el número del modelo que le gustaba.

### Noción clara de la legislación

Para que el consumidor realice un consumo responsable y evite problemas, recomienda tener una noción clara y objetiva de la Ley de Garantías: “El mero desgaste que se produce en el zapato por el uso no da opción a reclamar”. Respecto a los retos señala: “Dinamizar la reclamación comerciante-fabricante sin tener que acudir a la vía judicial”.

# Cuatro casos, cuatro soluciones

Las diferencias de una empresa instaladora de suelos con un cliente por la reparación de un laminado garantizado por diez años, la queja de un usuario por tener que pagar la reparación de un coche en garantía, los problemas de limpieza de una chaqueta y la reclamación de un consumidor por un amplificador que no termina de funcionar como debería protagonizan esta sección. Todos estos casos se resolvieron mediante el sistema de arbitraje de consumo.

## SUELO FLOTANTE

### CONSUMIDOR

El reclamante manifestó que había contratado al reclamado para la instalación de material laminado flotante para el suelo de su vivienda abonando 700 euros. Al terminar el trabajo se le facilitó un certificado de garantía del fabricante del material por diez años. Pasados unos años, comenzaron a ocurrir movimientos del suelo y apareció una grieta de medio centímetro en el laminado con el consiguiente impacto en el rodapié.

### EMPRESA

La empresa fabricante del material visitó la casa y señaló que el problema era del instalador, al que la consumidora reclamó. Este negó cualquier responsabilidad estimando que no debía responder por la garantía de diez años, ya que ésta la otorgaba el fabricante del laminado, no él como instalador.

## TALLER DE VEHÍCULOS

### CONSUMIDOR

El reclamante relató que se había comprado un vehículo y que éste había sufrido múltiples averías durante los dos primeros años desde la compra y que el vendedor sólo se hizo cargo de las reparaciones en los seis primeros meses. El consumidor reclamaba 1.692 euros abonados en las reparaciones, además de quejarse porque el taller le exigía siempre abonar por adelantado el 60% del coste de cada reparación.

### EMPRESA

La empresa se opuso al abono argumentando que se trataba de un coche de aproximadamente diez años y 130.000 kilómetros, y que las dos averías objeto de la reclamación (en el alternador y la junta de la culata) se produjeron a los ocho meses posiblemente por negligencia del dueño. El representante de la empresa recordó que se hizo cargo de todas las reparaciones realizadas en los seis primeros meses.

## TINTORERÍA

### CONSUMIDOR

El reclamante manifestó que había llevado a la tintorería una chaqueta de ante de un año de antigüedad para limpiar unas manchas de agua de lluvia y que al ir a retirarla se la devolvieron con varias picaduras, por lo que la dejó en la tienda, guardó el resguardo de depósito, y solicitó un arbitraje para pedir una chaqueta nueva o una indemnización por el importe de la chaqueta, que el propio cliente estimó en cien euros.

### EMPRESA

La empresa de limpieza manifestó que no disponía de la prenda en cuestión y reconoció que, efectivamente, la chaqueta presentaba unos picotazos tras su limpieza, pero que éstos eran perfectamente reparables.

## ASISTENCIA TÉCNICA

### CONSUMIDOR

El reclamante depositó en el servicio oficial de la marca un radiocasete para su reparación acompañado de un amplificador, que no presentaba problemas, para facilitar la prueba del radiocasete. El cliente no quedó conforme con el servicio, pues tuvo que llevar el radiocasete de nuevo en otras dos ocasiones y, posteriormente, el amplificador, por cuya reparación le cobraron 150 euros sin que quedase satisfecho.

### CONSUMIDOR

El reclamado rechazó la queja contra su servicio explicando que cada vez que el reclamante retiraba cada aparato del establecimiento antes comprobaba su funcionamiento 'in situ' y que la queja sobre el amplificador (el cliente dice que al rato de tenerlo funcionando se apaga y que emite un zumbido constante) no había podido ser detectada por los técnicos de la firma.



#### LAUDO ARBITRAL

El colegio arbitral estimó parcialmente las pretensiones del cliente y dictó un laudo por el cual el instalador debía abonar la cantidad de 150 euros al cliente en concepto de compensación por el defecto aparecido en el suelo de la vivienda.



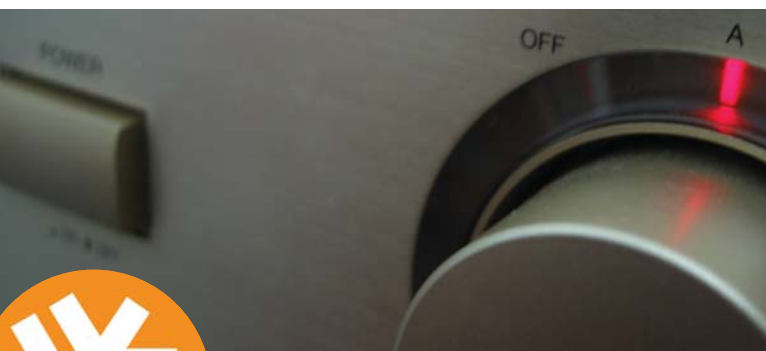
#### LAUDO ARBITRAL

El colegio arbitral desestimó las pretensiones del cliente al considerar que las averías objeto del arbitraje entraban dentro de lo común atendiendo tanto al desgaste derivado de la antigüedad del vehículo como del kilometraje registrado por el coche.



#### LAUDO ARBITRAL

En vista de las aportaciones del reclamante y del reclamado, el colegio arbitral estimó la petición del cliente y decidió que la tintorería abonase al cliente cien euros en concepto de indemnización, quedando la prenda en poder del establecimiento.



#### LAUDO ARBITRAL

En vista de las aportaciones del reclamante y del reclamado, el colegio arbitral estimó parcialmente la petición del cliente y decidió que el servicio técnico atendiera gratuitamente la petición del cliente si volvía a ocurrir la anomalía citada por el consumidor (el amplificador se apaga solo y emite un zumbido constante) en los cuatro meses posteriores a la emisión del laudo. De producirse, la garantía de la reparación sería de tres meses.







Alumnos del Colegio Santa María de Yermo participaron en noviembre en un taller enfocado al análisis de la publicidad dentro del programa de talleres de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid.

## Aprender a consumir desde el 'cole'

La Comunidad de Madrid ofrece cada curso escolar talleres de consumo dirigidos a los alumnos a todos los centros educativos no universitarios, públicos, concertados y privados. El pasado curso se celebraron alrededor de 4.700, gestionados en parte por los ayuntamientos, llegando a alrededor de 150.000 alumnos en toda la región. CONSUMADRID ha asistido a una de estas sesiones formativas en las que los jóvenes aprenden qué es el consumo responsable.

Entre Anuncios Anda el Juego. Así se titula el taller didáctico en el que participaron los alumnos de 4º, 5º y 6º curso del Colegio Santa María de Yermo, en Madrid, durante el mes de noviembre y que pertenece al catálogo de talleres de consumo de la Comunidad de Madrid (ver cuadro). Los alumnos tuvieron que aportar anuncios reales recortados de la prensa para poder analizarlos en clase y ver cómo el arte publicitario logra, sin darnos cuenta, despertarnos deseos por comprar cosas que no siempre necesitamos.

Apoyada por un vídeo, la profesora fue analizando las distintas técnicas publicitarias utilizadas para el consumo de productos. Y en la segunda parte del taller los alumnos/as tuvieron que realizar un anuncio de prensa escrita utilizando los diferentes recursos estudiados en la publicidad visual.

La sociedad de consumo, con una publicidad cada vez más agresiva, hace que los jóvenes sigan unas pautas de comportamiento muchas veces uniformes, no permitiéndoles reflexionar como consumidores críticos y responsables. Este

CATÁLOGO DE TALLERES 2006/2007	
<b>EDUCACIÓN INFANTIL</b>	
1. El supermercado y la compra	11. Reciclaje de papel
2. Reciclaje de papel	12. Envases y reutilización
3. Reutilización de envases	13. Sistemas de transformación de materias primas
4. Seguridad infantil	14. Análisis de la publicidad
5. Ocio y juguetes	15. Agua y electricidad. Consumo racional y ahorro energético
6. Y tú, ¿qué desayunas?	16. Taller de tejidos
<b>EDUCACIÓN PRIMARIA</b>	17. Seguridad infantil
7. Fabricación de alimentos	18. El transporte público
8. Alimentos: análisis comparativo	19. Derechos de los consumidores
9. El supermercado y la compra	20. Ocio y juguetes
10. Etiquetas alimentarias	



taller y el resto de actividades impulsadas por la Comunidad pretenden formar a los futuros consumidores para que sean capaces de desenvolverse sin ser manipulados en temas que afectan a su vida cotidiana.

Los objetivos específicos se determinan en cada uno de los talleres. Algunos de esos objetivos son: Sensibilizar sobre el

coste ambiental del consumo doméstico y sobre las medidas más eficaces para reducirlo; conocer los criterios de elección alimentaria y potenciar hábitos de alimentación equilibrada; observar, analizar y clasificar los materiales que componen los residuos sólidos urbanos; desarrollar la capacidad crítica al elegir un juguete, y conocer el lenguaje de las etiquetas de los productos.

## PROTESTAS DE LOS CONSUMIDORES POR LA DECISIÓN DE LA UE DE PERMITIR MÁS PUBLICIDAD EN LA TV

Las asociaciones de consumidores han criticado duramente la decisión de los ministros de Cultura de la Unión Europea (UE) de permitir un aumento de la publicidad en televisión, aunque estableciendo mayores restricciones a los anuncios destinados a los niños.

La polémica se refiere a la reforma de la directiva *Televisión Sin Fronteras*, que pretende adaptar esa norma a las nuevas modalidades audiovisuales por Internet o cable. El texto mantiene el máximo de doce minutos de

publicidad en cada corte y permite diez minutos de anuncios cada media hora (ahora son 45 minutos). Además, implica la desaparición de los intervalos de al menos 20 minutos entre cortes publicitarios y el máximo de tres horas diarias (si bien esto no se respeta en la actualidad). Las críticas de los consumidores se han hecho notar en España y en el resto de Europa. Jim Murray, director de la BEUC (asociación de consumidores europeos) calificó el día en que se tomó la decisión de "malo para los padres, la cultura y la democracia".



## EUROPA SE PLANTEA MEDIDAS PARA CONTROLAR LOS VIDEOJUEGOS CON CONTENIDOS VIOLENTOS

El vicepresidente de la Comisión Europea y comisario para asuntos de Justicia e Interior, Franco Frattini, ha propuesto un debate en la Unión Europea (UE) sobre el control de los videojuegos y juegos de ordenador para niños y jóvenes que incitan a la violencia.

Frattini ha enviado una carta a los ministros de Interior de la UE en la que llama la atención sobre los videojuegos supuestamente recreativos que resultan "terribles ejemplos para los niños", a los que "puede provocar y animar a tener un comportamiento violento hacia otros o sugerirlo como normal". Pone como ejemplo, aunque sin identificarlo, uno

de los últimos juegos disponibles en el mercado europeo en el que una chica es víctima de acoso psicológico y violencia física.

"Juegos en los que uno puede abatir a gente normal que camina por la calle o donde tienes que acosar a niños en la escuela son otros ejemplos de este tipo de juegos intrínsecamente obscenos y perversos", según Frattini. Aunque es "responsabilidad de los padres" proteger a sus hijos de tales juegos, cree que los Gobiernos también deben actuar. Y apunta una propuesta: un código de conducta voluntario en la creación y fabricación de videojuegos para menores.



## MÁS 2,3 MILLONES DE ESPAÑOLES ASEGURAN HABER SIDO VÍCTIMAS DE FRAUDE CON TARJETAS DE CRÉDITO, EL 10% DE LA UE

El número de adultos españoles que han sido víctimas de fraude con tarjetas de crédito o débito asciende a 2,3 millones, más del 10 por ciento de los 22 millones de ciudadanos que han sufrido este engaño en toda Europa. Así lo indica una encuesta realizada por ESTA, una organización sin ánimo de lucro que representa a empresas de logística del sector de efectivo de toda Europa. A los encuestados se les preguntó si los datos de sus tarjetas de crédito habían sido robados o utilizados sin su permiso.

### ESPAÑA, TERCER PAÍS CON MÁS PROBLEMAS

En el Reino Unido, la proporción de la población que se considera víctima de fraude es del 11 por ciento, por delante de Francia y España, con el diez por ciento, y otros países como Holanda, Alemania y Bélgica, con el 9 por ciento. Como consecuencia, en España el 46 por ciento de los ciudadanos vuelve a utilizar el dinero en efectivo tras sufrir este engaño con los medios de pago electrónico.

Según datos del eurobarómetro de la Comisión Europea citados por ESTA, un 33 por ciento de las víctimas de fraude pierde más de 500 euros.





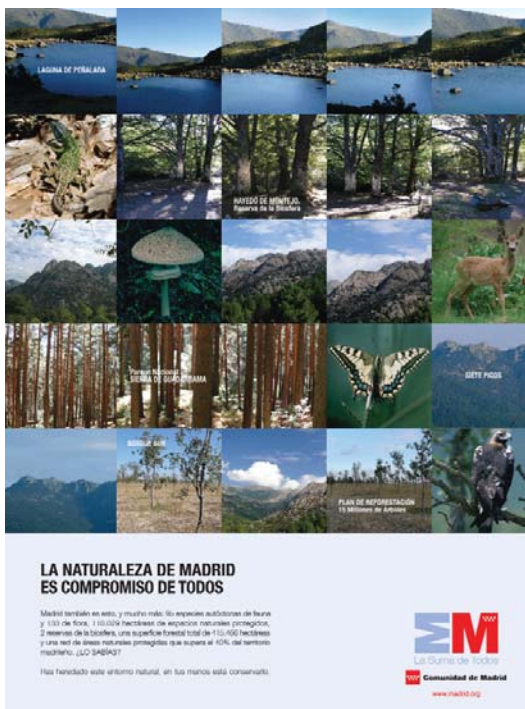
## En cuatro años ya se han rehabilitado uno de cada cinco colegios de Madrid

La Presidenta regional, Esperanza Aguirre, acompañada por el alcalde de Madrid, Alberto Ruiz-Gallardón, ha explicado que en los últimos cuatro años se han invertido sesenta millones de euros en obras de rehabilitación, ampliación y mejora de 44 de los 234 centros públicos de Educación Infantil y Primaria de la capital. Aguirre ha destacado que esta cifra significa que uno de cada cinco colegios de Madrid "ha sido rehabilitado, reforzado contra incendios y adaptado a las necesidades de las personas con discapacidad", con lo que 20.000 alumnos han visto mejorados los centros en que cursan estudios. Además, ha anunciado que Comunidad y Consistorio destinarán otros setenta millones hasta 2009 en seguir modernizando los colegios públicos que lo precisen, lo que representa un 16% más de recursos para mejorar las infraestructuras de la capital para Educación Especial, Infantil y Primaria. Según la presidenta regional, la actuación coordinada de ambas Administraciones está siendo "eficaz y beneficiosa" para los ciudadanos en muchos proyectos, entre los que ha destacado el de hacer frente a las nuevas necesidades educativas que genera el "imparable" crecimiento de Madrid.



### Una campaña busca prevenir accidentes de gas en el hogar

La Comunidad ha lanzado la Campaña de Seguridad de Instalaciones de Gas, que incluye consejos prácticos dirigidos a los usuarios con el fin de evitar posibles accidentes. La iniciativa incluye 30.000 trípticos informativos provistos de un imán para pegarse en la nevera que recuerdan que las instalaciones deben ser revisadas cada cuatro años, como máximo, por una empresa autorizada, que debe notificar la fecha de la visita. Asimismo, se debe vigilar que la llama sea de color azul -combustión correcta-, que no estén obstruidos los conductos de ventilación y salida de gases producidos por la combustión, ni que haya corrientes que puedan apagar la llama.



### Una nueva página en www.madrid.org quiere fomentar la adopción de animales en la región

MadridAdopta, accesible desde [www.madrid.org](http://www.madrid.org), recoge los principales datos de los animales abandonados en la Comunidad y que están esperando en los distintos albergues de la región su adopción por parte de familias responsables. Los futuros dueños pueden ver fotografías de los animales y buscar según criterios como el tamaño, sexo o carácter. Una vez seleccionados los que más se adecuen a su forma de vida, podrán visitar el centro donde se encuentren y proceder a la adopción. En la web también se pueden consultar las características de los albergues.

### EL TURISMO REPRESENTA EN TORNO AL 10% DEL PIB DE LA COMUNIDAD

En la actualidad, el turismo supone casi una décima parte del PIB regional. Madrid incrementó el año pasado su PIB en un 4%, seis decimas más que la media nacional. El producto interior bruto per capita se situó en 27.279 euros, lo que supone un 31% más que la media nacional y un 16,6% por encima del promedio europeo. En los primeros meses de este año, la Comunidad ha recibido 6,3 millones de turistas, un 10,1% más que en el mismo periodo de 2005.

### MÁS DE 600 PERSONAS REALIZAN CURSOS PARA CUIDAR MEJOR A SUS MAYORES

La Comunidad dispone de cursos de formación para familiares cuidadores de personas mayores dependientes con Alzheimer y Parkinson, con el fin de facilitar que permanezcan en su entorno afectivo. Durante el año pasado 609 personas asistieron a estos talleres, enmarcados en el programa "Aprender a cuidarse, aprender a cuidar", cuyo objetivo es formar a las familias cuidadoras en técnicas y habilidades que les permitan continuar y perseverar en esta labor.

### OBJETIVO, TODOS CON LA NATURALEZA

La Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio ha lanzado una campaña de divulgación para dar a conocer la riqueza natural de la región y pedir la colaboración de los madrileños en su conservación. La campaña se desarrolla en televisión, radio, publicidad exterior, prensa, revistas...

# Así es el Portal del Consumidor

La Comunidad de Madrid ha incorporado a su web [www.madrid.org](http://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





# ¡Todos a dibujar en el concurso de consumo responsable de Consumi!

Consumi te invita a dibujar sobre el consumo responsable y a participar en el concurso que ha preparado para ti la revista CONSUMADRID.

## POR DÓNDE EMPEZAR

Puedes dibujar lo que más te guste para enseñar a otros niños a consumir de una manera más responsable, comprando sólo lo que se necesita, no gastando más dinero del que se puede, no creyéndose todo lo que dicen por la tele y en los anuncios, reciclando los plásticos, el papel, las latas... y cuidando el medio ambiente.

## DÓNDE ENVIAR EL DIBUJO

Cuando tengas listo tu dibujo, tienes que mandarlo a la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid (calle Ventura Rodríguez, 7-4º. Madrid, 28008), poniendo en el sobre "Concurso de Dibujo Consumadrid" y escribiendo, en la parte de atrás del dibujo, tu nombre, dni, dirección, teléfono de contacto y correo electrónico. ¡No se te olvide poner toda esta información, ya que la necesitaremos para ponernos en contacto contigo en caso de que ganes!

¡Anímate a participar y díselo a tus amigos! Sólo necesitas papel, pinturas, imaginación y buen humor para conseguir un dibujo con mensajes sobre consumo responsable.

## QUIÉN PUEDE CONCURSAR Y QUÉ SE VALORA

Si tienes menos de 14 años y ganas de mostrar tu arte, ésta es la ocasión.

Cuando lo reciba, Consumi valorará el contenido de tu dibujo, tu capacidad de transmitir el mensaje de consumo responsable, la originalidad y el diseño. Si necesitas inspiración, puedes visitar el Portal del Consumidor de [www.madrid.org](http://www.madrid.org) (selecciona 'Consumo' en la ventana superior de 'Accesos Directos') y escoger cualquier tema. En el portal también están disponibles las bases completas de este concurso.

## LOS PLAZOS

Tienes hasta el próximo día 15 de febrero de 2007 para presentar tu trabajo y, si estás entre los cinco mejores, lo verás publicado en CONSUMADRID, tanto en el portal de [www.madrid.org](http://www.madrid.org) como en la revista impresa.

## LOS PREMIOS

Los cinco mejores recibirán, además, un premio sorpresa que les entregará en mano el mismo Consumi. Recuerda algo importante: Consumi sólo entiende de consumo responsable; si le presentas un tema diferente, no lo comprenderá y no podrá valorar tu trabajo como te mereces.

¡Animo y a participar!, no te cuesta nada y puede ser muy, muy divertido. ¡Todos a dibujar en el concurso de consumo responsable de Consumi!





**ESTA PÁGINA PRETENDE SER UN LUGAR DE ENCUENTRO CON LOS LECTORES.** Desde CONSUMADRID invitamos a todos a hacernos llegar sus sugerencias y las dudas sobre consumo que tengan. Las sugerencias deben dirigirse a: Revista Consumadrid, Dirección General de Consumo, Calle Ventura Rodríguez, 7-4ª planta. 28013 Madrid, o al correo [consumadrid@salud.madrid.org](mailto:consumadrid@salud.madrid.org). El contenido podrá ser resumido. Las dudas sobre consumo deben enviarse a: [consultas.consumo@madrid.org](mailto:consultas.consumo@madrid.org). Es imprescindible reseñar el DNI, nombre y apellidos, dirección y número de teléfono. No se hará uso de los datos, salvo para el fin para el que fueron facilitados. CONSUMADRID no asume las opiniones reflejadas en las cartas.



## PUBLICIDAD

**Quería contratar una línea ADSL en mi domicilio después de ver una publicidad, pero al preguntar, la empresa me dice que no puede darme ese servicio y me ofrece otro de menos velocidad. ¿Está obligada a facilitármelo?**

Cuando se encuentre con una oferta de este tipo, sepa que hay ocasiones en que la empresa no puede ofrecerle el servicio porque la red no llega hasta el lugar de su domicilio, imposibilitando entonces la prestación del servicio ofertado. Son causas de fuerza mayor, por lo que la empresa no estaría incurriendo en ninguna ilegalidad en sus anuncios de publicidad.

**Una tienda anunciaba que estaba de rebajas, y cuando llegué cuál fue mi sorpresa al ver que sólo tenía algunos artículos rebajados. ¿Me está engañando con la publicidad?**

La legislación vigente establece que si un establecimiento anuncia que está en rebajas, deberá tener como mínimo la mitad de sus artículos rebajados, sin perjuicio de que pueda anunciarse la rebaja de cada producto o de un artículo en concreto. Con lo cual, el establecimiento al que se refiere estaría incurriendo en una publicidad engañosa que no se ajusta a la realidad.



## PRECIOS Y CANTIDADES

**Fui a comprar un MP3 y elegí el que estaba en un expositor, ya que era el más barato según ponía en el cartel. Una vez en caja me di cuenta de que el embalaje marcaba otro precio superior, así que la cajera me quiso cobrar el precio más caro ¿puede hacerlo?**

No, ya que según los principios de transparencia y buena fe a que hace referencia la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, en estos casos de discrepancia entre precios de venta, debe prevalecer el más favorable al consumidor.

**Fui al supermercado a comprar aceite y como no quería hacer muchos viajes, decidí llevarme 9 botellas, ya que en casa consumimos mucho. Una vez en caja me dijeron que sólo me podía llevar dos botellas. ¿Pueden limitarte la cantidad de botellas que te quieras comprar?**

No. La vigente Ley de Ordenación del Comercio Minorista prohíbe esta práctica, ya que establece que los comerciantes no podrán limitar la cantidad de artículos que pueden ser adquiridos por cada comprador en sus respectivos establecimientos.



## COMPRAS A DISTANCIA

**Recibí un catálogo de libros por correo y llamé para que me remitieran una novela. La recibí a los tres meses, pero claro, ya la había conseguido por otros medios. ¿Puedo devolverla?**

El vendedor debió remitirle el libro solicitado en un plazo máximo de 30 días a contar desde el día siguiente a su solicitud formal, siempre que no hubieran acordado otra cosa distinta.

La Ley de Ordenación del Comercio Minorista obliga al vendedor a que en el caso de no poder ejecutar el contrato dentro del plazo de los 30 días (a partir del siguiente a aquél en que el comprador solicitó el pedido) debe informar de esta circunstancia al comprador, de tal forma que pueda resolver el contrato, debiendo devolver el vendedor al cliente las cantidades abonadas dentro de los 30 días posteriores como máximo.

**Quiero comprar una enciclopedia por teléfono. ¿Qué documentos me tienen que entregar?**

Como mínimo tres días naturales antes de aceptar el contrato, deberá recibir el texto con las condiciones generales. Una vez hecha la contratación, deberán remitirle a más tardar en el momento de la entrega de la enciclopedia, justificación relativa a la contratación efectuada con todos sus términos por escrito o en cualquier otro soporte duradero adecuado al medio de comunicación empleado que usted le indique al vendedor.







El equipo de Consum Madrid, la Dirección General de Consumo y el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo te desean un feliz 2007

## Sabías que...



**Los madrileños consumen menos pan y agua, y cada vez más platos preparados...** Lo dice el segundo Diagnóstico de Situación de la Alimentación y Nutrición en la Comunidad de Madrid, realizado por la Dirección General de Salud Pública y Alimentación. Este estudio indica que los madrileños consumen dos tercios menos de agua mineral que la media nacional y cerca de una cuarta parte menos de pan, mientras que cada vez adquieren más platos preparados.

Pese a la ingesta excesiva de grasas, los ciudadanos consideran que se alimentan de forma sana y equilibrada, y destinan un 16% de su presupuesto a la cesta de la compra, algo menos que la media nacional (19,5%). De ese gasto, la mitad se emplea en carne, pescado, frutas y derivados lácteos. En los últimos seis años ha aumentado mucho la compra de frutos secos (87,2%), platos preparados (76,4%), aceitunas, frutas frescas, pesca y derivados lácteos. Por contra, se ha ido reduciendo la adquisición de vinos, legumbres secas, sidra, pastas, margarinas y pan.



Ellas son quien, principalmente, se encargan de hacer la compra en supermercados, mercados y tiendas tradicionales, e hipermercados. Prima la proximidad del establecimiento en su elección y, en cuatro de cada cinco casos, adquieren siempre las mismas marcas.

**Los madrileños comen fuera de casa al menos tres veces por semana...** y lo hacen en restaurantes o comedores de empresa. De media emplean 36 minutos en el almuerzo, doce en desayunar y 32 en la cena.

El Diagnóstico incide en la irrupción y crecimiento vertiginoso de los alimentos funcionales en la dieta, aspecto en el que el sector lácteo acapara el 70% del mercado. Nueve de cada diez personas dicen conocer estos alimentos y un tercio cree en sus beneficios. Los productos funcionales que predominan son los que contienen esteroides vegetales -mantequilla y margarina-, incorporan ácidos grasos esenciales -tipo omega 3-, probióticos -yogures tipo Bio-, prebióticos -fibra alimentaria-, los que incorporan soja y los enriquecidos.

Por otro lado, uno de cada cuatro madrileños manifiesta tener algún problema de salud que condiciona su alimentación, fundamentalmente debido a colesterol elevado, hipertensión o diabetes.





## Comunidad de Madrid

Información sobre consumo y general (segundo teléfono para fuera de Madrid)	012 / 91 580 42 60	<a href="http://www.madrid.org">www.madrid.org</a>
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	<a href="http://www.madrid.org">www.madrid.org</a> (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](http://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](http://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	<a href="http://www.imade.es">www.imade.es</a>
Instituto de Estadística (Información)	C/ Príncipe de Vergara, 108	91 580 25 92	<a href="http://www.madrid.org/iestadis">www.madrid.org/iestadis</a>

### 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	<a href="http://www.ctm-madrid.es">www.ctm-madrid.es</a>
Metro Madrid (Inf./reclamaciones)	Cavanilles 58	91 379 88 00 / 902 44 44 03	<a href="http://www.metromadrid.es">www.metromadrid.es</a>

### Otros

Defensor del Menor	C/ Ventura Rodríguez, 7	91 563 44 11	<a href="http://www.dmenor-mad.es">www.dmenor-mad.es</a>
--------------------	-------------------------	--------------	--

## Organismos de la Administración central y otros

Instituto Nacional del Consumo	C/ Príncipe de Vergara, 54	91 822 44 40 - 63	<a href="http://www.consumo-inc.es">www.consumo-inc.es</a>
Secr. de Estado de Telecomunicaciones	C/ Capitán Haya, 41	91 346 15 00	<a href="http://www.mityc.es/telecomunicaciones">www.mityc.es/telecomunicaciones</a>
Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones		901 33 66 99	<a href="http://www.usuarioteleco.es">www.usuarioteleco.es</a>
Banco de España / Reclamaciones	C/ Alcalá, 48	91 338 65 30	<a href="http://www.bde.es">www.bde.es</a>
Dirección General de Aviación Civil	Paseo de la Castellana, 67	91 597 83 21 - 72 31	<a href="http://www.fomento.es">www.fomento.es</a>
Aena	Peonías, 2	902 404 704	<a href="http://www.aena.es">www.aena.es</a>
D. G. de Seguros y Fondos de Pensiones	Paseo de la Castellana, 44	91 339 70 00 / 902 19 79 36	<a href="http://www.dgsfp.mineco.es">www.dgsfp.mineco.es</a>
Renfe. Atención al viajero.	Estación de Atocha-Glorieta de Carlos V	902 24 02 02	<a href="http://www.renfe.es">www.renfe.es</a>

