consumadrid

El Portal del Consumidor de www.madrid.org

Dirección General de Consumo
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONSUMO
Comunidad de Madrid

nº 09 / septiembre 07. Ejemplar gratuito

consumo responsable / teléfonos móviles

10 claves / comprar seguro en la red

arbitraje de consumo / problemas que tienen salida

reportaje / tus derechos

servicios de asistencia técnica

XII Premios de Investigación en Consumo

Primer premio: 6.000 euros Segundo: 3.000 euros

La Dirección General de Consumo ha convocado los XII Premios de Investigación en Consumo de la Comunidad de Madrid.

El *objeto* de este certamen es la realización de un trabajo de investigación, ya sea estudio, análisis, puesta a prueba de una hipótesis, revisión de materiales publicados o de acciones realizadas, u otros equivalentes, referido a la protección, defensa e información del consumidor, que tenga incidencia en la Comunidad de Madrid.

Bases en el Portal del Consumidor de www.madrid.org seleccionando 'Formación y Educación'.

Plazo de presentación: 30 de septiembre de 2007

ConsuMadrid

Dirección General de Consumo
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONSUMO
Comunidad de Madrid

Editorial

Nueva etapa

El cálido verano aún no se ha despedido y, cuando más lo necesitamos, el frigorífico decide plantarse, dice que no puede más, que vengan y le den un repaso. Y es que los frigoríficos no entienden de momentos inoportunos... Si el aparato está en garantía, basta con que llamemos al vendedor o al fabricante, que debe asumir el arreglo sin coste alguno para nosotros. Si no es el caso, es el momento de acudir a un servicio técnico, de conocer nuestros derechos y deberes, de saber si tenemos que pagar el desplazamiento del técnico, si nos pueden cargar sólo por hacer un presupuesto... ¿Y si el técnico se ha limitado a darle un golpecito al frigo, que ha reaccionado a la primera? ¿A cuánto me puede cobrar esos cinco minutos de visita? Nuestro reportaje da unas cuantas claves.

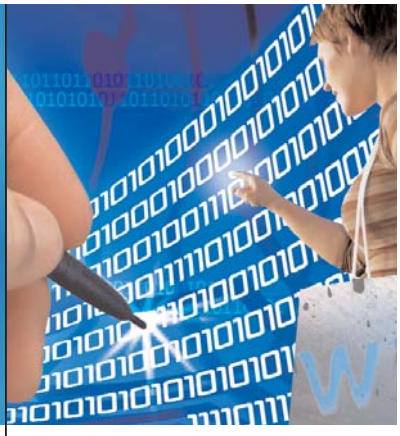
La tecnología (teléfonos móviles, compras por internet...) sigue siendo uno de los principales temas de interés de los consumidores, por lo que protagoniza varias páginas de este número, el primero que se edita en nuestra nueva casa, la Consejería de Economía y Consumo.

La Consejería de Sanidad apostó en 2005 por la puesta en marcha de la revista y de su hermano, el Portal del Consumidor de www.madrid.org. Desde estas líneas queremos agradecérselo a todo el equipo que lo hizo posible en la Consejería y, especialmente, al Gabinete de Comunicación. Ahora la Consejería de Economía asume las competencias de consumo y cambia de apellido. El propio consejero explica en estas páginas cómo ve esta nueva etapa y su compromiso con los derechos de los consumidores. Nosotros, por nuestra parte, afrontamos esta segunda fase de nuestra andadura con la ilusión de siempre, dispuestos a ofrecer a los madrileños un medio en el que resolver sus dudas y profundizar en sus derechos y deberes para, entre todos, lograr un consumo más responsable.

Consumo responsable

La otra cara del móvil

14/



10 claves

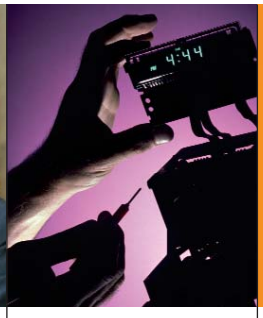
Comprar seguro en la red

16/

Entrevista

Fernando Merry del Val y Díez de Rivera, consejero de Economía y Consumo de la Comunidad de Madrid

10/



Reportaje

Servicios de asistencia técnica, derecho al arreglo

18/

Arbitraje

Problemas que tienen salida

26/

04/ Actualidad · 12/ Región · 20/ Inspección · 22/ Consumidores · 25/ Emprendedores · 28/ Formación · 29/ Esfera · 30/ Madrid 7 Estrellas · 31/ www.madrid.org· 32/ Pequeños Consumidores · 33/ Club del Consumidor · 34/ Miscelánea · 35/ Directorio

www.madrid.org

Edita: Consejería de Economía y Consumo de la Comunidad de Madrid. Calle Príncipe de Vergara, 132. 28013 - Madrid
Dirección: Pablo Muñoz Gabilondo
Consejo de Redacción: Yolanda Aguilar Olivares, Mariano Sánchez-Ortiz Rodríguez y Paloma Vicent García.
Maquetación: Cariotipo MH5.
Impresión y distribución: Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.

D.L.: M-12136-2005

Redacción: Calle Ventura Rodríguez, 7-4ª. 28013 Madrid. Tf. 91 580 32 13. Correo electrónico: consumadrid@salud.madrid.org

Los madrileños aseguran que ejercen un consumo responsable

La mayoría de los madrileños cree que practica un consumo responsable. Sin embargo, hasta un 25% reconoce haber ejercido un consumo impulsivo, según revela una encuesta de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid realizada a 3.000 ciudadanos de la región. Un 77% dice reflexionar sobre lo que necesita antes de comprar y la mitad de la población lleva una lista previa al supermercado siempre o bastantes veces.

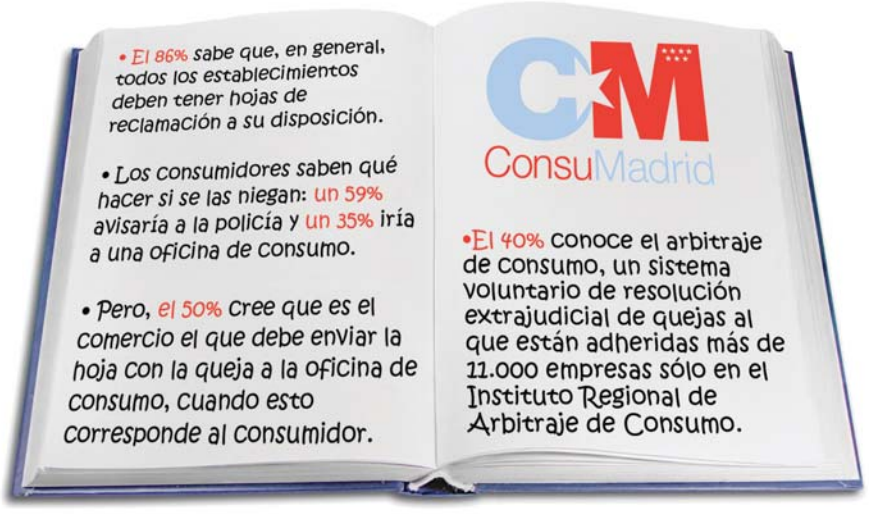
En el otro extremo, un 25% reconoce disfrutar comprando cosas imprevistas, el 15% indica que alivia sus sentimientos depresivos yendo de compras, mientras que las ideas de arrepentimiento tras las compras alcanzan al 3% siempre o bastantes veces.

Una característica básica de una compra reflexiva es comparar previamente los precios, una conducta que es habitual para el 68% de la población y nada común para el 11%, según afirman los propios madrileños. Por otra parte, hasta un 7% reconoce haber comprado cosas en alguna ocasión porque el vendedor le presionaba y casi un 23% afirma que casi siempre o en bastantes ocasiones, cuando analiza el extracto del banco, se da cuenta de que ha gastado más de lo que pensaba.

Respecto a las ofertas y promociones, el 80% las tiene en cuenta en sus compras, si bien el 77% asegura que suele comparar precios y condiciones ante una oferta.

Las etiquetas de los productos

El estudio explora otro de los factores que definen al consumidor responsable: la búsqueda de información en el etiquetado de los productos. El 53% señala que se fija si las etiquetas y las instrucciones están en español y el 59% afirma tener el hábito de leer el etiquetado de las prendas siempre o bastantes veces. También se midieron los hábitos del consumidor ante días especiales, como el del Padre, la Madre... (ver CONSUMADRID número 8).



LOS CIUDADANOS Y LAS RECLAMACIONES

OFICINAS DE CONSUMO

• El 24% de los madrileños ha acudido en alguna ocasión a una oficina de consumo (de las Administraciones o de las asociaciones de consumidores), el 66%, aunque las conoce nunca las ha empleado y un 10% las desconoce. El 65% de quienes han empleado estos servicios los valoran como buenos o muy buenos.

PROBLEMAS DE CONSUMO

• El 64% reconoce haber tenido al menos un problema de consumo el pasado año.

• De ese grupo, un 9% decidió no formular ningún tipo de reclamación ni queja, un 57% se limitó a formular su queja ante la empresa o autónomo contratado, y un 6,5% llevó su problema ante un servicio de atención al consumidor (lo que vendría a equivaler a unas 335.500 personas). Por su parte, el 0,7% acudió al juzgado o presentó una denuncia.

LOS SECTORES QUE MÁS QUEJAS SUSCITAN

• Las empresas que más problemas dan al consumidor son las de telecomunicaciones, mencionadas por el 62% de los encuestados. Le siguen los bancos (11%), las empresas de transporte de viajeros (10%) y los problemas con la garantía de los productos (9%).

La directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola (izquierda), en su visita a las nuevas instalaciones de la OMIC de Móstoles (calle Huesca, 15) junto al alcalde, Esteban Parro, y la concejala delegada de Consumo, Vanesa Martínez Monroy.

Ya hay 131 oficinas de consumo en la región

El número de oficinas de información al consumidor en la región ha crecido un 38% en los últimos cuatro años, ya que este servicio ha pasado de prestarse en 95 localidades, en 2003, a 131, en 2007. Los consumidores disponen hoy de más oficinas de consumo a las que acudir en busca de orientación y a efectuar sus reclamaciones gracias al esfuerzo de las Administraciones locales y al compromiso del Gobierno regional, que ha aumentado un 40% los fondos destinados a apoyar a los ayuntamientos en la consolidación y creación de oficinas (de 1.455.730 euros en 2003 a 2.034.030 en 2007).

Actualmente, existen tres tipos de oficinas de información al consumidor en el ámbito local. De las 131 citadas, 48 son unidades gestionadas por los ayuntamientos (conocidas como oficinas municipales de información al consumidor -OMIC-); otros 38 municipios cuentan con este servicio prestado por sus respectivas Mancomunidades (Henares-Jarama, Misecam, Los Pinares y Suroeste de Madrid) y el resto, 45 ayuntamientos, son atendidos por la Dirección General de Consumo de la Comunidad a través de convenios firmados con diversas asociaciones de consumidores registradas oficialmente en la región.

La Comunidad pone en marcha el Observatorio Regional de Consumo

La Comunidad de Madrid ha creado el Observatorio Regional de Consumo, vinculado a la Dirección General de Consumo cuyo objetivo principal es analizar tendencias en las necesidades de los consumidores madrileños y preparar nuevas respuestas que ayuden a aumentar la protección de los derechos de este colectivo y a ampliar los instrumentos que les permiten ejercer esos derechos.

El Observatorio, que se ha constituido en la última reunión del Pleno del Consejo de Consumo, está integrado por representantes de las asociaciones de consumidores, asociaciones empresariales, sindicatos, ayuntamientos de la región y diferentes consejerías de la Comunidad de Madrid.

Nuevos instrumentos

Los objetivos específicos del Observatorio son generar una base de información acerca de temas de consumo en la Comunidad de Madrid que permita su evaluación y estudio con perspectiva; desarrollar herramientas de recogida de información que aseguren el seguimiento de los principales aspectos relacionados con el consumo, y servir de apoyo para la toma de decisiones por parte de la Dirección General de Consumo.

LA GUÍA BÁSICA DEL CONSUMIDOR, AHORA EN FORMATO DE LIBRO HABLADO

La Guía Básica del Consumidor, que la Dirección General de Consumo edita desde marzo de 2006 como guía de bolsillo, tiene ahora un nuevo formato. Se trata de un libro hablado en cedé, realizado en colaboración con la ONCE, pensado para las personas con discapacidad visual. El manual, que puede conseguirse en la sede de la Dirección General de Consumo (c/ Ventura Rodríguez 7-4º, en Madrid) o enviando un correo electrónico a través del Portal del Consumidor de www.madrid.org, tiene amplia información sobre los derechos del consumidor en campos como las telecomunicaciones, la vivienda, el automóvil... Indica cómo se puede presentar una reclamación y enseña a ejercer un consumo responsable. También se ha editado un libro hablado con legislación sobre consumo.

Una nueva ley pretende reducir los cortes de luz

La Ley de Garantía de Suministro Eléctrico de la Comunidad de Madrid, que entró en vigor el 17 de abril, va a permitir, una vez que se apruebe el reglamento de desarrollo, que se fijen periodos máximos para que las empresas arreglen los cortes de luz, así como la dotación de equipos auxiliares de gran potencia e inversiones en medios para evitar apagones.

Entre las principales medidas que establecerá la nueva normativa destaca que, ante cualquier incidencia, las empresas suministradoras deberán reponer el servicio en un tiempo inferior a cuatro horas al 70% del mercado afectado, y el doble de tiempo para que alcance a la totalidad de los abonados. Cada infracción por mala gestión -caso de interrupciones prolongadas de suministro- podrá ser sancionada hasta con tres millones de euros.

La norma también obligará a las empresas a presentar un programa anual de medios e inversiones para conocer el estado de la red de distribución, e incluye criterios para diseñar tanto estas redes como las subestaciones para garantizar una adecuada cobertura del mercado en condiciones excepcionales de explotación -puntas de demanda o incidencias-, así como la rápida sustitución o refuerzo de una subestación por equipos auxiliares en estos casos.

La Consejería de Economía y Consumo trabaja ya en la elaboración del reglamento de desarrollo de la ley.

CONSUMO FORMARÁ A LOS EMPRESARIOS PARA QUE CONOZCAN Y CUMPLAN LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

La Comunidad de Madrid ha firmado un convenio con la Cámara Oficial de Industria y Comercio de Madrid y la Confederación Empresarial de Madrid para impulsar la formación de los empresarios de la región en materia de protección al consumidor. El convenio establece los mecanismos de colaboración entre los tres organismos para el desarrollo de un programa de difusión de la normativa sobre consumo aplicable en la Comunidad de Madrid y sobre las obligaciones a que deben hacer frente los empresarios en materia de defensa de los consumidores. En concreto, se prevé que la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid desarrolle un plan de formación para empresarios en aquellas materias que sean objeto de más reclamaciones y denuncias empezando por cuestiones como la Ley de Garantías, el sistema arbitral y la seguridad de los productos.

AYUDAS PARA SUSTITUIR CALDERAS DE CARBÓN POR OTRAS DE GAS NATURAL

La nueva campaña de sustitución de calderas centrales de carbón por otras que funcionan con gas natural (mucho más limpio desde el punto de vista medioambiental) se prolongará hasta 2010 y prevé el cambio de hasta cien unidades este año y cuatrocientas más en 2008. Actualmente existen en la Comunidad 1.451 instalaciones térmicas de carbón, de las que 1.312 se encuentran localizadas en Madrid capital. La instalación de sistemas de gas natural es una alternativa más económica, rentable y ecológica, que contribuye a la eficiencia energética.

El plan está promovido por la Consejería de Economía y Consumo en colaboración con el Ayuntamiento de Madrid y Gas Natural. Para poder desarrollar estos cambios se van a ofrecer una serie de ayudas tanto por parte de la empresa distribuidora como por parte de las Administraciones. La regional va a aportar ayudas de hasta el 30 por ciento de los gastos de sustitución.

EL APOYO AL FOMENTO DEL EMPLEO DE ENERGÍAS RENOVABLES CRECE UN 125%

La Comunidad de Madrid ha decidido incrementar en un 125% las ayudas para fomentar el uso de energías renovables al aprobar una partida de algo más de 4,4 millones de euros para incentivar el autoabastecimiento y la protección del medio ambiente (en 2006 se invirtieron 2 millones de euros).

Estas ayudas van dirigidas a la ejecución de instalaciones de aprovechamiento de recursos energéticos renovables, el desarrollo de proyectos de investigación, desarrollo o demostración sobre energías renovables, así como la realización por los ayuntamientos o instituciones sin ánimo de lucro de estudios y otras actividades destinadas a promover el uso de energías renovables, el ahorro y la eficiencia energética.

Más información sobre cómo acceder a estas ayudas en el teléfono de información al ciudadano de la Comunidad, el 012.

Una gran carpa dedicada al consumidor y sus derechos

La Carpa del Consumidor que la Comunidad de Madrid instaló, junto al Ayuntamiento, en la Plaza de Felipe II de la capital el pasado marzo recibió más de 26.000 visitas. Fue toda una semana dedicada en exclusiva a informar y formar al consumidor de sus derechos.

De las más de 26.000 visitas registradas, cerca de 2.600 fueron de escolares que participaron en talleres de consumo responsable. La Carpa del Consumidor, habilitada con ocasión del Día Mundial del Consumidor (15 de marzo), contó con puntos de información, una exposición de productos peligrosos retirados del mercado y juegos formativos sobre arbitraje de consumo, etiquetado... Las humoristas Las Virtudes actuaron dando consejos a los mayores para evitar fraudes y hubo jornadas específicas para niños, jóvenes, mayores, inmigrantes y personas con discapacidad.

Los más pequeños nos dan sus ideas para un consumo más responsable

Cada maestrillo -nunca mejor dicho- tiene su librillo. Por eso, CONSUMADRID preguntó a los más pequeños por sus ideas para lograr un consumo más responsable. Y nos las dieron, a cientos, a través de sus dibujos y de mensajes escritos que luego salieron volando en globo. Aquí nos hacemos eco de algunas de ellas.

El marco para escuchar a los más pequeños fue la gran fiesta infantil de cierre de la Carpa del Consumidor, abierta el pasado mes de marzo. Marionetas, juegos, concursos... mil y una actividades entre las que celebramos la entrega de premios del concurso de dibujo que convocó esta revista en su número 7. De entre todos los dibujos recibidos, los que figuran en esta página fueron los premiados, todos ellos con mensajes relacionados con el consumo responsable. La directora general de Consumo de la Comunidad de Madrid, Carmen Martínez de Sola, entregó los premios en el escenario de la carpa, donde se proyectaron los trabajos de los finalistas.

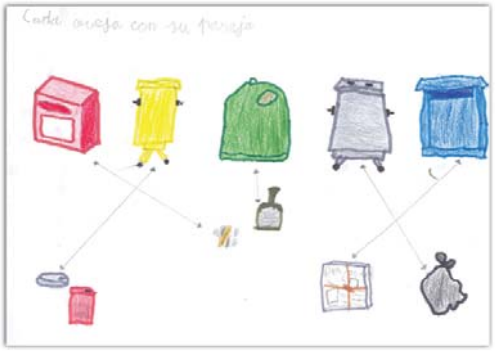
Los ganadores del concurso de dibujo de CONSUMADRID recogieron sus premios en la Carpa del Consumidor. Debajo, de izquierda a derecha, los dibujos de Jaime González Medrano, Ana Sotelo Bravo, Javier Martínez Manjavacas y Paloma Funes del Río y Susana Higueras López.

Asociaciones y localidades

Durante toda la jornada, cientos de niños pusieron sus deseos y recetas para un mundo mejor en unos tarjetones de papel reciclado que fueron atados a globos (todos hechos en material biodegradable) y que fueron soltados al cielo en una multitudinaria reunión (ver fotos en la parte superior). En la página siguiente reproducimos algunos de esos mensajes de los 'peques'.

LA FIESTA DE LOS GLOBOS

Cientos de niños participaron en una gran suelta de globos biodegradables como colofón de la Semana del Consumidor. Atadas a ellos iban sus recetas para conseguir un consumo más resconsable entre todos, pequeños y mayores.



“Somos un puente de entendimiento entre los empresarios y los consumidores”

La Dirección General de Consumo, que en la última legislatura estuvo en la esfera de la Consejería de Sanidad, se integró el pasado mes de junio en la Consejería de Economía, donde ya estuvo en el pasado. El consejero de Economía y Consumo, Fernando Merry del Val y Díez de Rivera, cuenta en entrevista con CONSUMADRID qué va a suponer este cambio en la protección del consumidor y relata los proyectos en los que ya trabaja.

La Consejería que usted dirige acaba de asumir las competencias en consumo. ¿Qué significa este cambio?

Desde la Consejería vamos a hacer de puente de entendimiento entre los empresarios y los consumidores. Hay que recordar que la protección al consumidor depende, en gran medida, de que las empresas apliquen la amplia normativa vigente en la región, y nosotros vamos a ayudarles a hacerlo y, además, vamos a colaborar con ellas en crear códigos de buenas prácticas que servirán al consumidor para reconocer a aquéllas empresas que realizan un esfuerzo extra en el respeto de sus derechos.

¿Qué otros frutos puede dar esa cooperación entre consumidores y empresas?

Se abren muchas posibilidades para potenciar el sistema de arbitraje de consumo. Sólo en 2006, la junta arbitral regional recibió 4.857 nuevas solicitudes, un 9 por ciento más que en 2005. Los consumidores conocen el arbitraje cada vez más y tenemos que conseguir que se involucren en él más empresas porque este sistema de resolución de reclamaciones sólo funciona con empresas adheridas. Ya hay más de 11.000 trabajando con la Junta Arbitral Regional.

Las reclamaciones siguen aumentando y lo cierto es que hay empresas que no cumplen con sus obligaciones...

La Dirección General de Consumo ha pasado de tramitar 10.600 reclamaciones en 2003 a 16.500 en 2006 fruto de las campañas de información y formación al consumidor que se vienen realizando. Por lo tanto, no es que se incum-

plan más las normas, sino que el consumidor conoce mejor qué hacer y dónde ir cuando tiene un problema.

Por supuesto, seguiremos vigilando a las empresas que vulneren los derechos del consumidor, como ha hecho recientemente la Comunidad en el sector de la telefonía e internet.

¿Qué más pueden esperar los consumidores de este cambio?

Entre otras cosas, una mayor coordinación en la resolución de sus reclamaciones. En nuestra Consejería se ubican direcciones generales como las de Industria, Energía y Minas o la de Comercio, que, igual que Consumo, tramitan reclamaciones en sus respectivos ámbitos. Al trabajar juntos, vamos a mejorar aún más la coordinación y la atención al ciudadano. El 65% de quienes han empleado los servicios de las oficinas de consumo los valoran como buenos o muy buenos. Queremos elevar aún más esa cifra.

¿Qué planes inmediatos tiene la Consejería en el campo del consumo?

Vamos a rematar el cumplimiento del Plan Integral para la Protección al Consumidor 2004-2007. Las actuaciones previstas en el plan se han desarrollado en el marco de una estrecha colaboración con las corporaciones locales, asociaciones de consumidores y usuarios, y de empresarios, y en esa senda de colaboración vamos a seguir.

En septiembre comenzará el primer curso on line destinado a reforzar la formación de los profesionales en consumo a través de la nueva Aula Virtual del Portal del Consumidor de www.madrid.org. La gran demanda de plazas registrada nos lleva a seguir apostando por las nuevas tecnologías, tanto para formar como para mejorar la atención al ciudadano. Ahí está la gestión telemática que permite hacer reclamaciones desde el Portal, sin movernos de casa. Y este año queremos que entre en funcionamiento la intranet que mejorará la coordinación con las oficinas municipales de consumo.

¿Cómo podemos atender mejor a las personas que no manejan internet?

Ya hay 131 municipios de la región que cuentan con un servicio presencial de atención al consumidor, un 38% más que en 2003. Esto ha sido posible gracias al esfuerzo de los ayuntamientos y al aumento de los recursos que la Comunidad destina a apoyar la consolidación y creación de este tipo de oficinas. Así, la inversión ha pasado de un millón y medio de euros en 2003 a más de dos millones de euros en 2007. Vamos a seguir apoyando la consolidación de este tipo de oficinas.

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

Fundamental. Son las organizaciones que mejor conocen las necesidades del consumidor. Por eso, la Comunidad ha aumentado el respaldo a sus actividades: los presupuestos de 2007 prevén ayudas por valor de 640.000 euros. Esta partida presupuestaria ha aumentado un 62% desde 2003.

CONSUMO RESPONSABLE DE ENERGÍA

La Consejería de Economía y Consumo promueve el uso eficiente de la energía...

Así es. El empleo eficiente de la energía es una obligación en un mundo cuyos recursos son limitados. En la Consejería contamos con varios programas para ayudar a los ciudadanos a sumarse a esta práctica, como el Plan Renove de Electrodomésticos que subvenciona con 80 euros el cambio de aparatos por otros de clase A, o las ayudas para cambiar calderas de carbón por sistemas de gas natural.

PERFIL

El consejero Fernando Merry del Val y Díez de Rivera, que nació en Madrid en 1947, está casado y tiene cuatro hijos. Este técnico comercial del Estado es ingeniero industrial, máster en Administración de Empresas por Harvard y máster en Administración de Empresas por Insead. Ha ocupado puestos de responsabilidad en diversas empresas privadas. También ha sido director general de Política Comercial en el Ministerio de Economía y subdirector general de Estudios de la Presidencia del Gobierno. Dentro de la Administración, fue miembro de Equipo que negoció la adhesión de España a la Comunidad Económica Europea. Merry del Val es consejero de Economía de la Comunidad de Madrid desde noviembre de 2003.

Pilar Martos, de la OMIC (en primer plano), junto a la concejala de Servicios Sociales y Sanidad, Maite Gordon.

OMIC

TORREJÓN DE ARDOZ

"El consumidor debe darse cuenta de su poder"

El consumidor debe asumir que es un agente activo y que tiene mucho poder". Así lo considera Pilar Martos, responsable de la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de Torrejón de Ardoz, que recuerda la capacidad que tiene el ciudadano de elegir empresas y productos, reconociendo a los que le respetan y se involucran con el medio ambiente y los derechos humanos, y dando la espalda a los que no lo hacen. Esta es una de las nociones del consumo responsable que impregna las acciones de formación impulsadas por la OMIC. La oficina, que depende de la concejala de Servicios Sociales y Sanidad, Maite Gordon, prepara la oferta formativa del nuevo curso, a la vez que informa a los consumidores (resuelve más de 10.000 consultas al año), tramita sus reclamaciones (sobre todo de vivienda, telecomunicaciones y coches) e inspecciona el mercado.

Martos anima a los consumidores a sumarse a las asociaciones del sector "para hacer más fuerza" y apunta un reto inmediato: "Igual podemos comprarnos cuatro móviles y tres teles, pero igual la Tierra no lo puede soportar" La solución: "Mirar la composición de aquello que compramos, su poder contaminante o sus necesidades energéticas y elegir".

Respecto a los desafíos de futuro, insiste en que los consumidores deberían "asociarse más para hacer más fuerza. Las asociaciones hacen cosas interesantes, como coaligarse con organizaciones medioambientales". Para ella, esta estrategia es positiva, ya que fortalece tanto a las organizaciones de usuarios como a las agrupaciones en defensa de la ecología y permiten que las metas estén cada día mas cerca.

OFICINAS DE CONSUMO DE LA COMUNIDAD DE MADRID

ALAMEDA DEL VALLE	918691479	MAJADAHONDA	916349107	**SUROESTE DE MADRID** 918141621	
AJALVIR	918843328	MEJORADA DEL CAMPO	916791338	ATIENDE A ARROYOMOLINOS, BATRES CASARRUBUELOS, CUBAS DE LA SAGRA, GRIÑÓN, MORALEJA DE ENMEDIO, SERRANILLOS DEL VALLE, TORREJÓN DE LA CALZADA Y TORREJÓN DE VELASCO	
ALCALÁ DE HENARES	918771730	MORALZARZAL	918427910		
ALCOBENDAS	916637001	MÓSTOLES	916647623		
ALCORCÓN	916648269	NAVALCARNERO	918101391		
ALGETE	916280871	PARLA	916986711	**MISECAM** 917130770	
ARANJUEZ	918922442	PINTO	912483800	ATIENDE A BELMONTE DEL TAJO, BREA DE TAJO, CARABAÑA, ESTREMERA, FUENTIDUEÑA DE TAJO, ORUSCO DE TAJUÑA, PERALES DE TAJUÑA, TIELMES, VALDARACETE, VALDELAGUNA, VALDILECHA, VILLAMANRIQUE Y VILLAREJO DE SALVANÉS	
ARGANDA DEL REY	918711344	POZUELO DE ALARCÓN	914522726		
BOADILLA DEL MONTE	916349300	RIVAS-VACIAMADRID	916602717		
BRUNETE	918159066	SAN AGUSTÍN DE GUADALIX	918418002		
CIEMPOZUELOS	918930004	SAN FERNANDO DE HENARES	916737462		
COLLADO VILLALBA	918498800	SAN LORENZO DEL ESCORIAL	918903644	**LOS PINARES** 915640118	
COLMENAR VIEJO	918459919	SAN MARTÍN DE LA VEGA	918946111	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	
COSLADA	916278362	SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	916537429		
EL ESCORIAL	918901080	SEVILLA LA NUEVA	918130001		
FUENLABRADA	916497023	TORREJÓN DE ARDOZ	916566969		
GALAPAGAR	918582298	TORRELODONES	918549286	**HENARES JARAMA** 916278362	
GETAFE	912027963	TORREMOCHA DEL JARAMA	918430019	ATIENDE A CAMARMA DE ESTERUELAS, COBEÑA, LOECHES, VELILLA DE SAN ANTONIO Y VILLALBILLA	
HOYO DE MANZANARES	918567451	TRES CANTOS	912938057		
HUMANES DE MADRID	914982885	VALDEMORO	918099678		
LAS ROZAS	916402900	VILLANUEVA DE LA CAÑADA	918117315	**TODA LA INFORMACIÓN ACTUALIZADA EN EL PORTAL DEL CONSUMIDOR DE WWW.MADRID.ORG**	
LEGANÉS	912489734	VILLANUEVA DEL PARDILLO	918100929		
MADRID	010	VILLAVICIOSA DE ODÓN	916219163		

OMIC

FUENLABRADA

"También en consumo, prevenir es mejor que curar"

Fuenlabrada fue uno de los ayuntamientos pioneros en la creación de una oficina municipal de información al consumidor (OMIC). Lo hizo en 1982. Desde entonces, ofrece los siguientes servicios: asesoramiento en temas de consumo, tramitación de reclamaciones, mediación, inspección y distribución de hojas de reclamaciones, entre otras.

"La máxima 'Prevenir es mejor que curar' también se puede aplicar en el campo del consumo", tal y como señala la concejala de Sanidad, Consumo y Comercio, Teresa Fernández (en la foto), de la que depende la OMIC. Y prevenir es lo que pretende este ayuntamiento con la formación y la información que promueve para que todos los ciudadanos conozcan sus derechos como consumidores y los recursos que le ofrece la Administración para defenderlos. En este sentido, el consistorio ha realizado en los últimos meses múltiples jornadas, talleres escolares, conferencias y cursos sobre consumo responsable.

Próxima ordenanza

Entre los proyectos en los que trabaja el ayuntamiento figura una nueva ordenanza municipal en materia de consumo, "de acuerdo con los nuevos derechos que recoge la Ley de Garantías y el Plan Integral para la Protección del Consumidor".

En consonancia con la tendencia en el conjunto de la región en los últimos años, el número de las reclamaciones registradas en la OMIC se ha multiplicado por diez. El motivo principal, "las telecomunicaciones y la vivienda en general".

OMIC

POZUELO DE ALARCÓN

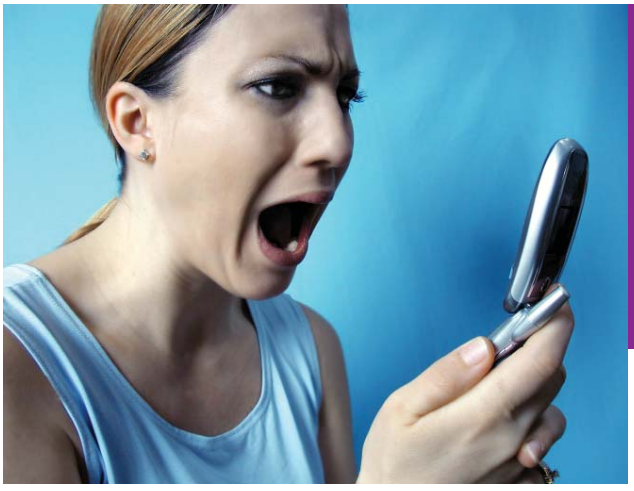
"El futuro está en las reclamaciones telemáticas"

El futuro de la protección del consumidor está en canalizar todas sus reclamaciones de manera sencilla a través de medios telemáticos evitando formularios burocráticos y el desánimo del reclamante ante un resultado incierto de su queja.

En la oficina municipal de información al consumidor (OMIC) de Pozuelo de Alarcón lo tienen así de claro y están dispuestos a apostar por ello siguiendo el interés demostrado por la Corporación Municipal en informar adecuadamente a los consumidores y dotar de suficientes medios a los servicios municipales de consumo. Desde la oficina, que depende del concejal de Sanidad y Consumo, Félix Alba, y que coordina Victoria Gómez, apuntan la "tendencia creciente de las reclamaciones en dos aspectos: cuantitativo, porque se reclama más al ser creciente la población y la oferta comercial, y cualitativo, al ser mayor el nivel de concienciación ciudadana sobre sus derechos y las vías de ejercerlos".

La responsable de la OMIC, Victoria Gómez, junto al concejal de Sanidad y Consumo, Félix Alba.

Desde 1985, esta oficina orienta al consumidor en el ejercicio adecuado de sus derechos; tramita reclamaciones, y promueve campañas informativas, jornadas formativas dirigidas a los consumidores y campañas de control e inspección de productos y servicios informando a las empresas de sus obligaciones. Además, gestiona talleres de consumo en los colegios del municipio.



SMS trampa, llamadas a precio de oro... la otra cara del móvil

'Un amigo te ha mandado una foto. Para recibirla envía FOTO al 5024' Contestar a mensajes como éste sin estar suficientemente informados puede costarnos un disgusto en la factura a final de mes. CONSUMADRID repasa las claves que hay que tener en cuenta para evitar situaciones no deseadas con los nuevos servicios a través del móvil. La telefonía móvil, junto con internet, sigue copando las principales reclamaciones de los consumidores.

Los móviles han revolucionado nuestra vida garantizando una comunicación instantánea estemos donde estemos. Los españoles lo tenemos claro: el 75% posee un móvil, índice que aumenta al 94% entre los jóvenes de 14 a 35 años, según un estudio elaborado por la Fundación BBVA. No obstante, los servicios de telefonía móvil también tienen sus inconvenientes. La rápida implantación de este bien de consumo entre la población y las agresivas técnicas de 'marketing' que la caracterizan han influido en que las telecomunicaciones se sitúen en el primer puesto del 'ranking' de reclamaciones en las oficinas de consumo.

Además de responder a las preguntas más habituales de los consumidores, en estas páginas repasamos dos de los asuntos que más quebraderos de cabeza inesperados pueden dar a los usuarios: los números de tarificación adicional (los 803, 806 y 807) y los mensajes sms que activan servicios de descarga.

LOS NÚMEROS DE TARIFICACIÓN ADICIONAL

- Los servicios de tarificación adicional emplean números que comienzan por:

  803: destinado a servicios sólo para adultos.
  806: destinado a servicios de ocio y entretenimiento.
  807: destinado a servicios profesionales.

- Estos servicios cobran tarifas que pueden llegar a ser de varios euros por minuto. Su publicidad y una locución que salta cuando se marcan deben informar al usuario del coste del servicio.

- El usuario tiene derecho a que la operadora le desconecte de estos números, de manera que no puedan marcarse desde el móvil. Para ello, la empresa dispone de diez días desde la petición del cliente.

- Si le cobran llamadas a uno de estos teléfonos sin haberlos empleado, devuelva la factura y póngase en contacto con su empresa de telefonía mediante burofax con certificación de texto y acuse de recibo, exponiendo que le reenvíen la factura dividida en dos: llamadas de tarificación normal y tarificación adicional. Abone las llamadas de tarificación normal para no tener problemas. Después se tiene que poner en contacto con la Comisión Nacional de Servicios de Tarificación Adicional (en la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información), en el número de teléfono 913461500, donde le informarán de la empresa a la que pertenece ese número y cómo debe proceder para presentar una reclamación formal contra ella.

LAS PREGUNTAS DEL MILLÓN

No estoy de acuerdo con la factura del móvil pagada. ¿Qué hago?

Puede reclamar ante su operador: Tiene un mes a partir de la fecha de emisión de la factura. Para contestar, la empresa tiene un mes desde la presentación de la queja. Si le da la razón, le abonará la cantidad reclamada. Si no le da la razón o transcurre dicho mes sin respuesta, puede acudir a la Administración.

Tenía un contrato de telefonía móvil y hace meses que me di de baja, pero siguen facturándome. He reclamado a la empresa, pero no solucionan el problema. ¿Qué hago?

Ante cualquier problema que no le solucione la compañía, puede reclamar ante las juntas arbitrales de consumo de la Comunidad de Madrid o ante la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones del Ministerio de Fomento (en caso de que la empresa no esté adherida al arbitraje o que usted no desee utilizar esa vía). Deberá aportar documentación que apoye su petición; en este caso, la petición de baja enviada por escrito a la compañía y las facturas cobradas después de la baja.

Quiero dar de baja el móvil...

Cualquier usuario tiene derecho a darse de baja en cualquier momento, eso sí avisando con quince días de antelación. Deberá solicitar la baja en la forma prevista en el contrato (en él debe aparecer el teléfono de atención al público, la dirección electrónica y la página web del operador, así como la dirección postal de la oficina comercial del operador y del departamento de atención al cliente). Lo más recomendable es comunicar la petición por escrito con acuse de recibo (burofax, fax con reporte OK...). Si lo hace por teléfono, la compañía está obligada a facilitarle un número de referencia de la solicitud de baja. Y puede exigir que se le remita un documento con la petición de baja.

¿Puede obligarme mi operadora a pagar un dinero si me doy de baja?

Sí. Las operadoras suelen incluir en los contratos plazos de permanencia mínima que si no se cumplen se castigan con penalizaciones económicas. Esta práctica es habitual cuando la compañía da un regalo (por ejemplo, un móvil) a cambio del alta. No obstante, si el consumidor considera que el plazo o la penalización es abusiva, puede reclamar.

Quiero cambiarme de operador. ¿Es suficiente con contratar con el nuevo o también tengo que darme de baja en el anterior?

Si ha pedido al nuevo operador la portabilidad (conservación del número de teléfono) no es necesario, ya que la solicitud de portabilidad le llega al operador anterior. Si no solicita la portabilidad, al darse de alta en la nueva compañía también tiene que pedir la baja a la anterior.

sms_manda ALTA al 5*44 ¡ojo al parche!

Si suena el móvil y aparece un mensaje que despierta nuestra curiosidad pero cuyo remitente es desconocido, mejor borrarlo. Lo más probable es que sea un sms trampa que lo único que busca es cargarnos unos cuantos euros al responderlo.

'Un amigo te ha mandado su foto. Envía FOTO al 5444', 'Alguien ha intentado contactar contigo. Lee su mensaje enviando MENSAJE al 5463'... Si contestamos a este tipo de mensajes, nos cobran una buena cantidad de dinero, aunque también puede ocurrir que al responder empecemos a recibir una cascada de mensajes directamente a cargo de nuestra factura.

Otra modalidad de sms trampa está relacionada con las promociones de ciertas empresas, que ofrecen la descarga de fotos, logos, melodías... (servicio conocido como mensajes sms 'premium'). Y es que en muchas ocasiones, cuando el usuario manda un sms (por ejemplo, ALTA al 5465) para descargar un tono o foto concretos, sin saberlo está activando un servicio que generará nuevas descargas y cuyo coste no tendrá más remedio que asumir.

Para evitar equivocaciones que puedan dañar nuestra economía, sólo hay una fórmula: cuando nos interese darnos de alta en algún servicio de descargas o de avisos por sms, buscar siempre las tarifas y condiciones y nunca responder a sms de origen desconocido.

Comprar seguro en la red

Pagar la suscripción del periódico, encargar la compra, comprar el billete de avión o unas entradas para el cine a través de Internet son ya prácticas habituales para miles de madrileños que han superado su miedo a esta nueva forma de comercio. La percepción de inseguridad es el principal escollo para el desarrollo del comercio electrónico, por lo que CONSUMADRID repasa en estas páginas las claves para comprar en la red con tranquilidad.

Sólo el 11,7% de la población de 16 a 74 años suele comprar productos o servicios por vía telemática, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Aunque la cifra sea baja, la tendencia es a crecer: el dato supone un aumento del 16% respecto al primer semestre de 2006.

Según un estudio de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en 2006 los ingresos totales de los 31 millones de operaciones 'online' realizadas se elevaron a 2.465 millones de euros, un 60% más que el año anterior.

La desconfianza en la seguridad es el motivo que esgrime el 61% de la población que no ha comprado nunca por Internet para no hacerlo, según un estudio de Visa Europa. Es el principal escollo al desarrollo del comercio electrónico, seguido del gusto del consumidor por tocar los objetos antes de adquirirlos (34%).

Cuestiones clave

Pero, ¿qué valoran los ciudadanos que sí se han lanzado a consumir en la red? Los elementos que más seguridad les dan son que el comercio sea conocido, que tenga buena reputación o que también venda al modo tradicional. Además, el 52% de los encuestados sostiene que es importante que un comercio virtual tenga una política clara de envíos y devoluciones, mientras que al 37% le importa que proporcione datos de contacto claros, como la dirección y el NIF.
En cuanto al medio de pago preferido por los internautas españoles, la tarjeta de crédito o débito es mencionada por el 70% de los encuestados.

Madrid, a la cabeza

Madrid es la comunidad que encabeza el uso de Internet. Así lo refleja la encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares del segundo semestre de 2005, elaborada por el INE. El 49% de personas de 16 a 74 años utiliza Internet, cifra que en Madrid asciende al 61%. Respecto al porcentaje de las viviendas que tiene acceso a la red, Madrid también se sitúa a la cabeza, con un 54%, casi un 10% más respecto al mismo periodo del año anterior, cifra que supera sensiblemente a la media nacional, (41%).

De cada 100 euros de ingresos, 21 fueron al transporte aéreo, nueve a las agencias de viajes y servicios turísticos y algo más de siete a la oferta de juegos de azar que se comercializa en la Red. El resto, a libros, discos y compras en supermercados virtuales, fundamentalmente.

El consumidor debe saber que en las compras a distancia, incluidas las realizadas a través de Internet, disfruta de un derecho de desistimiento, de acuerdo con el cual puede devolver el producto comprado y recuperar el dinero pagado dentro de los siete días hábiles desde la recepción del producto. Para ello podrá utilizarse el documento que obligatoriamente facilitará el vendedor, o cualquier otro medio de comunicación que acredite su envío. El consumidor sólo estará obligado a pagar el coste de la devolución. No disfrutan del derecho de desistimiento productos que por su naturaleza no puedan ser devueltos o se deterioren o caduquen con rapidez, y las grabaciones sonoras, audiovisuales y prensa o revistas.

10 CONSEJOS PARA UNA TRANSACCIÓN SEGURA

- Al comprar por Internet, hay que **hacerlo en sitios seguros**. Para ello, se debe comprobar que la dirección URL empieza por "https://". También conviene buscar el icono de un candado o una llave en el navegador, a pie de página.
- No hay que prestar atención a los **correos electrónicos** que, supuestamente, proceden de una entidad bancaria y que solicitan datos personales y claves. Se trata de una estafa conocida como 'phishing'. España es el tercer país del mundo que más lo sufre.
- Los correos electrónicos cuya extensión no coincida exactamente con la del banco son falsos.
- El campo "De" de un correo electrónico se puede modificar fácilmente; no es un indicador fiable para saber la procedencia real de un mensaje.
- Hay que **revisar las licencias y los contratos** que aparecen en la web antes de efectuar la compra.
- Al comprar por Internet, hay que comprobar que la web disponga de **certificado digital**, porque esto confirma que la página no es una falsificación. Para comprobarlo, hay que hacer doble clic en el candado, de manera que se abra una pestaña mostrando los datos identificativos de la firma que gestiona el dominio en Internet, así como el nombre de la empresa que emitió tal certificado.
- Para comprar por Internet sólo nos pueden solicitar el número de tarjeta, fecha de caducidad y nombre del cliente. **Nunca el número PIN.**
- Al terminar cada compra debe aparecer una página que resuma la transacción y que **debe imprimirse y guardarse**, al igual que la página que contiene el nombre del negocio, la dirección, el número telefónico y los términos legales de la compra. Debe conservarse esta información hasta que termine el periodo de garantía del producto. Y si se intercambia correo electrónico con la empresa, también debe guardarse.
- Hay que **conocer los procesos de entrega del producto por correo.** La ley establece una serie de requisitos específicos en este tipo de negocios a distancia, como es el cumplir con la fecha de entrega del producto de acuerdo a los términos de su propia publicidad. Si no se acordó en un tiempo específico, el negocio debe entregarle el producto en menos de 30 días o darle a usted la opción de cancelar su orden y recibir un reembolso o pactar por el retraso.
- Por último, es muy útil **revisar periódicamente el extracto de las cuentas bancarias,** ya que con ello podemos cerciorarnos de que no han existido movimientos irregulares de activos en nuestra cuenta, que podrían haber sido provocados por un ataque de "phishing". Si observáramos operaciones desconocidas e irregulares en los extractos, la mejor solución es contactar con la entidad bancaria con la que se han realizado las transacciones, de modo que se pueda detallar en qué han consistido.

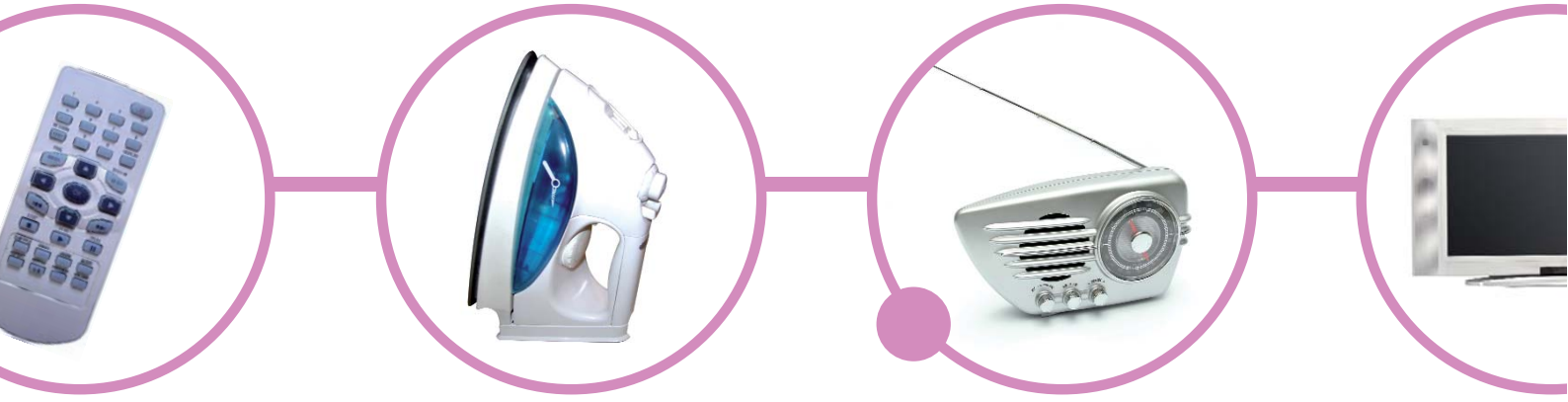
SIETE DÍAS PARA CAMBIAR DE OPINIÓN Y DEVOLVER LA COMPRA

Para evitar sorpresas, antes de confirmar la compra, se debe comprobar que la oferta incluya estos datos: Identidad y dirección del proveedor, características especiales del producto, precio y, en su caso, separados, los gastos de transporte. Además, la publicidad debe especificar la forma de pago y las modalidades de entrega o de ejecución, el plazo de validez de la oferta y el derecho de desistimiento.

A la ejecución del contrato, el comprador deberá haber recibido información escrita con: La dirección del establecimiento del vendedor donde el comprador puede presentar reclamaciones, el documento de desistimiento o revocación junto con las condiciones para su ejercicio, la información relativa a los servicios postventa y las garantías comerciales existentes, y, en caso de un contrato de duración indeterminada o de duración superior a un año, las condiciones de rescisión.

Servicios de Asistencia Técnica, derecho al arreglo

La tele, el dvd, el frigo... tarde o temprano, los aparatos que cada día nos ayudan a hacer las cosas más fáciles terminan por fallar. Es el momento de llevarlos al taller o de pedir la intervención de un técnico a domicilio. Si están en garantía, debemos ponernos en contacto con el fabricante para que nos envíe asistencia técnica. Si no, podemos buscarla nosotros mismos (en este caso, corremos con todos los gastos). En estas páginas se describen las principales cuestiones que tenemos que tener en cuenta para evitar sorpresas.



PRECIOS Y RESGUARDO

Los servicios de asistencia técnica (SAT) se dedican a la reparación, instalación y/o mantenimiento de aparatos de uso doméstico.

Los llamados "servicios de asistencia técnica oficial de marca" no están obligados a la reparación de aparatos de marcas distintas a las que representan.

Todos los SAT deben exhibir los precios (por tiempo de trabajo, transporte y/o desplazamiento, y recargos por trabajos con carácter de urgencia o fuera de la jornada laboral) y el horario de los servicios usuales y especiales.

Cuando el consumidor deje el aparato en el SAT, deberá recibir un resguardo que incluya la descripción técnica del aparato, la fecha de recepción, el plazo previsto de entrega del presupuesto y/o del aparato ya reparado, etc.

TODO SOBRE EL PRESUPUESTO

El cliente tiene derecho a presupuesto previo escrito, cuya validez mínima será de 30 días, y sólo tendrá que pagar por su elaboración cuando, tras pedirlo, no lo acepte.

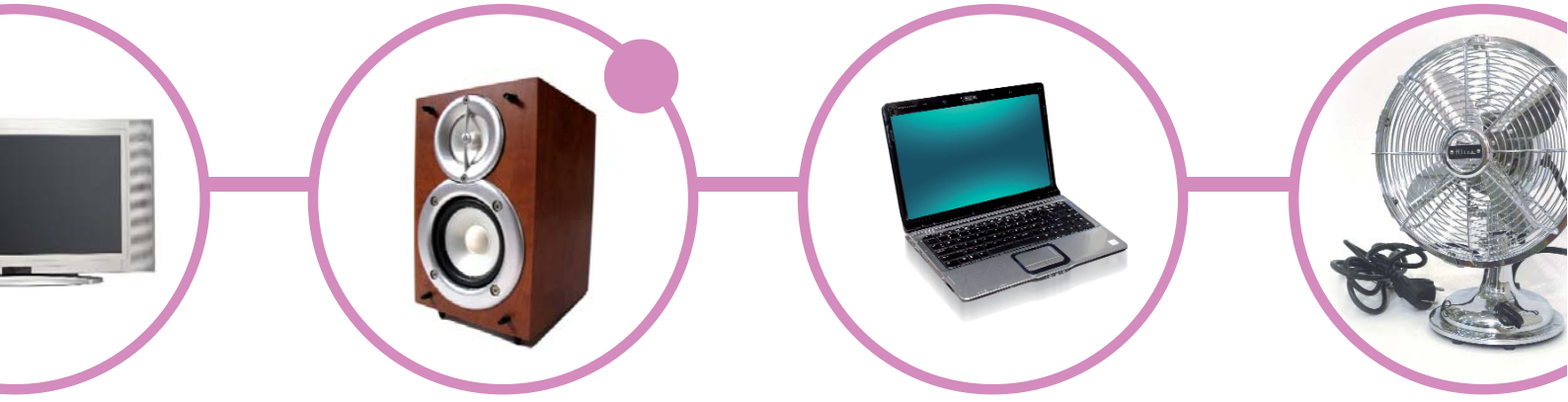
En ese caso, abonará el equivalente a 15, 30 o 60 minutos del valor de la hora de trabajo para pequeños aparatos,aparatos de línea blanca (frigorífico, horno...) y de línea marrón (televisores, dvds...), respectivamente.

Las averías o defectos ocultos que, eventualmente, puedan aparecer durante la confección del presupuesto o durante la reparación del aparato deben ser puestos en conocimiento del usuario a la mayor brevedad posible. En aquellos casos en que el usuario hubiera renunciado al presupuesto previo por escrito, el SAT deberá poner en conocimiento de aquél, en la forma que considere más conveniente, la existencia de la avería o defecto oculto siempre que la cantidad adicional que suponga esta nueva reparación no exceda del 10% del valor del aparato, cuando éste no exceda de 60,10 euros; 8% del valor del aparato, cuando esté comprendido entre 60,10 y 300,51 euros, o 6% del valor del aparato, cuando éste exceda de 300,51 euros.

TRES MESES DE GARANTÍA

Todas las reparaciones o instalaciones están garantizadas por tres meses, siempre y cuando el aparato no sea manipulado por terceros y/o cuando la avería se produzca como consecuencia de un uso inadecuado.

En caso de tener que reclamar, puede hacerlo antes la propia empresa y, si surgieran problemas, ante la oficina de consumo de su municipio o la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid.



PIEZAS DE REPUESTO

Las piezas de repuesto deberán servirse en un plazo no superior a un mes desde la fecha de solicitud para los aparatos de importación y no superior a quince días para piezas de aparatos nacionales.

Los SAT están obligados a dar servicio de piezas de repuesto durante al menos siete años para las funcionales, salvo en el caso cuyo precio de venta no supere los 60, que será de cinco años, y dos años para las estéticas, contados a partir del cese de la fabricación de ese modelo.

PLUS DE DESPLAZAMIENTO

Una pregunta habitual entre los consumidores es si el técnico que va a domicilio a reparar un aparato fuera de garantía, como por ejemplo una lavadora, puede cobrar un plus en concepto de desplazamiento.

Esto es legal. No obstante, hay que tener en cuenta que la cuantía debe figurar en la tarifa oficial y que sólo podrán ser exigidas por la empresa una sola vez, aún cuando fueran necesarios varios desplazamientos. La normativa también dice que no se cobrará el desplazamiento cuando el usuario esté ausente del domicilio.

COBRO DE TARIFAS POR TRAMOS

En las reparaciones realizadas en el domicilio se podrá facturar un mínimo de 15 minutos (para pequeño aparato de uso doméstico), 30 (caso de la línea blanca -lavadoras, secadoras, lavavajillas, cocinas, etc.-) o 60 minutos (en electrónica/línea marrón -ordenadores, televisores, dvd, equipos de audio, etc.-), aunque el tiempo de trabajo real haya sido inferior a dichos periodos.

Estas tarifas, igual que el resto, deben estar a disposición de los clientes en todo momento.

GASTOS DE ALMACENAMIENTO

La normativa establece que el cliente quedará obligado al pago de gastos de almacenamiento a partir del plazo de un mes desde la fecha en que debiera haber recogido el aparato.

El plazo empezará a contar desde que se comunique al interesado que el artículo está reparado y a su disposición.

Eso sí, este recargo por almacenaje debe constar en la tabla de precios expuesta en el establecimiento.

El 70% de la ropa en las tiendas de productos baratos no ofrece suficiente información

El 70 por ciento de la ropa de hombre, mujer y hogar que se vende en las tiendas de productos baratos no ofrece suficiente información al consumidor, según se desprende de una campaña de inspección realizada por 14 ayuntamientos de la región. Las deficiencias se refieren a que los productos no estaban etiquetados en español, no identificaban al fabricante, importador o comerciante en la UE y no marcaban la composición de las prendas, entre otras. Las Administraciones han abierto expediente a las empresas incumplidoras.

En la campaña han participado los servicios de inspección en consumo de los ayuntamientos de Alcorcón, Algete, Aranjuez, Arganda del Rey, Colmenar Viejo, Galapagar, Getafe, Las Rozas, Majadahonda, Mejorada del Campo, Móstoles, Pinto, San Sebastián de los Reyes y Villanueva del Pardillo.

Los inspectores realizaron 333 actuaciones en 91 comercios comprobando las siguientes muestras: 128 artículos de confección femenina, 118 masculina, 28 de ropa interior y 59 productos textiles del hogar (ropa de cama y mesa, fundamentalmente).

De los 333 productos, 233 presentaban algún tipo de irregularidad, lo que representa un 70%.

Irregularidades más frecuentes

Las deficiencias más frecuentes encontradas por los inspectores fueron:

- **Tiques y exhibición de horarios:** El 39% de las tiendas emitía tiques sin NIF ni razón social o no exhibía el horario de apertura.

- **Precios y hojas de reclamaciones:** El 26% de las tiendas no mostraba el precio de venta al público en los artículos expuestos en los escaparates, el 4% no etiquetaba los artículos en el interior con su respectivo precio, el 24% no contaba con un cartel visible al público que anunciara la disponibilidad de hojas de reclamaciones oficiales, y el 20% no tenía dichas hojas.

- **Idioma del etiquetado e identificación del responsable en la UE:** De los 333 artículos comprobados, en el 28% la información de las etiquetas no estaba en español y el 66% no especificaba el responsable del artículo en la UE (fabricante, importador o comerciante). Es obligatorio que este dato aparezca, ya que en caso de reclamación, el consumidor no sabe a quién dirigirse.

- **Etiquetado de la composición del producto:** De los 333 artículos analizados, el 26% no detallaba la composición o daba información incompleta. Por ejemplo, no se identificaban las fibras (algodón, lino, polyester...), o no venían los porcentajes de cada una.

Los ayuntamientos han procedido a abrir expedientes y a sancionar a los diversos establecimientos que incumplían la normativa.

LA COMUNIDAD PIDE MÁS CONTROL EN LAS ADUANAS

La Comunidad de Madrid ha reiterado este verano su solicitud al Gobierno de España para que los controles en las aduanas se refuercen para evitar la entrada en el país de productos que no cumplen con los estándares de calidad e información al consumidor exigidos en el ámbito de la Unión Europea. Esta petición ha sido reiterada tras comprobarse que se estaban vendiendo pastas de dientes y otros productos cosméticos y de alimentación sin el debido etiquetado en español, parte de los cuales incluso contenían sustancias tóxicas (aunque en dosis bajas). La Dirección General de Consumo apoyó a las autoridades sanitarias en las labores de inspección en busca de este tipo de productos y alertó a los ayuntamientos de la región, que movilizaron a la policía local. La Comunidad ha pedido al Gobierno que actúe ante la UE para que el control se realice en todas las fronteras de la Unión.

ALERTAS DE PRODUCTOS INSEGUROS

La sección de Seguridad e Inspección del Portal del Consumidor (en www.madrid.org) ofrece las fichas de los productos retirados del mercado. 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.

GAFAS DE SOL DE JUGUETE CON FORMA DE ESTRELLA ORIENTAL TRADING **Riesgo:** HERIDAS, PORQUE EL PLÁSTICO SE SEPARA DE LA MONTURA.

BICICLETA MARCA B-TWIN, MODELO BMX STREET 2006, COD. NC 7380 **Riesgo:** ACCIDENTE AL PODER PRODUCIRSE LA CAÍDA DE LA BIELA.

PRODUCTO QUÍMICO 'LEJITABS, MÁXIMA LIMPIEZA' FIRMA: PGC NUBIOLA **Riesgo:** INTOXICACIÓN, PORQUE NO TIENE INDICACIÓN DE PELIGRO DETECTABLE AL TACTO.

VENTANA BALCÓN MARCA VELUX, MODELO GDL CABRIO **Riesgo:** LESIONES, PORQUE LOS TORNILLOS SON CORTOS Y NO SE AJUSTAN BIEN.

LÁMPARA DE BRONCEADO MARCA PHILIPS, MODELO: CLEO COMPACT 15W **Riesgo:** QUEMADURAS Y PÉRDIDA TEMPORAL DE VISIÓN.

NAVE ESPACIAL MUSICAL CON LUCES MARCA CISL, REF. N316G/5369B **Riesgo:** HERIDAS, PORQUE LAS PIEZAS SE SEPARAN CON FACILIDAD DEJANDO ARISTAS PELIGROSAS.

LAMPARA MARCA: BRAVO, MODELO: DPL-30 **Riesgo:** CHOQUE ELECTRICO PORQUE ES POSIBLE ACCEDER A LAS PARTES ACTIVAS.

CEBRA DE PELUCHE QUE FUNCIONA A PILAS NO CONSTA MARCA **Riesgo:** ASFIXIA, PORQUE LAS PILAS SON ACCESIBLES SIN NECESIDAD DE HERRAMIENTAS, ENTRE OTRAS IRREGULARIDADES.

OSO DE PELUCHE MARRÓN CON TRAJE VERDE Y BLANCO FIRMA COMERCIAL ARTESANÍA CUADRADO **Riesgo:** AHOGAMIENTO, PORQUE LOS BOTONES SE DESPRENDEN CON FACILIDAD.

TELÉFONO MÓVIL DE JUGUETE MODELO Nº 2013, REF. 686188 **Riesgo:** ASFIXIA O AHOGAMIENTO DEBIDO A LA FACILIDAD QUE EXISTE DE ACCEDER A SUS PILAS DE BOTÓN.

APARATO DE GIMNASIA DE CARGAS GUIADAS MARCA DOMYOS, MODELO HG COMPACT **Riesgo:** ATRAPAMIENTO DE DEDOS DEBIDO A LA DISTANCIA ENTRE LOS DISCOS.

LUMINARIA EN FORMA DE ACUARIO CON MOTIVOS NAVIDEÑOS MARCA VIDAL **Riesgo:** CHOQUE ELÉCTRICO POR LA POCA PROTECCIÓN DE SUS PARTES ACTIVAS.

CADENITAS PORTA CHUPETES DE MADERA MARCA SARO REF. 53061, 53062 y 53063 **Riesgo:** AHOGAMIENTO, POR SU DISEÑO Y PORQUE NO CUMPLE EL ENSAYO DE IMPACTOS.

AÚN HAY QUIEN NO ENTREGA TIQUE...

Todos los establecimientos tienen la obligación de entregar a sus clientes tiques o comprobantes de la compra realizada. Por lo general, la gran mayoría de los comercios lo hacen, aunque siempre hay alguna excepción. Por ejemplo, en esta campaña sobre textiles, cuando los inspectores de consumo solicitaron el correspondiente tique, en 4 de las 91 tiendas visitadas se lo negaron.

Ceaccu denuncia el uso de ganchos infantiles para vender comida calórica

Juguetes coleccionables, consolas de videojuegos, entradas gratuitas a parques de atracciones... se han convertido en los principales 'ganchos' de la publicidad de alimentos infantiles. Así lo asegura un estudio realizado por la Confederación de Asociación de Amas de Casa y Consumidores-Usuarios (Ceaccu), que indica que las promociones dirigidas a los menores se localizan, especialmente, en productos altamente calóricos.

La apuesta por la 'autorregulación' voluntaria de las empresas para limitar los mensajes publicitarios parece no estar teniendo buenos resultados entre los anunciantes de alimentos infantiles, señala esta organización de consumidores.

Encontradas 40 promociones diferentes

El estudio analiza las principales gamas de alimentos dirigidas a los menores (cereales, galletas, bollería, lácteos, aperitivos y batidos) y asegura que las 40 promociones encontradas en estos productos, se localizan en alimentos altamente calóricos y orientados a una parte específica de la dieta: meriendas, desayunos y postres. Asimismo, el informe asegura que existen productos en los que esta estrategia de marketing domina, como ocurre en el caso de los cereales, en los que dos de cada tres marcas ofrece algún regalo.

En algunos casos, incluso, los productos llegan a transformar su envase para convertirse en un anuncio donde el juguete promocionado gana todo el protagonismo frente al alimento que se va a comprar. En otros casos, los personajes infantiles llegan a sustituir a la denominación del producto. En cuanto a la publicidad televisiva, el informe asegura que en las pausas de la programación infantil, un niño puede encontrarse, al menos, con ocho promociones en las que el anunciante oferta un producto altamente calórico. La obesidad alcanza ya a un 14% de la población de entre dos y 24 años, según datos oficiales.

...Y OCU, que cada vez hay más anuncios de productos poco saludables

Según un estudio realizado por la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) sobre la publicidad emitida en los principales canales de televisión españoles, los productos más anunciados son alimentos de consumo ocasional que están detrás del aumento de la obesidad infantil: El chocolate (y otros derivados del cacao, como cremas o cacao en polvo), caramelos y golosinas, lácteos azucarados, bollería industrial y aperitivos salados se llevan la palma en lo que a número de anuncios se refiere. El 46% de los anuncios tiene como protagonista alimentos que, siguiendo las directrices de lo que debería ser una alimentación saludable, formarían parte de una dieta poco recomendable.

El contraste entre lo que "comemos con los ojos" y los parámetros de una dieta sana y equilibrada es evidente. En los anuncios abundan los alimentos ricos en grasa, azúcares o sal, que desestabilizan la alimentación y, por otro lado, escasean los alimentos fundamentales para llevar una dieta sana. La leche, las pastas, el arroz o las legumbres, entre todos, apenas alcanzan el 4% de los anuncios de alimentación emitidos por las televisiones, señala la OCU.

Esta situación es todavía más acusada en el caso de la programación infantil. En febrero de 2005, la OCU ya realizó un estudio sobre los niños y la publicidad en televisión. La situación no ha cambiado. La publicidad se dispara en el horario infantil y más de la mitad de los anuncios en la programación infantil (si existe en la cadena) o en esa franja horaria, se corresponde con anuncios de productos alimenticios: los más anunciados de nuevo han sido dulces refrescos, aperitivos etc., alimentos que consumidos de forma habitual dan lugar a un desequilibrio nutricional ligado al sobrepeso.

A peor

En este nuevo estudio el porcentaje de publicidad de alimentos en horario infantil ha subido hasta el 56% frente al 48% de hace dos años, es decir, ha aumentado el bombardeo publicitario al que están sometidos los niños.

CECU aboga por usar el transporte más limpio

La Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU) aboga por que los ciudadanos empleen en la mayor parte de sus desplazamientos transportes públicos, en detrimento del coche particular, para así poder contribuir a reducir las emisiones de CO_2, una de las causas del deterioro ambiental.

Un estudio de la Universidad de Karlsruhe y del Instituto INFRAS cuantifica los costes de los medios de transporte asociados a los accidentes, el ruido, la contaminación atmosférica (daños a la salud, daños materiales y daños a la biosfera), los riesgos asociados al cambio climático, los daños para la naturaleza y el paisaje, los costes adicionales en áreas urbanas y los derivados de la congestión.

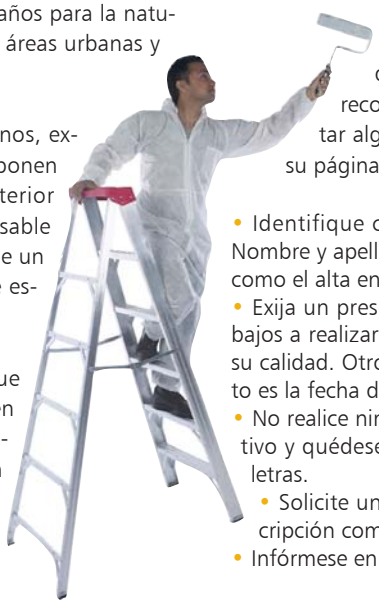
Este informe concluye que los costes externos, excluyendo los asociados a la congestión, suponen nada menos que el 9,5% del Producto Interior Bruto (PIB) español. La carretera es responsable del 83% de este enorme gasto, la aviación de un 16% y el ferrocarril sólo ocasiona el 1% de estos costes.

Por ello, CECU pide a los consumidores que tomen conciencia de esta realidad y busquen en sus desplazamientos aquellos medios cuyo impacto es claramente menor: El tren (en cualquiera de sus versiones) continúa siendo hoy el método menos agresivo con el entorno.

UCE CALCULA QUE CADA HOGAR GASTARÁ 1.126 EUROS EXTRA

La Unión de Consumidores de España (UCE) calcula que cada hogar tendrá que abonar este año 1.126,56 euros extra en concepto de servicios básicos. Una subida espectacular en la que hay un claro responsable: los tipos de interés, que han provocado un incremento del coste de las hipotecas. Además del índice de referencia en el mercado hipotecario, los consumos básicos como la luz, el gas, el agua y el transporte público tienen también su papel, aunque menor, en el aumento de los gastos de los hogares españoles.

FUCI aconseja a quien haga obras en casa



La Federación de Usuarios Consumidores Independientes (FUCI) ha elaborado una serie de recomendaciones para quienes se planteen contratar algún tipo de reforma en el hogar y las ofrece en su página web. Estas son algunas de ellas:

- Identifique claramente a la persona con la que contrata: Nombre y apellidos o razón social, D.N.I. o C.I.F., domicilio, así como el alta en el I.A.E.
- Exija un presupuesto en el que consten claramente los trabajos a realizar y el precio, así como los materiales a utilizar y su calidad. Otro dato que es necesario incluir en el presupuesto es la fecha de inicio y de finalización de los trabajos.
- No realice ningún pago en efectivo, utilice cheques nominativo y quédese una fotocopia del mismo. Procure no firmar letras.
- Solicite una factura por los servicios prestados, con descripción completa de los trabajos y el I.V.A desglosado.
- Infórmese en su Ayuntamiento si requiere licencia de obras.

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. 91 591 35 41
EUROCONSUMO. Unión de Consumidores Europeos-Comunidad de Madrid. Tel. 91 536 21 72
FRAVM. Federación Regional de Asociaciones de Vecinos de Madrid. Tel. 91 725 29 09
FUCI-CICM*. Federación de Usuarios Consumidores Independientes de la Comunidad de Madrid. Tel. 91 564 63 03 y 91 564 01 18
OCU. Organización de Consumidores y Usuarios. Tel. 91 300 00 45
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.

Ana Isabel Ceballo Sierra, presidenta de la Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid, Uncuma.

Uncuma, 60 años luchando por y para los consumidores

Ana Isabel Ceballo Sierra, presidenta de Uncuma, explica cómo la asociación lleva 60 años luchando por los consumidores y siendo testigo de la evolución de una sociedad cuyo reto inmediato es lograr uniones de consumidores cada vez más fuertes.

Uncuma, la Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid, fue constituida en 1948, agrupando a cooperativas de ahorro por el consumo creadas, algunas de ellas, en 1905. "En estos 60 años, Uncuma ha visto pasar la sociedad desde la pura supervivencia al más absoluto derroche; nació para ayudar y organizar a los consumidores en sus necesidades básicas y los ha acompañado hasta el momento actual, donde se enfrentan a una sociedad globalizada de tecnologías cambiantes", explica su actual presidenta, Ana Isabel Ceballo Sierra.

En la actualidad, entre los objetivos de esta agrupación figuran "la representación, información, formación y defensa de los consumidores, y el fomento del cooperativismo, del consumo responsable y la protección del medio ambiente".

Para ella, "el reto más importante hoy es organizar y movilizar a la demanda, es decir, a los consumidores haciendo un bloque capaz de influir en la oferta", en los empresarios.

"Los consumidores han de tomar conciencia del verdadero poder que tienen en sus manos sólo con el acto de elegir qué y a quién compran y qué y a quién no. Tienen que tomar conciencia de su protagonismo en el mercado, de su papel activo. Pueden elegir en función de criterios de satisfacción de sus necesidades, pero también de respeto al medio ambiente y a los trabajadores que producen los artículos", añade.

Compromiso para ser más fuertes

Ceballo anima a los consumidores a comprometerse con las asociaciones que los representan, como Uncuma, porque "cada vez es más importante que actuemos más organizados e informados frente o incluso junto con el resto de los operadores del mercado. Es importante que lo hagamos desde organizaciones independientes y profesionalizadas que sean capaces de ser interlocutores con el resto de agentes, que puedan hablar de tú a tú a las empresas, públicas o privadas, grandes o pequeñas, foráneas o no, y estar preparados para actuar en cualquier escenario".

ACTIVIDADES ASOCIATIVAS

- Uncuma desarrolla actividades de información y formación, por medio de charlas, encuentros, folletos, guías... En sus tareas de defensa de los consumidores, participa en numerosas comisiones y consejos enfocados al consumo, atiende consultas, tramita reclamaciones, y asiste con árbitros a las diferentes juntas arbitrales en las que participa.

- Uncuma desarrolla acciones de sensibilización y responsabilización sobre temas como el sobreendeudamiento, el acceso a la vivienda, el uso de las nuevas tecnologías...

- Uncuma asesora a miles de afectados en casos recientes como Fórum, Afinsa, Air Madrid o Agrupación de Capitales.

- Uncuma se ha adherido al Pacto Social Regional de Lucha contra la Anorexia y participó activamente en la última Semana del Consumidor organizada por la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid.

- En su web (www.uncuma.coop), acoge códigos de buenas prácticas, así como una guía de consumo sobre los derechos de los consumidores y usuarios discapacitados con archivos, audio y video en lenguaje de signos.

Avalmadrid ayuda a cerca de 30.000 pymes a financiarse en condiciones ventajosas

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) y los autónomos de la región cuentan con el apoyo de Avalmadrid, una entidad que les facilita el acceso a financiación en condiciones muy ventajosas. En entrevista con CONSUMADRID, Eva Piera, presidenta de Avalmadrid, explica cómo en los últimos años han multiplicado los servicios ofertados y el volumen de actividad avalista.

Avalmadrid SGR es una entidad financiera de capital mixto, participada por la Comunidad de Madrid y sujeta a la supervisión del Banco de España, cuyo objetivo, a través de la prestación de garantías, es facilitar el acceso a la financiación y mejorar las condiciones de ésta para la pyme y el autónomo madrileño. Avalmadrid ofrece además al empresario asesoramiento especializado, información actualizada sobre ayudas a la empresa y la posibilidad de solicitar préstamos, 'leasing' o avales técnicos en condiciones únicas en el mercado. "Desde 1985 hemos ayudado a cerca de 30.000 empresas y en estos momentos tenemos 5.400 socios (todas las empresas que se benefician de los servicios de Avalmadrid se convierten en socios durante el plazo en el que son avaladas)", ha señalado Eva Piera, su presidenta, a CONSUMADRID.

Eva Piera preside Avalmadrid, que facilita el acceso a financiación en condiciones ventajosas a pequeñas y medianas empresas, a autónomos y emprendedores.

Esta sociedad de garantía recíproca, en la que además de la Comunidad de Madrid participan Caja Madrid, la Cámara de Comercio de Madrid y CEIM, así como asociaciones empresariales y las propias pymes y autónomos asociados, hace de intermediaria entre las pymes, los autónomos y los emprendedores, por un lado, y las entidades financieras habituales, por otro, con el objeto de que aquéllos puedan conseguir una financiación preferente en tipos de interés y plazos de amortización. "Lo que pretendemos es minimizar las diferencias, en lo que a condiciones de financiación se refiere, entre lo que ofrece el mercado a las grandes compañías y lo que pueden obtener las pymes o empresas de nueva creación", ha añadido.

Pueden acceder a estos servicios las pequeñas y medianas empresas (que tengan una cifra de negocios anual no superior a 50 millones de euros, o bien un balance no superior a 43 millones de euros; que tengan una plantilla inferior a 250 trabajadores) y los empresarios autónomos. "Tenemos productos relacionados con los planes de actuación de la Consejería de Economía y Consumo, como la línea de innovación tecnológica, de renovación de maquinaria, del pequeño comercio, de energías renovables... así como programas con condiciones muy interesantes para mujeres empresarias e inmigrantes emprendedores...

El crecimiento de la actividad de Avalmadrid se ha acelerado de forma extraordinaria en la última legislatura, prueba de ello es que "en 2003 se formalizaron avales por valor de 18 millones de euros, cifra que al cierre de 2007 va a ser de 220 millones de euros".

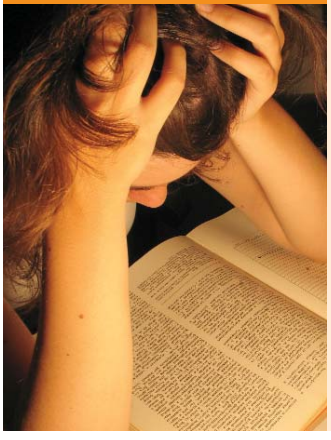
Más información:
- Teléfono 012
- www.avalmadrid.es
- Sedes de Avalmadrid en Madrid, Pozuelo de Alarcón y Alcalá de Henares.

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DEL ARBITRAJE DE CONSUMO EN LAS CALLES DE MADRID

Problemas que tienen salida

La disputa entre una academia y una de sus estudiantes decepcionada con las promesas de la publicidad, los desperfectos en una alfombra sometida a una limpieza, los problemas en la reparación de un coche y una reclamación sobre una revisión de una instalación de gas protagonizan esta sección. Todos los casos se resolvieron mediante el sistema de arbitraje de consumo, un servicio que ofrece la Comunidad de Madrid y al que hay adheridas miles de empresas.

ACADEMIA



CONSUMIDOR

La reclamante firmó un contrato con una academia para preparar oposiciones al ayuntamiento y pagó por el curso 1.635 euros. Eligió el centro porque el folleto informativo prometía avisar de la convocatoria de oposiciones con tiempo suficiente a través de mensajes al móvil. La usuaria reclamó la devolución del dinero alegando que la academia no le avisó de la publicación de la convocatoria municipal y que, por lo tanto, no pudo presentarse a ella.

EMPRESA

Los responsables de la academia, que fueron citados por el colegio arbitral para que dieran su versión de los hechos, rechazaron la petición de la reclamante de recuperar el dinero de la matrícula argumentando que sí se avisó a la alumna con tiempo suficiente, si bien no pudieron aportar ninguna prueba de tal notificación durante el proceso arbitral.

LAUDO ARBITRAL

El colegio arbitral estimó parcialmente las pretensiones del cliente y dictó un laudo por el cual la academia debía abonar la cantidad de 1.000 euros a la alumna en concepto de compensación, ya que el centro no pudo demostrar la emisión del aviso de la convocatoria.

LIMPIEZA DE ALFOMBRAS

CONSUMIDOR

El reclamante acudió al sistema arbitral tras recoger en la tintorería una alfombra que había depositado para su limpieza y comprobar que presentaba una raja de 30 centímetros y que se encontraba apelmazada. Por ello, solicitó una alfombra nueva o su equivalencia en dinero (279 euros). El producto había sido adquirido en una gran superficie dedicada a la venta de muebles de diseño a precios asequibles.

EMPRESA

La empresa se opuso a la reclamación argumentando que la alfombra había sido lavada en agua fría y con jabón neutro y que la aparición de la raja se debía a la propia fabricación del artículo.

LAUDO ARBITRAL

Tras escuchar a ambas partes, el colegio arbitral desestimó las pretensiones del cliente al considerar que los desperfectos en la alfombra se debían a las características del producto, no al proceso de limpieza aplicado por la tintorería. Sí decidió, sin embargo, que la empresa devolviera el importe íntegro del servicio (32 euros), ya que no resultó satisfactorio.

El Instituto Regional de Arbitraje de Consumo ha desarrollado una nueva campaña para dar a conocer este sistema extrajudicial y gratuito de resolución de quejas. Lo ha hecho con publicidad y empleando segways para distribuir material promocional en el centro de Madrid. El Instituto recibió el pasado año 4.857 solicitudes de arbitraje. Siete de cada diez laudos emitidos por los colegios arbitrales dieron la razón al consumidor.

REPARACIÓN DE COCHES

CONSUMIDOR

La reclamante solicitó un arbitraje en la Comunidad de Madrid asegurando que por una mala instalación de la piña del enganche de la caravana, el taller le había sacado la instalación del piloto trasero del coche provocando una sobrecarga que quemó la instalación eléctrica del coche. Tras tres intentos de reparación en el taller, la reclamante terminó arreglándolo en otro centro, que emitió un informe certificando el origen del desperfecto. La consumidora solicitó al tribunal arbitral los 68 euros de la factura del primer taller, 560 euros de la reparación en el segundo y otros 400 euros en concepto de gastos ocasionados.

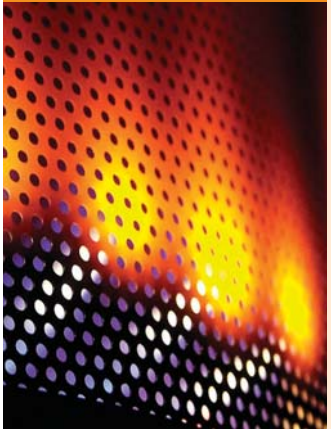
EMPRESA

Los representantes del taller de reparación de vehículos no acudieron a la convocatoria del colegio arbitral para ver el caso.

LAUDO ARBITRAL

El colegio arbitral estimó parcialmente las pretensiones de la clienta y dictó un laudo por el cual el taller debía abonarle la cantidad de 600 euros al considerar que los trabajos efectuados en el coche fueron deficientes.

REPARACIÓN DE CALDERAS



CONSUMIDOR

La reclamante pidió la intervención del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo de la Comunidad de Madrid explicando que un técnico de la empresa reclamada se había presentado en su domicilio sin que se hubieran solicitado sus servicios. El técnico llevó a cabo operaciones de reconocimiento del aparato de gas y sellado del conducto de gases cobrando por ello 52 euros.

La reclamante señaló que en el momento de la visita del técnico, ella no se encontraba en casa, sino sus padres, de avanzada edad, a los cuáles el técnico habría amenazado con cortar el gas si no permitían la supuesta revisión. Y añadió que el operario no informó del coste del trabajo ni nadie firmó ningún presupuesto.

EMPRESA

Los representantes de la empresa no acudieron a la convocatoria del colegio arbitral ni hicieron alegaciones por escrito a la reclamación.

LAUDO ARBITRAL

El colegio arbitral estimó las pretensiones de la consumidora y dictó un laudo por el cual la empresa debía devolverle los 52 euros que había cobrado.

Objetivo, evitar 'engancharse' al móvil

El uso de las nuevas tecnologías, como los videojuegos, los móviles o internet, también pueden causar adicción. Para prevenirla, sobre todo entre los más jóvenes, la Agencia Antidroga de la Comunidad de Madrid ha puesto en marcha el programa Avanzamos. La experiencia piloto ha demostrado que los escolares que han participado en ella son más capaces que el resto de evitar el desarrollo de trastornos relacionados con las nuevas tecnologías.

Los alumnos participantes se han observado con otros ojos sobre el uso que hacen de las consolas de videojuegos, Internet y el teléfono móvil, y han tomado conciencia de que debían cambiar. Además, algunos alumnos, por iniciativa propia y sin que mediaran sus padres, se impusieron ciertas normas en el uso de las nuevas tecnologías.

Tras evaluar estos resultados como netamente positivos, la Comunidad de Madrid será la primera región española en incorporar a sus actividades de prevención de adicciones un programa integral específico para la prevención de adicción a las nuevas tecnologías.

Talleres para 18.000 alumnos

El Gobierno regional destinará 399.168 euros a llevar a cabo el programa Avanzamos de prevención de adicción a las nuevas tecnologías durante los cursos escolares 2007-2008 y 2008-2009, ofreciéndose junto a los programas escolares de prevención de las drogodependencias. Participarán en él cerca de 18.000 escolares de quinto y sexto de Educación Primaria Obligatoria -de 10 a 12 años-, así como sus padres. A los progenitores que han participado ya, la fase piloto les sirvió para incrementar notablemente sus conocimientos sobre estas adicciones, así como sobre el riesgo que entraña el uso inadecuado de las nuevas tecnologías.

El programa Avanzamos enseña a los jóvenes a hacer un uso responsable de los móviles, internet, los videojuegos y otras tecnologías.

Según datos del Defensor del Menor, el 37% de los menores de edad manifiesta la necesidad de conectarse a Internet con frecuencia, el 38% desarrolla reacciones adversas al verse obligado a privarse del móvil y el 14% reconoce sentirse enganchado a algún videojuego.

LOS COLEGIOS YA PUEDEN SOLICITAR LOS TALLERES DE CONSUMO RESPONSABLE PARA EL CURSO 2007/2008

La Dirección General de Consumo desarrolla anualmente el Programa Regional de Educación al Consumidor en la Escuela para promover entre los alumnos hábitos críticos en relación con las actitudes y conductas de consumo. La acción formativa principal de este programa la constituyen los talleres de consumo, de 90 minutos de duración, cuyos destinatarios son alumnos de educación infantil, primaria, secundaria, bachillerato y formación profesional.

Los centros educativos pueden solicitar hasta el 11 de octubre las actividades del curso 2007/2008 empleando el formulario que pueden descargar en el Portal del Consumidor de www.madrid.org, donde también se encuentra el catálogo de talleres con temas como la publicidad, las garantías de los bienes de consumo, el comercio justo, el reciclaje de papel...

LA UNIÓN EUROPA PROHIBIRÁ EXPRESIONES COMO ‘PANTALLA TOTAL’ EN LAS CREMAS SOLARES

La Comisión Europea ha anunciado que va a modificar las normas de etiquetado de las cremas solares para evitar frases que lleven a engaño, como las que prometen una 'protección total' frente a los rayos dañinos del sol, ya que incluso los productos con un alto factor de protección solar dejan pasar algunas radiaciones ultravioleta.

Las nuevas normas, que se incorporarán de manera progresiva desde este verano, incluirán además pictogramas que alertarán, por ejemplo, de la necesidad de evitar la exposición durante las horas de sol más intenso o de utilizar gafas o sombrero como protección adicional.

Para el comisario europeo de Sanidad, Markos Kyprianou, el consumidor debe ser consciente de que los protectores solares no bastan para prevenir los efectos nocivos del sol, sino que se deben adoptar precauciones suplementarias. Esas medidas incluyen la necesidad de abstenerse de una exposición prolongada o de tomar el sol entre las 11 y las 15 horas, cuando las radiaciones son más fuertes.

Los niños y bebés no deben ser expuestos al sol y los productos se deben aplicar generosamente, al menos 35 gramos de crema (el equivalente a 6 cucharaditas de café) para proteger todo el cuerpo. Las cremas solares deben además ser reaplicadas con frecuencia.

LOS ALIMENTOS FUNCIONALES DEBEN DEMOSTRAR SUS PROPIEDADES ANTES DE ANUNCIARLAS

El pasado 1 de julio entró en vigor el reglamento de la Unión Europea que obliga a los fabricantes de alimentos funcionales o enriquecidos con componentes beneficiosos para la salud a especificar en el envase sus propiedades y beneficios.

Entre los ingredientes que hacen a un alimento funcional figuran los siguientes: antioxidantes, los ácidos grasos Omega 3, fibra dietética, fitoestrógenos, aminoácidos, vitaminas, minerales y bacterias lácticas. El nuevo reglamento obliga a estos productos a aportar pruebas científicas que avalen los mensajes con los que se promocionan.

Quedan, por lo tanto, prohibidos todos los mensajes que puedan resultar confusos para el consumidor. Además, los compuestos funcionales deberán estar presentes en la proporción necesaria para lograr el efecto buscado.

Productos ‘light’

En relación con los productos bajos en calorías o ‘light’, la nueva normativa establece que no se podrá utilizar este término sin justificación; es decir, los productos que lleven esta etiqueta deberán explicar claramente por qué lo son.

EL REINO UNIDO SE PROPONE COBRAR MÁS A LOS VECINOS QUE MÁS BASURA PRODUZCAN

El Reino Unido quiere poner límite a la basura que producen sus ciudadanos e impulsar el reciclaje. Para ello permitirá a los ayuntamientos cobrar una tasa a los vecinos que variará en función de la cantidad de basura que produzcan.

Además, el Gobierno quiere instalar en los cubos de basura un chip que registrará el volumen de residuos no reciclables que generan las familias cada día. Por el momento, más de tres millones de hogares británicos ya cuentan con un microchip que controla el contenido de los cubos. Estas medidas forman parte de un plan cuyo fin es reducir considerablemente los desechos.

El Reino Unido es el país de la Unión Europea que menos recicla: Sólo un 18% de los residuos (por ejemplo, Alemania recicla el 58% de su basura).

Más de 30.000 madrileños han accedido a una hipoteca joven de la Comunidad

Este tipo de financiación para jóvenes de entre 18 y 35 años de edad se puso en marcha entre la Comunidad de Madrid y Caja Madrid para facilitar el acceso a una primera vivienda. La entidad financiera ha concedido 17.000 hipotecas por un importe superior a 3,8 millones de euros, lo que ha permitido que cerca de 30.000 jóvenes, con una media de edad de 29 años, hayan podido emanciparse (se estima que por cada hipoteca firmada, 1,8 jóvenes acceden a una vivienda).

Con este préstamo, los jóvenes dedican un 40% de sus ingresos, en casos excepcionales un 50%, al pago de la hipoteca. La Hipoteca Joven contempla un tipo de interés fijo inicial del 3,799% durante los seis primeros meses, y del Euribor +0,37% durante el resto del periodo de devolución del préstamo; no aplica comisión de apertura y cuenta con un plazo máximo de amortización de hasta 40 años y posibilidad de financiar hasta el 85% del valor de la vivienda sin necesidad de avalistas.

Otros 11.550 jóvenes se han independizado del domicilio familiar desde 2003 y residen en 5.377 pisos de alquiler que se gestionan a través de la Bolsa de Vivienda Joven en Alquiler de la Comunidad. Más información en www.bolsaviviendajoven.es.

El teléfono 012 ya da información sobre dependencia

La Comunidad ha puesto en marcha el servicio de Atención a la Dependencia, integrado en el Teléfono de Atención al Ciudadano 012, a través del que podrá obtenerse información especializada y los recursos de que dispone la Administración regional en esta materia. El servicio ofrece información sobre aspectos básicos de la Ley de Dependencia, como los requisitos para ser titular de derechos que se recogen en esa norma, el catálogo de servicios y las prestaciones económicas, así como el Baremo de Valoración de la Dependencia (BVD), la Escala de Valoración Específica (EVE), etc.

Los estudios de Danza, Música e Idiomas de la Comunidad cambian su organización

El Consejo de Gobierno ha aprobado los decretos que desarrollan los nuevos currículos de las enseñanzas de Idiomas, Música y Danza que se impartirán en la región, y que estarán vigentes a partir del curso 2007-2008. La normativa regula, por primera vez, las enseñanzas de idiomas en la región y desarrolla los currículos para que las veinte lenguas que se imparten, cuenten con certificados reconocidos internacionalmente.

Madrid será el centro mundial del baloncesto tras las vacaciones de verano

El Palacio de Deportes de la Comunidad de Madrid será el centro mundial del baloncesto a la vuelta de las vacaciones puesto que acogerá durante el mes de septiembre el campeonato de Europa de selecciones de este deporte, el denominado Eurobasket, y posteriormente, el 11 de octubre, dos partidos de exhibición que enfrentarán a Toronto Raptors y Memphis Grizzlies, de la NBA, frente a Real Madrid y MMT Estudiantes, respectivamente. En Memphis Grizzlies y Toronto Raptors militan los jugadores españoles Pau Gasol, José Calderón y Jorge Garbajosa, campeones del mundo con la selección española en 2006.

LOS ALUMNOS DE BOADILLA DEL MONTE DISEÑAN LA MASCOTA DE METRO LIGERO

Metro Ligero ha entregado el premio del concurso por el que se ha invitado a los escolares de Boadilla del Monte a diseñar la mascota del Metro Oeste, el nuevo Metro Ligero que dará servicio a este municipio y a Pozuelo de Alarcón. El dibujo elegido ha sido un robot diseñado con los colores y los motivos decorativos del Metro Ligero realizado por un alumno de 4º de ESO del Instituto Arquitecto Ventura Rodríguez.

El ganador ha sido seleccionado entre 150 trabajos presentados por los colegios Príncipe Felipe, José Bergamín, Teresa Berganza, Ágora, CASVI, Quercus, Mirabal, Virgen de Europa y los institutos Profesor Máximo Trueba y Arquitecto Ventura Rodríguez.

PROHIBIDOS 'GRAFFITIS' Y PINTADAS EN LA REGIÓN

El proyecto de ley de medidas urgentes de modernización de la Administración aprobado por el Consejo de Gobierno, además de abordar cuestiones de control y planificación urbanística, articula mecanismos para garantizar el suministro de agua en la Comunidad de Madrid, como agilizar obras hidráulicas, y establece medidas para mejorar el embellecimiento, limpieza y calidad de vida en las ciudades.

Dentro de estas iniciativas, el proyecto de ley prohíbe realizar graffitis o pintadas en vía pública, monumentos, estatuas, arbolado o mobiliario urbano. Los ayuntamientos podrán ceder excepcionalmente espacios públicos para realizar murales y 'graffitis' de valor artístico, siempre que no perjudiquen al entorno.

Un aula virtual forma a los defensores del consumidor

La Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid ha puesto en marcha un aula virtual, cuyo objetivo es potenciar la formación continuada de los empleados públicos de la región que trabajan en la defensa del consumidor.

Se trata de una iniciativa enmarcada en el Plan Integral para la Protección al Consumidor de la Comunidad de Madrid y que complementa los cursos presenciales que se programan a lo largo del año en colegios, centros de adultos, etc. El aula virtual es accesible desde el Portal del Consumidor de www.madrid.org.

El primer curso 'on line', cuya inscripción es gratuita, está previsto que comience el 1 de octubre de 2007 y finalice el 21 de diciembre 2007. Versa sobre aquellos contratos que, debido a sus características, pueden ser empleados para cometer abusos contra el consumidor, como los contratos a domicilio, los contratos a distancia y los contratos celebrados por vía electrónica.

El curso analiza los mecanismos de protección del consumidor ligados a este tipo de contratos. Por ejemplo, todos deben incluir el llamado derecho de desistimiento a favor del consumidor (una vez firmado, el consumidor dispone de un plazo para resolver el contrato sin coste alguno).

Análisis de la normativa

El programa incluye un análisis de la normativa, así como la jurisprudencia que hasta el momento han dictado los tribunales de justicia.

Los cursos a distancia del aula consisten en un texto acompañado de una locución e incluyen pruebas para que el alumno pueda controlar su nivel de comprensión. A ello se añaden ejercicios prácticos que deberán ser resueltos por el alumno y enviados al profesor para su corrección.

Finalmente hay una autoevaluación de cinco preguntas con cinco posibles respuestas para cada una. En la propia programación de cada curso se marcarán determinados días y franjas horarias en que el profesor estará disponible en un "foro" centrado en un tema determinado, de modo que se establezca un diálogo entre profesor y alumnos.

Al cierre de esta publicación, ya se habían cubierto las 25 plazas disponibles en la convocatoria. Próximamente se anunciarán nuevas actividades a través del Portal del Consumidor.

CÓMO ACCEDER A CONSUMADRID, EL PORTAL DEL CONSUMIDOR DE LA COMUNIDAD DE MADRID

Entra en www.madrid.org y pincha en 'accesos directos'

DÓNDE DONAR SANGRE HOY MISMO

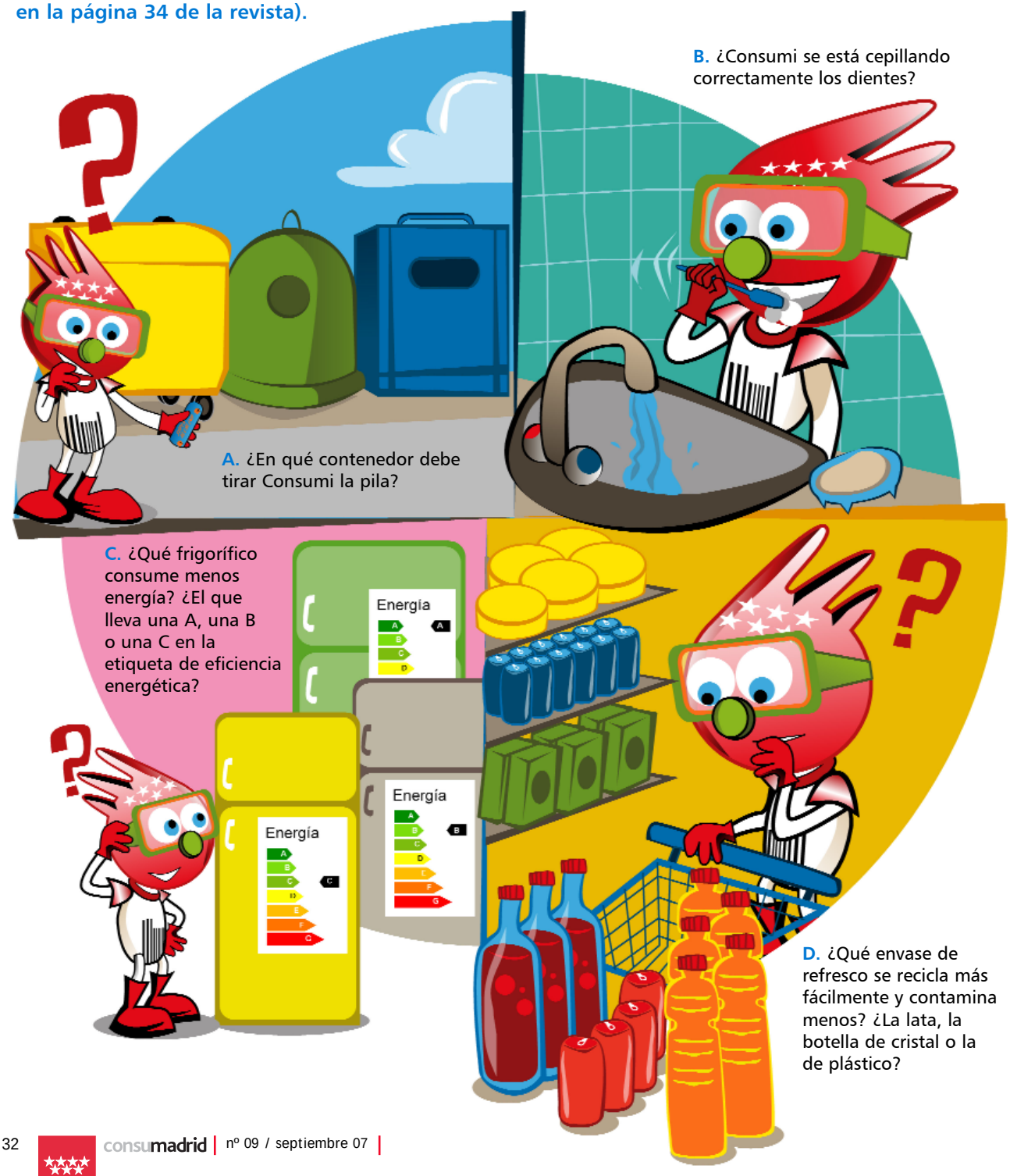
Los madrileños disponen ya de un nuevo servicio web destinado a facilitar la donación de sangre en las unidades móviles del Centro de Transfusión desplazadas en diferentes localidades de la región y en los puntos fijos de donación, gracias a un espacio de consulta habilitado en el Portal de Salud de la Comunidad de Madrid (www.madrid.org), mediante el que se pueden localizar, por municipios o por fechas, las unidades fijas y móviles disponibles. A este nuevo servicio del Portal de Salud se accede a través del espacio dedicado al "Ciudadano", dentro del apartado "Mi entorno", donde figura bajo el epígrafe "Dónde donar sangre" o bien desde el apartado "Cita médica on line, consultas y gestiones sanitarias".

EL PORTAL DEL MAYOR INFORMA DESDE ENERO

La Dirección General del Mayor gestiona el Portal del Mayor, sitio web regional, en el que los mayores madrileños encontrarán información sobre servicios para las personas más dependientes e iniciativas para el fomento de la vida activa. El Portal está concebido en cinco secciones temáticas: Centros y Servicios, Vivir con Salud, Voluntariado, Cultura y Ocio, y (verde), Noticias. Al portal de accede a través de www.madrid.org

Pequeños gestos que protegen nuestro mundo

Cada día, al desayunar, ir al cole, jugar con nuestros colegas o acompañar a papá y mamá al supermercado tomamos un montón de decisiones que pueden ayudar o perjudicar en el cuidado del medio ambiente que nos rodea. Aquí tienes cuatro escenas habituales de nuestra vida. Ayuda a Consumi a hacer la mejor elección. El premio será un mundo mejor para todos (las soluciones figuran en la página 34 de la revista).



A. ¿En qué contenedor debe tirar Consumi la pila?

B. ¿Consumi se está cepillando correctamente los dientes?

C. ¿Qué frigorífico consume menos energía? ¿El que lleva una A, una B o una C en la etiqueta de eficiencia energética?

D. ¿Qué envase de refresco se recicla más fácilmente y contamina menos? ¿La lata, la botella de cristal o la de plástico?

ESTA PÁGINA PRETENDE SER UN LUGAR DE ENCUENTRO CON LOS LECTORES. Desde CONSUMADRID invitamos a todos a hacernos llegar sus sugerencias y las dudas sobre consumo que tengan.

Las sugerencias deben dirigirse a: Revista Consumadrid, Dirección General de Consumo, Calle Ventura Rodríguez, 7-4ª planta. 28013 Madrid, o al correo consumadrid@salud.madrid.org. El contenido podrá ser resumido. Las dudas sobre consumo deben enviarse a: consultas.consumo@madrid.org. Es imprescindible reseñar el DNI, nombre y apellidos, dirección y número de teléfono. No se hará uso de los datos, salvo para el fin para el que fueron facilitados. CONSUMADRID no asume las opiniones reflejadas en las cartas.

VIVIENDA

¿Tiene obligación una constructora de otorgarme algún tipo de garantía sobre la vivienda nueva al respecto de posibles defectos?

Sí, la normativa vigente marca plazos bien concretos para cada tipo de vicio o defecto de construcción. Son los siguientes:

- Licencia Anual, sobre vicios o defectos de ejecución que afecten a elementos de terminación o acabado de obra (visibles).
- Plazo de tres años, por vicios o defectos de instalaciones (luz, agua, gas...) que ocasionen el incumplimiento de los requisitos de habitabilidad.
- Plazo de diez años (o quince, según el caso y contrastando con el artículo 1.591 del Código Civil) sobre los vicios o defectos que afecten a la cimentación, soportes, vigas, forjados, muros de carga u otros elementos estructurales que comprometan la resistencia mecánica y estabilidad del edificio.

FORMAS DE PAGO

Intenté pagar una bolsa de patatas en el 'super' con un billete de 50 euros y me dijeron que no admiten billetes superiores a 50 euros. ¿Puede un establecimiento negarse a admitir billetes de determinada cuantía?

No, la tienda no puede hacerlo. No obstante, el consumidor debe pensar en el perjuicio que causa en el comercio si abona pequeñas compras con billetes de elevado valor.

Si un establecimiento acepta el pago con tarjeta bancaria, ¿puede establecer un importe mínimo como, por ejemplo, 3 euros, y negarse a aceptar la tarjeta por importes inferiores?

Los establecimientos pueden negarse a cobrar determinadas cantidades con tarjeta, siempre que lo anuncien previamente a sus clientes a través de carteles visibles al público.

INSPECCIÓN Y SANCIÓN

¿Si reclamo en una oficina del consumidor y Consumo multa a la empresa, me dan una compensación?

No, el importe de la multa, destinada a disuadir a la empresa de seguir infringiendo la norma, va a parar a las arcas públicas. La inspección y, en su caso, sanción, forman parte de un procedimiento paralelo e independiente de la mediación y el arbitraje, vías que siguen las reclamaciones particulares. Sólo si estas últimas finalizan con una respuesta positiva por parte de la empresa o el tribunal arbitral pueden llegar a generar la devolución de todo o parte del dinero reclamado por el consumidor.

Por otro lado, es importante recordar que si también se quiere obtener una compensación en concepto de daños y perjuicios, hay que acudir a los tribunales de justicia, si bien en ciertos casos y siempre que se demuestren los daños fehacientemente, los tribunales arbitrales pueden llegar a ordenar este tipo de compensación.

Además, en caso de que el consumidor terminara reclamando en los tribunales, podría aportar como prueba el expediente sancionador de Consumo.

PIDE TU GUÍA CON LAS CIEN PREGUNTAS MÁS FRECUENTES DE LOS CONSUMIDORES

La Dirección General de Consumo acaba de publicar una guía de bolsillo que recoge las cien principales dudas de los consumidores. Esta guía abarca los sectores que más reclamaciones generan (telecomunicaciones, vivienda, vehículos...), las cuestiones más habituales sobre devolución de productos, precios, publicidad... y ofrece soluciones concretas a las dudas y conflictos más frecuentes en materia de consumo. Puede conseguirse en la sede de la Dirección General de Consumo (c/ Ventura Rodríguez 7-4º, en Madrid), en las oficinas municipales de informacion al consumidor o enviando un correo electrónico a través del Portal del Consumidor de www.madrid.org.

La UE prohíbe los termómetros de mercurio

La Unión Europea (UE) ha aprobado una directiva que prohíbe la comercialización de aparatos de medición que contengan mercurio, como los termómetros médicos, los manómetros, barómetros y esfigmomanómetros. Los Estados miembro de la UE tienen un año para adaptar sus legislaciones nacionales y un año y medio para aplicar la directiva.

Estas medidas reportarán beneficios para el medio ambiente y, a largo plazo, para la salud humana, al evitar que el mercurio (muy contaminante y tóxico) entre en el flujo de residuos. No obstante, la directiva no se aplicará a los aparatos ya en uso.

La demanda mundial de mercurio es de unas 3.600 toneladas anuales, de las que unas 300 toneladas corresponden a la UE, algunos de cuyos países, como Dinamarca, Francia, Países Bajos y Suecia, han prohibido o restringido el uso de diversos productos que contienen esta sustancia. Del 80% al 90% del mercurio utilizado en aparatos de medición y control se utiliza en termómetros médicos para la fiebre y otros termómetros de uso doméstico.

Sabías que...

Los bares de fumadores están diez veces más contaminados que los 'libres de humo'... El aire de bares y restaurantes de menos de 100 metros cuadrados donde se permite fumar - un 90% de los establecimientos españoles- está diez veces más contaminado que el de los locales 'libres de humo'. La presencia de cientos de partículas dañinas en el ambiente es de 494 microgramos por metro cúbico, mientras que en los espacios que prohíben fumar - apenas un 10%- es de 48, varios puntos por debajo del umbral de riesgo para la salud, que se encuentra en 65. Trabajadores de la hostelería y fumadores pasivos son los más desprotegidos ante esta contaminación, según los médicos especialistas.

La investigación del Comité Nacional para la Prevención del Tabaquismo (CNPT), integrado por 42 asociaciones científicas del ámbito sanitario, se realizó en medio centenar de locales de Zaragoza entre octubre de 2006 y el pasado mes de mayo, y se trata de una muestra extrapolable al resto de España. Para ello acudieron con un medidor de partículas finas respirables a locales de fumadores y no fumadores. Los resultados fueron comparados con la calidad del aire de la calle donde estaban situados estos bares y restaurantes. El CNPT recueda que sólo el humo del tabaco contiene 50 componentes cancerígenos.

Los mejillones indican el grado de contaminación del mar... Vigilar la salud de los mejillones es un buen sistema para estar alerta de los niveles de contaminación del Mar Mediterráneo. Su exposición a las sustancias nocivas que contienen las aguas hace que los contaminantes (como los metales pesados) se acumulen en los tejidos blandos y membranas de este molusco.

Es uno de los sistemas de vigilancia que emplea desde 1990 el Instituto Español de Oceanografía (IEO) en 33 puntos, desde Cadaqués (en Girona) hasta Tarifa (Cádiz). Sus mediciones indican que se ha producido una disminución de los niveles de plomo y mercurio en las aguas del Mediterráneo, debido principalmente a la eliminación de las gasolinas con plomo. En cambio, se está dando un aumento generalizado de los niveles de cadmio.

PEQUEÑOS GESTOS QUE PROTEGEN NUESTRO MUNDO - SOLUCIONES

A. En ninguno de los tres. Hay que llevarlas a contenedores especiales como los que hay en los puntos limpios. Si no se hace, cada pila puede contaminar muchos litros de agua.
B. No, porque al no cerrar el grifo está malgastando litros de agua.
C. Los que están etiquetados con la letra A son los que menos energía gastan.
D. La botella de cristal consume menos energía en el reciclado.

consumadrid

El Portal del Consumidor en www.madrid.org
(elegir 'accesos directos' en la página de entrada)

012 cerodoce

Comunidad de Madrid

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

Consejerías y organismos adscritos	Dirección postal	Teléfono	Dirección web
Presidencia	**Pta. del Sol, 7**	**91 580 96 95**	
Oficina de Atención al Ciudadano	Pza. Descubridor Diego de Ordás, 3	012 / 91 580 42 60	
Registro general.	Pza. Descubridor Diego de Ordás, 3	91 580 31 33	
Economía y Consumo	**C/ Príncipe de Vergara, 132**	**91 580 22 00 / 10**	**www.madrid.org/economia**
Dirección General de Consumo	C/ Ventura Rodríguez, 7-4ª planta	91 420 58 80	www.madrid.org (accesos directos)
Inst. Regional de Arbitraje de Consumo	C/ Ventura Rodríguez, 7-5ª planta	91 420 57 25 - 58 24	www.madrid.org (accesos directos)
Dirección General de Comercio	C/ Príncipe de Vergara, 132-3ª	91 580 22 58	
D. G. de Industria, Energía y Minas	C/ Cardenal Marcelo Spinola, 14 Ed. f4	91 580 21 00 - 11 y 91 420 64 62	
Cultura y Turismo	**C/ Alcalá, 31**	**91 720 82 24**	**www.madrid.org**
D. G. de Turismo (reclamaciones)	C/ Príncipe de Vergara, 132	91 580 23 11 / 902 100 007 (información de turismo)	
Hacienda	**C/ Carrera de San Jerónimo, 13**	**91 580 32 33**	**www.madrid.org/hacienda**
Información al contribuyente	C/ General Martínez Campos, 30	901 50 50 60	
Defensor del Contribuyente	C/ Gran Vía, 18-5ª planta	91 720 93 78	
Servicio de Orientación Jurídica	C/ Capitán Haya, 66	91 397 15 64 (consultas presenciales 9-13h)	
Sanidad	**C/ Aduana, 29**	**91 586 70 00 - 71 41**	**Portal de Salud de www.madrid.org**
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	
Transportes e Infraestructuras	**C/ Maudes, 17**	**91 580 31 00**	
Junta Arbitral Transportes Terrestres	C/ Orense, 60	91 580 29 58 - 83	
Consorcio Regional de Transportes	Pza. Descubridor Diego de Ordás, 3	91 580 35 90 - 42 60	www.ctm-madrid.es
Metro Madrid (Inf./reclamaciones)	Cavanilles 58	91 379 88 00 / 902 44 44 03	www.metromadrid.es
Otros			
Defensor del Menor	C/ Ventura Rodríguez, 7	91 563 44 11	www.dmenor-mad.es

Organismos de la Administración central y otros

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

Biblioteca virtual

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

www.madrid.org/publicamadrid

La Suma de Todos

Comunidad de Madrid

www.madrid.org