

An aerial photograph of a busy shopping mall. The floor is light-colored with grey lines. Many people are walking in various directions, some carrying shopping bags. In the bottom right corner, a large, shiny red bow is partially visible, overlapping the mall floor. The text 'Compras navideñas' and 'Conoce tus derechos' is overlaid on the left side of the image.

Compras navideñas

Conoce tus derechos



Abierto 24h

Portal del Consumidor de www.madrid.org

Información sobre tus derechos, consulta de dudas,
presentación de reclamaciones y solicitudes de arbitraje...



 Dirección General de Consumo
CONSEJERIA DE ECONOMIA Y HACIENDA
Comunidad de Madrid

Editorial

La llegada de la Navidad nos empuja, como cada año, a hacer balance de este 2010 que nos deja.

Un año complicado en el que las dificultades económicas, más que nunca, han hecho tomar conciencia a los consumidores de que los recursos más limitados se deben emplear en servicios y productos de calidad, sin letra pequeña ni otras limitaciones a sus derechos.

Las políticas de consumo del gobierno de la Comunidad de Madrid se han reforzado en materia de colaboración y coordinación con otros organismos e instituciones, tanto públicas, como privadas, para optimizar todos los recursos que puedan ponerse a disposición de los ciudadanos.

La coordinación con los Ayuntamientos de la región está dando sus frutos y ya estamos en condiciones de afirmar que todos los consumidores madrileños puedan contar con unos sistemas de protección de sus derechos similares sin perjuicio del municipio en el que residan.

También hemos continuado con el apoyo a las Asociaciones de Consumidores, con las que compartimos objetivos, cuya consecución será imposible si no aunamos esfuerzos.

La colaboración con organismos e instituciones de la Comunidad de Madrid, de otras Comunidades Autónomas, del Estado Español e incluso de otros países, para mejorar la protección de los derechos de los consumidores, está dando resultados. Este año hemos celebrado el I Encuentro Europeo para la Protección del Consumidor, en el que han participado autoridades, instituciones y expertos nacionales e internacionales que aportaron su experiencia sobre la seguridad de los productos; las conclusiones, que se detallan en este número, nos animan a seguir trabajando duro en este área tan importante del consumo.

Ha sido muy importante, a lo largo de 2010, la colaboración con esa otra parte de la relación de consumo, es decir los proveedores de bienes, productos y servicios, cuyos representantes, principalmente la Cámara de Comercio e Industria de Madrid y también Asociaciones y Colegios Profesionales, están colaborando en el objetivo de conseguir un mercado más equilibrado.

Las reclamaciones de los consumidores aumentan y cada vez son más complejas, como lo son los productos y servicios que el mercado pone a nuestra disposición. Y ello es síntoma de que los madrileños son conscientes de sus derechos y de que las reclamaciones que presentan sirven para evitar abusos y ayudar a las administraciones en su trabajo cotidiano de control del mercado.

Ha sido un año intenso en el que precisamente la información al consumidor ha continuado siendo uno de los ejes fundamentales de la política de consumo de la Comunidad de Madrid, utilizando, tanto la información telefónica, a través del 012, como las nuevas tecnologías, a través del "Portal del Consumidor", nuestro instrumento estrella, que es una fuente de actualización constante, tanto de la normativa, como de noticias y que hace realidad la administración electrónica de consumo y, por supuesto la revista "Consumadrid"

Nuestros mejores deseos para el año que empieza y que Madrid siga liderando en todas las políticas, también en Consumo, las actuaciones de los gobiernos regionales para poner fin a la crisis.

FELIZ 2011



Compras en Navidad
Conoce tus derechos



Guía Básica de Compra por internet
Un libro para defender los derechos de los consumidores on line



Entrevista
Ascensión Cerezo Gallegos,
Presidenta ACCU Madrid



Entrevista
Arturo Fernández Álvarez,
Presidente de la Cámara de Comercio de Madrid

04 Actualidad	28 Esfera
12 OMICS	30 Madrid 7 Estrellas
20 Inspección	31 Pequeños Consumidores
22 Arbitraje	32 Club del Consumidor
24 Formación	
26 Servicios y Consumo	

Edita: Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid.

Consejo de Redacción: Carmen Martín Villa, Juan Arturo Moreno Cabrera, Mariano Sánchez-Ortiz Rodríguez y Paloma Vicent García. Maquetación: Editorial MIC. Impresión y distribución: Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.

Colaboración: Susana Gil Pascual

D.L.: M-12136-2005 Redacción: Calle Ventura Rodríguez, 7-4º. 28008 Madrid. Tf. 91 580 32 13. Correo electrónico: consultas.consumo@madrid.or

Dirección General de Consumo. Balance del primer semestre

Los servicios de atención al consumidor, según los datos presentados por la directora general de Consumo, atendieron más de doce mil reclamaciones en los siete primeros meses de 2010. Los sectores que más quejas han suscitado entre los consumidores fueron servicios y suministros, que suponen más del 70%. El perfil del reclamante se ajusta mayoritariamente al de una mujer de mediana edad.

Balance de Resultados

La directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, dio a conocer el pasado nueve de agosto los datos correspondientes al número de reclamaciones recibidas hasta finales del mes de julio. La Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid fue el escenario que congregó a los principales medios de comunicación para conocer, de primera mano, los datos aportados.

Los sectores servicios y suministros superan el setenta por ciento de las más de doce mil reclamaciones presentadas. En el primero se constata un considerable aumento respecto al año pasado, que le lleva desde el veintinueve hasta el treinta y seis por ciento del total, impulsado por los subsectores de reparación de automóviles, espectáculos y ocio, transporte de viajeros y asistencia técnica; por el contrario, el sector suministros -encabezado por telecomunicaciones y energía- ha experimentado un importante descenso en relación con el ejercicio anterior, reduciéndose en veinticinco puntos porcentuales.

El sector que ha experimentado una mayor diferencia entre ejercicios es el de bienes, que ocupa la tercera posición con más del veinte por ciento de reclamaciones y ha experimentado un crecimiento de doce puntos, debido principalmente a las demandas relativas a automóviles nuevos, textil, electrodomésticos e informática. Por su parte, se ha detectado un descenso de más de seis puntos en el sector vivienda y reformas del hogar, que cierra la lista de los sectores más destacados.

Según explicó Martínez de Sola, del balance de resultados presentado se desprenden algunas conclusiones relevantes: en los ciudadanos madrileños se observa una clara tendencia a arreglar y reparar bienes de uso cotidiano, antes que a adquirir otros nuevos, tendencia que también es aplicable al sector vivienda, donde además se ha producido un enorme descenso en la compra de segunda vivienda; asimismo, es destacable la inclinación hacia el disfrute de la oferta de ocio más próxima.

El informe publicado por la Dirección General de Consumo también refleja casos anecdóticos muy particulares, como pudiera ser el de las reclamaciones por pigmentación del iris tras una operación de córnea, las relativas a intervenciones estomatológicas -que son acompañadas de pruebas físicas-, las quejas por la imposibilidad de devolver la ropa interior ya usada o aquellas relativas a desajustes entre el servicio ofertado y el recibido en citas eróticas.

Perfil del reclamante

De entre todos los sectores que componen la pirámide poblacional de la Comunidad de Madrid, hay uno que sobresale entre

todos como el principal valedor de los derechos de los consumidores: Se trata del rango que abarca a las mujeres entre cuarenta y sesenta años, quienes copan la titularidad de las reclamaciones registradas en este primer semestre del año. Estas ciudadanas no solamente se encargan de cursar las reclamaciones propias, sino que también son delegadas de las quejas de otros miembros de su unidad familiar.

La Dirección General de Consumo centraliza la gestión de las miles de reclamaciones acumuladas durante este periodo, las cuales ocasionan la apertura de expedientes informativos o sancionadores dependiendo de su gravedad. Tres de cada cinco reclamaciones presentadas se resuelven con un acuerdo entre empresa y consumidor, en un tiempo medio que oscila entre los treinta y los sesenta días; este lapso se reduce por debajo de los veinte en el sector de las telecomunicaciones, gracias a los convenios firmados con las principales empresas del sector.

Pese a que los madrileños, en su conjunto, utilizan todos los canales disponibles para ejercer sus derechos en materia de consumo, la mayor parte de las reclamaciones se producen a través de las hojas de reclamaciones que todo profesional está obligado a poner a disposición de sus clientes, o de los impresos que se pueden descargar en el Portal del Consumidor alojado dentro de la web www.madrid.org. También es posible reclamar de forma presencial en cualquiera de las oficinas de información al consumidor presentes en la Comunidad o por vía electrónica.



Madrid, referente europeo en materia de seguridad en el consumo



La Comunidad de Madrid es la región española más activa en materia de consumo y una de las más reconocidas de toda la Unión Europea. Esto se puso de manifiesto con el liderazgo mostrado en la organización del I Encuentro sobre Protección del Consumidor, pero también en el hecho de que Madrid es la región más activa de España a la hora de detectar productos inseguros. En 2009, la Consejería de Economía y Hacienda alertó sobre 191 productos que incumplían la normativa sobre seguridad

y que, por lo tanto, fueron retirados del mercado. Esto supone que 2 de cada 10 alertas emitidas en toda España, fueron realizadas por la Comunidad de Madrid. De estas notificaciones, el 21,47% proviene de artículos de puericultura y juguetes mientras que los electrodomésticos y el material eléctrico alcanzan el 27,22% de los productos alertados por la Comunidad de Madrid. También destacan las lámparas y otros artículos de iluminación, que representan el 16,23% del total de productos, así como las relacionadas con vehículos y accesorios (9,95%), vestimenta de adultos (7,86%), y bicicletas y accesorios (3,14%). El resto de las notificaciones se refiere a productos diversos como encendedores, herramientas, productos químicos, material escolar y artículos decorativos, entre otros. Durante 2009, se han resuelto 278 expedientes sancionadores relativos, en su mayor parte, a seguridad de uso, publicidad engañosa o la no atención de garantía.

Guía del Viajero

La Comunidad de Madrid llevó a cabo una campaña informativa para recordar a los ciudadanos sus principales derechos como consumidores en la época vacacional. Durante dos días, y coincidiendo con el comienzo de la temporada estival, la Dirección General de Consumo repartió más de 10.000 ejemplares de la 'Guía del Viajero' en los principales centros de transporte de la región.

Es durante esos meses del año cuando las reclamaciones relacionadas con los viajes combinados, los alojamientos turísticos, la restauración y el transporte de viajeros aumentan e incluso llegan a doblarse. En el caso de los viajes en avión, las principales quejas se refieren al equipaje facturado.

Se recomienda formular la queja a la empresa con la que se contrató el servicio y, si no la soluciona de inmediato, pedir

la hoja de reclamaciones en el mismo lugar de destino. A la hora de rellenar una reclamación es importante concretar qué se pretende con la misma para facilitar a la administración decidir el trámite a seguir. Una vez cumplimentada, el consumidor debe presentar una de las copias de la hoja en la oficina de consumo más cercana o, a la vuelta de las vacaciones, en la oficina de su localidad o en la Dirección General de Consumo.



Más información: portal del consumidor, CONSUMADRID, en la sección centro de documentación/guías/alojamientos turísticos.

Puertas abiertas para los perros guía



Con motivo de la celebración del Día Internacional del Bastón Blanco, los representantes de los Servicios Sociales de la ONCE, de la Dirección General de Consumo de la Comunidad y de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid, se congregaron en el Centro Comercial Príncipe Pío, junto a una veintena de usuarios, para reivindicar la importancia de la labor de estos animales en el día a día de las personas invidentes. Xavi Grau, Carmen Martínez de Sola y Miguel Corsini, respectivamente, expusieron ante los asistentes al acto y los numerosos medios congregados las acciones que, de forma conjunta, se llevarán a cabo para proteger los derechos de los usuarios de perros guía, entre los que se destacó la edición de una pequeña guía que será distribuida a todos los comercios de la comunidad, a las asociaciones de consumidores regionales y, en versión accesible, a los destinatarios finales. Una visita conjunta a varios establecimientos del centro comercial, para conocer la respuesta real ante la presencia de perros guía, cerró el acto oficial. Puede encontrarla en el portal del consumidor, CONSUMADRID, en la sección centro de documentación/guías/temas generales.



Guía Básica del Consumidor en la compra por internet



La Dirección General de Comercio ha editado una guía para informar a los consumidores de sus derechos en las transacciones realizadas en internet. De esta manera, se espera reducir el número de reclamaciones registradas, que ha crecido un 47% respecto del año pasado.



Es importante conocer cuáles son nuestros derechos a la hora de efectuar compras on line. Este fue el mensaje que hizo llegar la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, durante la presentación de la Guía Básica del Consumidor en la Compra por Internet, en colaboración con la asociación de consumidores Consumadato. Esta documentación, elaborada para informar a los ciudadanos, puede encontrarse en Consumadrid, el portal del consumidor en la red, en la sección centro de documentación/guías/temas generales.

El comercio electrónico es un sector que ha registrado un notable incremento, nada menos que un 47%, en las reclamaciones presentadas por los consumidores. De las 209 reclamaciones registradas este año, 139 están relacionadas con las condiciones de venta y contratos, mientras que el resto se refiere a la calidad y condiciones de los productos y servicios y, en menor medida, a la publicidad de estos artículos.

La guía muestra que las empresas de este sector deben poner a disposición del cliente su nombre, los datos de su inscripción en el Registro Mercantil, el domicilio, o la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España, así como una dirección de correo electrónico o cualquier otro dato que permita establecer una comunicación directa y efectiva. Además, la página web debe mostrar información clara y exacta sobre el precio del producto o servicio, precisando si incluye o no los impuestos aplicables, y sobre los gastos de envío.

Se recuerda también a los consumidores que estas páginas web deben especificar datos como la fecha de entrega y las garantías ofrecidas a los compradores, así como el plazo para ejercer el derecho de desistimiento y, en su caso, si hay que abonar costes de devolución. Deben quedar claras las características esenciales del bien o servicio, el plazo de vigencia de la oferta y del precio e información sobre la forma de pago y modalidades de entrega o de ejecución.

En caso de devolución

El compra de bienes y servicios a través de Internet puede desistir de los contratos firmados. En ese caso, el empresario debe

devolver el dinero abonado por el consumidor, sin retención de gastos, en un plazo de 30 días. Si no lo devuelve en ese plazo, el consumidor tendrá derecho a reclamar esa cantidad duplicada. Por su parte, el empresario podrá exigir que el consumidor se haga cargo del coste directo de devolución.

El plazo mínimo para desistir es siete días desde la recepción, aunque si no se informa sobre el plazo, éste será de tres meses. Este derecho no es válido para productos personalizados o que puedan deteriorarse o caducar con rapidez. Tampoco es aplicable en caso de productos relativos a grabaciones sonoras o de vídeo, de discos y de programas informáticos que hubiesen sido desprecintados, así como de ficheros informáticos, suministrados por vía electrónica.

En caso de que sea necesario reclamar, la Guía recomienda imprimir la página que resume la transacción y el correo electrónico de confirmación. Es necesario conservar cuanta comunicación haya podido mantenerse con la empresa vendedora y además, imprimir la página que contiene el nombre del negocio, la dirección, el número telefónico y los términos legales de su compra y, como precaución, guardar esta información hasta que finalice el periodo de garantía del producto.

Transacciones más seguras

Entre las recomendaciones básicas de seguridad que se recogen en la guía están asegurarse de que el protocolo es seguro (debe aparecer 'https://' al comienzo de la dirección de la página). Además, en la mayoría de los navegadores, cuando el usuario se encuentra en un entorno seguro, aparece el símbolo de un candado cerrado en la parte inferior de la pantalla.

Sobre las modalidades de pago existentes en Internet, el pago contrareembolso es el más seguro. Sin embargo, los medios más utilizados por los usuarios son el pago por tarjeta, la pasarela de pago (proveedor de servicios de aplicación de comercio electrónico) y el pago a través del móvil. Precisamente éstos son en los que más se está invirtiendo en seguridad por parte de las entidades bancarias.

Sólo debe realizarse el pago por transferencia bancaria si el banco de destino y el comercio vendedor es de acreditada solvencia. Si las compras se han llevado a cabo en páginas web extranjeras, la guía recuerda que las leyes de un país tercero pueden ser diferentes y no proteger a los consumidores como en España. Por este motivo, es recomendable comprobar si la empresa tiene delegación en España. En este sentido, se recuerda que si la web pertenece a un país miembro de la UE, el cliente tiene derecho a consultar al Centro Europeo del Consumidor.

Comprar en rebajas

El período de rebajas no debe suponer un deterioro de los derechos de los consumidores. Por esta razón, con la vista puesta en las rebajas de enero, la Dirección General de Consumo recuerda a los ciudadanos diversos aspectos necesarios a la hora de realizar sus compras como, por ejemplo, las obligaciones de los establecimientos.

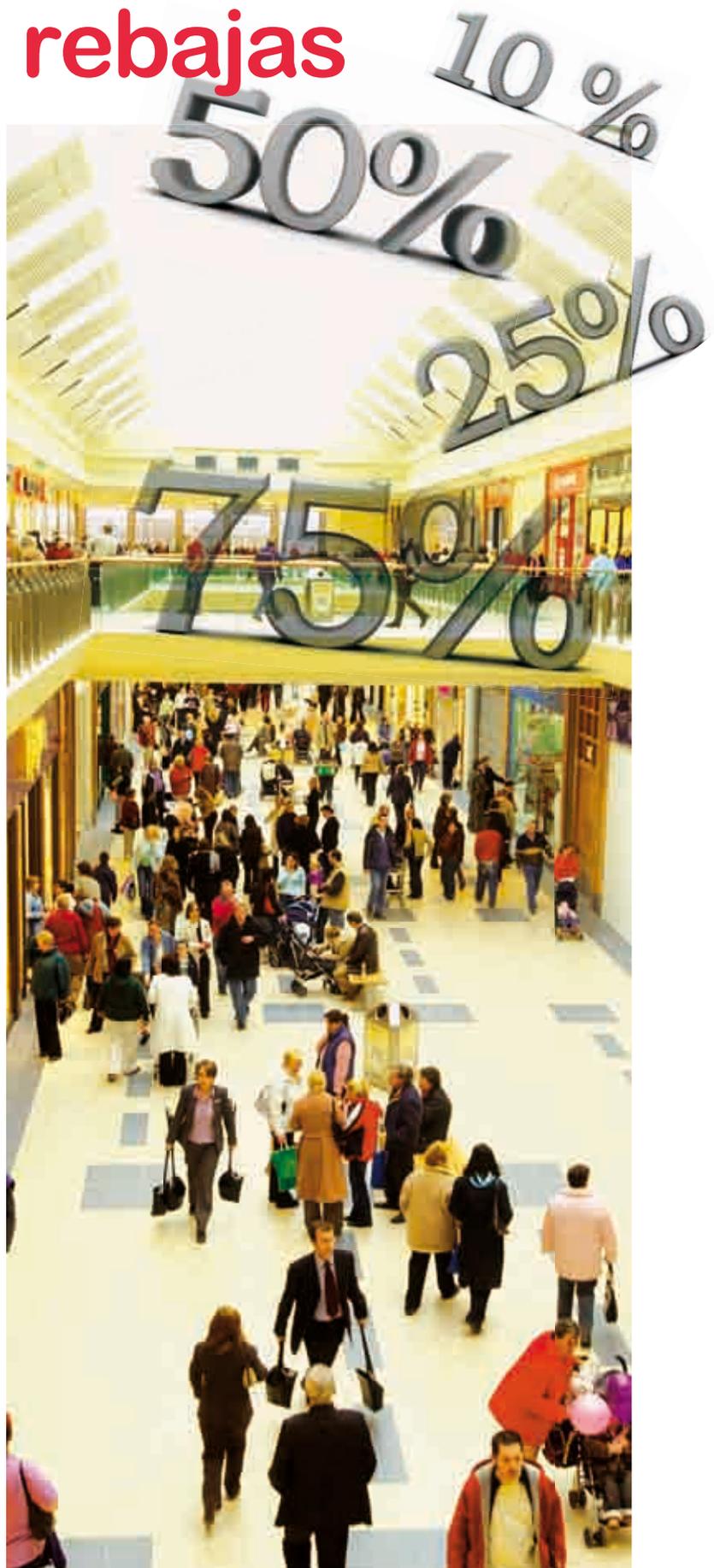
Durante los períodos de rebajas, los establecimientos deben etiquetar sus productos de forma que aparezca el doble precio, es decir, que figure tanto el precio anterior como el rebajado, o el porcentaje de rebaja que se ofrezca. Respecto a la extensión de este período de tiempo, se dispone que los comercios de la Comunidad de Madrid pueden acogerse al período de rebajas durante un mínimo de una semana y un máximo de dos meses. Las fechas del período de rebajas deben exhibirse en el establecimiento comercial en sitio visible al público.

Las dudas más comunes de los consumidores se refieren a la información que deben mostrar las etiquetas de los productos, el tipo de artículos que pueden anunciarse como rebajados, las condiciones de la garantía y la forma de pago. Se recuerda que durante el período de rebajas los comercios tienen que cumplir todas las normas de calidad y etiquetado. Asimismo, está prohibido ofertar como rebajados productos deteriorados.

En el período de rebajas, la forma de pago debe ser la misma que durante el resto del año, a no ser que el vendedor especifique lo contrario en un cartel bien visible. En caso de contradicciones en la información facilitada al público, por ejemplo que el cartel diga una cosa y el tiquet otra, prevalece la opción más favorable al consumidor. Por otra parte, ningún establecimiento comercial está obligado a aceptar tarjetas de crédito, salvo que lo publicite expresamente.

La normativa vigente establece que los productos en rebajas cuentan también con una garantía de dos años y que no podrá anunciarse la venta en rebajas en un establecimiento comercial cuando la rebaja afecte a menos de la mitad de los productos ofrecidos.

Respecto a cambios y devoluciones, los establecimientos no están obligados a cambiar un artículo o reembolsar el dinero de un producto salvo defecto de origen. La posibilidad del cambio o devolución se entiende como una atención comercial y sólo se realizará si así lo anuncia el comercio. En el caso de venta a distancia de productos hay siete días para devolverlo si así lo desea el consumidor.



Compras en Navidad

Conoce tus derechos

Las navidades son un sinónimo de escaparates engalanados y de cifras de ventas elevadas. Nochebuena, Navidad, Nochevieja y Reyes son cuatro citas consecutivas que suponen un notable incremento de la presencia de los consumidores en establecimientos de todas clases.

Según cifras publicadas por la consultora Deloitte, cada hogar español gastará una media de 655 euros durante este periodo del año. En cuanto a la composición del gasto, la mayor partida se destinará a regalos (58%), seguido de comida (27,5%) y ocio (14,5%). A la hora de efectuar las compras es importante que los ciudadanos tengan siempre presente que sus derechos como consumidores no disminuyen durante estas fechas.

Para empezar, hay que tener en cuenta que los establecimientos comerciales no tienen la obligación de cambiar el producto ni de devolver su importe. Solamente puede solicitarse el cambio si el producto es defectuoso o no cumple las características con las que se publicita. También puede pedir el cambio si la venta está condicionada a que el producto supere un periodo de prueba. En el caso de tratarse de compras por catálogo o por internet,

se cuenta con siete días para examinar el producto. En el caso de que no cumpla las expectativas del consumidor, éste debe comunicar su deseo de devolver el objeto sin que la empresa vendedora pueda cobrarle por ejercer este derecho. El comprador, además, debe saber que aquellos establecimientos que aceptan devoluciones también pueden establecer excepciones, previa comunicación, como es el caso de la ropa interior o del vestuario de fiesta.

Cada artículo debe tener visible su precio con IVA, ya se venda en un mercadillo o en un establecimiento. Además, el consumidor tiene derecho a recibir un comprobante, o ticket, que le sirva para acreditar su compra, sobre todo, para ejercer la garantía. La ley establece un plazo de dos años de garantía para productos nuevos y, como mínimo, de uno si es un producto de segunda mano. Si en este tiempo el objeto adquirido no se ajusta a lo ofrecido o no cumple unas expectativas razonables, el comprador tiene derecho a su reparación gratuita o a su sustitución.

Cuando el consumidor comunica su disconformidad con el producto adquirido en los seis primeros meses desde la compra, le toca al vendedor probar que el defecto no es de origen. A partir de este plazo es tarea del comprador demostrar que los fallos del producto son de origen. Además, el productor o importador deben garantizar tanto un servicio técnico adecuado como el suministro de piezas durante cinco años.



Finalmente, los artículos a la venta pueden tener una garantía comercial, ofrecida adicionalmente por el fabricante o vendedor. Es independiente de la garantía legal y, si se ofrece, debe cumplirse. Sus condiciones deben constar por escrito al detalle.

Cuando las compras se pagan con tarjetas de crédito o débito deben conservarse los recibos para cotejar esos gastos con la información proporcionada por el banco. Si la tarjeta se pierde o es robada, debe notificarse esta situación cuanto antes a la entidad bancaria para su anulación y presentar la correspondiente denuncia ante la policía.

Para los pequeños de la casa

Los juguetes constituyen uno de los productos más vendidos durante los festejos navideños, sobre todo por el consumidor infantil. Precisamente por esta razón, hay que prestar toda la atención posible a la seguridad que ofrecen estos objetos lúdicos. Es obligatorio que en todos los juguetes aparezca el sello CE, para dejar patente que cumplen con los requisitos esenciales de seguridad. Igualmente, es de obligado cumplimiento que el etiquetado esté, al menos, en castellano.

La etiqueta debe contener datos como la edad mínima a partir de la cual se puede jugar con ese producto y, especialmente, las indicaciones de seguridad. En el caso de los videojuegos es obligatorio que, en sus carátulas, estén visibles los logotipos que indican el contenido del juego y la edad del público al que está dirigido.

Para mayor seguridad, el consumidor puede consultar la web www.madrid.org en la que se publica el listado de los juguetes retirados del mercado, junto con su fotografía y los potenciales daños que origina.

Con las mascotas no se juega

A la hora de plantearse la compra o adopción de una mascota el consumidor debe tener en cuenta las disposiciones legales que, en



concreto, la Ley 1/90 de Protección de los Animales Domésticos de la Comunidad de Madrid, obligan a los dueños a mantenerlos en buenas condiciones sanitarias. Se prohíbe expresamente su maltrato y se establece el deber ineludible de identificar cada animal, censarlo y contratar un seguro de responsabilidad civil.

Si se decide la adopción de un animal doméstico, éste debe ser entregado en perfectas condiciones sanitarias, vacunado y desparasitado y con la debida información sobre el carácter del animal. Queda para el adoptante la obligación de abonar los gastos de identificación y vacunación.

Cuando se trata de animales comprados, deben tener un certificado veterinario que acredite su desparasitación y ausencia de enfermedades y, además, una garantía de ocho días, para prevenir lesiones ocultas o enfer-



medades incubadas. Si el animal tuviera pedigrí, esta condición debe acreditarse en una certificación en el que figuren los datos del ejemplar y sus antepasados.

A la última moda

La ropa es otra de las opciones más reclamadas durante la campaña navideña. Debe estar correctamente etiquetada, con caracteres visibles y perfectamente legibles. Estos etiquetados deben estar hechos de un material resistente y quedar fijados de manera permanente a las prendas, constando en ellas la composición del producto. También es obligatorio que figure si las prendas fueron manufacturadas en España, así como la denominación del fabricante, comerciante o importador y su domicilio, el número de identificación fiscal y del importador en su caso. No es obligatorio, aunque sí conveniente, la información sobre la conservación.

En el caso del calzado, la etiqueta debe informar sobre los materiales usados en las partes básicas del zapato: suela, empeine, forro y plantilla. Esta información puede comunicarse mediante palabras o pictogramas, cuyo significado debe estar presente en carteles expuestos de manera visible en los establecimientos.

Adornos navideños

El arraigo de la tradición popular española hace que sea frecuente encontrar, tanto en hogares como empresas y centros o establecimientos comerciales, todo tipo de adornos: árboles, guirnaldas, belenes... Estos objetos deben cumplir también todos los requisitos exigibles de seguridad. Sobre



todo, es el caso de las guirnaldas compuestas de pequeñas lámparas eléctricas interconectadas.

Es obligatorio que estos adornos tengan el sello CE y que se cumplan ciertas precauciones básicas de seguridad, como revisar que sus cables no están deshilachados, no usarlos en árboles metálicos y no fijarlos con grapas o chinchetas.

Materiales pirotécnicos

Durante los últimos años ha proliferado el uso de material pirotécnico para celebrar las fechas claves de la Navidad. Resulta indispensable que los artículos de este tipo estén correctamente etiquetados, ya que su fabricante o importador ha de estar identificado. Son elementos potencialmente peligrosos, sobre todo para la población infantil, en ocasiones, inconsciente de los riesgos aparejados a su uso.

Es importante tener en cuenta la edad del usuario al que va dirigido. Los mayores de 14 años podrán adquirir productos tipo a los denominados “bengalas con palillos” o las “bombitas japonesas”. Se necesita la mayoría de edad para adquirir “cohetes voladores”, “ruedas” o similares. Otros elementos más peligrosos, llamados de “Clase III”, sólo pueden ser comprados por profesionales.

Lotería de Navidad

Sin duda, la lotería adquiere en estas fechas un protagonismo especial. Las cifras y la atención mediática que suscita así lo atestiguan. El Sorteo de Navidad y el Sorteo del Niño son even-





tos muy populares, auténticas citas ineludibles del calendario navideño. Es habitual que numerosas agrupaciones cuenten con lotería propia, utilizando un recargo que sirve como medio de financiación o donativo para actividades sociales. En estos casos, debe estar claramente diferenciada la cantidad jugada y el recargo, para eliminar confusiones.

Se recomienda, en el caso de compartir décimos, disponer de algún documento que acredite la participación. El único facultado para cobrar el premio, en caso de ganarlo, es el portador del décimo. Cuando se envía la lotería por correo, se recomienda hacerlo por correo certificado asegurado para prevenir extravíos.

Si el comprador resulta agraciado, podrá canjear el premio en cualquier administración de lotería o en una oficina bancaria, si se superan los tres mil euros. El ganador cuenta con tres meses para solicitar su premio, que está libre de impuestos. Eso sí, los rendimientos de estas ganancias tributan al 15% a partir del segundo año.

Buen viaje

Cuando se decide usar el automóvil para desplazarse en Navidad, es recomendable realizar la revisión del coche propio. Si se decide por el alquiler,

en su contrato deben figurar los datos de los contratantes, periodo de alquiler, matrícula del vehículo, precio y datos referentes al seguro.

Si se sufre un desafortunado accidente o se produce una avería que requiera la presencia de una grúa, el consumidor tiene derecho a un presupuesto previo desglosado en el que se describa el servicio. Al llegar el prestador del servicio debe entregar una hoja informativa con los datos relativos a su identificación, precios y recargos, impuestos, modo de pago y hoja de reclamaciones.

Es necesario confirmar que existe un concierto con la empresa prestataria del servicio, si este servicio lo abona una compañía aseguradora. Además, también tiene derecho el consumidor a que se lleve a cabo una descripción del estado en el que se encuentra el vehículo.

Cuando el viaje se realiza en avión, si el vuelo sufre retrasos, cancelaciones u *overbooking* (denegación de embarque), la compañía aérea tiene la obligación de facilitar al consumidor un impreso en el que se informa de los derechos y normas sobre las compensaciones y la asistencia que voluntariamente puede reclamar.

En caso de pérdida o deterioro de equipaje, se debe acudir inmediatamente al mostrador de la compañía aérea para presentar una reclamación que solucione el problema o indemnice el daño sufrido.

Las agencias de viajes, si el consumidor prefiere esta modalidad para planificar su viaje, tienen que contar con una licencia concedida por la Comunidad de Madrid. Esta información figura preceptivamente en la propaganda de estas empresas. Las agencias deben ofrecer datos precisos sobre pasaportes, visados, exigencias sanitarias y formalidades necesarias para la realización de cada viaje.

El precio convenido con las agencias no puede ser alterado en los viajes combinados, salvo si se prevé explícitamente en el contrato. Este cambio sólo puede ser efectuado por razones expresas, como la alteración del precio de los transportes o que se produzca un alza del coste de los combustibles.

Se devuelven las cantidades abonadas en caso de anulación, aunque las agencias tienen derecho a cobrar gastos de gestión y anulación justificados y notificados previamente.

De fiesta con seguridad

Resulta muy frecuente la celebración de eventos y collages para festejar, sobre todo, Nochevieja y Reyes. También en este apartado los consumidores deben tener claros sus derechos frente a los problemas que, en ocasiones, se originan para hacer frente a estas situaciones.

Las entradas de espectáculos o eventos festivos deben venderse en estable-





cimientos autorizados, nunca en la calle o en la reventa callejera. Una vez llegados al lugar que acoge la celebración, éste debe tener una licencia municipal del Ayuntamiento, que acredite sus óptimas condiciones y debe ser visible desde el exterior. Las normas sobre el derecho de admisión también habrán de estar a la vista. En ningún caso, estas normas deben ser usadas de forma discriminatoria y arbitraria. No hay que olvidar que las fiestas deben desarrollarse según las condiciones anunciadas y publicitadas claramente

en carteles y programas publicitarios. En caso contrario, se puede solicitar la hoja de reclamaciones, que debe estar a disposición del público. La entrada se convierte, en este caso, en una prueba para la reclamación posterior.

En caso de reclamar

Si el consumidor tiene que resolver algún problema derivado de sus compras, es necesario que solicite la hoja de reclamaciones. El establecimiento debe tener este documento para facilitarlo gratuitamente. Una vez rellenado según las instrucciones indicadas, se presentará ante la Administración.

Cuando no es posible obtener la hoja de reclamaciones, el consumidor tiene derecho a presentar su queja en la OMIC de su ayuntamiento o en la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid.

El escrito de reclamación debe incluir la identificación de la empresa o persona contra la que se presenta, así como un relato conciso y claro de los motivos que hacen necesaria esta acción. La reclamación debe contener toda la documentación que pruebe los hechos denunciados tales como facturas, tickets, contratos y publicidad.

Una vía, que se ha mostrado como extremadamente útil, es el arbitraje. En la Comunidad de Madrid hay, nada menos, que 15.000 empresas adheridas a este sistema que funciona como un procedimiento extrajudicial gratuito. Este proceso termina con un laudo de obligado cumplimiento por las partes.

OMIC COSLADA

La mejor defensa posible

Desde el año 1985, el Servicio de Consumo de Coslada informa y asesora a los consumidores sobre el ejercicio de sus derechos y obligaciones, tramita reclamaciones y denuncias o las remite al organismo competente, inspecciona bienes y servicios a través de la Inspección de Consumo, relacionadas con las reclamaciones y denuncias, fomenta el arbitraje de consumo, lleva a cabo actos de mediación para solventar las reclamaciones presentadas. Desarrolla, también, labores de información a través de los medios de comunicación y formación de consumidores. Son destacables, como formación, las charlas sobre suministros, servicios bancarios y nuevas tecnologías. Por otra parte, a través de la Mancomunidad de Consumo Henares-Jarama se

pone a disposición de la ciudadanía una Junta Arbitral de Consumo para solucionar las reclamaciones. La OMIC tramita a la Junta Arbitral las solicitudes de arbitraje presentadas.

Los sectores más reclamados (se reciben unas 1.200 reclamaciones anualmente) son los servicios de telefonía, suministros energéticos, talleres de automóviles y servicios bancarios. Los motivos de las reclamaciones suelen ser la facturación incorrecta, el incumplimiento de ofertas, altas y bajas de servicios e incumplimiento de contratos y cláusulas abusivas.

Esta oficina se ubica en la C/ Virgen del Mar 2. También se puede contactar a través del teléfono 91 627 82 58 y el correo electrónico salud@ayto-coslada.es



OMIC LAS ROZAS

Haciendo la vida más fácil a los consumidores

Entre las funciones de la OMIC de Las Rozas pueden enumerarse la atención de consultas sobre cualquier asunto referente al consumo de productos y la utilización de servicios, la información al consumidor sobre temas de consumo relevantes por

su actualidad y la información a comerciantes sobre la legislación aplicable a su actividad profesional. Otro punto destacado es el de las reclamaciones efectuadas por los consumidores, a los que se asesora sobre las vías de defensa de

sus derechos. En este servicio de consumo se recogen las denuncias y reclamaciones por varios canales diferentes y, posteriormente, se gestionan; Además se suministran hojas de reclamaciones para empresarios y representantes. Este año se han gestionado 1.300 reclamaciones de diversos sectores.

Desde la OMIC de Las Rozas también se llevan a cabo campañas de inspección, comprobación de denuncias y detección de productos de Red de Alerta.

Conscientes de la importancia de que los consumidores dispongan de una buena información, se organizan actividades dirigidas a distintos colectivos locales, centros escolares, asociaciones, hogares de jubilados y consumidores en general. Se realizan Talleres de Consumo en Centros Escolares (en 2010 se están realizando un total de 230 talleres en 18 centros escolares públicos y privados). Además se organiza alguna otra actividad de formación para colectivos como empresarios, comerciantes, Policía Local...

OMIC Las Rozas se encuentra en la C/ Rosa Chacel 1. También se puede contactar mediante email a consumo@lasrozas.es



OMIC MÓSTOLES

Más de 2.000 reclamaciones tramitadas al año

En 1984 abrió su puerta la OMIC situada en esta localidad del sur de Madrid. Los ciudadanos pueden encontrar sus instalaciones en el Área de Consumo del Ayuntamiento de Móstoles, situada en la Calle Huesca, 15 o, bien, pueden llamar al teléfono 91 664 76 42.

En estas instalaciones se llevan a cabo funciones de información, tramitación de reclamaciones, asesoría jurídica, inspección, procedimiento sancionador, arbitraje y formación.

Cabe resaltar un dato: en la OMIC de Móstoles se tramitan anualmente entre 2.000 y 2.300 reclamaciones relacionadas, sobre todo, con telecomunicacio-



nes, vivienda e hipotecas. Según afirman, los consumidores mostoleños son conscientes de sus derechos pero, en ocasiones, desconocen sus responsabilidades.

Como actividad de formación para concienciar a los ciudadanos de sus derechos, actualmente, se participa en la formación de emprendedores con un Módulo de Consumo y se realizan, además, actividades dirigidas a la población general y a determinados colectivos.

Las instalaciones de la OMIC de Móstoles están en la C/ Huesca, 15 y su teléfono es el 91 664 76 42

OMIC VILLANUEVA DEL PARDILLO

Nuevas dependencias de Consumo en Villanueva del Pardillo



La localidad madrileña de Villanueva del Pardillo celebró el pasado el 28 de octubre la cesión de locales municipales cuyo principal destino, a partir de ahora, será el de albergar las oficinas de consumo. El alcalde, Juan González Miramón, agradeció la estrecha colaboración que la Dirección General de Consumo ha mantenido con la villa y, de forma especial, el apoyo que su directora ha prestado a las iniciativas que desde el consistorio se han puesto en mar-

cha. Durante el acto, en el que se reconoció la labor de los profesionales locales que trabajan para difundir y fomentar el uso de los mecanismos que las oficinas de información al consumidor ofrecen a los ciudadanos. La directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, hizo entrega de los premios del concurso de pinchos celebrado durante las últimas fiestas patronales y animó a todo el personal a seguir trabajando en la misma dirección.

OFICINAS DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR EN LA COMUNIDAD DE MADRID

- Ajalvir 91 8844047
- Álamo, El 91 8120550 y 91 7130770
- Alcalá de Henares 91 8771730
- Alcobendas 91 6637001
- Alcorcón 91 6648269
- Algete 91 6280871
- Alpedrete 91 8572190 y 91 5429912
- Anchuelo 91 8840076 y 91 5646560
- Aranjuez 91 8922442
- Arganda del Rey 91 8711344
- Becerril de la Sierra 91 8538720 y 91 5310146
- Boadilla del Monte 91 6024200 y 91 6324668
- Boalo, El 91 8559025 y 91 5310146
- Brunete 91 8159066
- Buitrago del Lozoya 91 8680056/04
- Bustarviejo 91 8482004 y 91 5429912
- Campo Real 91 8733230 y 91 5646560
- Casarrubuelos 91 8167100 y 91 7130770
- Cercedilla 91 852 57 40 y 91 5310146
- Chinchón 91 8940084/04 y 91 7130770
- Ciempozuelos 91 8930004
- Collado Mediano 91 8598105 y 91 5429912
- Collado Villalba 91 8499800
- Colmenar Viejo 91 8459919 / 91 8450053
- Colmenar de Oreja 91 8943030 y 91 7130770
- Coslada 91 6278258
- Daganzo de Arriba 91 8875906
- Escorial, El 91 8901080
- Fresnedillas de la Oliva 91 8989009 y 91 3640276
- Fresno de Torote 91 8791296 y 91 5646560
- Fuenlabrada 91 6497023
- Fuente el Saz de Jarama 91 6200003/1581
- Galapagar Plaza de la Constitución, 1 91 8582298
- Getafe 91 2027963
- Guadalupe de la Sierra 91 8470006 y 91 5310146
- Madrid 91 5888358
- Majadahonda 91 6349107
- Mancomunidad del Suroeste de Madrid Griñón 91 8141621
- Mancomunidad Henares-Jarama Coslada 91 6278258
- Mancomunidad 'Los Pinares' San Martín de Valdeiglesias 91 8611522
- Manzanares el Real 91 8530009/30 y 91 5429912
- Meco 91 8860003
- Mejorada del Campo 91 6791338
- Miraflores de la Sierra 91 8443017 y 91 5310146
- Molar, El 91 8410009 y 91 4673188
- Moralzarzal 91 8427910
- Morata de Tajuña 91 8730380 y 91 7130770
- Móstoles 91 6647642
- Navalcarra 91 8560308
- Navalagamella 91 8988008
- Navalcarnero 91 8101391/1460
- Nuevo Baztán 91 8735011/61
- Paracuellos de Jarama 91 6584875
- Parla 91 2024745
- Pedrezuela 91 8433053 y 91 5310146
- Pezuela de las Torres 91 8869080
- Pinto 91 2483800
- Pozuelo de Alarcón 91 4522726
- Quijorna 91 8168108/8849 y 91 3640276
- Rascafría 91 8691450 y 91 5429912
- Rivas-Vaciamadrid 91 6602717
- Robledo de Chavela 91 8995961
- Rozas de Madrid, Las 91 6403411
- San Agustín del Guadalix 91 8419892
- San Fernando de Henares 91 6737462
- San Lorenzo de El Escorial 91 8903644
- San Martín de la Vega 91 8946111
- San Sebastián de los Reyes 91 6597100
- Santorcaz 91 8840001 y 91 4673188
- Santos de la Humosa, Los 91 8848001/8295
- Sevilla la Nueva 91 8130001
- Soto del Real 91 8476004
- Santa María de la Alameda 91 8999012
- Talamanca de Jarama 91 8417007
- Torres de la Alameda 91 8868250
- Tres Cantos 91 2938057
- Valdemaqueada 91 8984729/30
- Valdemorillo 91 8977313
- Valdemoro 91 8099678
- Valdeolmos-Alalparto 630746888
- Valverde de Alcalá 91 8859351
- Venturada 91 8439212 y 91 4673188
- Villacañeros 91 8938214 y 91 7130770
- Villamanta 91 8136001 y 91 5429912
- Villanueva del Pardillo 91 8100929
- Villanueva de la Cañada 91 8117315
- Villar del Olmo 91 8732161
- Villaviciosa de Odón 91 6219163/5
- Zarzalejo 91 8992287 y 91 3640276

PUEDEN ENCONTRAR LAS DIRECCIONES DE TODAS ESTAS OFICINAS, SUS TELÉFONOS Y NÚMEROS DE FAX PERMANENTEMENTE ACTUALIZADOS EN EL PORTAL DEL CONSUMIDOR DE WWW.MADRID.ORG

Ascensión Cerezo Gallegos

Presidenta de la Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Madrid

Asociación veterana de Madrid, desde que dio sus primeros pasos en 1963 se ha convertido en todo un referente de estas entidades



“Uno de los instrumentos más eficaces para resolver conflictos de consumo es el arbitraje, un procedimiento extrajudicial rápido, eficaz y gratuito, tanto para los consumidores como para los empresarios o profesionales.”

¿Cuántas personas están integradas en AACCU actualmente? ¿Hay margen de crecimiento en el número de asociados?

AACCU tiene en la actualidad cuatro mil trescientos diez, tanto en Madrid como en las delegaciones. La permanencia es larga, por tanto hay una continua renovación.

¿Cuáles son los problemas y reclamaciones que más interesan a los asociados en AACCU?

Las compañías de telefonía móvil, junto con los recibos de consumos de las eléctricas, los servicios de asistencia técnica, viajes, etc..

¿Están bien defendidos los consumidores de Madrid?

Los consumidores en Madrid tienen una buena cobertura para ejercer sus derechos y ser defendidos, Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC), Oficinas Regionales, Asociaciones de Consumidores y la propia Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, con atención personalizada y gratuita. Bien, parece que uno de los instrumentos más eficaces para resolver conflictos



de consumo es el arbitraje. El arbitraje es el procedimiento extrajudicial rápido, eficaz y gratuito, tanto para los consumidores como para los empresarios o profesionales.

¿La presencia de los representantes de los consumidores en este tribunal es uno de los elementos que garantiza su solvencia?

Los consumidores tienen la oportunidad de participar en esta forma de resolución de conflictos con el resultado de un laudo de obligado cumplimiento.

AACCU también está presente en foros como el Consejo de Consumo y el Consejo de Seguridad e Higiene Alimentaria de la Comunidad de Madrid. ¿Cómo valora la cooperación con administraciones públicas como la Dirección General de Consumo?

También tiene representación en los Consejos Reguladores: Vinos de Madrid D. O. y Carne de la Sierra de Guadarrama I.G.P., Etiqueta Ecológica Europea, Foro Agrario y colaboraciones con la Fundación Española del Corazón y en el Consejo Asesor de Estudios del Huevo.

AACCU además edita su boletín trimestral, TROCHA, con una tirada de tres mil ejemplares. La valoración de la participación es muy positiva, los Convenios de colaboración permiten llegar con atención al consumidor a nuestros técnicos especializados en consumo en municipios necesitados de este importante servicio. El trabajo coordinado con la Dirección General de Consumo a través de comisiones y reuniones, es la línea más avanzada para continuar en Consumo.

Desde la Dirección General de Consumo se llevan a cabo iniciativas como la Semana del Consumidor o las Jornadas Informativas sobre Consumo y Servicios, entre otras, ¿Los consumidores madrileños son conscientes de sus derechos?

En los últimos años el avance de información para los consumidores ha sido muy relevante. La Semana del Consumidor, las publicaciones, el Portal del Consumidor y Jornadas son acciones directas que llegan a los ciudadanos. Es necesario continuar por esta línea de trabajo para seguir llegando a colectivos de consumidores y formar a los

adolescentes como nuevos consumidores, para que sean conscientes de la importancia del consumo responsable y sostenible y sean conocedores de sus derechos. Por otra parte los servicios y empresas van mejorando errores y superando la calidad.

¿Qué retos hay pendientes en la defensa de los intereses de los consumidores?

Los retos son muchos, creo que la adhesión al sistema arbitral debería ser total por parte de las empresas, compañías y comerciantes en general. Pero hay más: ampliación de las Oficinas Regionales de Información al Consumidor; adaptación y mejora con incorporación de nuevas tecnologías a los Colegios y Juntas Arbitrales; continuar con las ayudas económicas para la formación y mantenimiento de técnicos y árbitros especializados, etc. Las asociaciones necesitan subvenciones adecuadas para prestar los servicios y mantener los equipos telemáticos para seguir trabajando en el amplio campo del consumo y seguir informando, pues la información es la mejor defensa que pueden tener los consumidores.

Arturo Fernández

Presidente de CEIM y de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid



Los empresarios madrileños consideramos la adhesión al arbitraje de consumo como un plus de calidad y garantía contribuyendo así a la mejora de la imagen de las empresas generando, en consecuencia, un aumento en la confianza de los clientes.

Como Presidente de la Cámara y de CEIM, ¿cuál es su valoración sobre las políticas de consumo de la Comunidad de Madrid y qué aspectos considera necesario modificar o adaptar?

Mi valoración es muy positiva. Depende de una Dirección General muy activa, que trabaja de forma eficaz para mejorar y cumplir las relaciones entre consumidores y empresarios.

Con un sistema de información ágil, y muy pendiente de cualquier tipo de incidencia que pueda surgir. Tanto desde CEIM, como desde la Cá-

mara, nuestro apoyo y colaboración es constante y continuo.

Los convenios firmados entre las instituciones que preside y la Consejería competente en materia de consumo han hecho posible, entre otras cosas, que los comerciantes y empresarios tengan acceso, de manera ágil, a la información sobre la normativa de protección a los consumidores. ¿Cómo ve esta colaboración en el futuro próximo?

Nuestra intención es mantener la línea de colaboración que hasta ahora hemos mantenido con la Comunidad de Madrid

en esta materia. Pertenecemos al Consejo de Consumo, órgano asesor de la Comunidad de Madrid en esta materia, que está constituido por miembros de CEIM, sindicatos, organizaciones de consumidores y expertos de reconocido prestigio en el tema.

También formamos parte del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo que gestiona el arbitraje de consumo, que sirve para resolver conflictos entre empresarios y consumidores, sin necesidad de recurrir a la vía judicial.

¿Valora el arbitraje de consumo como una herramienta útil que ayuda a mejorar la imagen empresarial?

Sin ninguna duda. Los empresarios madrileños consideramos la adhesión al arbitraje de consumo como un plus de calidad y garantía contribuyendo así a la mejora de la imagen de las empresas generando, en consecuencia, un aumento en la confianza de los clientes. Esta adhesión presenta una serie de ventajas tanto a empresarios como a consumidores. Evidentemente, es un distintivo de calidad empresarial.

¿La presencia de los representantes de los empresarios en el tribunal arbitral contribuye a garantizar a los empresarios la ecuanimidad de sus veredictos en las reclamaciones?

Así lo entendemos nosotros. En la junta arbitral están presentes tres árbitros, uno

de ellos es designado por las organizaciones empresariales por lo que la ecuanimidad y objetividad están garantizadas.

¿Le parece un objetivo a cuatro años doblar el número de las empresas madrileñas adheridas al arbitraje, que ya son 13.000?

Me parece un objetivo razonable. Aunque hay que tener en cuenta que esta adhesión es voluntaria, las empresas son las que deciden pertenecer o no. Desde CEIM tenemos el compromiso de colaborar en la difusión e información de este sistema de arbitraje, estableciendo un cauce permanente de relación e intercambio de información.

Usted ha asumido la presidencia de la Cámara, ya lo es de CEIM, en una época de una severa crisis económica. ¿Es constatable el esfuerzo de numerosos empresarios para ofrecer mejores servicios que atraigan a los consumidores?

El compromiso de los empresarios madrileños es defender y promover su capacidad para crear bienestar para todos. Estamos continuamente sometidos al cambio, y por ello, vamos a seguir haciendo tantas propuestas y demandas como sean necesarias para que se creen las condiciones para que miles de empresarios y de empresas se desarrollen en un marco que las permita adaptarse y prosperar. Esta es la base para que las empresas ofrezcan su mejor servicio a la sociedad en general.

Su empresa trata diariamente a miles de personas. ¿Cómo es el consumidor madrileño? ¿Es más exigente que el de otras comunidades?

No sé si más exigente. Lo que sí está es más informado, y es consciente de sus derechos. Exigen calidad, por eso los empresarios de Madrid estamos muy pendientes y preocupados por la implantación y la gestión de los sistemas de calidad.

Desde Consumo estamos intentando que los productos y bienes en el mercado cumplan todos con la norma europea, con independencia del lugar de procedencia. ¿Podríamos colaborar aún más en esta tarea? ¿Cuáles serían las actuaciones que, en su opinión, se deberían acometer prioritariamente?

Desde CEIM y la Cámara de Comercio difundimos todas las novedades que sobre materia de consumo está adoptando la Comunidad de Madrid. Recientemente hemos celebrado, ambas instituciones, una jornada sobre la implantación de la marca CE.

Y por último, ¿podría formular un deseo para el año que ahora comienza?

Creo que el deseo es el que todos pensamos es que finalice la crisis económica, que ha obligado a tantos empresarios a cerrar sus negocios y a muchos trabajadores a perder sus puestos de trabajo. Y que los empresarios podamos seguir haciendo lo que mejor sabemos, que es generar empleo y riqueza.



Campañas de Inspección 2010

La Dirección General de Consumo ha programado durante 2010 campañas de inspección con los ayuntamientos en el marco de la política regional seguida por la Comisión Regional de Política de Consumo (CRPC), órgano encargado de coordinar las actuaciones de las entidades locales y asesorar a la Administración Autónoma de Consumo. A lo largo de este año se han programado campañas regionales en los sectores de autoescuelas, empresas de mudanzas, insecticidas y ambientadores, juguetes magnéticos y empresas de servicios a domicilio.

La programación de estas campañas tiene en cuenta las propuestas del Instituto Nacional de Consumo, así como las iniciativas y propuestas de la propia Comunidad de Madrid, coordinadas con los Ayuntamientos en el seno del grupo de trabajo de inspección y control de mercado. Pese a que los resultados disponibles actualmente son provisionales, pues los resultados definitivos se elaboran a finales de 2010, pueden adelantarse algunas conclusiones.

Autoescuelas

En las inspecciones realizadas a autoescuelas se ha comprobado la necesidad de que algunos establecimientos revisen el clausulado general de los contratos que firman con los alumnos, pues podrían ser susceptibles de considerarse como "cláusulas abusivas", por falta de reciprocidad en el contrato o porque la autoescuela se reserva la interpretación unilateral del mismo, entre otras. Por lo demás, el sector de autoescuelas presenta un alto grado de cumplimiento de las normas que aprueba y verifica regularmente la Dirección General de Tráfico.

Insecticidas y ambientadores de uso doméstico

Por su parte, la campaña de insecticidas y ambientadores de uso doméstico se ha enfocado a los productos comercializados en forma de aerosol o mediante difusor eléctrico. El nivel de irregularidades ha sido muy moderado, concentrándose en los productos que no se presentan en forma de aerosol o difusor eléctrico, es decir, insecticidas en polvo y, fundamentalmente, ambientadores en forma de vela, pastillas, etc. Aquí se pueden encontrar formas o colores atractivos para los niños o con posibilidades de ser confundidos con alimentos, lo que refleja un menor cumplimiento de las

instrucciones y advertencias de seguridad, así como de la correcta identificación del responsable del producto. No obstante, se trata de un mercado dominado por la presencia de grandes marcas, muy asentadas y generalmente cumplidoras de la normativa que les es exigible.

Seguridad de los juguetes magnéticos

Con respecto a la seguridad de los juguetes magnéticos, la campaña se ha centrado en la revisión del etiquetado y las advertencias de seguridad. Este apartado se ha visto afectado por recientes cambios de normas estatales sobre el flujo magnético máximo permitido por las norma europea EN-71.1. Se ha comprobado que casi tres cuartas partes de los juguetes ostentan una advertencia que, aún no siendo obligatoria, puede reducir los riesgos reales para los consumidores.

Empresas de servicios a domicilio

En la campaña de inspección a empresas de servicios a domicilio, las irregularidades detectadas han sido mayores. En este sentido, la Dirección General de Consumo colabora con dos asociaciones profesionales, ASEFOSAM y APIEM, que disponen de páginas web que informan a los consumidores madrileños de la lista de empresas autorizadas por la Comunidad de Madrid.

Otras campañas

Además de las organizadas con los Ayuntamientos, la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid lleva a cabo otras campañas y controles de inspección. Respecto a calidad y seguridad, la DGC realiza campañas periódicas en control de juguetes y artículos de puericultura, en metales preciosos y bisutería, en estaciones de servicios y, finalmente, en cascos de protección.



I Encuentro Europeo para la Protección de los Consumidores

Hacia una mayor cooperación transfronteriza en materia de seguridad

Responsables de Consumo de Estados Unidos, Canadá, Portugal, Francia y la Comisión Europea se dieron cita en Madrid el pasado 1 de marzo para intercambiar información sobre política de Consumo y protección de los consumidores con el fin de diseñar futuras acciones comunes.

La Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid con la colaboración de la Cámara de Comercio, CEIM y la Universidad Europea, celebró el pasado 1 de marzo el "I Encuentro Europeo para la Protección de los Consumidores, hacia una mayor cooperación transfronteriza en materia de seguridad", al que acudieron responsables de Consumo de Estados Unidos, Canadá, Portugal, Francia y la Comisión Europea, así como representantes de asociaciones de empresarios, comerciantes, asociaciones de consumidores y expertos universitarios. Durante esta jornada se analizaron las acciones realizadas en política de consumo y protección de consumidores, especialmente en materia de seguridad de productos, con el objetivo de diseñar futuras líneas de acción.

Entre las conclusiones más destacadas de este encuentro se halla la reclamación de la Administración regional madrileña al Gobierno central para que incremente la seguridad de los consumidores. En este sentido, la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, solicitó al Instituto Nacional de Consumo (INC), órgano competente en esta materia, que coordine la labor que ejercen las distintas comunidades autónomas y unifique criterios. Para ello, invitó al INC a "retomar la convocatoria de las reuniones mensuales de los grupos de trabajo de control de mercado y seguridad de los productos, que reúnen a todas las comunidades, para favorecer el intercambio fluido de información y la toma de decisiones, en un mercado como el español, que debería ser único para las administraciones, al igual que lo es para muchas empresas e infinidad de consumidores".

Clarificación del concepto "riesgo grave"

Por otra parte, la Comunidad de Madrid pidió en el encuentro a las autoridades europeas y nacionales una definición clara de "riesgo grave". La calificación del riesgo como grave es el punto clave de todo el sistema por el impacto, económico y de imagen, que supone a la empresa productora o importadora, y por el impacto en el consumidor, generando alarmas en ocasiones innecesarias.

Por ello, el gobierno regional propuso al INC la puesta en marcha de un sistema estatal de comunicación de accidentes, con

el fin de utilizar los criterios de siniestralidad y reincidencia en la categorización de las alertas. Así, Martínez de Sola recordó que "la seguridad es objeto de preocupación, no sólo de las autoridades de Consumo, sino también de empresarios y consumidores, porque la red de alerta puede causar muchos problemas de inseguridad jurídica".

La Dirección General de Consumo reclamó además un mayor control de la información de la red de alerta. Hay que evitar que cuestiones técnicas produzcan una confusión entre el producto alertado y la marca, impidiendo que la alarma se extienda a todas las marcas de un tipo de producto. Por eso, para la Comunidad de Madrid, es una cuestión de primera magnitud la responsabilidad de todos los agentes que tienen acceso a la información del Rapex, la Red de Alertas Europea, en la custodia de los datos que contiene. Asimismo, Martínez de Sola remarcó la necesidad de que el Gobierno de la Nación refuerce el control de las fronteras para evitar la entrada de productos peligrosos y aumentar así la protección al consumidor.

El consejero de Economía y Hacienda, Antonio Beteta, que participó también en el acto, subrayó los esfuerzos que, en materia de Consumo, realiza la Comunidad de Madrid para mejorar el bienestar de todos los ciudadanos. En este sentido, Beteta añadió que iniciativas como ésta contribuyen a avanzar en este objetivo, al divulgar los derechos y obligaciones de cada parte en las transacciones comerciales.



III Encuentro sobre Arbitraje de Consumo de la Comunidad de Madrid



El Auditorio Promomadrid acogió el pasado lunes cuatro de octubre el encuentro anual entre los árbitros de la Junta Arbitral Regional de Consumo de la Comunidad de Madrid, que en su tercera edición fue presentado por Carmen Martínez de Sola y Coello de Portugal, directora general de Consumo y Gerente del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo de la Comunidad de Madrid.

La primera parte del acto lo ocupó la ponencia de Luis Abellán Tolosa, presidente de la Junta Arbitral de Consumo de la Generalitat Valenciana, quien elogió el sistema madrileño como modelo exportable a otras comunidades. En este sentido, centró su ponencia en la experiencia de

la Junta Arbitral de la Generalitat Valenciana, en relación a las particularidades de la normativa vigente (R.D. 231/2008), haciendo especial hincapié en el valor añadido que reporta a las empresas su adhesión al sistema de arbitraje.

Después de una pausa, Carmen Martín Villa, presidenta de la Junta Arbitral Regional de Consumo, dio comienzo en calidad de moderadora a la mesa redonda que a congregó a una presidenta de Junta Arbitral y dos árbitros en representación de consumidores y empresarios, quienes pusieron sobre la mesa los problemas reales en el funcionamiento de las Juntas de Arbitraje y atendieron las consultas de los asistentes.



Casos Ar

REGALOS QUE NO LO FUERON

LA RECLAMANTE efectuó la compra de unos libros a una empresa de venta telefónica y se siente engañada porque, en la hoja de pedido, constan además unos regalos que al final le cobran, entre los que se hallan dos relojes, un sillón, un robot de cocina y unos DVD. Ha llamado en diversas ocasiones para explicar lo sucedido y decir que no quería el pedido, pero no la atienden. Desea que recojan la totalidad del pedido y que se anule cualquier cantidad que le quieran cobrar. Examinada la documentación, el Colegio Arbitral acordó estimar la pretensión de la solicitante, debiendo declararse resuelto el contrato suscrito por las partes. Dentro de un plazo de cumplimiento otorgado, treinta días, la empresa retirará del domicilio de la solicitante sin coste adicional.



ACCIDENTADO VIAJE EN FERRY

EL RECLAMANTE adquirió un billete para viajar en ferry, servicio que fue suspendido por la empresa prestataria. Como quiera que el reclamante tuvo que viajar con otra compañía, solicita el abono de la diferencia de precio con el nuevo billete y, además, el gasto del transporte de su coche, es decir, un total de 300 €. La empresa reclamada sólo ofrecía el abono del billete de ferry adquirido, no el posterior ni los gastos de transporte del automóvil. Una vez examinada la documentación aportada, el Colegio Arbitral decidió otorgar la razón al reclamante por la que la compañía naviera tuvo que abonar los 300€ euros reclamados.



Arbitrales

OFERTA INCUMPLIDA

LA RECLAMANTE se acogió a una oferta de una compañía de telefonía móvil por la cual, si desistía de una portabilidad a otra compañía, recibiría un teléfono y un descuento del 50% en su factura de consumo durante los doce meses posteriores. De esta manera solicita que se aplique dicha rebaja ofertada y no sólo en el consumo o la anulación del contrato por incumplimiento.

Por su parte, la empresa reclamada manifestó que se ofreció a la reclamante una oferta por cancelación de portabilidad consistente en la entrega de un terminal nuevo y la aplicación de un descuento del 50% durante doce meses sobre el consumo del mismo, y que verificado ello, confirma la entrega del terminal y el descuento mencionado aplicado en la facturación emitida sobre el consumo realizado desde su línea del 2/8/09 al 2/8/10.

Escuchadas las partes y examinada la documentación, el Órgano Arbitral estimó la pretensión de la reclamante por cuanto se concluye que el descuento se aplica sobre el importe total facturado antes de impuestos (consumo y cuotas), de modo que la empresa reclamada deberá reintegrar a la reclamante el importe del 50% sobre las cuotas facturadas hasta el día de la fecha y en las facturas que emita posteriormente hasta la finalización del período de doce meses ofertado, aplicar el 50% de descuento sobre el importe total que se facture antes de impuestos.



El arbitraje de consumo en el sector de las telecomunicaciones



En el instituto de la Ingeniería de España se celebró el pasado 28 de octubre el curso "El Arbitraje de Consumo", destinado a nuevos vocales de colegios arbitrales de la Junta Arbitral Regional, mayoritariamente ingenieros de telecomunicación, que fruto del convenio suscrito entre la Consejería de Economía y Hacienda y el Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación han sido propuestos para actuar como árbitros. El objetivo del curso consistía en dotar de conocimientos sobre el arbitraje de consumo a los árbitros de nueva o reciente incorporación a la Junta Arbitral Regional de Consumo y, especialmente, la formación de colegiados como vocales en los

colegios arbitrales de telecomunicaciones, sector que encabeza el ranking de reclamaciones y quejas emitidas.

El acto fue presentado por Carmen Martínez de Sola, directora general de Consumo de la Comunidad de Madrid, y contó con la participación de Carmen Martín Villa, presidenta de la Junta Arbitral de la Comunidad de Madrid; Javier Guillén Caramés, profesor de Derecho Público-Administrativo de la Universidad Rey Juan Carlos I, así como el secretario de la Junta Arbitral, Rodolfo N. Gómez, y Beatriz González, presidenta de la Junta Arbitral de Alcobendas y Soledad Ballesteros, presidenta del colegio arbitral de la Junta Arbitral Regional.



Talleres de consumo

La Dirección General de Consumo desarrolla anualmente el “Programa Regional de Educación al Consumidor en la Escuela” para centros, tanto privados como públicos o concertados de la Comunidad de Madrid, con la única excepción de los situados en municipios que realicen un programa propio de educación en consumo. Su finalidad prioritaria es promover entre los alumnos capacidades y hábitos críticos, en relación con las actitudes y conductas de consumo, así como contribuir a la formación del personal docente en esta materia. La acción formativa principal de este programa la constituyen los talleres de consumo, de al menos 60 minutos de duración o equivalente a una clase escolar. Los destinatarios son alumnos de los centros educativos de infantil (2º ciclo), primaria, secundaria, bachillerato y formación profesional. Los talleres escolares se complementan con jornadas para profesores en las que se presentan los docentes los materiales y contenidos correspondientes a los talleres que vayan a realizarse en el centro. El Programa Regional de Educación del Consumidor en la Escuela incluye un nuevo taller dedicado a los trastornos del comportamiento alimentario.

Jornada de Consumo para personas mayores

La Dirección General de Consumo organizó el pasado 6 de julio en el Salón de Actos del Canal de Isabel II, un año más, la Jornada de Consumo para personas mayores, destinada a informar a las personas de la tercera edad sobre los nuevos hábitos de consumo y los derechos que deben defender como consumidores, con ponencias ofrecidas por expertos sobre nuevas tecnologías, telefonía móvil y banca a distancia. Al final de la jornada, la directora general de Consumo,



mo, Carmen Martínez de Sola, entregó los premios a los tres ganadores del Concurso de Consumo “Nuestros mayores y la protección al consumidor”. Los concursantes realizaron trabajos escritos donde explican experiencias en las que han visto vulnerados sus derechos como consumidores. El primer premio fue para la obra “Mi tía y yo”, de Lorenzo Pérez Andrés, el segundo fue concedido al trabajo “A quien se lo contaría yo”, de José González Alonso y el tercer premiado fue Juan de la Fuente Muñoz, por “A ti, mayor...”.

Entrega de premios Consumópolis 5



Los grupos de escolares madrileños ganadores del concurso Consumópolis 5, organizado anualmente por la Dirección General de Consumo, recibieron sus galardones el pasado 12 de mayo en el Auditorio Municipal de Camarma de Esteruelas. Los primeros clasificados de cada categoría pasaron a la fase nacional, donde competirán con otras comunidades

autónomas. Los equipos vencedores en Madrid fueron: “Daness”, del colegio Federico García Lorca de Camarma de Esteruelas (tercer ciclo de Primaria); “Charly’s Angels”, del instituto Gran Capitán de Madrid (1º y 2º curso de Secundaria); y “Control Alt”, del mismo instituto (3º y 4º curso de Secundaria). Los segundos clasificados fueron, por categorías: “Panteras”,

Nueva Convocatoria Consumópolis 2010-2011

Las inscripciones para la nueva edición de Consumópolis comenzaron el pasado día 11 de octubre para finalizar el 29 de noviembre. Los estudiantes de tercer ciclo de Educación Primaria y de Secundaria de cualquier colegio de la Comunidad de Madrid que estén interesados, pueden apuntarse a través de www.consumopolis.es. Este certamen está organizado por la Dirección General de Consumo, en colaboración con el Instituto Nacional de Consumo.

del colegio Severo Ochoa de Torrejón de Ardoz; “Grankipankis”, del instituto Gran Capitán de Madrid; y “De todo un poco”, del instituto San Cristóbal de los Ángeles de Madrid.

Los participantes han tenido que superar unas pruebas on line sobre consumo y elaborar un álbum virtual de cinco fotos también sobre este tema.

Formación Empresarios

Curso sobre derechos y deberes de los comerciantes



La Dirección General de Consumo, la Cámara de Comercio y el CEIM organizaron el 17 de junio un seminario práctico destinado a los comerciantes con la intención de incrementar el conocimiento de los derechos y deberes en consumo, que se encuadra en el marco del Convenio de Colaboración que dichas instituciones tienen suscrito para mejorar la protección del consumidor. Esta jornada fue impartida por la profesora

titular de Derecho Civil de la Universidad Europea de Madrid y miembro del Consejo de Consumo regional, Gema Botana, con el título de "Derechos y obligaciones de empresarios en su relación con los consumidores".

El entonces presidente de la Cámara Salvador Santos Campano, destacó las ventajas de dar publicidad a estos contenidos ya que "si los comerciantes conocemos la normativa de consumo, nos protegemos frente a injusticias, nuestros clientes se sentirán protegidos y el consumo, en definitiva, se verá beneficiado". Por su parte, la directora general de Consumo del Gobierno regional, Carmen Martínez de Sola, se refirió a las buenas expectativas del consumo en Madrid que empieza a atisbar el final de la crisis "mientras que en el resto de España aún están lejos".



Jornada de Servicios de asistencia técnica y derechos del consumidor



El Gobierno regional ha instado a las principales asociaciones de empresarios del sector de servicios de asistencia a domicilio a luchar contra las empresas que no respetan los derechos de los consumidores. Así lo destacó la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, en la inauguración de la jornada 'Servicios de asistencia técnica

y derechos del consumidor' organizada por la Dirección General de Consumo y la Federación Madrileña de Instaladores con la colaboración de la Dirección General de Industria, Energía y Minas. Martínez de Sola destacó que este incremento "se viene notando en los últimos meses en los servicios de reparación urgente a domicilio, donde en muchos casos la escasa profesionalidad de

algunas empresas han traído como consecuencia importantes sanciones impuestas por la Dirección General, o incluso el cierre cautelar". Durante el primer semestre del 2010 se han registrado 389 reclamaciones relativas al sector de servicios de asistencia a domicilio, un 4,4% de las recibidas.

Uno de los objetivos de esta jornada es que empresarios y administración coordinen sus esfuerzos para reducir las reclamaciones. Para ello se publicitará la Federación Madrileña de Instaladores, fruto de la unión de las dos asociaciones más representativas del sector de Electricidad y Telecomunicaciones, de forma que los consumidores tengan una referencia dónde acudir con la garantía de que sus derechos van a ser respetados.

Además, la directora general de Consumo anunció durante la visita al Centro de Formación de Asefosam que, a partir de otoño, el Gobierno regional y la Asociación de Empresarios de Fontanería, Saneamiento, Gas, Calefacción, Climatización, Electricidad, Mantenimiento y Afines de Madrid (Asefosam) impartirán jornadas formativas con asociaciones de consumidores y Oficinas Municipales de Consumo para dar a conocer los derechos fundamentales del consumidor.

Jornadas sobre Servicios y Consumo

Sesión Informativa sobre Servicios Telefónicos Premium

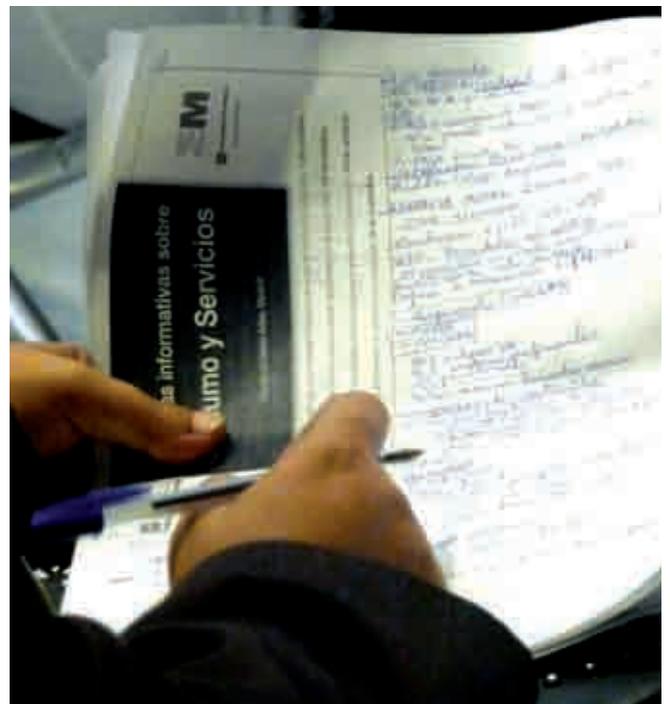
La Dirección General de Consumo ha puesto en marcha una nueva actividad informativa, que tiene como objetivo la información sobre sectores de servicios al consumidor y de iniciativas de gran importancia.



El primer día del mes de octubre se celebró en la sala Valle Inclán del Círculo de Bellas Artes de Madrid la jornada inaugural de la serie de actos divulgativos que la Dirección General de Consumo ha programado en los próximos meses. La directora general, Carmen Martínez de Sola, abrió el acto centrado en los servicios de mensajes SMS y servicios Premium, que además contó con la presencia de una representante del operador Vodafone y un árbitro designado por el Colegio de Ingenieros de Telecomunicación.

En su presentación, destacó la necesidad de coordinar las actividades de las juntas arbitrales de Consumo y las del Ministerio de Industria y la SETSI (Secretaría de Estado para las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información), responsables de la regulación de un sector que concentra gran parte de las

consultas y reclamaciones tramitadas en los últimos ejercicios, especialmente en lo relativo a la falta de información en la contratación de servicios con terceros y la tarificación aplicable.



Sesión Informativa sobre los Bancos

Encaadrada dentro del ciclo de sesiones informativas que la Dirección General de Consumo ha programado para el último trimestre del año, el viernes cinco de noviembre, en la Sala Valle-Inclán del Círculo de Bellas Artes de Madrid, se celebró la tercera de estas sesiones, que se centró en el sector bancario y donde se expusieron los mecanismos de protección al consumidor en los productos financieros.

La directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, abrió el acto con un discurso en el que puso de relieve la labor de los servicios de consumo en la vigilancia de las condiciones generales de contratación, principal motivo de las quejas junto con las comisiones no comunicadas al usuario o la limitación de los horarios de ventanilla. Representantes de entidades financieras y organizaciones de consumidores integraron la mesa redonda que abordó la realidad del sector y respondió a las consultas del público.



Suministro eléctrico y protección al consumidor



La directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, presidió el 19 de octubre una sesión informativa sobre suministros eléctricos, empresas comercializadoras y protección al consumidor, que se desarrolló en el Círculo de Bellas Artes de Madrid. Martínez de Sola criticó la imposición de la facturación por consumo eléctrico estimado y destacó que las facturas deberían ser más claras, respetando, como marca la ley, “el derecho de los consumidores a obtener una información suficiente y asequible sobre los conceptos que les están cobrando”.

La directora general recordó que, desde que comenzó el proceso de liberalización del mercado eléctrico, en 2009, se han registrado más de 14.000 reclamaciones en la Comunidad de Madrid. En este sentido, se han firmado ya los primeros expedientes sancionadores. Para Martínez de Sola, “las facturas son tan confusas y utilizan terminología tan técnica que se hacen incomprensibles para el consumidor medio”. Esta información confusa se agrava debido al “caos” del Ministerio de Industria a la hora de regular el sector eléctrico.

Esta jornada informativa forma parte del ciclo sobre “Consumo y Servicios” que comenzó el 1 de octubre, con una sesión sobre servicios de telecomunicaciones, mensajes sms, mensajes premium y teléfonos de tarificación adicional. El 29 de octubre se celebró una jornada sobre bancos.

El consumo de agua anual en la región se reduce a los 541 HM3

Los madrileños han conseguido, por sexto año consecutivo, reducir sus consumos de agua: el consumo de metros cúbicos durante el finalizado año hidrológico 2009-2010 ha descendido 9 millones respecto al año anterior, al haber pasado de 550 hectómetros cúbicos en 2008-2009, a 541, en 2009-2010.



Los madrileños han conseguido, un año más y por sexta vez consecutiva, reducir o mantener sus consumos de agua respecto al ejercicio anterior. En este sentido, en el finalizado año hidrológico 2009-2010, la Comunidad ha consumido 9 millones de metros cúbicos menos de agua, al haber pasado de 550 hectómetros cúbicos en 2008-2009, a 541, en 2009-2010. Además, entre los años 2004 y 2010, los madrileños han consumido 79 hectómetros cúbicos menos de agua, es decir, casi un 13% menos, al pasar de 620, en 2004, a esos 541 hm³ en el año 2009-10.

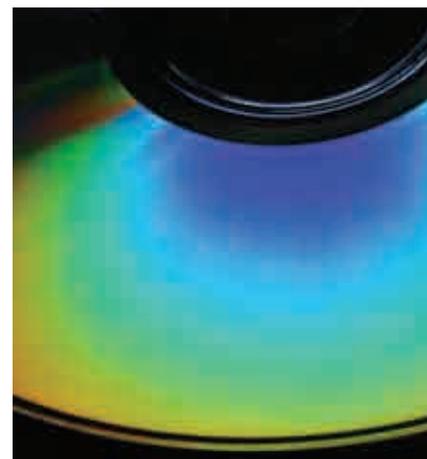
Todo esto pone de manifiesto, una vez más, el compromiso de todos los madrileños en el uso eficiente y racional del agua, así como la concienciación de la importancia de un consumo reflexivo tanto en los hogares, como a la hora del riego de parques y jardines.

Además, entre 2004 y 2010, los ciudadanos han consumido 79 hm³ menos de agua, es decir, casi un 13% menos, al pasar de 620, en 2004, a esos 541 hm³ en 2009-10. Respecto a las reservas de agua, los embalses gestionados por el Canal de Isabel II almacenan al inicio del presente año hidrológico casi 76 hm³ más de agua que en el anterior periodo. De este modo, los embalses se encuentran en la actualidad al 69% de su capacidad frente al 60% del pasado año.

Las aportaciones de los ríos durante el recién finalizado año hidrológico han sido de 552,6 hm³ frente a los más 778 de media histórica, lo que supone también, un 29% menos de aportaciones. Respecto al 2008-2009, las aportaciones han supuesto casi un 16% más, ya que el año anterior, se consiguieron 462,5 hm³ cúbicos.

LA UE PODRÁ LIMITAR LOS PRECIOS DE LAS LLAMADAS A MÓVILES DESDE EL EXTRANJERO

La Comisión Europea tiene capacidad para limitar los precios de las llamadas itinerantes (*roaming*) a los operadores de telefonía móvil, según ha considerado el Tribunal de Justicia de la Unión Europea. Con esta sentencia, el Tribunal de la UE da la razón a Bruselas frente a las cuatro mayores compañías de telefonía móvil de Europa, que habían cuestionado si esta capacidad de la CE vulneraba los principios comunitarios de subsidiariedad y proporcionalidad.



ESPAÑA VULNERA LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES SEGÚN LA COMISIÓN EUROPEA

La Comisión Europea envió en junio un dictamen motivado a España, Países Bajos, Suecia e Italia por no adaptar correctamente a sus legislaciones nacionales la directiva europea relativa a la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores. En España, un prestador de servicios puede usar un sistema automático de llamadas o de envío de faxes para ponerse en contacto con un consumidor cualquiera sin que éste lo solicite. La directiva europea exige que haya un consentimiento previo.

LOS EUROPEOS MALGASTAN EL 50% DEL AGUA

La OMS (Organización Mundial de la Salud) recomienda una media de consumo de agua al día de 80 litros por persona para cubrir las necesidades vitales y la higiene personal, pero los datos

que proporciona ASGECO (Asociación General de Consumidores) reflejan que cada europeo gasta una media de unos 180 litros de agua al día, de los cuales tres cuartas partes se utilizan en el cuarto de baño y el cincuenta por ciento se malgasta.

A la vista de estos datos, la Asociación General de Consumidores ha publicado un decálogo sobre el consumo racional de agua, ya que es importante lograr un consumo adecuado de este bien y mantener a los ciudadanos concienciados ante posibles irregularidades climáticas.



BRUSELAS CONSIDERA ILEGAL EL CANON DIGITAL ESPAÑOL

El canon digital español ha sido declarado ilegal por parte del Tribunal de Justicia de la UE. El actual canon que se aplica a los fabricantes de CDs, DVDs, MP3 y otros equipos de reproducción "de forma indiscriminada" es incompatible con la legislación europea según el Tribunal. En el año 2003 la ley española de propiedad intelectual amplió su ámbito e impone tasas a aquellos aparatos e instrumentos de reproducción que puedan ser empleados para hacer copias. No obstante esa normativa no respeta el concepto de "compensación equitativa" que viene recogido en la directiva europea de 2001 sobre derechos de autor ni "el justo equilibrio entre los afectados".

EL PRECIO DEL SUELO BAJA UN 14,9% EN EL SEGUNDO TRIMESTRE

El precio del suelo urbano se situó en el segundo trimestre de 2010 en 210,7 euros el m², lo que representa un descenso del 14,9% en tasa interanual. En los municipios de más de 50.000 habitantes ha sido donde el precio del m² ha descendido más en tasa interanual, un 38,0%, tras situarse en 373,9 euros por metro cuadrado. En los municipios de entre 10.000 y 50.000 habitantes, el precio del m² fue de 233,9 euros, lo que representa un descenso interanual del 20,8%. En el caso de los municipios de entre 5.000 y 10.000 habitantes, el precio del suelo se situó en 189,5 euros el m², con un descenso del 6,8%. El precio del suelo en los municipios de entre 1.000 y 5.000 habitantes aumenta un 24,9%, y se sitúa en 148,8 euros el metro cuadrado. En aquellos municipios menores de 1.000 habitantes, el precio del metro cuadrado se situó en 93,2 euros, con un incremento interanual del 9,6%.



LAS RECLAMACIONES CONTRA LAS AUTOESCUELAS DEBEN DIRIGIRSE A CONSUMO

Las autoescuelas ya disponen de las hojas de reclamaciones de Consumo, para que sus clientes puedan plasmar sus quejas, si lo desean. Hasta ahora, estos establecimientos ofrecían las hojas de la Dirección General de Tráfico, pero la nueva legislación de las Escuelas Particulares de Conductores ha eliminado esta obligación. El ciudadano que necesite presentar una reclamación contra una autoescuela debe acudir al organismo competente en materia de consumo. También se puede realizar a través del Portal del Consumidor, en el caso de las autoescuelas de la Comunidad de Madrid. Las Oficinas de Información al Consumidor (OMIC) distribuyen las hojas de reclamaciones a las autoescuelas ubicadas en sus respectivos municipios. Si una población carece de OMIC, la Dirección General de Consumo las facilitará a la autoescuela.

CURSO 'ANTICRISIS' PARA AYUDAR A LAS FAMILIAS CON SU ECONOMÍA DOMÉSTICA

La Comunidad puso en marcha a mediados de octubre un nuevo curso 'anticrisis' para ayudar a familias que deseen adquirir conocimientos y herramientas para mejorar la gestión de sus economías domésticas. Durante el curso los participantes aprendieron, entre otras cosas, a elaborar un presupuesto familiar, a cumplimentar la Declaración de la Renta o a buscar soluciones a dificultades económicas. En relación al nuevo 'curso anticrisis', fue impartido por una economista en activo y los ciudadanos aprendieron a elaborar un presupuesto familiar ajustado a sus circunstancias, a configurar la declaración de la renta; se les dio información sobre cómo solicitar un crédito, abrirse un plan de pensiones o sobre las ayudas y beneficios fiscales a los que pueden acceder.

LAS INSTALACIONES DOMÉSTICAS DE GAS NATURAL O ENVASADO DEBEN REVISARSE CADA CINCO AÑOS

Tanto los usuarios de gas canalizado como los de gas envasado (bombonas) están obligados a realizar una inspección o revisión periódica de sus instalaciones cada cinco años. En el caso de que se utilice gas propano, la revisión es cada dos años, y cada quince, deben realizarse unas pruebas de presión sobre el depósito. El Portal del Consumidor ofrece un reportaje especial con toda la información necesaria sobre las inspecciones de gas. Los responsables del mantenimiento, conservación y buen uso de las instalaciones de gas son los usuarios (el propietario del inmueble o el arrendatario). El coste de las revisiones obligatorias, que deben llevar a cabo inspectores autorizados, corre a cargo del cliente.

MÁS AYUDAS PARA LA INSTALACIÓN DE 165 NUEVOS ASCENSORES EN LA COMUNIDAD

El Consejo de Gobierno aprobó ayudas correspondientes a la instalación de 165 nuevos ascensores en la Comunidad, tal y como reconoce el Plan de Rehabilitación del Gobierno regional. Para ello se destinarán 7,6 millones, con una inversión media por elevador de algo más de 46.000 euros. Con ello se pretende garantizar la movilidad de las personas de cualquier edad y condición que residen en edificios de altura. Del mismo modo, se fomenta la eliminación de las barreras arquitectónicas, mejorando así la calidad de vida de los madrileños. Las ayudas otorgadas llegan hasta el 70% del coste real de la instalación de los elevadores, con el límite de 50.000 euros por ascensor. Hasta la fecha, estas ayudas puestas en marcha en 2007, han permitido instalar 1.700 ascensores que han beneficiado a 85.000 personas.

CAMPAÑA INFORMATIVA PARA LA PROMOCIÓN DEL CONSUMO DE PESCADO Y APOYO AL SECTOR

La directora general de Comercio, Carmen Cárdeno, junto al presidente de la Asociación de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados de la Comunidad de Madrid (Adepesca), presentó el 4 de octubre la campaña de promoción del consumo de productos de pesca y acuicultura en el pequeño

comercio, que pretende introducir hábitos saludables entre niños y jóvenes a través de centros educativos para el curso 2010-2011. Durante este curso escolar la campaña se va a desarrollar en los siete centros de la cooperativa Gredos San Diego, quienes han solicitado la celebración de 28 Jornadas destinadas a 5.000 niños de primaria e infantil de entre 5 y 12 años. El objetivo es incentivar e incrementar las ventas y el consumo de pescado en el comercio tradicional especializado, promocionando una alimentación saludable entre los niños con el pescado como protagonista.

LA COMUNIDAD AYUDA A MEJORAR LA ACCESIBILIDAD EN EL INTERIOR DE LAS VIVIENDAS

La Comunidad de Madrid, con el fin de promocionar la accesibilidad y la supresión de barreras, pone a disposición de los ciudadanos madrileños mayores de 65 años, personas con Grado I de Dependencia o con alguna discapacidad una línea de ayudas para suprimir las barreras arquitectónicas y mejorar la accesibilidad en el interior de sus viviendas. Gracias a esta convocatoria, se estableció para estos ciudadanos una ayuda económica que permite cubrir el 70% del coste de aquellas obras que estén vinculadas a la eliminación de barreras arquitectónicas y que mejoren el interior de sus viviendas, con un máximo de 10.000 euros por piso.

UN TOTAL DE 90 MUNICIPIOS TIENEN PUNTOS LIMPIOS PARA FACILITAR EL RECICLAJE DE RESIDUOS

El Gobierno regional fomenta la correcta gestión de los residuos urbanos domésticos y como prueba de este compromiso inauguró un nuevo punto limpio en Guadalix de la Sierra. Con este punto, la red de estos dispositivos suma 90 municipios que cuentan con este tipo de infraestructuras. De ellos, 84 puntos limpios han sido construidos total o parcialmente por la Comunidad. Este año se han destinado 939.686 euros a financiar este tipo de instalaciones. La inversión realizada para la construcción y equipamiento del punto limpio de Guadalix ha ascendido a 346.000 euros, de los que 165.000 corresponden a la subvención concedida por la Consejería de Medio Ambiente, Vivienda y Ordenación del Territorio.



Sopa de letras

Z D A F L O S U D H
 N R S K D M O F Z T
 J A N O F I C I N A
 K I L E T C K N S L
 X N J R N M O T G L
 T A G U A S L E I E
 R V S A F Q E R S R
 F I T R O J K N M O
 L D C V I A J E R O
 D A L B G O X T I K
 U D F H O E D U R J

Consumi tiene por delante una tarea complicada y tú puedes ayudarle. Nuestro amigo debe encontrar siete palabras relacionadas con el consumo presentes en la revista. Podrás encontrarlas en la sopa de letras. ¡Buena suerte!

AGUA
 INTERNET
 VIAJERO
 OFICINA
 NAVIDAD
 OMIC
 TALLER

Encuentra las siete diferencias

Queridos amigos: Consumi ha copiado los dibujos navideños y ha cometido siete errores de forma involuntaria, pero no sabe cuáles son. ¿Queréis ayudarle a encontrarlos? Sólo es cuestión de fijarse un poquito y marcarlos con una cruz. ¡Buena suerte!



Esta página pretende ser un lugar de encuentro con los lectores. Desde CONSUMAMADRID invitamos a todos a que nos envíen sus sugerencias y las dudas sobre consumo que tengan.



¿CÓMO PUEDO ESTAR SEGURA DE QUE UN JUGUETE CUMPLE TODA LA NORMATIVA DE CONSUMO Y MI HIJO LO PUEDE USAR SIN RIESGO?

Todos los juguetes tienen que llevar una marca CE en el exterior. Esto indica que el fabricante o importador ha hecho los controles que marca la normativa sobre el producto y que éste es seguro.

¿CÓMO PUEDO SABER QUE UN JUEGO DE ORDENADOR O DE CONSOLA ES ADECUADO PARA LA EDAD DE MI HIJO?

Existe un código de calificación de videojuegos para orientar a los padres y consumidores sobre la edad adecuada de cada juego, en función de su contenido: es el código PEGI (Pan European Game Information: Información Paneuropea sobre

Las sugerencias deben dirigirse a:
Revista Consumadrid
Dirección General de Consumo
Calle Ventura Rodríguez, 7-4ª planta. 28013 Madrid.
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.



Juegos). Se trata del primer sistema de calificación para juegos de ordenador y videoconsolas, promocionado por los fabricantes del sector. La calificación se realiza en función de su contenido y utiliza una serie de iconos para la más fácil identificación de su contenido.

¿NECESITO TENER ALGUNA PRECAUCIÓN ESPECIAL A LA HORA DE ADQUIRIR LOS ADORNOS NAVIDEÑOS?

Es importante tener presente que, en los artículos decorativos (velas, floreros, jarrones u otro tipo de adorno), el mayor peligro con el que se puede encontrar el consumidor es que tengan forma o color de alimento, lo que supondría un riesgo, sobre todo, para la población infantil, que podría llevarse ese objeto a la boca y sufrir asfixia o intoxicación.

Por eso, una de las recomendaciones básicas para el consumidor que va a comprar alguno de estos productos de decoración es evitar todos los que puedan confundirse con un alimento, tanto en la forma como en el olor, el color, la presentación, etc.

Además, como cualquier producto puesto a la venta, debe ser seguro, no tener bordes ni puntas cortantes (para evitar riesgo de cortes o arañazos), llevar un etiquetado correcto (escrito al menos en castellano), mostrar las advertencias y recomendaciones de uso necesarias para su utilización, correcta y segura del producto. Las velas, por ejemplo, deben llevar una recomendación para que no haya riesgo de incendio.



En el caso de que el adorno utilice electricidad, debe llevar siempre el marcado CE, de forma visible y que no se pueda borrar, y cumplir las siguientes condiciones de seguridad:

- Tener una conexión segura y adecuada, que garantice la protección del consumidor.
- Mostrar claramente las características fundamentales del producto, así como la marca de fábrica o comercial.
- No tener al alcance del usuario partes que lleven tensión.
- Tener un aislamiento adecuado en función de si su uso es para un ambiente exterior, húmedo, etc.

HE CONTRATADO UN VIAJE PARA PASAR FIN DE AÑO FUERA DE ESPAÑA PERO POR UN PROBLEMA DE TRABAJO, NO PODRÉ REALIZARLO ¿QUÉ DERECHOS TENGO?

Si el consumidor cancela un viaje, tiene derecho a la devolución de los





pagos que ha realizado, pero debe abonar al organizador o detallista una indemnización en concepto de gastos de gestión y de anulación, si los hay. Además, debe pagar las penalizaciones siguientes:

- Un 5% del precio total, si la cancelación se da entre diez y 15 días antes de la salida.
 - Un 15%, si es entre tres y diez días.
 - Un 25 %, si ocurre 48 horas antes.
- Si el consumidor no se presenta a la salida, deberá abonar el importe total del viaje.

En caso de que el viaje esté sujeto a condiciones económicas especiales de contratación, tales como flete de aviones, buques, tarifas especiales, etc., los gastos de cancelación se establecerán de acuerdo con las condiciones acordadas entre las partes.

También existen unos seguros de cancelación que cubren los gastos de los titulares del viaje hasta un importe máximo.

¿ES CIERTO QUE NO EN TODAS LAS TIENDAS ADMITEN LA DEVOLUCIÓN DE UN PRODUCTO?

La vigente normativa no obliga a un establecimiento a admitir la devolución de un producto, salvo que el mismo presente un defecto de origen o que publicite en su establecimien-



to o en su publicidad que admite dichas devoluciones.

Por eso, antes de realizar una compra es importante asegurarse de las condiciones de devolución del producto, en cada caso.

Cuando, como en este caso, la sustitución no es posible, tiene derecho a elegir entre una rebaja en el precio o la devolución del producto a cambio del dinero abonado. Usted decide.

HACE UNOS DÍAS ME DESCARGUÉ UNA CANCIÓN EN EL MÓVIL Y DESDE ENTONCES RECIBO TODOS LOS DÍAS MENSAJES SMS EN MI MÓVIL DE UNA EMPRESA ¿QUÉ PUEDO HACER?

Se consideran mensajes de texto y multimedia con tarificación adicional, los que tienen asociados algún servicio especial (por ejemplo, votaciones, concursos, descarga de melodías, imágenes, etc.) y que conllevan un coste añadido. La numeración de estos mensajes es de cinco, seis o siete cifras. Las dos primeras (o sólo la primera, según el servicio) indican el precio y las posteriores el tipo de servicio.

La nueva regulación obliga a que los operadores que presten estos servicios informen, en su publicidad,

del tipo de servicio prestado, precio e identidad del operador. El mensaje informativo debe ser previo a la contratación, de forma que sólo si el usuario lo acepta expresamente puede prestarse el servicio. Se indicará, además, el precio de los mensajes que recibirá el usuario o, en su caso, las cuotas que deberá abonar periódicamente.

La contratación de estos servicios se debe hacer por

escrito utilizando la palabra "ALTA". Para cancelar la suscripción, el usuario debe enviar la palabra "BAJA". Recibida la solicitud, el prestador del servicio debe enviar al usuario un mensaje que confirme su baja.

La normativa prohíbe exigir a los consumidores el envío de dos o más mensajes consecutivos sujetos a tarificación adicional para solicitar un servicio, así como que continúe la suscripción si la empresa ha recibido del usuario un mensaje en el que se da de baja del servicio o enviar mensajes publicitarios o promocionales no solicitados o no autorizados expresamente por el usuario.

Por otro lado, usted puede solicitar a su operadora la desconexión de los servicios de tarificación adicional; de



esta manera, evitará que desde su teléfono móvil se envíen mensajes superiores al coste de un SMS ordinario o con determinados contenidos para adultos. Además, el operador de móvil está obligado a identificar al proveedor de los sms en la factura y a separar el coste de las llamadas, del coste del servicio proporcionado por el proveedor de los mensajes sms.

consumadrid

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

Comunidad de Madrid			
Información sobre consumo y general (segundo teléfono para fuera de Madrid)		012 / 91 580 42 60	www.madrid.org
Vicepresidencia, Consejería de Cultura y Deporte, y Portavocía del Gobierno		C/ Gran Vía, 18 planta baja	91 720 90 89
Oficinas de Atención al Ciudadano	C/ Gran Vía, 3	91 720 09 13	
	Pza. Chamberí, 8	91 580 93 66	
Economía y Hacienda			
	Carrera de San Jerónimo, 13	91 580 22 00 / 10	www.madrid.org
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 Spínola, 14 Ed. 14	91 580 21 00 - 11 y 91 420 64 62	
Información al contribuyente	C/ General Martínez Campos, 30	901 50 50 60	
Defensor del Contribuyente	C/ Gran Vía, 43-4ª planta	91 720 97 85	
Servicio de Orientación Jurídica	C/ Capitán Haya, 66	91 397 15 64 y 91 493 29 54 (consultas presenciales 9-13h)	
D. G. de Turismo	Pza. Independencia, 6	91 276 73 16 / 91 276 73 18 (reclamaciones) / 902 100 007 (información)	
Presidencia, Justicia e Interior			
	C/ Pontejos, 1	91 420 75 59	www.madrid.org
Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas	C/ Gran Vía, 18	91 720 93 27 / 30	
Sanidad			
	C/ Aduana, 29	91 586 70 00 - 71 41	www.madrid.org
D. G. de Ordenación e Inspección	Paseo Recoletos, 14	91 426 93 02	
Transportes e Infraestructuras			
	C/ Maudes, 17	91 580 31 00	www.madrid.org
Junta Arbitral Transportes Terrestres	C/ Orense, 60	91 580 29 58 - 83	
Consortio Regional de Transportes	Pza. Descubridor Diego de Ordás, 3	91 580 28 00 / 35 90	www.crtm-madrid.es
Metro Madrid (Inf./reclamaciones)	Cávanilles 58	91 379 88 00 / 902 44 44 03	www.metrodmadrid.es
Otros			
Defensor del Menor	C/ Beatriz de Bobadilla, 14-2ª	91 563 44 11	www.defensordelmenor.org

Organismos de la Administración central y otros

Instituto Nacional del Consumo	C/ Príncipe de Vergara, 54	91 822 44 40 - 63	www.consumo-inec.es
Secr. de Estado de Telecomunicaciones	C/ Capitán Haya, 41	91 346 15 00	www.mtc.es/informacion/comunicacion
Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones		901 33 66 99	www.usuariocliente.es
Comisión Nacional de la Energía	C/ Alcalá, 47	91 432 96 00	www.cne.es
Banco de España / Reclamaciones	C/ Alcalá, 48	91 338 65 30	www.bde.es/ctm/infomercado
Dirección General de Aviación Civil	Paseo de la Castellana, 67	91 597 83 21 - 72 31	www.dgaca.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.agfajp.mivoco.es
Renta. Atención al viajero	Estación de Atocha-Glorieta de Carlos V	902 24 02 02	www.rnta.es

arbitraje de consumo

tu símbolo de garantía
búscalo en los escaparates



Más de 13.000 empresas en toda la región exhiben esta pegatina en sus escaparates y publicidad garantizando la resolución de las reclamaciones

Infórmate en

Teléfono



consumadrid

Portal del Consumidor
www.madrid.org



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



Comunidad de Madrid

www.madrid.org