



Protegemos tus derechos

012 012 012 012012

NO TE QUEMES
¡RECLAMA!

Protegemos
tus derechos



Comunidad de Madrid

www.madrid.org

Infórmate en
el Portal del
Consumidor de
www.madrid.org

No te quemes, reclama. La Comunidad de Madrid, junto al Ayuntamiento de Móstoles y la Universidad Rey Juan Carlos, ha editado una guía dedicada a los estudiantes universitarios en la que les informa sobre sus derechos como consumidores en distintos campos. Descárgala gratis en el portal del consumidor de la Comunidad de Madrid, *consumadrid*.

Editorial

En sus manos tiene el número veinte de la revista CONSUMA-DRID, que ve la luz coincidiendo con el final de una legislatura. Es tiempo pues de reflexionar sobre los últimos cuatro años y prepararnos para el futuro próximo, en el que la Protección de los Derechos de los Consumidores seguirá siendo una asignatura obligatoria del Gobierno de la Comunidad de Madrid.

Las claves para entender el por qué esta región es pionera en las políticas de consumo, se entiende si repasamos las principales actividades del último período:

En primer lugar, nuestra obsesión por la información: a todos los niveles y especializándonos en los grupos más sensibles de nuestra sociedad. El Portal del Consumidor es nuestra ventana abierta a la sociedad y su éxito radica en que, cada minuto, se actualiza con contenidos interesantes y se adelanta a las necesidades de cada consumidor. Además, el trabajo en equipo con todas las organizaciones que participan en la cadena del consumo: asociaciones de consumidores, de comerciantes, de empresarios y sectoriales más diversas.

También cuenta la formación en temas de consumo que llega, fundamentalmente, a los colegios de nuestra región, a los consumidores jóvenes que están aprendiendo a ejercer sus derechos y deberes en este ámbito y generando en todos ellos una actitud que será determinante para fortalecer la excelencia de los servicios en nuestra comunidad.

Velar por la seguridad de productos y servicios no se detiene solamente en la salud de los consumidores, que es prioritaria. En Consumo queremos dejar claro que las normas de seguridad son para todos los europeos y que el que trabaja sin tomárselas en serio, está dificultando la libertad de empresa y la libre competencia de todo nuestro tejido comercial y empresarial. La sanción por incumplimiento de la norma se reserva, de forma prioritaria, a los sectores mas reclamados y que mayores problemas causan a los consumidores. El trabajo no falta porque, en este último período, se han tramitado cerca de 100.000 reclamaciones y otras tantas consultas en nuestra oficinas, por ello sabemos muy bien qué preocupa a los madrileños y qué cuestiones debemos priorizar.

Esta casa es el punto de encuentro de los ayuntamientos. Cada responsable en consumo de nuestra comunidad, trabaja en grupo con los demás, unificando criterios y con respuestas a sus dudas al otro lado del teléfono: todos son conscientes de que lo prioritario no son las competencias sino el servicio a la sociedad.

Por eso, en los ayuntamientos donde no hay medios para tener un técnico, las asociaciones de consumidores prestan ese servicio y, con su trabajo, hacen realidad uno de nuestros principios: todos los madrileños deben disfrutar de los mismos derechos con independencia de su lugar de residencia.

Y sin olvidar la gente de la casa: los funcionarios que hacen posible las políticas de consumo, los que atienden y asesoran, los que patean las calles como inspectores, los que buscan soluciones para el ciudadano... Ellos hacen posible que la Dirección General de Consumo sea un referente para el resto y demuestran que, también en la Administración, la imaginación y la innovación son posibles.

Con estos mimbres nos enfrentamos a la próxima Legislatura que no será fácil: el trabajo se multiplicará y los medios para llevarlo a cabo serán más escasos pero estamos seguros que estaremos a la altura de las circunstancias.

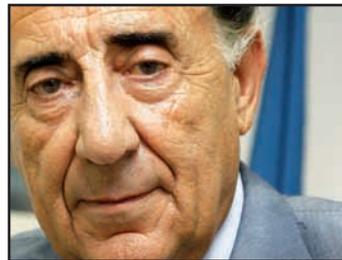


Prepárate para el verano

Nuestros derechos no se van de vacaciones



Día Mundial del Consumidor



Entrevista
Salvador Santos Campano
Presidente de CECOMA



Entrevista
Agustina Laguna Trujillo
Presidenta de FUCI

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| 04 Actualidad | 29 Esfera |
| 14 OMICS | 30 Madrid 7 Estrellas |
| 22 Inspección | 31 Pequeños consumidores |
| 24 Arbitraje | 32 Club del Consumidor |
| 26 Formación | |
| 28 Consumo sostenible | |

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: Gran Vía, 10 · Madrid.
Tf. 91 310 59 03. Correo electrónico: consultas.consumo@madrid.or

De Ventura Rodríguez a Gran Vía

La Dirección General de Consumo traslada su sede

Desde el pasado lunes 14 de febrero, la Dirección General de Consumo presta sus servicios y atiende a los consumidores en una nueva dirección: Gran Vía, 10. Las instalaciones de la actual sede mejoran en accesibilidad respecto a los antiguos locales, ya que la atención personal al consumidor se ubica en una planta baja.

Los usuarios podrán presentar en esta nueva sede sus reclamaciones, denuncias y solicitudes de arbitraje o acudir para informarse sobre cualquier duda de consumo, como hicieron hasta ahora en las dependencias de la calle Ventura Rodríguez, 7, 4ª planta.

Para facilitar este cambio de ubicación sin perjuicio de los consumidores, se ofreció la posibilidad de acudir a las oficinas de la calle Ventura Rodríguez hasta el 11 de febrero. Hasta esta fecha estuvieron abiertos en la antigua sede de la Dirección General de Consumo los servicios de Registro y de Información al Consumidor.

El cambio de ubicación de la Dirección General de Consumo no supone ninguna modificación en el ejercicio de las tareas habituales de este organismo: seguirá atendiendo al público, registrando y gestionando las reclamaciones de los usuarios, realizando tareas de inspección cuando sea necesario, entre otras responsabilidades, igual que hasta ahora, pero desde su nueva ubicación.



La Comunidad registra más de 20.000 reclamaciones en 2010

La mayoría sobre telefonía y electricidad

Los servicios de Consumo de la Comunidad de Madrid registraron el pasado año 20.248 reclamaciones, la mayoría relacionadas con servicios y suministros. Los sectores más conflictivos para los consumidores fueron el suministro eléctrico y la telefonía. Así lo anunció la viceconsejera de Economía, Comercio y Consumo, Eva Píera, en la presentación de la Memoria de Consumo 2010, en la que también participó la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola.

Las reclamaciones registradas durante el pasado año ascendieron a 20.248 y correspondieron principalmente a sectores de servicios y suministros. El sector servicios, con más del 43% de las reclamaciones, fue el más reclamado, destacando los talleres de reparación de automóviles (1.408 reclamaciones), el transporte de viajeros (1.188), el ocio y los espectáculos (1.032), los servicios de asistencia técnica (737) y las grandes superficies (476).

El sector suministros acaparó casi el 40% de las reclamaciones, destacando la telefonía móvil (3.469), la telefonía fija (1.232) e internet (811) y la electricidad (1.601).

En el tercer lugar se sitúa el sector bienes con cerca del 15% de las reclamaciones.

El sector de la vivienda alcanzó 543 reclamaciones y el de reformas del hogar 266.

Consolidación del sistema de arbitraje

El Instituto Regional de Arbitraje de Consumo de la Comunidad ha resuelto en 2010 un total de 4.700 solicitudes, un 13% más que en el año anterior. De ellas, 2.320 fueron resueltas en la fase de mediación previa -un 29% más que en 2009-. Las 2.380 resoluciones restantes se han solucionado mediante un laudo emitido por un árbitro o un tribunal con representación de asociaciones de consumidores y empresarios, en el que reclamante y reclamado exponen sus posturas.

El Instituto Regional de Arbitraje de Consumo tramitó el pasado año 6.689 solicitudes de arbitraje. Las telecomunicaciones centraron la mayor parte de las quejas, con 5.388 solicitudes (el 80,6%). A finales de 2010, 13.124 empresas y profesionales ya estaban adheridos a la Junta Arbitral Regional de Consumo, que en el último año ha otorgado 774 nuevos distintivos acreditativos de adhesión al sistema.

A lo largo del pasado año se ha reducido, como medida de austeridad, el número folletos, guías y la revista 'Consumadrid', pero se ha potenciado la información ofrecida en el Portal del Consumidor, que ha recibido 86.000 páginas vistas al mes, un 7% más que el año pasado.



Nuevos símbolos de peligro en productos químicos



Los envases de productos químicos (por ejemplo: pinturas, pesticidas, quitamanchas, limpiadores de hornos, alcohol de quemar...) deben mostrar símbolos e indicaciones de peligro (en función de la composición del producto).

El pasado 1 de diciembre de 2010 entró en vigor un nuevo Reglamento Europeo sobre clasificación, etiquetado y envasado de sustancias y mezclas (Reglamento CE nº 1272/2008) con dos objetivos: informar mejor al consumidor sobre el manejo y los riesgos de estas sustancias y establecer un sistema de clasificación y etiquetado armonizado, que use los mismos símbolos en todo el mundo. Establece un nuevo sistema para etiquetar las sustancias (acetona, butano, percloroetileno, etc.) y las mezclas peligrosas (gasolina, líquido corrector de escritura, suavizante de ropa, etc.). En el caso de las mezclas el nuevo etiquetado no será obligatorio hasta enero de 2015.

Modificaciones

Cambio de formato de los pictogramas

Los pictogramas cuadrados sobre fondo naranja se sustituyen por rombos sobre fondo blanco y bordes en rojo. Desaparecen las letras y las palabras que describían el tipo de peligro. Los nuevos símbolos son los siguientes:

Explosivo: Alerta del riesgo de explosión de la sustancia al contacto con una fuente de calor (una chispa o electricidad estática, por ejemplo), bajo efecto del calor, en contacto con otros productos, por rozamientos, choque, fricción, etc. Los aerosoles de todo tipo, como lacas o desodorantes, incluso cuando se han acabado, explotan por encima de 50°.

Inflamable: Avisa del riesgo de fácil inflamabilidad en contacto con una fuente de calor, por fricción, al contacto con el aire o agua o si se liberan gases. Estas sustancias son, entre otras, el alcohol, el metanol, la trementina, la acetona, los disolventes de pintura.

Comburente: En contacto con otras sustancias favorece, provoca o agrava la inflamabilidad. Los disolventes que contienen peróxidos, como el ácido peracético, son comburentes.

Gas a presión: Riesgo por ser un envase con gas a presión. Algunos pueden explotar con el calor como los gases comprimidos, licuados o disueltos. Los licuados refrigerados pueden causar quemaduras o heridas. En la anterior normativa no había un símbolo para estos productos, tan sólo una frase de peligro.

Corrosivo: Alerta de que un producto es corrosivo, que por contacto o proyección puede dañar de forma irreversible la piel, ojos u otros tejidos vivos.

Toxicidad aguda: El producto genera efectos adversos para la salud y con consecuencias inmediatas, incluso a pequeñas dosis, como náuseas, vómitos, dolor de cabeza, pérdida de conocimiento, incluso la muerte.

Irritación cutánea: Advertencia de menor intensidad para los casos de toxicidad o lesiones, aunque a dosis altas puede producir los mismos efectos.

Peligroso por aspiración: Agrupa peligros para la salud más graves a largo plazo, efectos carcinógenos, mutágenos y tóxicos para la reproducción y el feto, disfunción de órganos vitales...

Peligroso para el medio ambiente: Avisa del alto poder contaminante, del riesgo para el medio ambiente.

Palabras de advertencia

La nueva etiqueta debe indicar la gravedad del peligro mediante las siguientes palabras de advertencia: PELIGRO (para las categorías más peligrosas) y ATENCIÓN (para las menos peligrosas).

Sustitución de las frases de seguridad (frases S) por CONSEJOS DE PRUDENCIA O FRASES P.

Recogen las medidas para reducir daños durante el uso del producto. Pueden ser de *carácter general* (P 102- Mantener fuera del alcance de los niños), de *prevención* (P 202- No manipular la sustancia antes de haber leído y comprendido todas las instrucciones de seguridad), *respuesta* (P 353- Aclararse la piel con agua/ducharse), *almacenamiento* (P 410- Proteger de la luz del sol) y *eliminación* (P 501- Eliminar el contenido del recipiente en...)

Información suplementaria. Son expresiones que se utilizan para señalar el peligro específico de un producto que no quedó convenientemente reflejado en las indicaciones de peligro (frases H). Se identifica en la etiqueta con las letras EUH seguidas de tres dígitos como, por ejemplo, EUH 029 que significa en contacto con el agua libera gases tóxicos.

El Reglamento 1272/2008, sobre clasificación, etiquetado y envasado de sustancias y mezclas (anexos III y IV, páginas 146 a 228), recoge el listado completo de las indicaciones de peligro (frases H), los consejos de prudencia (frases P) y la información adicional.

Protegemos tus derechos, también en verano

Nuestros derechos no se van de vacaciones. La época estival constituye una de las estaciones más reclamadas por los consumidores para disfrutar sus vacaciones. Para descansar sin sobresaltos es preciso ser conscientes de los derechos que nos asisten, también en verano.

El consumo en verano tiene particularidades propias. Se demandan productos y servicios característicos en un ámbito alejado, en muchas ocasiones, de nuestro hogar. Ya sea en un centro de bronceado, en un chiringuito playero o en un establecimiento comercial en rebajas, nuestros derechos y la capacidad de reclamarlos son los mismos que durante el resto del año.



Rayos UVA, con precaución

Al llegar los meses anteriores a la temporada estival crece la afluencia de personas a estos establecimientos en busca de un tono más moreno para su piel, previo al bronceado en su destino vacacional. Dada la naturaleza de estos centros, que cuentan con aparatos emisores de rayos UVA, hay que recordar sus obligaciones legales, que tienen la finalidad de garantizar la salud del usuario. No hay razón para separar la estética de la necesaria seguridad.

Para empezar, el certificado de la última revisión de los equipos tiene que estar a la vista. De este modo, los clientes pueden asegurarse de que las instalaciones de este establecimiento, siempre limpias y desinfectadas, han sido sometidas cada año a un control por parte de técnicos autorizados para constatar que las emisiones de rayos ultravioleta están dentro de los límites permitidos. Los centros de bronceado deben informar mediante cartelería que las radiaciones ultravioletas pueden provocar cáncer de piel y perjudicar seriamente los ojos, que su uso está prohibido para menores de 18 años y desaconsejado para embarazadas y que ciertos cosméticos y medicamentos producen reacciones no deseadas, al aumentar la sensibilidad de la piel y del uso obligatorio de gafas protectoras.

Se exige que el personal de estos establecimientos esté cualificado para supervisar el uso de los aparatos de bronceado. Para ofrecer la mayor atención, el centro elaborará de cada persona una ficha personalizada, que estará a disposición del cliente y recogerá las sesiones recibidas y las recomendaciones de exposición en función de su piel.

Antes de recibir este servicio, la empresa informará a los clientes mediante un documento, que deberán firmar, especificando los riesgos que asumen. Como información adicional a la expuesta en el local, en este formulario debe figurar el peligro de las radiaciones ultravioletas para las pieles muy blancas, sobre todo para aquellos que se queman sin broncearse. Se enumera también un listado de instrucciones a cumplir, como el uso obligatorio de gafas protectoras, dejar un intervalo de 48 horas entre las dos primeras sesiones, la prohibición de la exposición al sol y a los UVA el mismo día, retirar de la piel cualquier cosmético o crema y, especialmente, acudir al médico ante cualquier herida, ampolla o enrojecimiento de la epidermis.

En caso de que sea necesario presentar una reclamación, puede realizarse en una Oficina de Información al Consumidor, en la sede de la Dirección General de Consumo (Gran Vía, 10) o a través del portal del consumidor en internet. Además, también puede solicitarse arbitraje si la empresa está adherida a este sistema de resolución de conflictos.

Días de sol y playa

A la hora de adquirir un artículo de baño para niños, como por ejemplo un





Respecto a otro producto clásico de la temporada veraniega, las cremas solares, han cambiado su etiquetado para facilitar su comprensión de forma que el consumidor esté mejor informado sobre su uso. La Unión Europea estima que estos productos son apropiados si ofrecen protección contra los rayos ultravioleta y los UVB, con un nivel adecuado a nuestra piel definido por una numeración, de 6 a 50, acompañado de descripciones del factor de protección como “protección baja”, “media”, “alta” o “muy alta”.

Dentro de la información contenida en los envases de estos productos estarán presentes advertencias que llamen a la exposición prudente al sol, así como no llevar frases publicitarias consideradas engañosas como “protección total”.

flotador, se debe verificar que tenga en su etiqueta la marca CE, la identidad y origen del fabricante y las advertencias de seguridad precisas acerca de su uso. Las instrucciones, necesariamente, tienen que estar en castellano. Si es un objeto hinchable, debe contar con tapones fijos que no puedan separarse y que queden insertados, tras ser inflados. Finalmente, al ser un objeto destinado a los más pequeños, hay que vigilar que no tenga piezas pequeñas que se puedan desprender y ser ingeridas.

Las compras estivales

El verano es, también, tiempo de rebajas en los comercios. Los establecimientos ofrecen sus productos a precios más

Las gafas de sol también son un producto que requiere de una compra reflexiva. Nuestra salud ocular puede sufrir un deterioro si la elección es inadecuada. En la etiqueta debe figurar el símbolo CE, su nivel de protección ante los rayos UVA y UVB, los datos del fabricante o importador, el número y el año de norma que cumplen y el tipo de filtro solar con el que cuentan de 0 a 5, siendo el 0 la protección más baja. Como en otros artículos, se acompaña de instrucciones para su uso y conservación, así como los consejos necesarios para utilizar estas lentes correctamente. Al hacer efectiva la compra de las gafas, el establecimiento entregará la preceptiva garantía.



REBAJAS

Rebajas y derechos

- Durante los periodos de rebajas los establecimientos deben contar con un stock suficiente para responder al incremento de demanda de esas fechas.
- Los artículos rebajados deben tener la misma calidad que el resto del año, sino son saldos.
- En caso de disconformidad, podemos pedir una hoja de reclamaciones para presentar en las oficinas de consumo.
- Debemos conservar el ticket, que sirve como prueba a la hora de reclamar.

reducidos que en temporada, lo que en principio es una buena oportunidad de compra.

Las rebajas de verano cuentan con una limitación temporal, se llevan a cabo desde el 21 de junio hasta el 21 de septiembre y su duración puede oscilar entre una semana y dos meses. El comercio tiene que exhibir un cartel avisando que se encuentra dentro de este periodo. Los productos a la venta, que deben tener la misma calidad que el resto del año, mostrarán en sus etiquetas el precio rebajado junto con el anterior. Además se exige que, para que un establecimiento se encuentre en rebajas, ofrezca a un precio inferior, al menos, la mitad de todos sus artículos.

No hay que confundir las rebajas con las ventas en liquidación, los saldos o las promociones, se diferencian en matices importantes. Durante las ventas en liquidación se ofrecen precios más reducidos por cierre o cambio de negocio; los saldos son para artículos pasados de moda o con taras y las promociones, que no tienen las limitaciones de tiempo propias de las rebajas, pretenden dar a conocer un determinado producto mediante condiciones económicas ventajosas.

Mercadillos

Resulta frecuente encontrarse en los lugares de veraneo con mercadillos que, de manera itinerante, ofrecen una variopinta mercancía. Este comercio al aire libre está sometido a las





mismas obligaciones legales que cualquier establecimiento comercial. Deben estar a la vista del público tanto la autorización municipal de venta ambulante, como los precios de los artículos a la venta.

Los consumidores tienen derecho a solicitar factura, si así lo desean, y hojas de reclamaciones, en caso de no estar conformes con el producto o servicio requerido. En este sentido, hay una garantía general de dos años que protege al comprador si el artículo adquirido resulta defectuoso.

Esta protección no se extiende a las compras efectuadas a vendedores ilegales, como los top manta o los puestos de bocadillos situados en las entradas de las discotecas.



Chiringuitos

Los típicos establecimientos de hostelería a pie de playa están sujetos a las mismas obligaciones que el resto del sector.

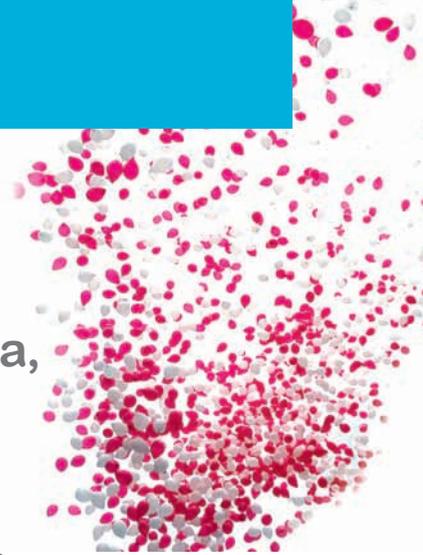
- El listado de precios ha de estar en lugar visible.
- Las condiciones de salubridad del local deben ser óptimas.
- Los alimentos deben estar protegidos en vitrinas o armarios refrigerados. Además, aquellos alimentos cocinados deben separarse de los crudos.
- Los consumidores tienen derecho a exigir factura y, en caso necesario, hoja de reclamaciones.



Día Mundial del Consumidor

La cita en la castiza plaza de Chamberí congrega, cada año, a mayor número de asistentes

La conmemoración del Día del Consumidor se convierte en Madrid en una reivindicación festiva de los derechos ciudadanos y en una magnífica herramienta de formación en consumo. Cada año, el centro de la capital acoge una carpa con múltiples actividades para niños y mayores con el fin de buscar fórmulas atractivas que acerquen la información a los ciudadanos de la manera más atractiva.



Con motivo del Día Mundial del Consumidor, la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid organiza anualmente diversos eventos lúdicos e informativos, con la intención de informar a los ciudadanos sobre sus derechos en esta materia. De este modo, la región se suma a una jornada que remonta su origen al discurso pronunciado el 15 de marzo de 1962 por el presidente de los Estados Unidos John Fitzgerald Kennedy, en el que enfatizaba la importancia de los consumidores como actores principales del sistema económico. Más de veinte años después, en 1983, se celebraba por primera vez el Día Mundial del Consumidor en todo el planeta.

Para todos los públicos

La Dirección General de Consumo se sumó el pasado 15 de marzo a la conmemoración global del Día Mundial del Consumidor, una jornada que celebra el progresivo aumento de consumidores y bienes consumibles, la aparición de nuevas fórmulas de consumo y los derechos y obligaciones que nos amparan para hacer, del acto de consumir, una necesidad saludable y sostenible. Con este propósito todos los años, alrededor del 15 de marzo, organiza la Semana del Consumidor con una apretada

agenda de propuestas que aportan numerosa información en formatos adaptados a todos los gustos y edades. Sin duda, el recinto instalado cada año en el centro de Madrid se convierte en un polo de atracción para los interesados en los diferentes talleres formativos, representaciones teatrales, juegos infantiles y asesoramiento a cargo de personal especializado.

Este año, la principal jornada festiva tuvo lugar el 13 de marzo en la castiza Plaza de Chamberí. Bajo el lema **"protegemos tus derechos"**, un espacio de más de 500 metros cuadrados esperaba a un público multitudinario atraído por las variadas fórmulas ingenieras por la organización para ofrecer información y formación de una forma llamativa y amena. Asistieron a la inauguración del evento, entre otras autoridades, el consejero de Economía y Hacienda, Antonio Beteta, y la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola.

El consejero subrayó el compromiso del gobierno regional con sus ciudadanos, ya que "para la Comunidad de Madrid es una obligación promover los derechos de los consumidores, en particular el derecho a recibir información sobre esta materia" y afirmó que "el consumo es algo bueno, mueve la economía y satisface nuestras necesidades, pero tenemos que evitar los abusos".





El ambiente festivo convirtió a los niños, una vez más, en protagonistas del recinto. Así los más pequeños, de 2 a 6 años, presenciaron un espectáculo de títeres que simulaba situaciones habituales del ámbito del consumo. También disponían de varios talleres para dar rienda suelta a su imaginación, fabricando sus propios juguetes o elaborando bolsas de compra a partir de periódicos. Para redondear la oferta, había castillos hinchables, piscinas de bolas, disfraces y la animación de la tradicional mascota Consumi, siempre dispuesta a pasar un día memorable. Los pequeños consumidores, hasta 12 años, participaron en talleres más especializados como el taller del supermercado, el de la fabricación de pan y el de los productos seguros.

Un stand de información sirvió para dar curso a las inquietudes de los adultos y recibir asesoramiento de las asociaciones de consumidores más representativas. La novedad en esta edición fue una concurrida zona de informática desde la que se podía acceder al portal del consumidor y otra en la que se asesoraba sobre las redes sociales y la compra virtual.

El espíritu participativo que impregnaba la celebración en Chamberí quedó patente en el Gran Muro de los Consejos, al que acudían los visitantes para dejar escritas inquietudes y sugerencias como "Consumir x Consumir, no", "Buen consumo, vida mejor" o "Conoce tus derechos para ejercerlos" y tuvo su momento más álgido con la suelta de miles de globos con mensajes en papel reciclado. No faltó, como en ediciones anteriores, una amplia selección de las publicaciones de la Dirección General de Consumo, entre las que se cuenta *Consumadrid*.



Madrid, la región más activa

El acto conmemorativo principal del Día Internacional del Consumidor fue una jornada organizada en la Casa de América, el 15 de marzo, en el que el consejero de Economía y Hacienda, Antonio Beteta, pasó revista a los logros de la Comunidad de Madrid en el control de artículos peligrosos. El acto continuó con una conferencia a cargo de Manuel Pizarro sobre la libre circulación de productos, la competencia y su repercusión en el consumo. Además una pequeña muestra expuso al público algunos de estos productos que incumplen la legislación de la UE.

Durante su intervención, Beteta anunció que la Comunidad puso en alerta el año pasado 81 productos que quebrantaban la normativa de seguridad y que, consecuentemente, fueron apartados del mercado. Esto supone que dos de cada diez alertas emitidas por las comunidades autónomas fueron realizadas por la administración regional madrileña. Así, el consejero de Economía destacó que "Madrid es la región española más activa en materia de Consumo y una de las más reconocidas de Europa". Beteta señaló que estos productos defectuosos representan una amenaza cada vez menor gracias a la intensa labor de inspección y a la buena disposición de los propios fabricantes. El origen de estos artículos alertados fue, un año más, el extremo oriente, pero como dato reseñable se incidió en





la cooperación entre Europa y China, que retiró la autorización para la exportación a 700 empresas.

De las alertas difundidas por la Comunidad, el 27% corresponde a productos infantiles y juguetes, el 20% a material eléctrico y electrodomésticos, el 18,5 eran de vehículos y accesorios y un 7,5% para luminarias y lámparas. La cantidad restante se distribuye entre herramientas, vestimenta infantil y accesorios, entre otros.

Éxito en ascenso

La acogida de la celebración del Día Internacional del Consumidor por parte del público en los pasados ejercicios ha trazado una notable línea ascendente, que anima, edición tras edición, a mejorar el horizonte deseado. Ya en 2007, el espacio situado en la Plaza de Felipe II logró reunir a más 26.000 visitantes, alcanzando una proyección especial la zona infantil, por la que pasaron 1.600 niños. Los colectivos especiales, como niños, jóvenes, discapacitados, inmigrantes y ancianos ya recibían entonces información especializada sobre los problemas más comunes en sus hábitos de consumo. Como anécdota ha quedado la actuación del dúo cómico Las Virtudes con un sketch en el que aconsejaban a los mayores sobre hábitos de consumo.

La edición de 2008 sirvió para confirmar definitivamente la aceptación popular de esta jornada festiva al registrar un 25% más de asistencia. A la carpa de 800 metros cuadrados instalada por la Dirección General de Consumo acudieron más de 32.000 personas y se registraron más de 3.000 consultas en la zona específica de atención al consumidor. Los asistentes pudieron participar, entre otros eventos, en diversos talleres formativos, recorrer una exhibición de productos peligrosos y una muestra interactiva para poner a prueba sus conocimientos sobre consumo, degustar suculentos productos gastronómicos y probar suerte en el sorteo de 1.000 carritos de la compra.

2009 mantuvo la ascendente línea de visitantes y trajo como principal novedad el cambio de emplazamiento de la tradicional carpa de actividades a su actual ubicación, en la emblemática

Plaza de Chamberí. El Día Mundial del Consumidor contó con variadas actividades de información y formación al consumidor, dirigidas especialmente a los más pequeños y con la colaboración de las asociaciones de consumidores más representativas de la región. Los niños pudieron disfrutar de títeres educativos, castillos hinchables, piscina de bolas, talleres de consumo, manualidades y maquillaje y bailes con Consumi (la mascota del consumidor). También tuvieron ocasión de escribir sus propuestas sobre consumo en el Muro de los Consejos, dibujarlos en la Zona de Talleres Infantiles y proclamarlos en un Atril diseñado al efecto. Por último, se lanzaron miles de globos al aire con propuestas escritas por los más pequeños para conseguir un consumo más sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Mientras tanto, los más mayores pudieron consultar dudas, poner alguna reclamación si lo consideraban oportuno y acceder a una hemeroteca de consumo con todas las guías editadas por la Consejería de Economía y Hacienda y las distintas ediciones de la revista *Consumadrid*.

En 2010, y de nuevo con la colaboración de las asociaciones de consumidores, un multitudinario acto en la Plaza de Chamberí sirvió para conmemorar el 14 de marzo la gran fiesta del Consumo. Los niños pudieron aprender sus derechos y deberes como consumidores a través de exposiciones como "El valor de los juguetes", títeres educativos representados por la Familia Consumi, talleres de consumo como "El supermercado", "Fabricación de productos", "La publicidad", "Productos seguros" y "El juego de Consumi", concursos de dibujo, etc. Diversos espacios de juego como un baúl de disfraces, el tradicional muro de los consejos, para escribir mensajes destinados a mejorar hábitos de consumo, una piscina de bolas, una zona para pintar y castillos hinchables, completaron las actividades de los más pequeños. De nuevo, técnicos especializados ayudaron a los adultos a resolver todo tipo de dudas sobre consumo. Además se repartieron las guías informativas y los últimos números de la revista *Consumadrid*. Durante toda la semana se organizaron actividades específicas como la destrucción de productos peligrosos en el punto limpio de Pozuelo de Alarcón o la celebración del Día Mundial del Consumidor en colaboración con municipios y mancomunidades en Tres Cantos.

OMIC MÓSTOLES

Formación para consumidores y empresarios

En la Oficina Municipal de Información al Consumidor de Móstoles han asistido durante los últimos cinco años a un incremento en las reclamaciones presentadas. Como dice la concejal de Sanidad e Igualdad de Oportunidades, Paloma Tejero, este aumento de las quejas está motivado “por la crisis económica que vivimos” y se nota especialmente, mencionando aparte del sector de las telecomunicaciones, “en las relacionadas con la vivienda, impagos, desahucios, cláusulas abusiva en los contratos, etc”.

Paloma Tejero reivindica como objetivo conseguido la conciencia del papel del consumidor en el mercado y la existencia de derechos que equilibran su posición de desventaja respecto a las empresas. Eso sí, sin olvidar “el gran avance en la concienciación del empresario, sobre la obligación de respetar estos derechos”. La formación ha sido clave para que los consumidores sean más exigentes. Las publicaciones de la Dirección General de Consumo han jugado un papel destacado, “*Consumadrid* ha sido muy demandada por los usuarios, que la recogen en nuestra oficina”.

A nivel local, el consistorio mostoleño ha puesto en marcha *Consumostoles*, una subweb de consumo en el portal del Ayuntamiento que proporciona información de interés y facilita trámites a los ciudadanos. Además, han aumentado las horas de atención de la OMIC, abriendo en turno de tarde.

La concejal de Móstoles incide en la necesidad de “asumir el reto de implantar plenamente la e-administración y lograr la evolución del consumidor para que sea más autosuficiente, siendo la administración más ágil”.



OMIC TRES CANTOS

Consumidores cada vez más conscientes



Desde la Oficina Municipal de Información al Consumidor de Tres Cantos, con el concejal de Comercio Antonio Ángel Avilés a la cabeza, destacan el alto índice de formación que tienen los consumidores de la localidad. El edil tricantino, al describir la evolución de la actitud de los consumidores en estos años, “cada vez más conscientes de sus derechos”, pone el acento en “que la mayor información ha supuesto un plus añadido al ejercicio de los derechos de los consumidores en sus actos cotidianos de consumo y la publicación de la revista *Consumadrid* es uno de esos medios de gran importancia y eficacia”.

En Tres Cantos, según comenta Antonio Ángel Avilés, se ha hecho un gran esfuerzo en materia de consumo para la consecución de los principios de proximidad, simplicidad y agilidad en la función desempeñada por el Área de Consumo, a través de su OMIC. Las materias que más trabajo han dado en los últimos cinco años a esta oficina son “nuevas tecnologías (telefonía móvil, Internet, televisión por cable), automóvil en sus variantes de compraventa y reparación, suministros y reparaciones de hogar”, copando la mayor parte de las reclamaciones efectuadas, unas 622 el año pasado.

El concejal afirma que las OMICS han evolucionado ampliando sus competencias y brindando formación a colectivos más vulnerables como los niños. El futuro pasa por “adquirir mayor importancia y peso específico dentro de las administraciones públicas, lo que se debe traducir en un aumento significativo en la dotación de recursos, tanto económicos como materiales y dotación de infraestructura”.

El futuro pasa por la formación

La labor de la OMIC de Villanueva de la Cañada siempre ha tenido el mismo objetivo, la atención a los consumidores, pues son, en definitiva, los que determinan su trabajo demandando nuevos servicios. El concejal de Consumo, Jesús Agudo, señala como principales logros obtenidos “el mayor nivel de información de los ciudadanos sobre sus derechos y obligaciones como consumidores”, lo que se traduce en “un claro cambio de actitud: hoy en día, el consumidor no duda en reclamar cuando surge un conflicto”. Precisamente los ciudadanos de Villanueva de la Cañada suelen acudir a la OMIC para aclarar sus dudas, tanto de forma presencial como por teléfono y correo electrónico y, en muchas ocasiones, les remiten “al Portal del Consumidor por si quieren ampliar más información o por si quieren consultar directamente”.

El año pasado la oficina tramitó 176 reclamaciones, relacionadas en su mayoría con la telefonía y servicios, mientras que 2009 hubo una fuerte aumento de quejas sobre la electricidad, debido a la fuerte subida de precio. Ante estas reclamaciones, valoran el papel del arbitraje, porque “es un sistema que ahorra tiempo y coste económico”, apunta el edil.

Como actividades formativas, el concejal destaca los talleres de consumo destinados a niños y jóvenes y las jornadas de consumo dirigidas a adultos. Como actividad destacada, indica Jesús Agudo, la “Semana del Consumidor” en la que “hacemos hincapié en que el consumidor cada vez debe estar más informado para poder defender sus derechos”. Durante esta jornada entregan al público la “Carpeta del Consumidor”, que recoge las publicaciones editadas con la Dirección General de Consumo. Pese a lo ya conseguido, que es mucho, aún queda “seguir formándose y preparándose en nuevas tecnologías, para poderlas adaptar en un futuro, con el objetivo de dar cada vez un mejor servicio a los ciudadanos, adecuándolo a los nuevos tiempos”.



OFICINAS DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR EN LA COMUNIDAD DE MADRID

- Ajalvir 91 8844047 / 33 28
- Álamo, El 91 8120550 y 91 7130770
- Alcalá de Henares 91 8771730
- Alcobendas 91 6637001
- Alcorcón 91 6648269
- Algete 91 6204900
- 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 / 91 5310146
- Boadilla del Monte 91 6024200
- Boalo, El 91 8559025 y 91 5310146
- Brunete 91 8318027
- Buitrago del Lozoya 91 8680056
- Bustarviejo 91 8482004 / 91 5429912
- Cabanillas de la Sierra 91 8439003
- Campo Real 91 8733230 y 91 5646560
- Casarrubuelos 91 8167100 y 91 7130770
- Cereceda 91 8420209 y 91 5310146
- Cercedilla 91 852 57 40 y 91 5310146
- Chinchón 91 8940084/04
- Ciempozuelos 91 8930004
- Collado Mediano 91 8598105 y 91 5429912
- Collado Villalba 91 8499800
- Colmenar Viejo 91 8450053 (ext. 270)
- Colmenar de Oreja 91 8943030 y 91 7130770
- Coslada 91 6278258
- Daganzo de Arriba 91 8845259
- Escorial, El 91 8901080
- Fresnedillas de la Oliva 91 8989009/91 3640276
- Fresno de Torote 91 8791296 y 91 5646560
- Fuenlabrada 91 6497023
- Fuente el Saz de Jarama 91 6200003/1581
- Galapagar 91 8587800
- Getafe 91 2027963
- Guadalix de la Sierra 91 8470006 y 91 5310146
- Guadarrama 91 8540051
- Hoyo de Manzanares 91 8566004 (ext. 6)
- Humanes de Madrid 91 6040300 (ext. 208)
- Leganés 91 2489000
- Lozoyuela-Navas-Sieteiglesias 91 8694561
- Madrid 010 / 012 y 91 3105903 / 04
- Majadahonda 91 6349107
- Mancomunidad del Suroeste de Madrid 91 8141621
- Mancomunidad Henares-Jarama 91 6278258
- Mancomunidad 'Los Pinares' 91 8611522
- Manzanares el Real 91 8530009/30
- Meco 91 8860003
- Mejorada del Campo 91 6791338
- Miraflores de la Sierra 91 8443017
- Molar, El 91 8412537 y 91 4673188
- Montejo de la Sierra 91 8697008
- Moralzarzal 91 8427910
- Morata de Tajuña 91 8730380 y 91 7130770
- Móstoles 91 6647642
- Navacerrada 91 8560006
- Navalagamella 91 8988008
- Navalcarnero 91 8101391/1460
- Nuevo Baztán 91 8735061
- Olmeda de las Fuentes 91 8735254
- Paracuellos de Jarama 91 6584875 (ext. 5)
- Parla 91 2024745
- Pedrezuela 91 8433053 y 91 5310146
- Perales de Tajuña 91 8748004
- Pezuela de las Torres 91 8869080
- Pinto 91 2483800
- Pozuelo de Alarcón 91 7992707
- Puentes Viejas 91 8680267
- 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 6401598
- 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 (ex. 147)
- San Sebastián de los Reyes 91 6597100
- Santorcaz 91 8840001 y 91 4673188
- Santos de la Humosa, Los 91 8848001
- Sevilla la Nueva 91 8130001
- Soto del Real 91 8476004
- Santa María de la Alameda 91 8999012
- Talamanca de Jarama 91 8417007
- Trelmes 91 5362172
- Titulcia 91 8010470 y 91 7130770
- Torrejón de Ardoz 91 6566969
- Torrelaguna 91 8430010 y 91 4673188
- Torrelovellos 91 8562133
- Torremocha de Jarama 91 8430019
- Torres de la Alameda 91 8868250
- Tres Cantos 91 2938057
- Valdemaqueza 91 8984729/30
- Valdemorillo 91 8977313
- Valdemoro 91 8099678
- Valdeolmos-Alalpardo 91 6202153
- Valverde de Alcalá 91 8859351
- Venturada 91 8439212 y 91 4673188
- Villacanejos 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
- Villarejo de Salván 91 8745087
- Villaviciosa de Odón 91 6169600 (ext. 271)
- Zarzalejo 91 8992287 y 91 3640276

Dirección General de Consumo: Gran Vía, 10 · Teléfono: 91 310 59 03

Agustina Laguna Trujillo

Presidenta de la Federación de Usuarios Consumidores Independientes (FUCI)

“La Administración de Consumo de la Comunidad de Madrid tiene amplia capacidad y disposición para escuchar a las Asociaciones de Consumidores”

La representante de FUCI valora positivamente los esfuerzos de la Dirección General de Consumo a lo largo de los últimos años. La colaboración entre la Comunidad de Madrid y las Asociaciones de Consumidores ha redundado en una mayor protección a los ciudadanos.

¿Cree que los consumidores madrileños están suficientemente protegidos?

La Ley 11/1998 de 9 de julio de protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid y el Decreto 1/2010 de 14 de enero por el que se aprueba el Reglamento de dicha Ley, conforman el marco jurídico protector de los derechos de los consumidores madrileños. La Ley Autónoma contiene una regulación exhaustiva de los derechos de los consumidores (en muchos casos novedosa) como es la protección prioritaria de determinados colectivos, ya que es necesario establecer mecanismos que permitan que todos los ciudadanos accedan a la información, educación y formación en materia de consumo y, muy especialmente, los menores que son muy vulnerables ante el fenómeno del consumo. La Ley busca fórmulas de coparticipación de todos los sectores que confluyen en el campo del consumo, procurando equilibrar intereses, derechos y obligaciones de todos los que conformamos la sociedad de consumo. Los consumidores madrileños registrarán la suficiencia de la protección de sus derechos si de manera generalizada los conocieran y los ejercitaran en sus actos de consumo de cada día



¿Qué pueden ofrecer las Asociaciones de Consumidores a los ciudadanos?

Las Asociaciones de Consumidores procuran ofrecer a los consumidores el mejor posicionamiento posible dentro del mercado, corrigiendo abusos, mejorando prestaciones y elevando la cultura de consumo en general entre la población.

El principal instrumento que los ciudadanos disponen de las asociaciones, en la defensa de sus derechos, es el de la información que reciben a través de ellas. Esta información, primer peldaño indispensable para subir la escala de sus derechos, les hará ver, que están protegidos frente a los riesgos que pueden afectar a su salud y seguridad, que sus intereses económicos y sociales pueden salvaguardarse a través de las Asociaciones de Consumidores, que

la información que reciben sobre los bienes y servicios que demandan tiene que ser la correcta, que tienen derecho a la educación en materia de consumo, que desde las Asociaciones de Consumidores legalmente constituidas serán oídos en consulta en el procedimiento de elaboración de normas, leyes y disposiciones que afecten a sus intereses y que la protección jurídica que les otorga la ley alcanza la reparación e indemnización de daños y perjuicios derivados de las situaciones de conflicto en consumo que puedan darse.

¿Qué objetivos se han alcanzado en la protección del ciudadano en materia de Consumo?

Se han mejorado muchísimo las cosas y, en este sentido, se han clarificado, ordenado y equilibrado cientos de acciones de

consumo, que mantenían al consumidor en una posición de indefensión e inferioridad. Se ha mejorado la legislación generalista en materia de consumo surgiendo y alcanzando nuevos derechos de los consumidores, con la extensión de algunos de los existentes como el de garantía o el de revocación, la introducción de normativa homogénea a todos los países del Espacio Económico Europeo (como la relativa a la normativa aérea), también se han introducido nuevos mecanismos procesales de protección al consumidor tales como las acciones colectivas o las acciones de cesación.

Estos avances en el panorama normativo, vienen impulsando también, la concreción y extensión de obligaciones informativas en todos los niveles (En el etiquetado de los productos alimentarios, creación y extensión de productos de calidad garantizada, marcapagos de seguridad, etiquetados voluntarios). En contratos, condicionados y cláusulas mayor transparencia, en definitiva aplicar la “lupa” en el derecho a la información que tienen los consumidores y que debe responder siempre a la auténtica realidad del bien, del producto o del servicio que adquiramos, utilicemos o consumamos.

¿Encuentran la complicidad de las Administraciones Públicas en su labor?

El buen entendimiento de la Administración Pública de Consumo de la Comunidad de Madrid y la organización a la que representa, viene siendo la tónica general a lo largo de un dilatado camino de trabajo por la defensa de los derechos de los consumidores y usuarios. La Administración de Consumo de la Comunidad de Madrid, tiene amplia capacidad y disposición para escuchar a las Asociaciones de Consumidores. Compartimos la mayoría de las preocupaciones que afectan a los intereses de los consumidores y siempre hemos encontrado el respaldo y la colaboración de la Dirección General de Consumo para paliar, resolver o promover acciones diversas que contribuyeran a mejorar la posición del consumidor frente a la de otros operadores económicos.

¿Los madrileños son consumidores bien informados?

Desde la experiencia del trato diario con los consumidores madrileños, se observa que éstos tienen un buen nivel de información en materia de consumo, aunque queda mucho por hacer para que el abanico de la información tenga una mayor apertura. Se conocen derechos, se sabe de la existencia de unas reglas de juego que deben respetarse por estar respaldadas por la leyes,

pero todavía no se ejerce, la “profesión” de consumidores con una nota alta.

¿Encuentran accesibles los servicios de atención al consumidor?

La accesibilidad a los servicios de atención al consumidor, tiene en Madrid el camino más directo y cómodo para los consumidores. No sólo para los residentes en la gran ciudad o en los grandes municipios, sino también en las zonas rurales, donde gracias al apoyo de la Consejería de Economía a través de la Dirección General de Consumo, y con la colaboración y asistencia de las Asociaciones de Consumidores, se cubre una parte importante del ámbito de la Comunidad, donde los consumidores, sin trasladarse, en su propio municipio y con la mayor comodidad, también disponen de servicios de consumo y atención directa a sus problemas en esta materia. Esta ayuda les es muy útil y necesaria en múltiples ocasiones: en la compra de una casa, al contratar una prestación, al suscribir un crédito, cuando pidan garantías, cuando utilicen el transporte.

Las Asociaciones de Consumidores reconocemos el esfuerzo que se hace desde la Administración de Consumo para llevar hacia adelante estas actuaciones, altamente valoradas por los consumidores y usuarios de los Municipios de la Comunidad de Madrid. Creemos que los recursos económicos destinados a estas acciones, representan una inversión importante, en los ciudadanos y que valoran y aprovechan.

¿Conocen los madrileños las ventajas del asociacionismo a la hora de garantizar sus derechos?

El asociacionismo y sus ventajas todavía resulta desconocido entre un amplio segmento de la población de la Comunidad de Madrid. La tarea de las Asociaciones de Consumidores en las diferentes áreas del consumo es muy amplia y hay que darla a conocer. Es limitado creer que las Asociaciones de Consumidores solo estamos para reclamar en las situaciones de derechos vulnerados. La tramitación de reclamaciones es un aspecto importante de nuestra labor, pero no es el único como algunos consumidores pueden creer. La información, la formación y la educación del consumidor, son los pilares básicos de nuestras actuaciones.

Prevenir el conflicto de consumo, porque se disponga de la preparación correcta, será más efectivo que la gestión de la reclamación que se ha producido por el desconocimiento del consumidor sobre sus derechos, y que da pie al que abusa sobre lo que está claramente establecido. Son necesarias pues más campañas informativas

para fomentar el asociacionismo y reforzar la participación de los consumidores en estas asociaciones.

¿Qué le parece el Arbitraje de Consumo, como sistema de resolución de reclamaciones?

La Sociedad de Consumo cada vez más profesionalizada, exige calidad en los actos de consumo que realiza, de tal forma que cuando surge alguna discrepancia entre el consumidor –usuario final y el proveedor que le presta el servicio o le vende un bien, también demanda instrumentos operativos que posibiliten la resolución del posible conflicto.

Para nosotros, poner al servicio del consumidor un procedimiento rápido, eficaz y gratuito de resolución de controversias como es el Arbitraje de Consumo, representa un incremento de calidad sobre los servicios que las empresas ofrecen al consumidor.

Son cada vez más los usuarios que discriminan positivamente en su elección, a los establecimientos que ostentan el distintivo arbitral de Consumo. Con la adhesión al Sistema Arbitral, el empresario mejora la competitividad de su empresa en el mercado.

¿Qué actividades desarrollan para complementar la información que reciben los ciudadanos?

Para completar la información que a través de publicaciones, estudios y monográficos editan las Asociaciones de Consumidores, destinadas a éstos, se programan bimensualmente, acciones de formación, vía Seminarios, Mesas redondas, Jornadas o Puntos de Encuentro específicos sobre las materias de consumo de actualidad, que han operado cambios o que responden a las demandas informativas que plantean los consumidores a nuestras Asociaciones. Desde estos espacios de información, estamos dando un fuerte impulso a la formación en consumo responsable y sostenible: Decidir sobre los modelos de consumo, compatibles o no con el medio ambiente, por la “huella” que dejan en éste, resulta urgente y por tanto indispensable avanzar en la formación precisa para reconducir nuestros actos de consumo.

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

Sobre este particular, se podría hacer una larga lista, pero esbozando una esquemática relación, podríamos anotar la necesidad de mayor transparencia en los mercados, los servicios de calidad, mayores garantías, la seguridad jurídica, la agilidad en los procedimientos y un largo etcétera que permite ver el trabajo pendiente, que es obligado desarrollar con la colaboración de todos.



Salvador Santos Campano

Presidente de la Confederación de Empresarios de Comercio Minorista, Autónomos y de Servicios de Madrid (CECOMA)

“El comercio y el servicio que yo represento cuenta con la confianza de sus clientes”

El representante del pequeño comercio de Madrid pasa revista a la relación de estas empresas con los consumidores madrileños y la Dirección General de Consumo. El balance, como no puede ser de otro modo, es positivo, aunque quedan retos por delante para desarrollar con ilusión.

¿Cómo valora la atención al consumidor que ofrecen las empresas madrileñas?

Creo que hacen una labor muy positiva a favor del consumidor.

¿De qué manera colaboran las asociaciones empresariales en que las empresas mejoren en este sentido?

Firmando acuerdos específicos de colaboración en beneficio de los consumidores que son nuestros clientes.

¿Cómo es el consumidor madrileño?

Hay un consumidor más joven y más exigente en estos momentos.

¿La crisis ha incrementado la exigencia de los ciudadanos en un ambiente económico hostil?

Indudablemente, el consumidor exige más y gasta menos en los momentos de crisis.

¿Qué logros han alcanzado en beneficio de sus asociados y de todos los madrileños por extensión?

Hemos llegado a acuerdos preferenciales

para créditos de nuestros empresarios con entidades financieras, así como acuerdos con las compañías eléctricas para abaratar y bajar el consumo eléctrico. En definitiva, acuerdos con entidades, administraciones locales y autonómicas en beneficio de nuestros clientes.

¿Hay buena comunicación entre la Dirección General de Consumo y otras instituciones públicas madrileñas, y los empresarios?

Contamos con una excelente relación así como la colaboración con ellos.

¿De qué manera se ha traducido este espíritu de colaboración entre la Comunidad de Madrid y sus empresarios?

Tenemos acuerdos establecidos con la Dirección General de Consumo en particular y con la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid en general.

¿El arbitraje es útil a la hora de solucionar problemas suscitados en el día a día empresarial?

El arbitraje es siempre útil, evita las

reclamaciones judiciales en la mayoría de los casos.

¿De qué manera puede incrementarse en el futuro la confianza de los ciudadanos en las empresas de la comunidad de Madrid?

El comercio y el servicio que yo represento, que es tradicional, cuenta con la confianza de sus clientes porque les da un trato personalizado y de especialidad.

¿Qué retos tienen en su horizonte?

Ayudar a mantener la pequeña y mediana empresa, que atraviesa las muchas dificultades motivadas por la crisis económica del país. Aunque hay que aclarar que, en Madrid, el comercio y el servicio está mejor que en el resto de España por tener un gobierno en la Comunidad que está haciendo las cosas que debe hacer un gobierno cuando se está en crisis, como es austeridad, bajada de impuestos, eliminación de trámites burocráticos, procurar líneas de créditos con las entidades financieras y ayudar a crear el ambiente necesario para que nosotros podamos trabajar.

La protección al consumidor en la Comunidad de Madrid

Consumadrid ha sido, a lo largo de sus veinte números de vida, testigo del compromiso de la Comunidad de Madrid con la defensa de los consumidores de la región. Para ello, la Dirección General de Consumo realiza todos los años un importante número de actividades informativas, formativas, de vigilancia y control del mercado, de mediación y resolución de conflictos de consumo con las empresas, para acercarse cada vez más al ciudadano, además de coordinar los esfuerzos de todos los agentes implicados en la ejecución de las políticas de consumo.

Hombres y mujeres de todas las edades adquieren cotidianamente bienes y servicios para satisfacer sus necesidades. La Constitución Española de 1978 garantiza los derechos de los consumidores, al destacar en su artículo 51 que “los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos”. La sociedad española y sus prácticas de consumo han variado mucho desde entonces. A los nuevos hábitos les han correspondido nuevas necesidades y normativas y, así, la Ley 11/98 se ha convertido en marco de defensa de los consumidores de la Comunidad de Madrid, una Comunidad que ha sabido responder a los nuevos usos y costumbres convirtiéndose, por méritos propios, en modelo de defensa de los consumidores en toda Europa.

Entre las principales funciones que tiene encomendada la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid destacan el diseño, planificación y ejecución de planes, programas y actuaciones de inspección y control de bienes y servicios de consumo; la elaboración y puesta en marcha de acciones de información y formación de los consumidores; la potestad sancionadora y la colaboración con asociaciones de consumidores, organizaciones empresariales y ayuntamientos. Como no podía ser de otra manera, la Comunidad de Madrid asumió la importancia de este compromiso y se ha postulado como modelo en materia de consumo.



Consumidores bien informados

Consumadrid, revista divulgativa de la Dirección General de Consumo, ha sido desde su primer número, publicado en 2005, eco del trabajo y la dedicación de la Comunidad de Madrid y también altavoz de las inquietudes ciudadanas. En cada uno de los veinte números editados hasta la fecha puede constatare el progreso en la calidad de vida y bienestar de los madrileños.

La política de consumo ha tenido en la información, abundante y diversa, un pilar fundamental. Han sido numerosas las iniciativas planteadas desde 2005 con el fin de proporcionar a los ciudadanos los datos necesarios a la hora de efectuar compras y contratar servicios: publicación de revistas, guías y folletos, eventos como el Día del Consumidor, asesoramiento a través de canales como el teléfono 012, el portal del consumidor en internet, la revista *Consumadrid* o el *Autobús del Consumidor*.

La Dirección General de Consumo edita toda clase de publicaciones para difundir los derechos y obligaciones a consumidores y empresarios. Para garantizar su difusión, se distribuyen en espacios públicos, y están disponibles en el Portal del Consumidor CONSUMADRID (www.madrid.org).

Buena muestra de esta tarea es la *Guía Básica del Consumidor*, de 2006, que brinda información general sobre los derechos del consumidor, reclamaciones, el sistema arbitral, las OMICS de la región y el sistema de alerta sobre productos peligrosos. Además, incluye una relación de organismos a los que acudir



para solventar problemas. Tal fue el éxito de este manual que tres años más tarde se publicó una versión adaptada de lectura fácil, destinada a colectivos de especial protección.

La región sostenible

La Dirección Regional de Consumo cuenta entre sus prioridades el fomento del consumo sostenible, basado en el respeto a la naturaleza. Una de las herramientas más útiles para cumplir este objetivo es el reciclaje de residuos. Así, se han impulsado numerosas campañas de formación para explicar el uso de los diferentes contenedores y puntos limpios existentes en cada ayuntamiento. El resultado ha sido óptimo: Madrid ha superado la media nacional en la tasa nacional de reciclaje de basuras.

Otra línea de actuación está dirigida al ahorro de recursos como el agua o la energía. Para ello se puso en marcha el Plan Energético de la Comunidad de Madrid y se ha contribuido a sensibilizar a los ciudadanos con hábitos 'ecológicos' a través de la edición de varias publicaciones y reportajes en Consumadrid. También con el Plan Renove se ha logrado una mayor eficiencia energética, al sustituir viejos sistemas de calefacción, gas y acristalamientos gracias a diferentes subvenciones y ayudas.

Respecto al consumo de agua, las cifras hablan por sí mismas: en los últimos seis años, los madrileños han consumido un 13% menos, pasando de 620 a 541 hectómetros cúbicos por habitante.

También se han editado guías y folletos de contenidos más concretos, como por ejemplo, *¡De vuelta al cole!*, guía publicada en 2005 sobre consejos de cara al inicio del curso escolar relacionados con el transporte, la ropa o el comedor. Del mismo año es la edición de *Cómo reclamar*, que con una distribución de 60.000 ejemplares ofrecía recomendaciones sobre la presentación de quejas viables ante un conflicto de consumo.

No han faltado guías dirigidas a los sectores más problemáticos desde el punto de vista del consumo, como la *Guía de compra, alquiler y reparación del automóvil*, *Guía para adquirir y alquilar una vivienda* y *Consejos para usuarios de telefonía fija, móvil e Internet*. Asimismo, ante el número creciente de reclamaciones relacionadas con los periodos vacacionales, se publicó el pasado verano la *Guía del Viajero*, un tema al que la revista *Consumadrid* siempre ha dedicado, además, amplia cobertura con reportajes sobre las garantías que asisten a los usuarios. Además, atentos a los perjuicios que, en ocasiones, suscitan las nuevas tecnologías, a finales del año pasado la Dirección General de Consumo presentaba la *Guía básica del consumidor en la compra por internet*, que puede descargarse en el portal del consumidor, con el propósito de reducir el progresivo número de quejas registradas tras efectuar transacciones en la red.

De persona a persona

Una de las actividades estrella de la Dirección General de Consumo es la celebración del Día del Consumidor que, en torno al 15 de marzo, sorprende a los ciudadanos con la instalación de un recinto en el que se alternan actividades lúdicas con otras de carácter formativo/informativo, en ubicaciones céntricas de la

capital, como la Plaza de Felipe II o la Plaza de Chamberí, pero siempre con una intención clara de llegar al público de todas las edades con talleres formativos, castillos hinchables, juegos infantiles, representaciones teatrales y la animación de la mascota Consumi.

Las actividades divulgativas se han extendido también, mediante el Autobús del Consumidor, a los municipios que no cuentan con OMIC, que lleva a cabo acciones educativas para todos los segmentos de población, distribuye publicaciones y folletos y, responde a cuantas dudas puedan plantear los visitantes con la mediación de técnicos especialistas.

Otra actividad clásica en el calendario de la Dirección General de Consumo se centra en los talleres, charlas y conferencias impartidas dirigidos tanto a consumidores como a empresarios.

Durante los últimos ejercicios se ha puesto especial énfasis en facilitar a los consumidores madrileños la resolución de las dudas surgidas en el día a día. Para ello se ha contado con tres herramientas de máxima actualidad y mucha utilidad: el portal del consumidor, la revista *Consumadrid* y el teléfono de atención 012.

El portal Consumadrid nació en 2006 con el objetivo de concentrar en una sola web toda la información precisa sobre consumo, además de ofrecer la posibilidad de presentar denuncias, reclamaciones y solicitudes de arbitraje. El portal permite la búsqueda de empresas adheridas al sistema arbitral o la difusión de alertas de productos peligrosos, así como acceder a las publicaciones editadas por la Comunidad. Se trata de una magnífica vía de comunicación entre la administración regional y los ciudadanos.

Mención aparte merece el Teléfono de Atención 012 para demandar información sobre los servicios públicos madrileños. Este número de atención cuenta con un servicio especializado en consumo que recibe anualmente más de 45.000 llamadas. Las consultas que más suelen realizarse coinciden con los sectores



que más reclamaciones acumulan, como servicios de telefonía e internet, transporte aéreo, compras de vivienda, servicios bancarios y reparaciones de vehículos.

En constante vigilancia

La Dirección General de Consumo vela constantemente por la seguridad de los productos puestos a la venta en la región. Para ello colabora con la Red de Alerta de Productos Inseguros, un mecanismo nacional y europeo para que las administraciones compartan información sobre artículos que comporten riesgo a los consumidores. La Comunidad de Madrid está a la cabeza de las alertas de productos peligrosos emitidas en España. En 2010 alertó sobre 81 productos que incumplían la normativa sobre seguridad, un número en ascenso desde 2005, y que fueron retirados del mercado. Además, se han resuelto 117 expedientes sancionadores.

La detección de artículos peligrosos se lleva a cabo desde diversos frentes, siendo el más frecuente las campañas de inspección y control de las administraciones de consumo. En este sentido, los inspectores de trabajo de la Dirección General toman muestras de productos que apunten indicios de peligrosidad o calidad defectuosa para ser analizados en laboratorios autorizados por la Unión Europea. Posteriormente dan a conocer a los usuarios aquellos productos que incumplen los requisitos de seguridad.

Productores y distribuidores también cooperan en la detección de estos productos defectuosos, de hecho están obligados legalmente a notificar a Consumo los fallos localizados en sus artículos y corregirlos. En ocasiones, también las denuncias de los propios consumidores a las oficinas de consumo de la Comunidad dan pie a estas alertas.

Junto a la labor de control de artículos potencialmente peligrosos, la Dirección General de Consumo ha intensificado también su vigilancia en los sectores que aglutinan más reclamaciones por parte de los madrileños. Para ello, proporciona instrumen-

tos como información sobre los derechos que asisten a los ciudadanos ante situaciones de abuso. Además las reclamaciones y denuncias pueden terminar en un expediente, y posterior sanción, si se observa una infracción administrativa.

Apuesta por el arbitraje de consumo

El arbitraje de consumo es un procedimiento extrajudicial gratuito para resolver los problemas entre empresas y consumidores y cuenta con la ventaja de que los conflictos finalizan en un acuerdo o laudo de obligado cumplimiento. Aunque desde 2001 existe el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo, organismo que coordina y fomenta este mecanismo, es a partir de 2005 cuando se puede hablar de su despegue gracias al impulso del gobierno regional.

La Comunidad de Madrid ha puesto en marcha campañas diversas para divulgar los beneficios de este sistema de resolución a través de varios soportes, buscando la adhesión del mayor número posible de empresas. También celebra anualmente un encuentro sobre arbitraje de consumo, ya en su tercera edición, y diferentes cursos, como el organizado sobre arbitraje en telecomunicaciones para los vocales de colegios arbitrales, un ejemplo que avala el interés de reducir las quejas registradas por este sector, que alcanzan el 80,6% del total. La labor realizada por la Dirección General de Consumo se traduce en cifras como las 4.700 solicitudes de arbitraje resueltas en 2010, un 13% más que el ejercicio anterior; o las 13.124 empresas y profesionales adheridos a la Junta Arbitral Regional de Consumo a finales del pasado año.

Una administración cercana al ciudadano

Los ciudadanos han encontrado en las oficinas de información al consumidor localizadas en la Comunidad un espacio al que acudir en busca de información y orientación para efectuar sus reclamaciones. En la actualidad, existen 108 oficinas al servicio del consumidor. Hay ayuntamientos que gestionan directamente las oficinas municipales de atención al consumidor (OMIC). En localidades menores, la Dirección General de Consumo asume estas funciones a través de convenios con asociaciones de consumidores.

Para todos los públicos

La región es ejemplo de acciones formativas para niños y jóvenes. Más de 100.000 alumnos de primaria, secundaria, bachillerato y FP pasan cada año por los Talleres Escolares de Consumo en los que difunden conocimientos sobre consumo, hábitos responsables, derechos y obligaciones. Además, anualmente se celebra un concurso que concientiza a los escolares del valor de sus decisiones como consumidores. Esta competición tiene dos fases: una en internet, con el concurso Consumópolis, y otra en la que los participantes superan pruebas como la elaboración de una revista o un juego de mesa.

En relación a los más pequeños destaca el esfuerzo realizado por la Dirección General en acentuar la vigilancia de las normas de seguridad exigidas a los productos infantiles comercializados en la Unión Europea, normas que se hacen saber a los consumidores a través de diferentes canales, como por ejemplo *Consumadrid*.

Los mayores son también un colectivo de especial protección. La Dirección General de Consumo ha organizado asiduamen-

te jornadas de formación destinadas exclusivamente a este segmento de población, para el que también se programa el concurso Cuidando nuestro mundo.

Otros consumidores que reciben una atención preferente son los discapacitados. Así, por ejemplo, en julio de 2008 se editó, conjuntamente con la ONCE, un libro hablado para invidentes en formato CD, con contenidos prácticos sobre reclamaciones, contratación de telefonía e internet, vivienda y reparaciones. El año pasado, con motivo del Día Internacional del Bastón Blanco, se reivindicaron los derechos de los usuarios de perros guía con un acto en el Centro Comercial Príncipe Pío. Además, también se ha editado una pequeña guía al respecto.

Los inmigrantes residentes en la región constituyen también un colectivo de atención preferente. En 2006 se firmó un acuerdo entre el gobierno regional y el Cuerpo Consular Acreditado para llevar a cabo actividades formativas, que sirvieran además como herramienta de integración en la sociedad madrileña.

Jornada sobre control de calidad de los productos de la Comunidad de Madrid

El pasado día 9 de mayo de 2011 se celebró en el aula de formación de la Dirección General de Consumo (Gran Vía, 10), una jornada técnica centrada en la calidad de los productos no alimentarios, que contó con la asistencia de representantes de asociaciones de consumidores, expertos de empresas, personal de las OMIC regionales y técnicos de la propia Dirección General de Consumo.



La directora general, Carmen Martínez de Sola, inauguró esta cita, destacando la importancia que tiene para la Comunidad de Madrid no sólo la seguridad de los productos (que fue objeto de una jornada específica en la Casa de América de Madrid el pasado 15 de marzo), sino también los aspectos relacionados con la calidad en el consumo, el control de la trazabilidad de la fabricación de los productos y la información a los consumidores.

Seguidamente, Martínez de Sola dio la palabra a Rafael Guirado Torres, director del Departamento de Electrodomésticos del Laboratorio Central Oficial de Electrotecnia (LCOE), dependiente de la Universidad Politécnica de Madrid, que centró su intervención en los tres tipos de directivas europeas relacionadas con el sector eléctrico. Así, a las conocidas directivas de seguridad (de baja tensión, de compatibilidad electromagnética y la directiva de máquinas), se unen las actuales directivas de nuevo enfoque de etiquetado y de ecodiseño, que exigen a las empresas y a las autoridades (aduaneras y de consumo) el cumplimiento de nuevas condiciones

de etiquetado y de calidad, con el fin de lograr objetivos de sostenibilidad y de eficiencia energética en todos los aparatos eléctricos y electrodomésticos.

La jornada prosiguió con una mesa redonda en la que intervinieron otros expertos. Por el sector eléctrico, Ricardo Pomatta, de ANFALUM (Asociación Española de Fabricantes de Iluminación), habló sobre la “eficiencia energética en instalaciones de alumbrado doméstico en España”, poniendo de relieve que el alumbrado es el sector “más reglamentado” del sector eléctrico, cuyo coste “supone el 20% de la factura eléctrica de un hogar, el 70% de la factura eléctrica de un Ayuntamiento y el 40% de la factura de una tienda: pero sólo el 30% de los hogares tiene una lámpara de ahorro energético”, por lo que en España hay un gran potencial de ahorro, pudiéndose reducir el consumo actual hasta en un 80%, si se generalizasen las nuevas tecnologías en iluminación que mejoran la eficiencia energética (por ej., lámparas LED). Anfalum y sus asociados han participado activamente en el calendario europeo de sustitución de bombillas incandescentes y de baja eficiencia previsto por la Directiva 2005 de ecodiseño.



Por la parte textil, Juan Antonio García Sorroche, jefe del laboratorio de gestión de calidad del grupo El Corte Inglés, intervino para exponer la estrategia denominada “Calypso”, de calidad y producto sostenible de las empresas del grupo. La manufacturación textil ha cambiado radicalmente en los últimos años, no sólo en España: los proveedores textiles nacionales han ido desapareciendo y El Corte Inglés importa actualmente textiles y componentes de proveedores de terceros países, como China, Indonesia o Marruecos, con los que el grupo establece planes de calidad concertada. Entre los factores que dominan la percepción del consumidor, García Sorroche mencionó la “importancia actual del diseño, la relación calidad/precio y la flexibilidad para dar respuesta a los cambiantes gustos de los clientes”, lo que convierte en indispensable “la velocidad de fabricación” y pone en primer plano “la logística de compra y distribución”. Los protocolos textiles inciden en las especificaciones técnicas y normativas de las prendas y sus componentes, las fichas técnicas de los tejidos (gestión y confección), los procedimientos de revisión con los proveedores, los análisis de laboratorios

sobre selección de muestras, las etiquetas de conservación y composición y la gestión de las reclamaciones de los clientes, que se analizan por departamentos y sirven para revisar los planes de calidad que el grupo de empresas de El

Corte Inglés concierta con sus proveedores.

Por el sector juguetero, intervino José Antonio Pastor, presidente de la Federación de Fabricantes de Juguetes (AEFJ), que resu-

mió el compromiso de sus asociados con la seguridad, con la producción ética y con la comunicación responsable. Por las encuestas de consumo que maneja la AEFJ, saben que el consumidor no tiene mucho conocimiento de las normas de seguridad de los juguetes y “tampoco es elevada la percepción de responsabilidad propia en hábitos de compra y uso”. La marca (el fabricante) da confianza, pero hay una “baja satisfacción con la información en el punto de venta, cierta preocupación por los riesgos del juguete y desconfianza hacia los juguetes tecnológicos”. La mayor conciencia de la edad recomendable para el uso del juguete, y la seguridad del mismo, se da en los hogares con niños pequeños; por contraste, el 39% de los encuestados admite no leer el etiquetado ni las advertencias de seguridad, y un 38% no percibe ningún riesgo en la manipulación del juguete (piezas pequeñas, cortes, presencia de pilas...), lo que compromete a la AEFJ en las tareas de formación a fabricantes, distribuidores y administración, y de difusión a los consumidores (a través del portal www.niñoseguro.es).

Por su parte, Félix de la Hera, ejecutivo de la empresa alemana Teka, asociada en ANFEL (Asociación Nacional de Fabricantes e Importadores de Electrodomésticos de Línea Blanca), inició su ponencia presentando a este grupo empresarial, que fabrica en quince países, tiene 5.600 trabajadores y es el único fabricante integral de equipamientos de cocina, con seis centros productivos en España. Como responsable de calidad de la fábrica de Alcalá de Henares (Madrid), De la Hera centró su exposición en las campanas extractoras y paneles de mando de cocina, repasando la normativa técnica y el control exhaustivo que observa esta empresa en el diseño y fabricación de sus productos industriales, destinados al consumo, certificados por normas ISO y las especificaciones técnicas de países como Australia, China, Rusia, Chile, Méjico, Emiratos Árabes, etc.

Tras una breve ronda de preguntas, Carmen Martínez de Sola dio por cerrada la jornada, agradeciendo la colaboración de los expertos y el interés mostrado por todos los presentes.



La Comunidad de Madrid promociona el sistema arbitral de consumo como medio de resolución de conflictos gratuito

El gobierno regional presentó a mediados de noviembre de 2010 una nueva campaña de promoción del sistema arbitral de consumo como un medio de resolución de conflictos gratuito, ágil y como alternativa a los tribunales de justicia. La Campaña pretendía, por un lado, atraer la atención de comercios y empresas al Sistema Arbitral de Consumo y por otro, promocionar entre los consumidores el distintivo que acredita a las empresas adheridas, para que lo tengan en cuenta como un valor añadido a la hora de realizar sus compras.

La directora general de Consumo y gerente del Instituto Regional de Arbitraje, Carmen Martínez de Sola, señaló el pasado 23 de noviembre en el acto de presentación de la campaña que “es importante que tanto consumidores como comerciantes sean conscientes de que pueden resolver sus controversias mediante este sistema y que llegar a acuerdos es mucho mejor que acudir a otros medios, como la justicia”. En el acto participaron jóvenes ataviados con la indumentaria de árbitro deportivo para entregar folletos informativos a consumidores y comerciantes.

La campaña se enmarca dentro de los actos organizados con motivo de la Semana del Comercio y la Hostelería de la Comunidad de Madrid, que se celebró entre el 17 y el 24 de noviembre, con el objetivo de impulsar las ventas en ambos sectores de actividad. Actualmente, 13.200 empresas y profesionales están adheridos a la Junta Arbitral Regional de Consumo, que cada año otorga 500 nuevos distintivos de adhesión al sistema. Este distintivo, que la empresa puede exhibir tanto en escaparates como en todo tipo de documentación comercial y en la propia web, permite al consumidor identificar a las empresas que están dispuestas a solucionar

los conflictos que puedan surgir en su relación de consumo mediante el sistema arbitral. Los consumidores también pueden consultar si una empresa está adherida al sistema arbitral en el portal del consumidor de la Comunidad de Madrid disponible en www.madrid.org.

La Comunidad de Madrid en 2010 ha registrado 20.248 reclamaciones y 6.689 solicitudes de arbitraje de las cuales ha resuelto un total de 4.700. El sistema de Arbitraje de Consumo supone un ahorro estimado de 3 millones de euros a la administración de Justicia.

Un sistema gratuito, rápido y eficaz

El sistema arbitral se caracteriza por ser gratuito para las partes, que sólo en determinados supuestos tienen que costear la práctica de peritajes; rápido, ya que los expedientes se tramitan como mucho en seis meses desde la admisión a trámite de la solicitud; sencillo y eficaz, porque tiene pocas formalidades y se resuelve sin necesidad de recurrir a la vía judicial; voluntario, ya que ambas partes se someten libremente al arbitraje; y ejecutivo, porque los laudos son de obligado cumplimiento para empresario y consumidor y tienen el mismo valor que una sentencia judicial.



MATRICULADA ANULADA

LA RECLAMANTE firmó con un centro de enseñanza a distancia un contrato para realizar un curso y no se aceptó su derecho a desistir del contrato dentro del plazo de tres meses.

EL RECLAMADO aseguró que a la reclamante se le pasó el plazo previsto y que dentro del material lectivo se hallaba un documento de desistimiento. No aceptan la resolución del contrato y exigen la cantidad adeudada de 1.500 euros.

En el laudo, **EL ÓRGANO ARBITRAL** acuerda que la empresa reclamada rescinda la contratación del curso y anule la deuda generada de 1.500€, debiendo la reclamante a su cargo devolver la documentación didáctica recibida al domicilio de la empresa. No le consta que junto con el material didáctico se encuentre el documento de revocación aportado al expediente, y cree probada la voluntad de la reclamante de desistir en plazo del contrato notificándoselo mediante burofax a la empresa.

UNA CALDERA PROBLEMÁTICA

LA RECLAMANTE se encontraba disconforme con la factura de reparación de una caldera que seguía fallando tras el primer arreglo y la limpieza posterior, a cargo de otra empresa y a petición del reclamado. La reclamante tuvo que acudir a otro servicio de reparación. Pidió el coste de la primera intervención, 236,36 euros, de la limpieza, 150 euros, y de la reparación final, 150,80. En total, 607,16€.

EL RECLAMADO ofrece abonarle el precio de las piezas que pagó a la otra empresa, ya que, en su opinión, la actuación de la nueva empresa que reparó la caldera sólo cambió una boquilla, labor que ellos habían realizado en la primera visita.

EL ÓRGANO ARBITRAL estimó parcialmente la petición de la reclamante y que el reclamado le pagara 406,36 euros porque ni la primera reparación ni la limpieza posterior solucionaron el problema de la caldera y tuvo que ser una tercera empresa la que arreglara esta calefacción.

VIAJEROS AL TREN

EI RECLAMANTE ganó un fin de semana para dos personas en el Balneario de Puente Viesgo a través de un concurso televisivo, incluyendo billetes de un me-

Casos Arbitrales

dio de transporte, que tuvo un retraso de seis horas en el viaje de ida y dos en el de vuelta. Solicita el importe de los billetes de ida y el pago de medio día de hotel.

EL RECLAMADO se opuso a la reclamación mediante un escrito de alegaciones.

EL COLEGIO ARBITRAL acordó estimar parcialmente las pretensiones del reclamante, solicitando a la parte reclamada el pago de los dos billetes de ida (140 €) y desestimando el resto de pretensiones.



DESPERFECTOS EN UN PANTALÓN

La RECLAMANTE solicita una compensación al medio de transporte por la rotura de un pantalón a causa del mal estado del mobiliario de una estación. Telefónicamente se acuerda valorar ese pantalón en 40 euros, pagando la compañía además el billete de ida y vuelta, pero posteriormente recibe una valoración de 20 euros por la prenda más el billete. Pide, por tanto, los 40 euros de la primera estimación.



La RECLAMADA en su comparecencia se reafirma en la valoración de 20 euros como

compensación por el pantalón y como gasto extra propone el importe pagado en el desplazamiento de la prenda.

Tras valorar las peticiones de las partes, **el COLEGIO ARBITRAL** acordó que la reclamante tendrá que ser compensada con 25,40 euros por el pantalón, debido a su estado y uso, y el desplazamiento entre municipios para entregar la prenda.

COMISIÓN EN EL PAGO POR VENTANILLA

EL RECLAMANTE abonaba sus facturas con una operadora de telefonía mediante transferencia bancaria, pero tras cambiar al pago en ventanilla la compañía le incluyó un cargo extra de dos euros por línea. En la reclamación, esta parte solicitaba el reintegro de estas cantidades.

LA RECLAMADA manifestó que la reclamación no procedía, pues el pago por venta-

nilla tiene un coste adicional repercutido en el cliente, si bien habiendo domiciliado las facturas de las dos líneas como atención comercial se han devuelto 2€.

Por su parte **EL COLEGIO ARBITRAL** resolvió estimar la pretensión del reclamante por cuanto entre los derechos del usuario se encuentra el de elegir el medio de pago, lo que significa poder utilizar un medio distinto de la domiciliación bancaria. Por otro lado, cualquier cambio de precio o tarifa ha de ser notificado previamente, lo que en el presente caso no consta acreditado en el expediente haberse realizado. Debiendo en consecuencia la empresa reclamada reintegrar el coste de 2€ más IVA por cada factura que el reclamante haya pagado por ventanilla, lo que al día de la fecha asciende a 12 euros más IVA.

BAJA DENTRO DEL PLAZO

LA RECLAMANTE se mostró disconforme con los servicios y facturación de una empresa de telefonía. Recibió un móvil en mal estado y se le facturó 100 euros más IVA tras cambiarse de tarifa en la web. Pide el cumplimiento de la garantía de origen y el reintegro de las cantidades facturadas

LA RECLAMADA se opuso manifestando que no hay incidencia alguna en la facturación. Afirmó que el móvil se adquirió a precio promocional vinculado a un periodo de permanencia y que la reclamante mantiene una deuda de 242 euros con la operadora.

Finalmente **EL COLEGIO ARBITRAL** estimó en parte la pretensión de la reclamante ya que vistas las condiciones del servicio activado objeto de la controversia, así como la factura emitida de 133,02€ de la cuota el consumo realizado (14,6736€ mas IVA) y del cargo por baja en la tarifa de datos contratada (100€ mas IVA); se verifica que el cambio de tarifa se produjo en las primeras 24 horas de contratación, y que según normativa aplicable el consumidor tiene derecho a desistir del servicio sin penalización

en el plazo de siete días hábiles, siendo incorrecto el cargo de 100 euros por baja anticipada. La reclamada debe rectificar la factura dejándola en 17,02 euros. Por otro lado, en la



factura de 115,18€, revisada la misma no se detecta irregularidad alguna, por las dos facturas citadas el reclamante deberá pagar 132,20 €.

PARA DESCANSAR EN PAZ

EL RECLAMANTE contrató con una empresa de servicios funerarios, tras la muerte de su padre, la compra de una sepultura por 1.171,98 euros más IVA por un periodo de diez años renovables. Como era para dos cuerpos, en caso de otro fallecimiento se podría inhumar otro féretro pagando el importe de los años transcurridos tras el primer entierro. En la firma del contrato no le fue entregado ningún anexo, pero cuando fue requerido para abonar los gastos del servicio le dieron un documento nuevo que establecía que la sepultura era de uso individual y, para un segundo enterramiento, habría que abonar el importe de diez años; de igual modo, para la primera inhumación habría que pagar la ampliación de los años necesarios para que el fin de su periodo concesional coincidiera con la segunda inhumación. La parte reclamante pidió la nulidad del Anexo I y el cumplimiento de lo contratado verbal y por escrito, aunque hubiera aceptado una limitación de renovaciones a solicitud de la empresa según las tarifas vigentes en el momento de renovación; entendiéndose la renovación como una unidad, con capacidad para dos cuerpos y no por una cada cuerpo individual. **EL RECLAMADO** se opuso manifestando que mantenía el Anexo I, si bien lo dejarían sin efectos durante el periodo concesional de 10 años. La renovación de la unidad de enterramiento por 10 años sería con las condiciones expuestas en el Anexo I y su Reglamento; es decir, cada nivel se consideraría individualmente.

EL COLEGIO ARBITRAL decidió estimar parcialmente las pretensiones del reclamante, por cuanto considera que las condiciones pactadas inicialmente en contrato expresan claramente que la sepultura adquirida es de dos cuerpos, a un precio unitario y renovable cada 10 años. El Anexo I no fue informado en el momento de la contratación determinando el Colegio Arbitral que las condiciones establecidas en dicho Anexo I se tienen por no puestas.

Entrega de premios Consumópolis



Los ganadores son grupos de alumnos del CEIP Rosa Luxemburgo, en la categoría Tercer Ciclo de Educación Primaria; del colegio María Inmaculada, en la categoría 1º y 2º de ESO; y del IES Las Musas, en la categoría 3º y 4º de ESO, todos ellos centros situados en Madrid. Al acto han acudido acompañados por sus profesores, coordinadores y sus compañeros de curso.



Como final del concurso Consumópolis, edición 2010-2011, el pasado 11 de mayo se realizó un acto de entrega de premios en el colegio María Inmaculada, de Madrid, sede de uno de los grupos ganadores.

La directora general de Consumo dirigió unas palabras de reconocimiento a los ganadores, en las que destacó el valor de comprender los diferentes aspectos del consumo, lo que en definitiva implica desenvolverse en el mundo de la comprensión y las ideas –en este caso de consumo- pues finalmente son ideas lo que contribuye a llevar a una sociedad a determinada forma de constituirse.



A la misma acudieron la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola y Coello de Portugal, acompañada del subdirector general de Coordinación, Mariano Sánchez-Ortiz Rodríguez, y de la subdirectora general de Orientación al Consumidor, Paloma Vicent García, así como miembros del jurado de los premios.

Una vez realizada la entrega de diplomas y placas, los asistentes presenciaron un espectáculo de magia con el que dio por cerrado el acto.



VI Concurso “Nuestros mayores y la protección al consumidor”

Este certamen, desarrollado entre el 28 de abril y el 27 de mayo, tiene como objetivo fomentar entre los consumidores de más de sesenta años, residentes en la Comunidad de Madrid, el conocimiento de sus derechos y deberes, de la normativa que regula las diferentes actividades de consumo y de las situaciones que se

pueden dar en los actos de consumo y cómo actuar ante ellas. Se exige que los participantes desarrollen un trabajo original sobre el tema: “Ante un problema de consumo, ¿qué puede hacer el consumidor mayor?”, de una extensión de entre 4 y 12 páginas, en las que se desarrollará el tema propuesto.

Más de 4.000 talleres en 2011

La Dirección General de Consumo presentó en Alcorcón su oferta formativa para escolares



La Comunidad de Madrid exhibió en el Colegio Público Santo Domingo de Alcorcón una muestra de los más de 4.000 talleres escolares que se impartirán a lo largo de este curso en los centros escolares de 77 municipios de la región. Su finalidad es la de promover el conocimiento sobre los derechos de los consumidores y la adquisición de hábitos de consumo críticos y sostenibles, mediante una actividad basada en una metodología pedagógica participativa.

Acudió a esta puesta de largo la directora general de Consumo, Carmen Martínez de Sola, acompañada del diputado de la Asamblea de Madrid, David Pérez. La directora quiso comprobar de primera mano cómo los alumnos del centro educativo alcorconero participaban en talleres de distintas temáticas. "En 2011 se impartirán más de 4.000 talleres con los que llegaremos a más de 100.000 alumnos de nuestra región", precisó Martínez de Sola. La visita realizada a los Talleres Escolares de Consumo se enmarca dentro de los actos que la Comunidad de Madrid organizó con motivo del Día Internacional del Consumidor, el pasado 15 de marzo.

Desde 2005 se han impartido alrededor de 25.000 talleres y han participado

más de 600.000 alumnos de Educación Infantil, Primaria, Secundaria y Bachillerato a través del Programa Regional de Educación del consumidor. El programa pretende difundir el ciclo de consumo, desde que se elabora y se comprueba la seguridad de un producto hasta la acción de comprar, o la posibilidad de reclamar los derechos por parte de los consumidores.

Aprender a leer una etiqueta y conocer los productos

Los más pequeños pudieron conocer a través de talleres como "Comprar en el supermercado" o "Fabricando productos", nociones básicas de consumo: de dónde vienen los productos o cómo familiarizarse con los documentos y derechos del consumidor en la compra.

Los alumnos de edades más avanzadas recibieron nociones sobre seguridad y productos y juguetes seguros, derechos, publicidad y técnicas de venta o etiquetado de productos en talleres como "Productos seguros", "Publicidad", "Leer etiquetas" o "Suministros básicos".

Este programa pretende incidir en uno de los grupos que la Ley de Protección a los consumidores de la Comunidad de Madrid denomina de "especial protección": niños, jóvenes, personas mayores, inmigrantes y personas con discapacidad.



Nuevo etiquetado energético

El avance tecnológico experimentado en los últimos años exigía una revisión de la etiqueta energética. De ahí que, en 2010, la Unión Europea aprobara un nuevo etiquetado para indicar la eficiencia energética más allá de la clase A.



La nueva Directiva Marco introduce un nuevo diseño de la etiqueta energética que ha mantenido, no obstante, sus características de aspecto uniforme y sencillo en las diferentes categorías de producto. Los elementos básicos de la etiqueta permanecen en el nuevo diseño: escala de clasificación con letras, siete clases energéticas, colores de verde oscuro (alta eficiencia energética) a rojo (baja eficiencia energética). Pero se incorporan elementos adicionales para destacar los productos con mejores características y el progreso técnico:

- Se añaden hasta tres clases adicionales (A+, A++ y A+++)
- La nueva etiqueta será independiente del idioma, ya que los textos se sustituirán por pictogramas que informan a los consumidores sobre las características de un determinado producto.
- Cada producto individual se suministrará con la nueva etiqueta completa. La práctica actual de proporcionar la base y la tira de datos por separado desaparecerá.
- La declaración de ruido será obligatoria para los productos en los que el ruido es un criterio relevante.

En 2010 sólo se han publicado reglamentos de aplicación del nuevo etiquetado energético para aparatos de refrigeración, lavadoras y lavavajillas. A partir del 20 de diciembre de 2010, los proveedores pueden hacer uso del nuevo etiquetado para estos productos de forma voluntaria, y a partir del 30 de noviembre de 2011 su uso será obligatorio. Para el resto de productos (secadoras, lava-secadoras y hornos) se publicarán más adelante los reglamentos del nuevo etiquetado energético. Mientras tanto, sólo se podrá utilizar el etiquetado actual, basado en las clases energéticas A-G.

Las obligaciones que se establecen para el distribuidor, tanto en el etiquetado actual como en el nuevo, son las mismas. La única diferencia estriba en que con el etiquetado actual, el distribuidor debe colocar la base de color genérica y encima de ella la tira técnica con los datos específicos del modelo, mientras que en el nuevo etiquetado la base y la tira desaparecen por tratarse de una pieza única.



ESPAÑA Y ALEMANIA LIDERAN EL ENVÍO DE QUEJAS AL DEFENSOR DEL PUEBLO EUROPEO

De las 2.667 reclamaciones sobre el funcionamiento de las instituciones europeas que recibió el Defensor del Pueblo en 2010, 375 provenían de Alemania y 349 de España, lo que les convierte en los dos países líderes en la emisión de quejas. Estos datos han sido presentados el 16 de mayo por Nikiforos Diamandouros, que dirige esta institución. Eso sí, aunque españoles y alemanes están a la cabeza en términos absolutos, las proporciones más altas en comparación con la población está en Luxemburgo, Chipre y Bélgica. El descenso de quejas, en 2009 se recibieron 3.098, se debe, según afirmó Diamandouros, a la guía interactiva incorporada a la página web del Defensor del Pueblo, que ofrece información sobre las vías para obtener reparación, sea a nivel europeo, nacional o regional.

LA CE ESTABLECE UN PLAZO DE DOS SEMANAS DE PRUEBA PARA ARTÍCULOS COMPRADOS A DISTANCIA

Los Veintisiete adoptaron el pasado 25 de enero la propuesta de directiva encaminada a concertar en la UE la protección de los derechos de los consumidores que hacen compras a distancia, como las efectuadas por Internet, correo y también ventas a domicilio. Tras el visto bueno de la Eurocámara, los compradores europeos tendrán 14 días para devolver los artículos que no deseen y sólo se les podrá cargar el coste del transporte de vuelta.

La nueva normativa obligará a los vendedores a ofrecer datos concretos, como las características detalladas del artículo y el precio después de impuestos, para que el consumidor pueda decidir con toda la información pertinente.

LOS ALEMANES, CONSUMIDORES MÁS OPTIMISTAS EN 2011

Los alemanes son, con diferencia, los consumidores más optimistas de toda Europa en 2011, según un estudio del instituto de investigación económica GfK. El informe "Perspectivas sobre el comportamiento del consumidor en 2011" destaca que las expectativas económicas de los consumidores alemanes iniciaron una "brusca tendencia alcista" desde el verano de 2010, lo que ha tenido un efecto "muy positivo" sobre el mercado laboral. Las buenas condiciones generales y la creciente seguridad de planificación para los consumidores también han tenido un efecto destacable sobre la propensión a comprar, que ha seguido subiendo con firmeza desde un nivel ya de por sí elevado", añade GfK.

LA CE PROPONE ARMONIZAR LA NORMATIVA SOBRE HIPOTECAS

La Comisión Europea (CE) propuso a finales de marzo concertar la normativa de las hipotecas en la Unión Europea para introducir mejoras que eviten el recalentamiento del sector y minimicen los casos de impago y embargo. En concreto, Bruselas pretende evitar que la información o publicidad poco clara, unida a un inapropiado consejo profesional, lleve a los consumidores a elegir un producto inadecuado para su capacidad de pago, que desemboque en la dramática consecuencia de la pérdida de la vivienda. El objetivo de esta normativa también es promover un mercado único de las hipotecas, de manera que se fomente la competencia en los mercados nacionales con la entrada de entidades extranjeras.

PROGRAMA PARA EXTENDER EL USO DEL COCHE ELÉCTRICO EN EUROPA

La Comisión Europea presentó el 31 de marzo un proyecto para desarrollar y extender el uso del coche eléctrico en la Unión Europea que incluye la creación de miles de puntos de recarga en los países comunitarios. En concreto, la CE destinará 24,2 millones de euros en los próximos cuatro años para financiar proyectos de desarrollo de automóviles eléctricos. Para el comisario europeo de Transportes, Siim Kallas, la sustitución progresiva hasta 2050 de todos los vehículos que funcionan con combustibles fósiles por otros con motores eléctricos

servirá para crear "ciudades más verdes y más limpias".

AUMENTAN LAS VENTAS DE LÁCTEOS DE MARCA BLANCA

Según un estudio realizado por Kantar Worldpanel en el mercado británico sobre productos lácteos, cada vez descienden más las ventas de lácteos con marca, dejando más espacio a los productos de marca de distribuidor, más baratos. Esta situación está provocando que las industrias lácteas cada vez se cuestionen más si merece la pena las grandes inversiones para desarrollar una marca, si luego no pueden obtener una compensación vía precio. Además, se da el caso de que la distribución está haciéndose competencia así misma, con marcas blancas a mejor precio. La Mesa Europea de la Distribución elaboró un estudio con las ventajas de las marcas de distribución. Una de ellas es que se favorece la competencia entre los fabricantes, pudiendo ofertarse productos más innovadores y baratos.



FIRMADO EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LA UE Y COLOMBIA Y PERÚ

El acuerdo abrirá oportunidades de mercado a algunas industrias exportadoras de la Unión Europea, que se beneficiarán de la eliminación de aranceles. La Unión, por su parte, abrirá su mercado a los exportadores de Perú y Colombia, comprometiéndose a liberalizar inmediatamente los productos industriales y pesqueros y otorgando concesiones arancelarias importantes a la agricultura. El comercio bilateral de mercancías entre la UE y el binomio Colombia-Perú en 2010 alcanzó los 16.000 millones de euros. Las exportaciones de la UE a Colombia supusieron 3.900 millones de euros y las importaciones de ese país a la UE, 4.700 millones de euros. Por su parte, las exportaciones de la UE a Perú ascendieron 2.300 millones de euros y las importaciones a 5.100 millones de euros.



ABIERTO EL PLAZO PARA ACOGERSE A LAS AYUDAS PARA CAMBIAR ELECTRODOMÉSTICOS Y VENTANAS

La nueva edición del Plan Renove de Electrodomésticos y de Ventanas, facilita a los consumidores, a través de ayudas directas a la compra, el cambio de equipos usados por otros que consuman menos energía y la sustitución de los acristalamientos existentes por los *bajo emisivos* o de aislamiento térmico reforzado. En ambos casos se pueden solicitar estas subvenciones desde el 26 de abril, con las que se pretende incrementar la eficiencia energética en los hogares y contribuir a una reducción de emisiones de CO2 y de la factura energética de los madrileños. El Plan Renove de Electrodomésticos cuenta con un presupuesto de 6,3 millones y estará vigente hasta el próximo 30 de diciembre de 2011 o hasta el agotamiento de los fondos, mientras que el nuevo Plan Renove de Ventanas cuenta con un presupuesto de 5,1 millones de euros y estará vigente hasta el 15 de octubre de 2011 o hasta que se agoten los fondos disponibles.

MÉXICO SE INTERESA POR LA RED MADRILEÑA DE ALERTA DE PRODUCTOS PELIGROSOS

Responsables de Consumo recibieron la visita de una delegación mexicana del organismo homólogo Cofepris (Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios), cuyo objetivo era conocer el funcionamiento de la red de alerta de productos no alimentarios de la Comunidad de Madrid (RAPEX). Este sistema funciona desde 2001 en la región, en conexión con las redes de alertas nacionales y europeas no alimentarias. La visita se enmarcó dentro del "Proyecto de facilitación del tratado de libre comercio" entre México y la Unión Europea, que busca fortalecer las relaciones comerciales entre ambos, y concretamente en el caso de Consumo, la adopción de medidas sanitarias y fitosanitarias relacionadas con el comercio de productos y servicios. Desde enero,

en México se ha creado una plataforma de redes de alerta rápida, que trabaja sobre productos que puedan dañar la salud humana.

GARANTÍA DE LA PROTECCIÓN DE DATOS

Dado el aumento de reclamaciones recibidas contra las empresas que solicitan el cobro de una deuda, el consumidor debe saber que puede presentar una denuncia ante la Agencia Española de Protección de Datos si la empresa ha introducido su información en un fichero de morosos sin antes avisarle. La notificación al deudor debe hacerse a través de un medio que deje constancia; no sería válido el correo ordinario. Es cada día más frecuente que el consumidor reciba un escrito de una empresa, con la que no ha tenido relación anteriormente, que le reclama el pago de una deuda, bajo la amenaza de demandarle judicialmente o de incluirle en un fichero de morosos. Consumo recomienda en estos casos que los afectados se informen ante esa compañía sobre la deuda de que se trata. Es importante saber que si en cinco años no se le ha reclamado de forma fehaciente (burofax, carta certificada...), la empresa ya no podría requerirle el pago y su nombre no debe aparecer en ningún fichero de morosos.

SUBVENCIONES PARA LA INSTALACIÓN DE ASCENSORES

La Comunidad ha impulsado la instalación de ascensores en 2.000 inmuebles de la región, que ya tienen subvención reconocida y a los que habría que sumar otros 300 en tramitación. Con éstos, son casi 34.000 las familias madrileñas acogidas a esta línea de ayudas, que cubre el 70% del coste de la instalación del elevador con un límite de 50.000 euros por edificio. En total, esta medida beneficia a más de 85.000 personas, que han mejorado su calidad de vida. Esta línea de subvenciones se puso en marcha en 2007 para ayudar en la instalación de un ascensor en las viviendas colectivas con al menos tres plantas y con una antigüedad mínima de 15 años.

INVESTIGACIÓN A OPERADORAS POR FALTA DE INFORMACIÓN

La Dirección General de Consumo ha recibido algunas consultas sobre facturas de conexión en el extranjero de las "tabletas", dispositivo electrónico que se utiliza como pequeño ordenador portátil con internet y pantalla táctil. Algunas de las consultas recibidas hacen referencia a abultadas fac-

turas debido a conexiones a operadores extranjeros. En ocasiones se han producido simplemente estando el consumidor cerca de una frontera (Portugal, Francia, Andorra) y sin saber que su dispositivo se estaba conectando a otro operador a través del 'roaming'.

Hasta conocer las conclusiones de la investigación, la Dirección General de Consumo recomienda a los usuarios de estos dispositivos que procuren informarse detalladamente de qué tarifas les van a aplicar por las conexiones dentro y fuera del país y de si el cambio de un operador a otro se produce automáticamente o la "tableta" anuncia que se ha producido ese cambio. Por otro lado, para evitar sorpresas y si no se desea la conexión a internet fuera del país, es conveniente desactivar la itinerancia de datos, una opción que aparece en el menú de configuración y que evita que se active el 'roaming'.

UN 10% DE LOS NIÑOS VIAJA SIN NINGÚN TIPO DE PROTECCIÓN

Las Consejerías de Transportes e Infraestructuras y Sanidad han iniciado una campaña de comunicación dirigida a informar y concienciar a los madrileños sobre el uso correcto de los cinturones de seguridad y otros sistemas de sujeción homologados cuando se viaja con niños, teniendo en cuenta el peso y edad de los menores.

Esta iniciativa, que se difundirá a través de los centros de salud de la región, pretende ser un método eficaz para que los padres sepan que, usando correctamente estos dispositivos, se puede reducir la mortalidad infantil en caso de accidente en un 40% y las heridas graves, en un 70%. Para la campaña '*Depende de ti. Siempre Protegidos*', se han editado folletos informativos que explican la normativa vigente sobre seguridad infantil para vehículos de nueve plazas o menos (incluido el conductor) y sobre cómo colocar correctamente los tipos de silla según los grupos. La Consejería ha editado 200.000 folletos que van a ser entregados a los padres que asistan a las consultas de Pediatría de los centros de salud de la región, y 1.000 carteles que van a ser colocados en los centros sanitarios. Además, en Atención Primaria se desarrollan diferentes actividades para prevenir los accidentes infantiles, como el desarrollo de acciones formativas para la actualización de los profesionales, documentos y guías dirigidas a las familias y orientadas a la adopción de medidas de seguridad y prevención primaria de los accidentados.



Sopa de letras

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

Consumi tiene por delante una tarea complicada y tú puedes ayudarle. Nuestro amigo debe encontrar siete frutas saludables que debemos consumir, para estar fuertes y sanos. ¿Podrás encontrarlas en la sopa de letras? ¡Buena suerte!

- NARANJA
- MELÓN
- LIMA
- PERA
- CEREZA
- MANZANA
- MELOCOTON

Encuentra las siete diferencias

Queridos amigos: Consumi ha copiado los dibujos de verduras 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!





HACE UN MES COMPRÉ UN APARATO ELÉCTRICO EN UN PORTAL DE INTERNET QUE LLEGÓ DEFECTUOSO. TRAS DEVOLVERLO AL VENDEDOR NO ME REEMBOLSAN TODO EL IMPORTE, AL COBRARME GASTOS DE MANIPULACIÓN Y ENVÍO. ¿DEBEN REINTEGRARME LA TOTALIDAD DEL PRECIO?

El Real Decreto Legislativo 1/2007 de 26 de noviembre establece en su art. 118 que los productos tienen dos años de garantía, aún cuando se adquieran por internet. Si el defecto se detecta durante los 6 primeros meses, se entiende que dicho defecto es de fábrica y el vendedor tendrá que demostrar que el vicio no era de origen.

En este caso las opciones que tiene son:

- La reparación gratuita del objeto,
- La devolución del producto y reintegro del dinero sin gasto alguno para el consumidor.
- El cambio del objeto por otro igual o de semejantes prestaciones.

Pero si el defecto aparece trascurrido este tiempo, será usted el que tendrá que demostrar que el producto venía defectuoso.

QUISE DARME DE BAJA DE UN CURSO DE IDIOMAS A DISTANCIA, QUE NO SE AJUSTABA A LO OFERTADO, PERO ME DIJERON QUE SÓLO ES POSIBLE EN LOS 7 PRIMEROS DÍAS TRAS RECIBIR EL

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

Las sugerencias deben dirigirse a: Revista *Consumadrid*

Dirección General de Consumo

Calle Gran Vía, 10 • 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.

MATERIAL. ¿TENDRÍA PROBLEMAS SI NO PAGO EL CURSO YA QUE TODAVÍA NO HE FIRMADO EL CONTRATO?

El Decreto 84/2004 de 13 de mayo, que regula el derecho a la información y la protección de los derechos económicos de los alumnos que cursen enseñanza no reglada, establece en su artículo 8 el contenido que debe figurar en su contrato, así como la documentación que deben entregarle junto con dicho contrato.

Si el curso no se corresponde con el ofertado, podrá desistir del mismo, alegando, precisamente, que el contenido no se corresponde con el que figuraba en la publicidad y oferta que figuraba en la página web.

En este caso, si no llega a un acuerdo amistoso con la academia on line, tiene derecho a efectuar una reclamación o un arbitraje, dado que probablemente la Academia esté adherida al sistema arbitral de consumo.

Por último, hay que aclarar que, si deja de pagar los plazos establecidos, podrán reclamarle la cantidad entera, por lo que se le recomienda que, hasta tanto no esté resuelta la reclamación o el arbitraje, abone dichos plazos, con independencia de que, si se resuelve favorablemente su reclamación, deberá la Academia devolverle las cantidades ingresadas.

HE REALIZADO UNA CURA DE ADELGAZAMIENTO EN UNA CLÍNICA MÉDICO ESTÉTICA. FINALIZADO EL TRATAMIENTO, PEDÍ UNA FACTURA DESGLOSADA PARA MI SEGURO PRIVADO. ME PUSIERON PEGAS, DIJERON QUE NO LO SUELEN HACER Y SÓLO TENGO DOS RECIBOS PAGADOS AL INICIO DEL TRATAMIENTO. ¿DEBEN DARMÉ UNA FACTURA? ¿CÓMO DEBO PROCEDER EN ESTE CASO?

Debe tener en cuenta que según el art. 12.1 de la Ley 11/1998 de 9 de julio de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, como consumidora tiene derecho a exigir factura o recibo de los servicios que le hayan prestado. En la misma deberán figurar la identidad del prestador del servicio, la cantidad abonada, el concepto por el que hace el abono y la fecha de dicha factura.

Si no se la entregan o no está satisfecha con el servicio efectuado puede presentar una reclamación. También



puede efectuar una solicitud de arbitraje, teniendo en cuenta que éste es un procedimiento voluntario que la empresa puede aceptar o no.

HE PAGADO POR ADELANTADO UN CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DE UNA ENTIDAD AUDIVIOSUAL PÚBLICA QUE SE HA SUSPENDIDO. ME ASEGURAN QUE ME DEVOLVERÁN EL DINERO (1.500 €), PERO TRAS VARIAS SEMANAS NO HE RECIBIDO ESTA CANTIDAD NI TAMPOCO MÁS INFORMACIÓN. ¿QUÉ DEBERÍA HACER?

En relación con su consulta le informamos de que, para poder contestarla más adecuadamente, deberá aportarnos el contrato que ha suscrito con la Academia.

No obstante, si el curso abonado por usted ha sido cancelado por la empresa, tendrá derecho a la devolución de la cantidad pagada.

Debe saber que tiene derecho a que le devuelvan las cantidades entregadas por el curso que no ha realizado, toda vez que se trata de una rescisión unilateral de un contrato efectuada por la empresa.

Para ello deberá, en primer lugar, tratar de llegar a un acuerdo amistoso con la Academia y, de no ser éste posible, podrá presentar ante las autoridades de consumo una reclamación y/o una solicitud de arbitraje.

CONTRATÉ UN VUELO A KENIA, CON ESCALA EN LONDRES, EN UNA AGENCIA DE INTERNET. TRAS CANCELAR EL VUELO DE VUELTA, NOS DIERON PLAZA EN UNO POSTERIOR Y PERDIMOS LA ESCALA DE LONDRES A MADRID. RECLAMAMOS A LA COMPAÑÍA AÉREA PERO CONTESTARON DICHIENDO QUE ERA UN PROBLEMA AJENO

A ELLOS. ENTONCES RECLAMAMOS A AENA Y AFIRMARON QUE ERA UNA CUESTIÓN DE LA COMPAÑÍA. NOS DIRIGIMOS A UN ABOGADO, PERO COMO LA RECLAMACIÓN SUPERA LOS 900 EUROS ES COMPETENCIA DE UN PROCURADOR Y AL DEMANDAR EN LONDRES, SE NECESITA UN TRADUCTOR OFICIAL. ¿QUIÉN GESTIONA ESTAS RECLAMACIONES CUANDO EL RESPONSABLE ESTÁ EN OTRO PAÍS COMUNITARIO? ¿QUÉ PUEDO HACER?

En aplicación del artículo 162 del RDL. 1/2007 por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, debe dirigir su reclamación contra la Agencia de Viajes on line con la que usted contrató. También puede dirigirla ante la Agencia Estatal de Seguridad Aérea. En todo caso, si la respuesta de los organismos citados fuera negativa, puede reclamar ante los tribunales ordinarios de Justicia. Es necesario aclarar que la cantidad por retraso o pérdida de vuelo, en la actualidad, y tras la entrada en vigor de la reforma de la normativa civil aplicables a su caso, la cantidad para poder reclamar, sin necesidad de acudir a profesionales, se ha aumentado hasta los 2.000 euros.

No obstante, existe un servicio de orientación jurídica en la calle Capitán Haya número 66 de Madrid, que presta servi-

cios de lunes a viernes, de 9 a 14 horas, previa petición de cita en el teléfono 900 814 815.

MI OPERADORA DE TELEFONÍA MÓVIL HA PERMITIDO QUE DUPLIQUEN MI TARJETA EN VARIAS OCASIONES PESE A MIS QUEJAS. ¿CÓMO DEBO ACTUAR PARA QUE NO COMETAN DELITOS CON MIS DATOS?

Tiene que formular su queja contra la compañía telefónica, en primer lugar ante la misma en la que deberá asignarle un número de reclamación. Si pasado un mes no tiene respuesta o ésta no le satisface, podrá interponer una

solicitud de arbitraje contra la compañía, ante el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo que tiene su sede en Madrid 28013, calle Gran Vía nº 10, 1ª planta.

Además de lo expuesto, si como ciudadana encuentra que sus derechos individuales han sido vulnerados puede dirigirse ante la Agencia Española de Protección de Datos y denunciar la situación de la posible utilización de sus datos por la compañía telefónica contra la que denuncia.



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/ Gran Vía, 10 91 310 59 03 www.madrid.org (accesos directos)
Inst. Regional de Arbitraje de Consumo C/ Gran Vía, 10 91 310 58 80 www.madrid.org (accesos directos)
Dirección General de Comercio C/ Príncipe de Vergara, 132-3ª 91 580 22 58
D. G. de Industria, Energía y Minas C/ Cardenal Marcelo Spinola, 14 Ed. f4 91 580 21 00 - 11 y 91 420 64 62
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
Consorcio Regional de Transportes Pza. Descubridor Diego de Ordás, 3 91 580 28 00 / 35 90 www.ctm-madrid.es
Metro Madrid (Inf./reclamaciones) Cavanilles 58 91 379 88 00 / 902 44 44 03 www.metromadrid.es

Otros

Defensor del Menor C/ 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-inc.es
Secr. de Estado de Telecomunicaciones C/ Capitán Haya, 41 91 346 15 00 www.mityc.es/telecomunicaciones
Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones 901 33 66 99 www.usuarioteleco.es
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/clientebanca
Dirección General de Aviación Civil Paseo de la Castellana, 67 91 597 83 21 - 72 31 www.fomento.es
Aena Peonías, 2 902 404 704 www.aena.es
D. G. de Seguros y Fondos de Pensiones Paseo de la Castellana, 44 91 339 70 00 / 902 19 79 36 www.dgsfp.mineco.es
Renfe. Atención al viajero. Estación de Atocha-Glorieta de Carlos V 902 24 02 02 www.renfe.es

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

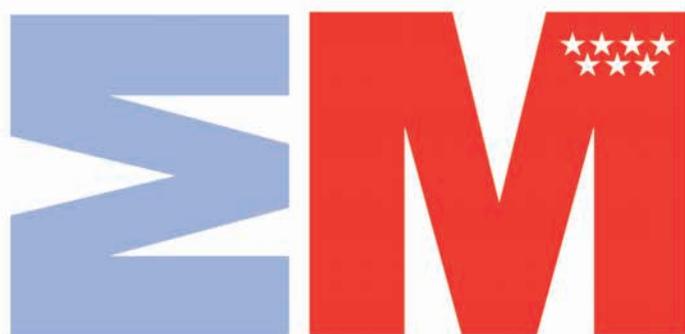
Infórmate en



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



www.madrid.org/publicamadrid



La Suma de Todos



Comunidad de Madrid

www.madrid.org