

Cambios y devoluciones donde dije digo... **4**
Registro de **seguros de vida** **5**
Oro parece... Los secretos del aceite de oliva **6**
Libros: precio fijo / precio libre **8**
Cuando **el móvil** viaja por Europa **10**
Web OMIC **12**
El tejado de D. José **14**
Servicios postales: recogida y entrega de envíos **16**
Etiquetado textil **18**
Ojo al **sol:** La importancia de las gafas **20**
Noticias de la Omic **22**

sumario

CONSUMIDOR
alDÍA

edita

Diputación de León
Área de Bienestar Social
e Igualdad de Oportunidades
Oficina Móvil de Información
al Consumidor (OMIC)

coordinación

Elena Cimas Hernando
M^a Rosario Teresa Heredia

depósito legal

LE - 1195 - 2003

redacción

Elena Cimas Hernando
M^a Rosario Teresa Heredia
M^a Teresa Morillo Monje
M^a Asunción Voces Fernández

colabora

Junta de Castilla y León

diseña / imprime

gráficas celarayn s.a.

internet

www.dipuleon.es



presentación

El consumo no es sólo una respuesta a las necesidades básicas de las personas, o un fenómeno económico, sino también una parte importante de nuestra identidad social y nuestra relación con los demás. Pero esta realidad, precisamente por su importancia, no tiene sentido si carecemos de la debida información que asegure una verdadera libertad, tanto en lo que se refiere a la configuración de nuestras necesidades personales, como a la elección de los productos y servicios dentro del catálogo de los que están a nuestra disposición.

Me llena de satisfacción presentar un nuevo número de esta revista que ha de servir como instrumento de acercamiento a los objetivos antes señalados. La Diputación de León continúa así trabajando para que los ciudadanos de la provincia adquieran una madurez en su comportamiento como consumidores que pueda conjugar la satisfacción de sus necesidades con la necesaria actitud crítica que ha de presidir nuestro papel en el mercado actual.

Confío en que este nuevo número de Consumidor al día facilite la comprensión de algunas de las últimas novedades normativas y despierte nuevas inquietudes hacia el mundo del consumo, y sobre todo, mejore el conocimiento de los ciudadanos sobre la Oficina de Consumo de la Diputación de León, servicio al que pueden acceder desde su propio domicilio, gracias a las tecnologías de la comunicación.

Isabel Carrasco Lorenzo
Presidenta de la Diputación de León



CAMBIOS Y DEVOLUCIONES

donde dije digo...

La posibilidad de cambiar o devolver los productos adquiridos en un establecimiento, y la obligación de aceptar o no tales cambios o devoluciones por parte del comerciante, genera no pocas consultas entre los consumidores.

Por comenzar por lo más claro, en caso de que el producto adquirido presente algún tipo de defecto, el comerciante está obligado a sustituirlo por otro en perfectas condiciones o, si esto no es posible o el comprador lo prefiere, a recoger el producto defectuoso y devolver el importe. Si estamos ante un producto que puede ser reparado, el consumidor puede en primera instancia elegir entre reparación o sustitución por otro idéntico, nuevo.

El asunto se vuelve más complejo cuando el producto está en perfecto estado. ¿Qué ocurre con el disco que compramos para regalar a una persona que resulta tenerlo ya? ¿Y la chaqueta que, una vez en casa, comprobamos con horror que no va bien con el pantalón con el que queríamos combinarla? Prisas, regalos, errores en el cálculo de las tallas,... He aquí diversos ingredientes que, cada uno por su lado o en combinación, pueden estropear la compra. Y no siempre podemos deshacer lo hecho.

Algunos productos, por su particular naturaleza, no admiten cambios. Así ocurre, por ejemplo, con la ropa interior, por una elemental cuestión de higiene. Los discos, o los juegos de ordenador o videoconsola, sólo pueden cambiarse o devolverse si conservan el precinto original; lo contrario permitiría que se hicieran copias para luego devolverlos.

Lo primero que hay que asumir es que, **en estos casos en que el producto no es defectuoso, el comercio sólo está obligado a permitir cambios o devoluciones en la medida en que admitan esa posibilidad en su publicidad** ("Si no queda satisfecho, le devolvemos el dinero"), en los carteles existentes en el local ("Para cambios y devoluciones es imprescindible presentar el tique de compra"), o en el propio tique ("Sólo se admiten cambios o devoluciones mediante la presentación de este tique en los 15 días siguientes a la compra"). Si en tales avisos no se contempla expresamente el plazo, se entiende que éste es de siete días.

Si el comercio no anuncia de alguna manera el derecho del consumidor a efectuar devoluciones, queda a su criterio tanto la eventual aceptación de las mismas como la fijación de las condiciones en que éstas se producirán. Así, pueden devolver el importe a través de un vale, en lugar de en dinero, y fijar plazos de caducidad o límites de validez para dichos vales: "Caduca a los tres meses" o "Este vale no puede ser utilizado en rebajas".

Y a propósito de rebajas: si en ejercicio de un derecho **reconocido por el establecimiento**, solicitamos la devolución del importe pagado por un producto comprado en temporada normal, y en el momento de la devolución ya han comenzado las rebajas, ¿deben devolvernos el importe del precio normal, o del precio rebajado? Puesto que, como hemos dicho, el comerciante ha aceptado el derecho del consumidor a devolver el producto, lo que asume es la revocación de la compra, es decir, tú me devuelves el producto y yo te devuelvo el dinero pagado, ¡no el importe rebajado! En cambio, si yo he cambiado el producto por otra talla o color, evidentemente no puedo exigir que me devuelvan la diferencia entre lo que pagué y lo que cuesta en este momento, ya en rebajas.

REGISTRO DE SEGUROS DE VIDA



Muchos ciudadanos españoles tienen contratado un seguro de vida en cualquiera de sus modalidades (muerte, invalidez, supervivencia) que cubren una sola o varias de las anteriores contingencias (seguro puro o mixto), y tienen una duración variable (a toda vida o temporales). Sea en forma de seguros individuales o colectivos, aproximadamente uno de cada cuatro españoles genera ahorro y derechos económicos para sí o para sus beneficiarios, de acuerdo con las cláusulas de cada contrato de seguro.

Estos seguros de vida son tomados por sí mismos, o con ocasión de la contratación de operaciones y servicios de todo tipo, como por ejemplo seguros de vehículos a todo riesgo, préstamos hipotecarios, seguros de accidente, y adhesión a seguros adjuntos a paquetes de viajes turísticos, y/o tarjetas de crédito.

Sin embargo, sucede con demasiada frecuencia que, en caso de fallecimiento del tomador del seguro o del asegurado, sus posibles beneficiarios, precisamente por desconocer la existencia del contrato de seguro, no están en condiciones de reclamar su cobro, perdiendo unos derechos económicos que les corresponden y debieran, por tanto, poder percibir.

Mediante la Ley 20/2005, de 14 de noviembre, sobre la creación del Registro de Contratos de Seguros de cobertura de fallecimiento se crea un Registro de carácter público en el que deben inscribirse los contratos de seguro de cobertura de vida que se celebren en el Reino de España.

El Registro tiene por finalidad suministrar la información necesaria para que pueda conocerse por los posibles interesados, con la mayor brevedad posible, si una persona fallecida tenía contratado un seguro para caso de fallecimiento, así como la entidad aseguradora con la que lo hubiese suscrito, a fin de permitir a los posibles beneficiarios dirigirse a ésta para constatar si figuran como beneficiarios y, en su caso reclamar de la entidad aseguradora la prestación derivada del contrato.

A partir del 19 de junio de 2.007, cualquier ciudadano que crea que puede ser beneficiario de un seguro de vida podrá acudir a comprobarlo al Registro transcurridos 15 días hábiles desde el fallecimiento, para lo que tendrá que adjuntar el certificado de defunción del titular, rellenar la correspondiente solicitud -el impreso 790- y pagar una tasa de 3,33 euros en cualquier entidad bancaria.

Los interesados obtendrán respuesta en el acto si acuden en persona a la oficina central del Registro -ubicada en la madrileña Plaza de Benavente- y en un plazo máximo de siete días si solicitan la información por correo.

Una vez obtenido el certificado donde constarán, en su caso, las aseguradoras con las que el titular tenía contratados los seguros, el interesado podrá acudir a estas compañías para conocer si es beneficiario o no del seguro.

ORO PARECE...

Los secretos del aceite de oliva

Homero lo llamaba "oro líquido". Y efectivamente, el aceite de oliva parece ser una auténtica joya en todos los campos. Producto estrella de la llamada dieta mediterránea, sus especiales cualidades lo han convertido en un rey indiscutible de la gastronomía y de la salud, pero también de la belleza y el cuidado personal.

El aceite de oliva es un producto que forma parte esencial de nuestra economía y nuestra cultura gastronómica. Pero, ¿sabemos distinguir sus diferentes denominaciones y características? ¿Conocemos sus muchas propiedades?

LOS DIFERENTES TIPOS DE ACEITE

Para distinguir los tipos de aceite, es fundamental el concepto de acidez. Es la principal referencia de calidad que utilizan los consumidores, y está indicado en la etiquetas de los envases. Pero este dato puede resultar engañoso si no se tiene en cuenta si el aceite es virgen o refinado.

La acidez es una medida de los ácidos grasos libres presentes en el aceite. Un índice de acidez del aceite elevado significa que el aceite ha sufrido ciertas alteraciones con los consiguientes efectos en el aroma y el sabor.

Aceite de Oliva Virgen: Es el aceite obtenido exclusivamente por procedimientos mecánicos ó por otros medios físicos, que no produzcan la alteración del aceite.

- **Aceite de oliva virgen extra:** aceite de oliva virgen de gusto absolutamente irreprochable y con acidez (expresada en ácido oleico), no superior a un grado.
- **Aceite de oliva virgen:** aceite de oliva virgen de gusto irreprochable y con acidez no superior a 2°.
- **Aceite de oliva virgen corriente:** aceite de oliva virgen de buen gusto, cuya acidez es como máximo de 3,3°.
- **Aceite de oliva virgen lampante:** de gusto defectuoso o cuya acidez sea superior a 3,3°. Este tipo de aceite debe ser refinado para su consumo directo.

Aceite de Oliva Refinado: aceite de oliva obtenido por refinado de aceites de oliva vírgenes. Su acidez libre expresada en ácido oleico es como máximo de 0,3°.

Aceite de Oliva: aceite constituido por una mezcla de aceite de oliva refinado y de aceites de oliva vírgenes aptos para el consumo en la forma en que se obtienen. Su acidez libre es como máximo de 1°. Este es el tipo de aceite de oliva más consumido en España.

De la oliva, también obtenemos el **aceite de orujo**, que no está dentro de la denominación aceite de oliva, ya que no se elabora con la oliva propiamente dicha, sino con el orujo de la aceituna. Se obtiene de la molturación de los residuos sólidos recuperados después de la primera presión y centrifugado (algo de aceituna y trozos de hueso). En este proceso se utilizan habitualmente disolventes para optimizar la producción.

¿QUÉ PROPIEDADES TIENE EL ACEITE DE OLIVA VIRGEN?

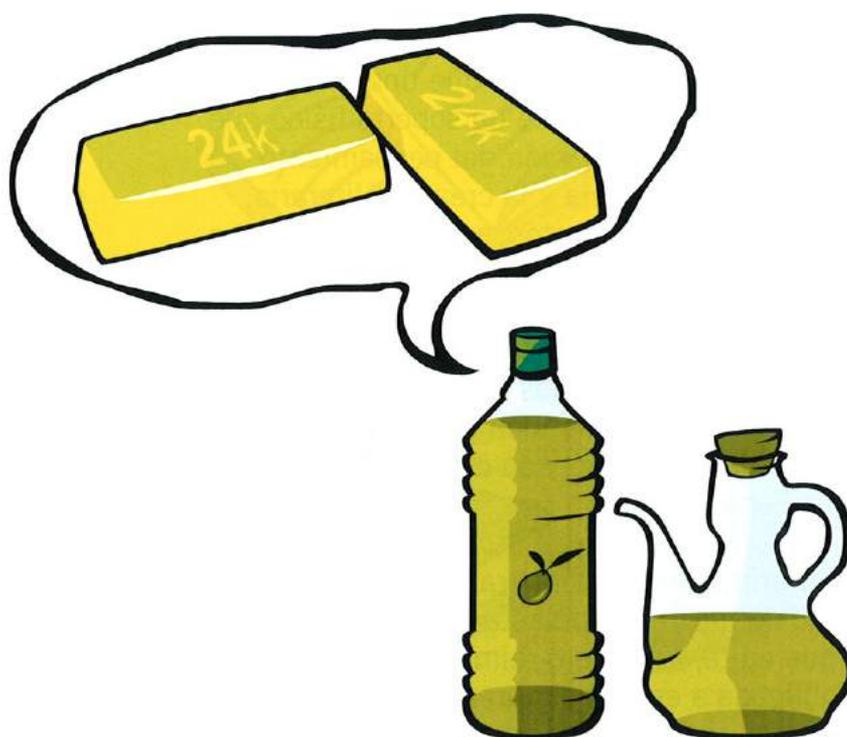
En la cocina:

- El aceite de oliva realza el sabor de los alimentos haciéndolos mucho más apetitosos.
- Dada su gran estabilidad térmica, el aceite de oliva es ideal para cocinar a altas temperaturas (entre los 130 y los 190 grados centígrados). A esta temperatura, el aceite de oliva crea una costra crujiente y dorada, que hace los alimentos mucho más apetitosos, sin disminuir su valor nutritivo.
- El aceite de oliva se expande al ser calentado, lo que mejora su rendimiento.
- Tiene una gran estabilidad térmica y puede ser utilizado de nuevo, siempre que después de la fritura lo filtremos bien con una gasa, algodón o filtro de papel adecuado.

Para la salud:

- El aceite de oliva reduce los niveles de mal colesterol (colesterol LDL) y eleva los niveles de buen colesterol (colesterol HDL), lo que ayuda a prevenir las enfermedades circulatorias y cardiovasculares.

- Es el aceite que más vitaminas aporta: E, A y D.
- Disminuye la acidez gástrica, ofreciendo una eficaz protección contra úlceras y gastritis.
- Estimula la secreción de la bilis, y es el aceite mejor absorbido por el intestino.
- Regula el tránsito intestinal.
- Por su alto contenido en ácido oleico, favorece el desarrollo del cerebro y del sistema nervioso y beneficia nuestro crecimiento óseo. El aceite parece tener un efecto positivo sobre la calcificación de los huesos, por lo que es especialmente recomendable tanto en la edad avanzada como en la del crecimiento.
- Ayuda a prevenir los efectos de la edad sobre las funciones cerebrales y sobre el envejecimiento de los tejidos y de los órganos en general.
- Debido a su aporte de vitamina E, es muy importante para la piel.



LIBROS: PRECIO FIJO / PRECIO LIBRE

El curso escolar ha empezado este año con una novedad respecto del principal material a utilizar por los alumnos: los libros.

Este verano se aprobó la Ley 10/2007, de 22 de junio, de la lectura, del libro y de las bibliotecas.

La regulación sobre la comercialización del libro y publicaciones afines tiene que partir de la convicción de que se ofrece un producto que es más que una mera mercancía: se trata de un soporte físico que contiene la plasmación del pensamiento humano, la ciencia y la creación literaria, posibilitando ese acto trascendental y único para la especie humana, que es la lectura.

La Ley del Libro establece una serie de medidas que pasamos a detallar y que esperamos den una idea de cómo queda el panorama del libro y su comercialización en España.

En primer lugar otorga rango legal al precio fijo de los libros; de esta forma, toda persona que edite, importe o reimporte libros está obligada a establecer un precio fijo de venta

al público o de transacción al consumidor final de los libros que se editen, importen o reimporten. No obstante, el precio de venta al público podrá oscilar entre el 95% y el 100% del precio fijo.

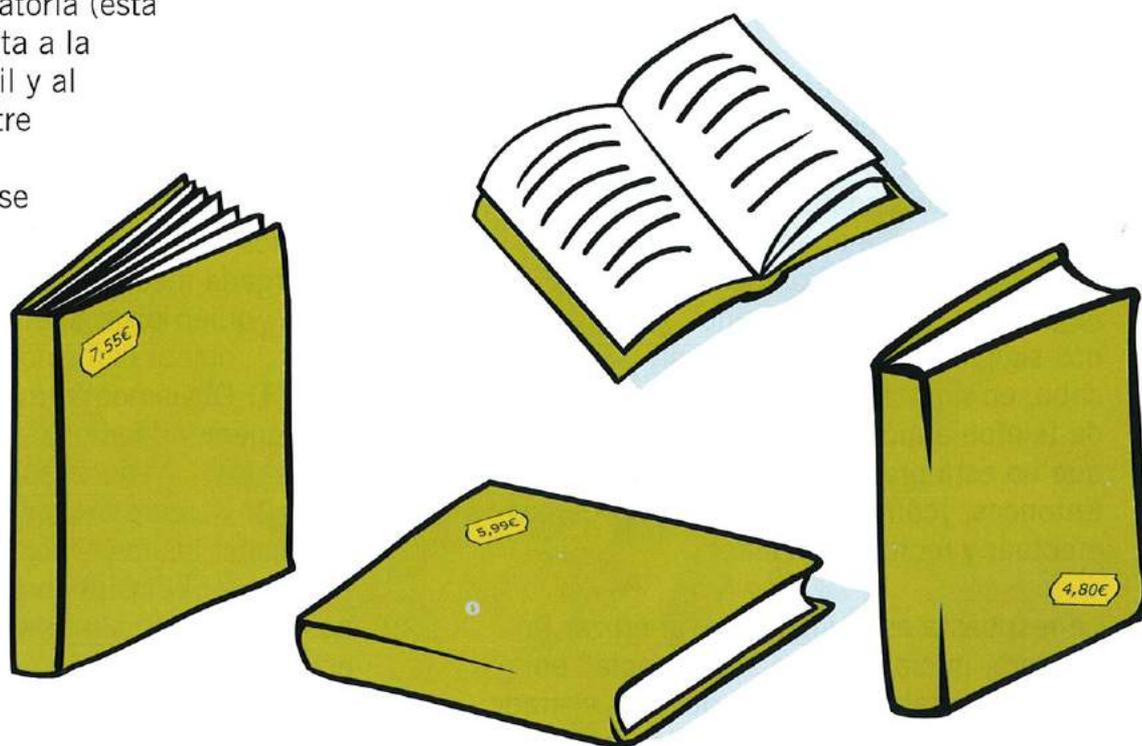
Ahora bien la norma establece una serie de matices:

- Cuando el libro se ponga a disposición del público formando una unidad o conjuntamente con discos, bandas magnéticas, cassettes, películas, fotografías, diapositivas, microformas o cualquier otro elemento y constituya una oferta editorial, el precio fijo se determinará para la totalidad de los elementos que integren dicha oferta.
- El editor podrá establecer un precio fijo distinto para la venta de colecciones completas, inferior al resultante de la suma de cada uno de los títulos que componen dicha colección.
- En los casos de venta a plazos o a crédito se podrán establecer precios diferentes de acuerdo con el respectivo sistema de venta.
- El librero o cualquier otro operador económico, incluidos los mayoristas, está obligado a respetar el precio fijado por el editor cuando realice transacciones al detalle.

- Los establecimientos comerciales que se dediquen a la venta al por menor no podrán utilizar los libros como reclamo comercial para la venta de productos de naturaleza distinta.
- Y por último el matiz más importante es el que atañe a las exclusiones al precio fijo. La ley establece que no quedarán sometidos al régimen de precio fijo, entre otros casos que relaciona, los libros de texto y el material didáctico complementario editado principalmente para el desarrollo y aplicación de los currículos correspondientes a la Educación Primaria y a la Educación Secundaria Obligatoria (esta exclusión no afecta a la Educación Infantil y al Bachillerato). Entre los materiales didácticos a que se refiere quedan comprendidos tanto los

materiales complementarios para uso del alumno como los de apoyo para el docente. No tendrán el carácter de material didáctico complementario, los que no desarrollen específicamente el currículo de una materia, aunque sirvan de complemento o ayuda didáctica, tales como diccionarios, atlas, libros de lecturas, medios audiovisuales o instrumental científico.

Podrá aplicarse un descuento de hasta el 10% del precio tipo en el Día del Libro y Ferias o Exposiciones del Libro.



CUANDO EL MÓVIL VIAJA POR EUROPA

En una Europa sin fronteras, sus ciudadanos, 147 millones en total, viajan cada día más. Un obstáculo a esta movilidad es el elevado coste que implica para muchas personas un desplazamiento. Al coste del mismo, ahora más que nunca, hay que añadir el coste de las comunicaciones telefónicas. El móvil, al facilitarlas, hace que el número de contactos sea mayor. Por ello, los elevados precios que hasta ahora abonaban los usuarios cuando utilizaban su teléfono móvil en un país comunitario distinto del suyo eran un motivo de preocupación.

Pero, ¿qué sucede con nuestro móvil cuando viajamos? ¿Cuáles son los elementos que intervienen en la realización de una llamada en "itinerancia comunitaria"?

Supongamos que abandonamos nuestro "país de origen" cruzando la frontera y llegamos a un "país visitado" ¿Cómo es que nos sigue funcionando el móvil? Al fin y al cabo, en nuestro país tenemos un operador de telefonía móvil -el "operador nacional"- que no está presente en el país visitado. Entonces, ¿cómo es que todavía podemos efectuar y recibir llamadas?

La respuesta es la siguiente: al cruzar la frontera, iniciamos una "itinerancia" en una red de telefonía móvil del país visitado. Un "operador extranjero" gestionará a

partir de ese momento al menos una parte de cualquier llamada que efectuemos o recibamos. Y en lugar de enviarnos una factura aparte, el operador extranjero le cobra a nuestro operador nacional, aplicando una tarifa al por mayor que han concertado entre ellos. Nuestro operador nacional nos repercutirá luego este gasto en nuestra próxima factura.

Lo mismo ocurre cuando recibimos una llamada desde nuestro país. Imaginemos que nos llama una amiga desde su móvil a un país europeo donde nos encontramos; nuestra amiga marca el número de nuestro móvil, su operador lo encamina a nuestro operador nacional (que puede o no ser el mismo), y este que sabe que estamos fuera y que nos atiende un operador extranjero, pasa la llamada mediante tránsito internacional. Pero, ¿quién paga qué?

Paso 1: Obviamente, nuestra amiga pagará a su operador nacional la tarifa normal por llamarnos.

Paso 2: Nuestro operador nacional tendrá que pagar las tasas por tránsito internacional para poder ponerse en contacto con nosotros en el país visitado, y nos facturará este coste.

Paso 3: El operador del país visitado cobrará también a nuestro operador nacional una

“tarifa al por mayor” por recibir la llamada en su red. Y, nuevamente, nuestro operador nacional nos trasladará este coste.

¿Qué pagará nuestra amiga?: La tarifa nacional estándar.

¿Qué pagaremos nosotros?: Los costes señalados en los pasos 2 y 3 y el margen de beneficio adicional que aplique nuestro operador nacional.

Y hasta ahora, salvo que hayamos estudiado las tarifas de itinerancia de nuestro operador, es poco probable que tengamos alguna idea de cuánto nos cobrarán por todos estos conceptos.

Ante este hecho el Pleno del Parlamento Europeo aprobó el 27 de junio de este año por una amplia mayoría la norma que recortará en un 70% el precio del uso del móvil en Europa.

El reglamento establece que la tarifa máxima de **“roaming”** (**“eurotarifa”** o **“tarifa de protección al consumidor”**) bajará hasta 49 céntimos por minuto para las llamadas realizadas y a 24 céntimos por minuto para las recibidas; mientras que el precio mayorista -el que paga un operador por usar la red de otra compañía en el extranjero- queda en 30 céntimos.

A partir de la entrada en vigor del reglamento, los operadores han tenido un plazo de un mes para ofrecer a sus clientes la “eurotarifa” u otras ofertas alternativas más ventajosas. Los consumidores han podido entonces beneficiarse de los recortes desde agosto. Desde septiembre de 2007, la “tarifa de protección del consumidor” cubre automáticamente a todos los consumidores que no la hayan solicitado expresamente.

La “eurotarifa” irá disminuyendo durante los tres años que esté en vigor el reglamento.

En 2008 será de 46 céntimos para llamadas realizadas, 22 para las recibidas y 28 para los mayoristas; y en 2009 caerá hasta 43, 19 y 26 céntimos respectivamente.

El reglamento incluye exigencias de transparencia a los operadores. Cuando un cliente entre en otro estado miembro, su compañía de telefonía móvil de origen estará obligada a enviarle de forma automática y gratuita un mensaje de texto que debe contener información básica sobre las tarifas de “itinerancia” aplicables (con el IVA incluido) y un número de teléfono de información gratuito para obtener información más detallada.



Inicio Mapa Web Contacto Buscador Buscar ?

León. para ti

Diputación Ciudadanos Municipios Turismo Instituto Leonés de Cultura Productos de León

NOTICIAS y NOVEDADES

17/10/2007 - **Isabel Carrasco recibe a una delegación del Círculo Empresarial Leonés**
Para abordar asuntos de turismo y medio ambiente.

16/10/2007 - **La presidenta de la Diputación y el alcalde de Cuadros firman un convenio de colaboración**
Para la reconstrucción de un puente en La Seca de Alba.

Ver más noticias

CIUDADANOS

- Anuncios de Interés
- Empleo
- Contratación y Patrimonio
- Boletín Oficial de la Provincia
- Bienestar Social
- Obras de cooperación
- Intervención
- Servicio Recaudatorio
- Juventud
- León en cifras
- IPELSA
- Deportes

DESTACADOS

B.O.P. BOLETÍN OFICIAL DE LA PROVINCIA DE LEÓN

Instituto Leonés de Cultura

XIV FERIA DE LOS PRODUCTOS DE LEÓN

OBRAS DE COOPERACIÓN

OMIC Oficina Móvil de Información al Consumidor

CUEVA DE VALPORQUERO

DIPUTACIÓN DE LEÓN IMAGEN INSTITUCIONAL

León, viernes 19 de octubre de 2007, Diputación de León.
Plaza de San Marcelo nº 6, C.P. 24006, León. Teléfono: 987 292 100. [Declaración de Accesibilidad](#) [RSS](#)

W3C HTML 4.01 W3C WAI-AA WCAG 1.0

Powered by XCM

- 1 Inicio**
avisos y acceso a las secciones de actividades y enlaces
- 2 ¿Qué es la OMIC?**
sus funciones
- 3 ¿Dónde estamos?**
lugares, días y horarios, además de las vías de contacto de la OMIC
- 4 ¿Cómo reclamar?**
Instrucciones y descarga de impreso de reclamación
- 5 El consumidor**
¿quién es el consumidor?
- 6 Actividades**
programas de formación al consumidor
- 7 Publicaciones**
folletos y revistas publicadas por la OMIC
- 8 Temas**
temas de interés para el consumidor
- 9 Enlaces de interés**
otras páginas de interés para el consumidor
- 10 Preguntas frecuentes**
solución a preguntas más frecuentes
- 11 Buzón de consultas**
formulario de consulta on-line

 Inicio  Mapa Web  Contacto ?

 **OMIC**
Oficina Móvil de Información al Consumidor

León. para ti

Diputación **Ciudadanos** Municipios Turismo Instituto Leonés de Cultura Productos de León

Estás en: Inicio :: Ciudadanos :: Bienestar Social :: Consumo :: Inicio

Ciudadanos Oficina Móvil de Información al Consumidor

Anuncios de Interés

- Empleo
- Contratación y Patrimonio
- Boletín Oficial de la Provincia
- Bienestar Social**

Bienestar Social

- Avudas y Subvenciones
- Consumo

- Inicio
- ¿Qué es la OMIC?
- ¿Dónde estamos?
- ¿Cómo reclamar?
- El consumidor
- Actividades
- Publicaciones
- Temas
- Enlaces de interés
- Preguntas frecuentes
- Buzón de Consultas

- Plan Provincial de Drogodependencias

Obras de cooperación

- Intervención
- Servicio Recaudatorio
- Juventud
- León en cifras
- IPELSA
- Deportes

Aviso

Charlas de consumo

La Oficina de Consumo de la Diputación de León llevará a cabo charlas informativas sobre Consumo responsable de energía en el hogar, en las siguientes localidades:

- Carrizo de la Ribera, el día 22 de octubre de 2.007 a las 17:00 h
- Antoñán del Valle, el día 24 de octubre de 2.007 a las 17:00 h
- Pola de Gordón, el día 25 de octubre de 2.007 a las 17:00 h
- Villanueva del Carnero, el día 30 de octubre de 2.007 a las 19:30 h

Además, la charla informativa sobre Actividad Comercial

- Valencia de Don Juan, el día 23 de octubre de 2.007 a las 18:00 h
- Rivas de la Valduerna, el día 29 de octubre de 2.007 a las 17:30 h

Curso de Consumo para Entidades locales

Convocado el Curso de Consumo para Entidades Locales destinado a personal de los Ayuntamientos y miembros de las Corporaciones Locales de los municipios de la provincia de León con menos de 20.000 habitantes y que no disponen de su propio Servicio de Consumo.

El Curso se celebrará en León, los días 16, 17, 18, 22, 23, 24 y 25 de octubre de 2.007, en horario de 16,30 h a 20,30 h. El plazo de inscripción finaliza el 11 de octubre de 2.007.

Más información en la sección de actividades, Curso de consumo de esta web.

Actividades destacadas

- Teatro en la Calle**
Continuando con la línea de formación al consumidor mediante animación teatral, la OMIC ha organizado un año más un espectáculo de teatro en la calle. Este nuevo concepto de montaje elimina necesidad...
- Jornadas Provinciales de Consumo**
Destinadas a Alcaldes, responsables del área de Consumo y funcionarios de los distintos municipios de la provincia de León.
- Charlas Informativas**
Actividad que intenta transmitir la información sobre el consumo de manera amena y sencilla

[Ver más actividades](#)

Enlaces destacados

-  Junta de Castilla y León
-  INC INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMO
-  CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

León, viernes 19 de octubre de 2007, Diputación de León.
Plaza de San Marcelo Nº 6, C.P., 24006, León. Teléfono: 987 292 100. [Declaración de Accesibilidad](#) [RSS](#) 

EL TEJADO DE D. JOSÉ

Lo que ocurrió...

Julián, de Reformas Julián, pasó por casa de José y, tras examinar el estado del tejado le dijo que en una semana estaría el trabajo finalizado. Como José no quería enrolarse en una obra sin saber cuanto le iba a costar, le pidió a su vecino el presupuesto y este le dijo que, más o menos serían 4.000,00 €. José, que había leído en una revista que era conveniente solicitar presupuesto por escrito, se lo pidió a Julián. Quince días más tarde, y tras tener que recordárselo varias veces, le entregó un presupuesto en el que figuraba como único concepto:

Tejado D. José, Villaperas del Río, 4852,89 €.

Al cabo de un mes de recibir el presupuesto, Julián no había empezado la obra y, después de mucha insistencia, llevó algún material hasta la casa. Dos meses más tarde comenzó la obra del tejado.

Un buen día, Julián le comunicó a José que debía pagarle 2.000,00 € para poder continuar con el trabajo, ya que no tenía disponibilidad económica para comprar el material. José le pagó en su casa sin que a cambio le diera ningún justificante, pero aunque no se fue conforme, no se atrevió a pedirselo.

Transcurridos seis meses desde el inicio de esta historia, Julián retira su herramienta de la casa y, dando por finalizado su trabajo, solicita el pago de 8.437,25 €, ya que el tejado estaba peor de lo esperado y el coste ha subido. José le recuerda que el presupuesto era de 4852,89 € y que ya le había adelantado el pago de 2.000,00 €, por lo que restan 2.852,89 €.

Tras un tenso diálogo, José accede a pagar casi el doble de la cantidad inicialmente presupuestada, pero le solicita la factura. Julián se sorprende de la solicitud de su cliente y vecino y le advierte que en ese caso deberá cobrarle el IVA, con lo que el montante a pagar asciende a 9787,21€.

Ante semejante despropósito, José desiste de la factura, aunque solicita un recibo de pago en el que consten los 2.000,00 € entregados, que por fortuna Julián reconoce haber recibido en su momento.

José se dispone a empezar un nuevo invierno sin sufrir cada día de lluvia por la presencia de las goteras. No obstante, las primeras lluvias descubren las deficiencias del trabajo, con la entrada de agua en la casa, aún mayor que antes del arreglo.

José acude con su problema al Ayuntamiento, donde le dirigen a la oficina de Consumo de la Diputación de León para que le asesoren y defiendan sus derechos como usuario.

José necesitaba reparar el tejado de su casa, que se encontraba bastante deteriorado. Como un vecino de su localidad tenía una empresa que realizaba ese tipo de trabajos, se lo propuso a él. Aunque le hubiera gustado consultar con otros profesionales para comparar precios y decidirse por el más interesante, le pareció violento que su vecino se enterara.



Lo que debe saber...

Antes de contratar un servicio, debemos solicitar presupuesto a varios profesionales para elegir el que más nos conviene.

El presupuesto, fechado y firmado por el prestador del servicio, será siempre escrito e indicará los datos de la empresa y del usuario, el trabajo contratado con la descripción de los materiales a emplear y del resto de conceptos a facturar, como la mano de obra, retirada de escombros etc. con el precio individualizado de cada uno de ellos. La validez será de 15 días, si no se indica un periodo mayor.

El presupuesto consta de tres ejemplares de los que se entregarán dos al usuario. De ellos, uno con la fecha y firma del cliente se devolverá al prestador cuando decide contratar el trabajo.

El presupuesto indicará, al menos, la fecha prevista de inicio y finalización del trabajo contratado.

En el presupuesto se indicará la forma de pago, especificando el momento o la fecha de los pagos fraccionados acordados. Cuando se realice un pago, el prestador del servicio emitirá el correspondiente recibo.

El prestador del servicio, deberá entregar la obra limpia y libre de escombros. Las posibles variaciones en el presupuesto, motivadas por defectos no detectados o por trabajos solicitados posteriormente, requieren la elaboración de otro presupuesto que deberá ser aceptado y firmado por el usuario.

Si en el presupuesto no se indica que a la cantidad se le aplicará el IVA correspondiente, se entiende que el impuesto ya está incluido.

La renuncia a factura para evitar el pago del IVA, supone un fraude fiscal por parte del prestador del servicio y una renuncia a sus derechos por parte del usuario.

En la factura debe constar el periodo de garantía del trabajo, que nunca será inferior a tres meses.

La Oficina de consumo mediará entre el prestador del servicio y el usuario para intentar resolver su problema, pero para ello deben aportar el presupuesto, en que contará detalladamente el trabajo contratado, y la factura, en la que figurará la fecha de finalización y el periodo de garantía.

SERVICIOS POSTALES

Recogida y entrega de envíos

Los servicios postales son servicios de interés general que se prestan en régimen de competencia. Sólo se considera servicio público lo que se conoce como el servicio postal universal. Este es el conjunto de servicios postales que, reuniendo unos requisitos de calidad especificados en la legislación, se prestan en todo el territorio nacional de forma permanente, y a precio asequible para todos los usuarios. El organismo encargado de prestar en España ese servicio universal es la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., a la que todos llamamos, simplemente, Correos.

En el servicio postal universal se incluyen los siguientes servicios:

- Servicio de giro.
- Envíos ordinarios, a una dirección indicada por el remitente de cartas y tarjetas postales, de hasta 2 Kg de peso, y paquetes postales de hasta 10 Kg.
- Los envíos de publicidad directa, de libros, de catálogos y de publicaciones periódicas, siempre que estos envíos se hagan como carta de hasta 2 Kg o paquete postal de hasta 10 Kg de peso.
- Servicios de certificado y de valor declarado, que conceden una mayor protección al usuario frente a posibles deterioros, robos o pérdidas de los envíos.

Los envíos ordinarios, que no requieren que se expida un recibo justificativo de su admisión, pueden ser depositados en los buzones instalados en la calle a disposición del público, siempre que sus dimensiones lo permitan, y hayan sido previamente franqueados. Si sus dimensiones no lo permiten, o es necesario que se expida un justificante, habrá que dirigirse a la oficina correspondiente. En aquellas poblaciones no atendidas por una oficina de Correos, la admisión de los envíos postales puede hacerse por el personal encargado del reparto domiciliario, para lo cual se informará a los vecinos del horario habitual de paso.

Por lo que se refiere a la entrega de los envíos, se hará al destinatario que figure en la dirección o persona autorizada en el domicilio indicado, en casilleros domiciliarios (los "buzones" de las casas y portales), en apartados postales o en la oficina de Correos. Los envíos certificados o con valor declarado sólo pueden entregarse si el destinatario o persona autorizada firma un recibo. En cambio, los envíos ordinarios pueden meterse en los casilleros domiciliarios. Estos deben estar situados en un lugar de fácil acceso, que esté bien iluminado, con las debidas garantías de protección frente a manipulaciones ilícitas, y fijados a la pared o empotrados, para que no puedan trasladarse. Cada casillero

debe estar numerado, e identificado el piso y puerta a que corresponde. También pueden figurar el nombre y apellidos de los residentes en la vivienda.

Si en un inmueble no disponen de casilleros domiciliarios, Correos comunicará a la Comunidad de Propietarios correspondiente que deben instalarlo y que, entre tanto, la entrega de los envíos dirigidos a sus vecinos se realizará en la oficina postal que corresponda.

En términos generales, Correos, como operador encargado de la prestación del servicio postal universal, está obligado a realizar todos los días laborables, y por lo menos cinco días por semana, una recogida en los buzones, y una distribución y entrega al domicilio de cada persona. Sin embargo, determinadas zonas, por sus características especiales obligan a habilitar sistemas diferentes. Así, cuando se trate de viviendas aisladas, situadas a más de 250 metros de la vía pública normalmente utilizada por cualquier servicio público, el reparto se hará mediante buzones individuales situados en la zona de paso, o en un punto intermedio entre las viviendas y la vía de circulación.



Igualmente, cuando se trate de entornos de gran desarrollo de construcción y muy poca densidad de población, el reparto se realizará mediante casilleros concentrados pluridomiciliarios, para que no sea necesario para el personal de Correos acudir a cada uno de los domicilios del área.

En cualquier caso, la entrega de los envíos postales ordinarios a través de buzones individuales y de casilleros concentrados pluridomiciliarios, como sistemas alternativos y excepcionales a la entrega en el domicilio, se realizará todos los días laborables y, al menos, cinco días a la semana.



ETIQUETADO TEXTIL

Los productos textiles deben etiquetarse para su comercialización, con el fin de garantizar una información adecuada a los consumidores.

La información que acompaña a los productos textiles, como la que se refiere a las condiciones para su cuidado y conservación, es un factor importante a la hora de decidir la compra, ya que del seguimiento de tales instrucciones dependerá en gran medida su calidad y duración.

Todas las indicaciones obligatorias deben aparecer con caracteres claramente visibles y fácilmente legibles por el consumidor.

ETIQUETADO OBLIGATORIO

Debe contener la siguiente información:

- Nombre, razón social o denominación del fabricante, comerciante o importador y su domicilio.
- El número de registro industrial del fabricante o el número de identificación fiscal del importador.
- Composición del producto textil, señalando el porcentaje de fibras naturales o sintéticas que lo forman.

- Las prendas fabricadas con una sola clase de fibra, podrán identificarse con los términos "100%", "Puro" o "Todo" acompañado del nombre de la fibra utilizada.
- En los tejidos compuestos por varias fibras, éstas podrán expresarse en porcentajes, en orden decreciente.
- Cuando una de las fibras utilizadas en la fabricación supone más del 85% del peso del producto, las fibras restantes podrán excluirse.
- Si las fibras utilizadas no superan por separado el 10% de la composición, podrá aparecer el término "Otras fibras" seguido del porcentaje que representan.

- En las prendas de confección y punto (algodón, lana, lino, etc.), la etiqueta será de cualquier material resistente, preferentemente de naturaleza textil, e irá fijada a la propia prenda de forma permanente, excepto calcetines y medias.
- En los productos que se ofrecen empaquetados, el etiquetado deberá figurar además en la propia envoltura, salvo que pueda verse claramente el etiquetado del producto.

- Si un producto textil está formado por dos o más partes que no tengan la misma composición (por ejemplo, un vestido con forro), irá provisto de una etiqueta que indique el contenido en fibras de cada una de las partes.
- Toda la información deberá plasmarse, al menos, en castellano.

símbolos de fibras naturales



fibras sintéticas:

Acetato, acrílico, nylon, poliéster, rayón, spandex, etc.

ETIQUETADO DE CONSERVACIÓN DE LOS PRODUCTOS TEXTILES

Aporta información sobre el producto y su conservación y debe aparecer bien diferenciado, mediante símbolos que nos indicarán el tratamiento al que se puede someter el producto.

Aunque este tipo de etiquetado no es obligatorio, está presente prácticamente en todos los artículos textiles, porque puede evitar posibles deterioros de los artículos debidos a un tratamiento incorrecto. Se debe

tener en cuenta tanto para la conservación de la prenda por parte del consumidor, como por las tintorerías, con el fin de darle al artículo el tratamiento adecuado, tanto en lo relativo a los productos que se pueden utilizar en el lavado o limpieza, como a las temperaturas de planchado.

Símbolos del etiquetado facultativo:

- 1.- Indica que el artículo puede ser lavado con agua. Las cifras del interior indican la temperatura máxima de lavado a máquina.
- 2.- Indica la posibilidad de uso de lejía en el lavado.
- 3.- Los puntos indicados en el interior de la plancha (uno, dos o tres) indican la temperatura máxima a que pueden ser planchados los artículos.
- 4.- Se refiere a la limpieza en seco. Las letras del interior indican el tipo de disolventes o detergentes que se pueden utilizar.
- 5.- Posibilidad de utilizar secadora. Los puntos en el interior del círculo indican los niveles de temperatura.



OJO AL SOL

La importancia de las gafas



Las gafas de sol se han convertido en un complemento sujeto a la moda y las veleidades de ésta. Así, según las temporadas, se llevan más grandes o más pequeñas, metálicas o de pasta, de un color u otro. Tanto es así que es habitual disponer de más de un par para combinarlas adecuadamente con nuestro atuendo, según la ocasión.

En cualquier caso, tanto si nos conformamos sólo con unas gafas de sol como si somos de la opinión de que en la variedad (y en la cantidad) está el gusto, es importante que limitemos los criterios estéticos a la montura, y nos dejemos aconsejar por un especialista para la elección de las lentes, de forma que reúnan todos los requisitos que garanticen una adecuada protección de nuestros ojos. Y es que ni todos los ojos son iguales, ni todas las gafas sirven para todas las circunstancias.

Antes de comprar sus gafas de sol, asegúrese de que están marcadas con

el sello CE, es decir, que cumplan todos los estándares de seguridad de la Unión Europea. Es conveniente, además, cerciorarse de que en la etiqueta o folleto que acompaña al producto figuran el nombre y dirección del fabricante, así como las instrucciones de almacenamiento, uso y limpieza. Y es que los datos de ventas hacen saltar todas las alarmas posibles: anualmente se venden en nuestro país aproximadamente catorce millones de gafas de sol, y de ellas incumplen la normativa europea de seguridad... ¡el 70%!

Es importante prestar especial atención a las gafas para los niños, ya que hasta los 10 ó 12 años su cristalino es casi transparente, y sus ojos absorben toda la radiación. Y sin embargo, paradójicamente, es para estas edades cuando más "permisivamente" nos comportamos a la hora de elegir unas gafas. No compre nunca para ellos gafas de sol de juguete, con lentes de plástico o que no cumplan estrictamente con la reglamentación europea.

Categorías y tipos de filtros

Muchas personas asocian una mayor oscuridad de las lentes con una mayor protección, pero esto no siempre es así. Algunas lentes oscuras no filtran adecuadamente la luz ultravioleta, pero sí la visible. Ante la menor luminosidad, el ojo responde dilatando la pupila para ver mejor. Ambos hechos se conjugan para producir un incremento en las radiaciones ultravioleta que recibe el ojo. El mejor indicativo del grado de protección que proporcionan unas gafas de sol es la categoría del filtro, que de acuerdo con la normativa europea, varía desde 0 (para luminosidad solar muy baja) a 4 (luminosidad muy fuerte).

Es importante elegir las gafas de sol en función del uso preferente que se les vaya a dar: no es lo mismo escoger gafas para conducir, que para ir a la playa o para practicar deporte. En la etiqueta debe figurar la categoría del filtro. Como puede observar en el cuadro que acompaña estas líneas, cada nivel de filtro está indicado para una actividad o grupo de actividades diferentes. Para esta clasificación se tiene en cuenta no sólo la cantidad de luz solar, sino también el nivel medio de reflexión de la luz por

parte del entorno característico en que esa actividad se lleva a cabo: no es lo mismo la luminosidad de las calles de una ciudad, que la de una pista de esquí o la superficie marina, dado que la nieve o el agua reflejan intensamente los rayos del sol.

También existen distintos tipos de filtros:

- **Filtros fotocromáticos:** responden a la intensidad de la luz ultravioleta cambiando su tonalidad de clara a oscura. Son aconsejables para frecuentes entradas y salidas de interior a exterior.
- **Filtros espejados:** ofrecen una protección máxima frente a las radiaciones UVA, por lo que se recomiendan para el esquí o la escalada. Su inconveniente: se rayan fácilmente.
- **Filtros polarizados:** minimizan los deslumbramientos, ya que eliminan los reflejos de ciertos ángulos de superficies como el agua la nieve o la arena. Por tanto, son muy útiles para trabajos sobre superficies reflectantes, como la pesca, deportes acuáticos...
- **Filtros con antirreflejo:** neutralizan las reflexiones de los rayos que pasan por los lados de las gafas.

Nivel filtro	Luminosidad solar	Absorción luz visible(%)	Descripción	Indicaciones
0	Muy baja	0-20	Lentes claras o muy ligeramente coloreadas	Estética y confort. Tiempo cubierto, niebla, viento, polvo.
1	Baja	20-56	Lentes ligeramente coloreadas	Uso urbano.
2	Media	57-81	Lentes medianamente coloreadas	Paseo, golf, tenis.
3	Fuerte	82-91	Lentes oscuras	Niños. Playa y montaña.
4	Muy fuerte	92-97	Lentes muy oscuras	Deportes acuáticos y alta montaña.

TRASLADO DE LA OFICINA DE CONSUMO

La Oficina de Consumo de la Diputación de León ha trasladado su sede a la siguiente dirección:

Complejo San Cayetano, Carretera de Carbajal s/n - 24008 LEÓN.

Teléfonos: 987 085 042, 987 085 041, 987 085 040, 987 085 039



El horario de atención al público de la oficina es de **10,00 a 13,00 h**, de lunes a viernes.

* El autobús urbano de Alsa City (vehículos azules) de la línea de Carbajal se detiene frente al Complejo San Cayetano. Este autobús tiene una parada en la plaza de Guzmán, que está cerca de las estaciones de autobuses y de RENFE, por la que pasa dos veces cada hora, aproximadamente a "y cinco" y a "menos veinticinco". En la plaza de Santo Domingo (al comienzo de Padre Isla), este autobús puede tomarse a "y cuarto" y a "menos cuarto".

El día 8 de octubre de 2.007, ciento veinte representantes de Ayuntamientos y Juntas Vecinales de la provincia de León, respondieron a la convocatoria de la **XI JORNADA PROVINCIAL DE CONSUMO**, organizada por la Oficina Móvil de Información al Consumidor de la Diputación de León.

Como en ediciones anteriores, durante la primera parte de la Jornada se presentó el trabajo desarrollado por la Oficina de Consumo de la Diputación de León, con especial incidencia en la actividad de atención al público, y el desarrollo del programa de actividades, recibiendo la aportaciones y sugerencias de los asistentes en orden a la mejora de la prestación del servicio a los consumidores.

NOTICIAS OMIC

En la segunda parte de la Jornada, D. Enrique ESTRADA VÉLEZ, Jefe del Servicio de Evaluación de Riesgos y Gestión de Alertas de la Agencia de Protección de la Salud y Seguridad Alimentaria de la Consejería de Sanidad de la Junta de Castilla y León, desarrolló la ponencia titulada *La responsabilidad municipal en la legislación sobre las aguas de consumo y de recreo*. Durante la aproximación a la legislación sobre la calidad de las aguas, se abrió un animado coloquio en el que los asistentes tuvieron oportunidad de consultar todas sus dudas o inquietudes respecto de un tema de responsabilidad municipal y vital importancia para la salud de los consumidores.



CHARLAS INFORMATIVAS

A lo largo del año 2.007, la Oficina de Consumo de la Diputación de León ha llevado a cabo veinticinco charlas informativas, solicitadas por Ayuntamientos, Juntas Vecinales y Asociaciones, en distintas localidades de la provincia. Este recurso formativo pretende transmitir una información adecuada sobre los derechos de los consumidores y usuarios de manera amena y sencilla, por lo que, aunque ya es un clásico del programa de actividades de la Oficina de Consumo, sigue siendo el más solicitado.

Los temas a tratar en esta actividad se mueven en un amplio abanico de posibilidades, lo que permite adaptarla a las necesidades específicas del colectivo destinatario. Las entidades interesadas en recibir alguna charla informativa para el ejercicio 2.008, pueden encontrar el listado de temas en la web y consultar la disponibilidad en nuestra Oficina.

IV CURSO DE CONSUMO PARA ENTIDADES LOCALES

El pasado mes de octubre se celebró en el Palacio de los Guzmanes el IV Curso de Consumo para entidades locales de la provincia. Al mismo asistieron 25 personas pertenecientes a 18 municipios de la provincia.

El curso, de 26 horas teórico-prácticas, ofreció a los responsables políticos y trabajadores de las Entidades Locales las herramientas necesarias para satisfacer las demandas de información en materia de consumo planteadas por los ciudadanos. En esta ocasión, el curso se abrió a la participación de representantes de las Juntas Vecinales.

La finalidad de esta actividad es dotar a los participantes de los conocimientos mínimos necesarios para llevar a cabo una primera orientación de aquellos consumidores que se dirijan, en demanda de información, a sus ayuntamientos como administración más próxima al ciudadano y receptora primera, por tanto, de las inquietudes de sus vecinos, además de afianzar sus propios conocimientos en el ámbito de su vida privada.



TEATRO EN LA CALLE PARA INFORMAR AL CONSUMIDOR

Continuando con la línea de formación al consumidor mediante animación teatral, la Oficina de Consumo de la Diputación de León organizó un espectáculo de teatro en la calle en seis localidades de la provincia. Esta actividad, pretende, de forma sencilla y divertida, aportar contenidos relacionados con el consumo que estimulen la participación de los viandantes, despertando su interés por este mundo. Se busca sobre todo implicar a los espectadores, y hacerles participar en la actividad, ya que el espectáculo se ofrece como un acto más dentro del programa de fiestas de las localidades.

El espectáculo *Cómodos plazos* se representó por el Grupo *Hoja de Roble*, con el patrocinio de la Oficina de Consumo de la Diputación de León y la colaboración de la Junta de Castilla y León, en el transcurso de las fiestas patronales de Cistierna, Matallana de Torío, Torre del Bierzo, Puente Domingo Flórez, Villaquejida y La Virgen del Camino. Esta obra aborda los abusos que, en materia de compras y contratos, sufre la población rural, especialmente las personas de más edad, si bien el tema es enfocado con un continuo recurso al humor. La letra pequeña, las compras innecesarias, los engaños en la promoción de distintos productos....

