

www.revista.consumer.es

Diciembre 2001



CONSUMER

La revista del Consumidor de hoy N.º 50



**Nace el Barómetro del Consumidor,
basado en una encuesta a
5.000 personas en todo el país**

**El consumidor del
nuevo siglo, al detalle y
en primer plano**

ENTREVISTA: Martín Berasategi • **INFORME:** Cirugía estética • **ALIMENTACIÓN:**
Digestiones pesadas • **SALUD:** Artrosis de cadera • **ANÁLISIS:** Paté de pato •
Aceites minerales para motor • **INTERNET:** El PC como cadena de música



CONSUMER

Diciembre 2001 • N.º 50

Tirada: 340.000 ejemplares
Edita: Fundación Grupo Eroski.



Consejo de Redacción:

Arantza Laskurain, Carmen Picot, Ricardo Oleaga,
Iñaki Larrabeiti, Marta Areizaga, Eduardo Cifrián

Director:

Ricardo Oleaga.

Análisis Comparativos:

RESPONSABLE DE LA SECCIÓN: Iñaki Larrabeiti.

INTERPRETACIÓN Y DIVULGACIÓN: Itziar Otegi.

MICROBIOLOGÍA: Miguel Romeo.

QUÍMICA: Juan Carlos San Vicente.

Redacción: Aina Zarraga, Iker Merchán, Carlos Zuluaga, Toño Valcuende, Amaia Uriz.

Responsable de comunicación en la Comunidad Valenciana y Cataluña: Yolanda Álvarez

Informes y Toma de Datos: Append. Ana López, María Jesús Minguez.

Asesoría Jurídica: Lidia Barrio.

Internet y Nuevas Tecnologías: Iker Merchán.

Ecología: Carlos Zuluaga.

Nutrición: Maite Zudaire, Gema Yoldi.

Salud: Eukeni Olabarrieta.

Psicología: Pepe Romo, Marisa López Ibarrondo.

Documentación y Suscriptores: Edurne Ormazabal, Inma Costa.

Arte y Maquetación: Ramón Cosme.

Fotografía: Iñaki Oñate, Castato fotógrafos, Zig Zag.

Fotomecánica: Lithos.

Impresión: Altair Quebecor.

Depósito legal: TO-707-1997 ISSN: 1138-3895.

Redacción y Administración de CONSUMER:

Eroski Publicaciones.

Bº San Agustín s/n. 48230 Elorrio (Vizcaya).

Tel: 94-6211487 - Fax: 94-621 12 22.

Consum Publicaciones.

Avda. Espioca, s/n. 46460 Silla (Valencia).

Tel: 96-197 40 05 - Fax: 96-120 28 23.

En Internet, estamos en

www.revista.consumer.es

CONSUMER no permite la reproducción de los contenidos que publica, salvo autorización expresa. Y queda prohibida la utilización de cualquier contenido de esta revista con fines comerciales o publicitarios.

CONSUMER se imprime en papel reciclado 100% y exento de cloro.



>4 El consumidor del nuevo siglo, retratado

El barómetro anual del consumidor, auspiciado por Fundación Grupo Eroski con la realización técnica del Instituto de Empresa, es una encuesta realizada a 5.000 personas en todo el país. Y revela las percepciones y opiniones del consumidor sobre temas tan relevantes como la seguridad en el consumo de alimentos, la información de consumo que recibe y el crédito que las diversas fuentes de información le merecen, o quién defiende mejor los derechos de los consumidores.

Sumario

>13 Cirugía estética.

Influidos por unos imposibles cánones de belleza y animados por unos precios cada vez más asequibles, el número de personas que se somete a intervenciones de cirugía estética continúa aumentando. Y eso, a pesar del serio riesgo que algunas de estas operaciones entrañan.

>16 ALIMENTACIÓN Digestiones pesadas. La moderación, lo mejor para prevenir las

>20 SALUD Artrosis de cadera

>22 PSICOLOGÍA La felicidad: ¿un derecho, una meta o un simple sueño?

>24 MEDIO AMBIENTE Beneficios de la nieve

CONSUMER cumple su número 50, tras más de cuatro años informando al consumidor



Martín Berasategi, cocinero.

“Antes sólo quería hacer platos sabrosos; ahora quiero que además resulten saludables; los cocineros hemos de ser los primeros en entender que la sociedad y sus exigencias nutricionales han cambiado”.

ANÁLISIS

Paté de pato. Se han analizado ocho patés de pato cuyos precios difieren mucho: entre 1.300 y 4.400 pesetas el kilo.

ANÁLISIS

Aceites para motor. Se han estudiado doce aceites de motor minerales (4 específicos para gasolina, 4 específicos para diesel y 4 mixtos gasolina/diesel) que cuestan entre 1.195 pesetas y 2.995 pesetas.



- >34 INTERNET
El PC como cadena de música
- >36 ECONOMÍA DOMÉSTICA
Viajar en Navidad, alternativa en alza
- >40 CONSEJOS
El euro: cómo afrontarlo con facilidad
- >41 TEMAS LEGALES
Sentencias y Consultorio
- >44 Cartas y Lectores



Este diciembre, el último anterior a la entrada en vigor del euro, resulta muy especial para CONSUMER, porque supone su número 50. Queda ya lejano junio de 1997, cuando la fusión de las revistas EROSKI y CONSUM, editadas por las cooperativas de consumo del mismo nombre durante más de dos décadas, da lugar al nacimiento de una nueva cabecera, CONSUMER, que se ha convertido en referencia de la información consumerista y en la revista de consumo de mayor tirada en nuestro país.

El eco que nuestras investigaciones alcanzan cada mes en los medios de comunicación y en los agentes económicos y sociales, la credibilidad de que gozamos entre los lectores que éstos nos transmiten en las encuestas, y la influencia que los análisis comparativos de producto y otras informaciones que publicamos ejercen en los hábitos de consumo de la ciudadanía, nos obligan a asumir el compromiso de veracidad, rigor técnico y responsabilidad que aplicamos en el trabajo de cada día.

Muchas cosas han cambiado durante los últimos años en la labor informativa que despliega Fundación Grupo Eroski, pero permanece invariable nuestro espíritu: ofrecer al consumidor herramientas prácticas y útiles para acertar en las decisiones que afectan a sus derechos, a economía, a su salud y seguridad, a la protección del medio ambiente y a la solidaridad con los sectores menos favorecidos de la sociedad.

Los productos informativos a que Fundación Grupo Eroski recurre para transmitir estas informaciones se han diversificado notablemente. Acabamos de lanzar la séptima Guía Práctica CONSUMER “Cómo alimentarnos según nuestra edad y tipo de trabajo”, y continuamos profundizando en nuestra experiencia en Internet: ofrecemos en la Red desde hace cuatro años la revista CONSUMER, y desde hace unos meses un portal de consumo (Consumer.es), un sitio web de Amigos de Fundación Grupo Eroski (amigos.fundaciongrupoeroski.es) y otros web dirigidos a públicos más específicos.

El planteamiento es cada vez más ambicioso y plural, y el número 50 de CONSUMER -que incluye un informe exclusivo sobre las percepciones y expectativas del consumidor respecto de cuestiones como la seguridad de los alimentos, la información que recibe sobre los productos o las repercusiones del paso al euro- no hace sino confirmar la solidez de una línea de trabajo basada en el rigor técnico, la utilidad y el compromiso con los intereses y derechos del consumidor.

Con humildad y sin fasto alguno, como es tradición en esta casa, celebraremos este aniversario felicitándonos de poder seguir aportando al consumidor informaciones que le resulten útiles para desenvolverse con acierto en un mundo cada día más complejo. Esperamos que ustedes, queridos lectores, compartan nuestra alegría y nos sigan concediendo esa credibilidad sin la cual nuestro trabajo carecería de sentido.

Nace el Barómetro
del Consumo

El consumidor del nuevo milenio, retratado en primer plano

El consumidor de hoy confía en los alimentos, se muestra poco satisfecho con la información y cree que es él mismo quien mejor defiende sus derechos

Hoy y en nuestro país, el consumidor, muestra una notable confianza ante los alimentos y ante el comercio que los distribuye, mientras que la que manifiesta ante las marcas de los productos, aun siendo aceptable, es algo menor. Y la confianza que le suscitan bares y restaurantes es todavía menor aunque suficiente, si exceptuamos a los establecimientos de comida rápida. Por otro lado, afirma sentirse sólo medianamente satisfecho con la información de consumo que recibe y un poco menos aún con la que le proporcionan el comercio y las marcas de los productos.

En cuanto a la economía, se siente poco compensado por el gasto que realiza para proveerse de productos y servicios.

Estas conclusiones, y otras como la moderada preocupación que suscita el inminente cambio al euro, la desconfianza que genera Internet como medio de pago o la escasa disposición de pagar por servicios que reduzcan el tiempo que se destina a efectuar la compra, son las principales aportaciones del **Barómetro del Consumo que ha confeccionado Fundación Grupo Eroski, con la colaboración del Instituto de Empresa. Se trata de un estudio basado en 5.000 encuestas a ciudadanos mayores de 14 años de todo el país, que investiga en las opiniones de los consumidores ante el hecho del consumo y los elementos con él relacionados. Entre otros, los ya citados y la percepción sobre quién defiende mejor sus derechos e intereses y el crédito que le merecen las diversas fuentes de información sobre consumo.**

El objetivo del informe es crear un barómetro que dimensione las actitudes y percepciones del ciudadano en los temas de consumo y se convierta, mediante unos indicadores fiables y certeros, en instrumento válido de medición para estudiar la evolución del consumidor y sus percepciones año tras año..

Un consumidor exigente. El consumidor evidencia un notable oficio: sabe bastante sobre los temas relacionados con el consumo. Y quiere aprender, cualificar sus conocimientos, para acertar cuando toma sus decisiones. Se maneja con sentido común, y afronta los actos de



consumo con criterios de eficacia, buscando el mayor grado de satisfacción a sus expectativas. El consumo es parte esencial en su vida, y por ello muestra una actitud exigente con la información que recibe sobre productos y servicios. Esta conducta exigente es coherente con sus distintas percepciones (confianza, seguridad, credibilidad,...) ante los diversos elementos (tipos de comercio y producto, alimentos, marcas, empresas, Administración, asociaciones de consumidores, medios de comunicación...) que configuran la sociedad de consumo.

En materia de información sobre el consumo otorga el mayor crédito a su círculo de conocidos y familiares. Y el menor, a la Administración y a las empresas. Como defensor de sus derechos e intereses, sólo confía en sí mismo y, ya más lejos, en las asociaciones de consumidores.

FICHA TÉCNICA DEL BARÓMETRO

- **Universo:** Población general de 14 años o más.
- **Muestra:** 5.000 casos, lo que conlleva un error teórico de muestreo del $\pm 1,41\%$, para el supuesto de muestreo aleatorio simple, al Nivel de Confianza del 95,5% ($p=q=0,5$).
- **Tipo de entrevista:** Telefónica con cuestionario semiestructurado de unos 17 minutos de duración.
- **Segmentos:** La muestra general se dividió de acuerdo con los segmentos de Estudio en las siguientes 6 submuestras:
 - Jóvenes Ocupados de 14 a 29 años (600 casos)
 - Jóvenes No Ocupados de 14 a 29 años (600 casos)
 - Hombres de 30 a 60 años (1.000 casos)
 - Mujeres con ocupación remunerada de 30 a 60 años (800 casos)
 - Mujeres sin ocupación remunerada de 30 a 60 años (1.200 casos)
 - Mayores de 60 años (800 casos)
- **Proceso de muestreo:** Para la submuestra de cada segmento se realizó un muestreo polietápico estratificado proporcional por región geográfica y tamaño de hábitat, con selección aleatoria de puntos de muestreo (localidades) y selección aleatoria del hogar a partir de listado telefónico.
- **Trabajo de Campo:** Realizado entre el 7 de Mayo y el 6 de Julio de 2001.
- **Supervisión, Depuración, Codificación y Grabación.**

Piensa que quien mejor defiende sus intereses como consumidor es él mismo y, después, las asociaciones de consumidores. Y nadie más.

Analiza la oferta que se le presenta y se decanta por las opciones que, de acuerdo a sus percepciones, responden a la mejor relación calidad-precio, entendiendo por calidad la seguridad y la capacidad de satisfacción de sus necesidades y expectativas.

Seguridad y confianza ante el consumo de alimentos. El grado de confianza que sienten los ciudadanos al consumir alimentos es satisfactorio (7,1 puntos) si bien cada alimento genera su propio índice de confianza, mayor cuanto más se le atribuya la característica de natural y de exento de procesos industriales. Asimismo, el consumidor se muestra confiado ante la seguridad de los alimentos, carne incluida (6,5 puntos).

Las marcas de alimentos también le infunden confianza, si bien algo menor y muy distinta según sean de prestigio o muy conocidas (mayor

Decálogo de las tendencias más significativas del consumidor

- Exigencia de funcionalidad en la compra.
- Demanda creciente de garantías e información.
- Mayor sensibilidad hacia la dieta, la salud y el cuidado personal.
- Relevancia de nuevos productos: seguros, servicios financieros, etc.
- Demanda de productos "emergentes": ecológicos, "enriquecidos" con vitaminas.
- Preocupación creciente por los asuntos medioambientales.
- Aceptación de los avances en la tecnología de los alimentos, dentro de una acusada reivindicación de lo "natural".
- Apuesta sólo formal hacia las nuevas posibilidades de Internet.
- Alta conciencia de sus derechos como consumidor.
- El ocio y el tiempo libre como una nueva dimensión del gasto.

confianza) o nuevas o baratas (menor confianza). La confianza que muestra ante los establecimientos comerciales es aceptable, pero difiere mucho: los tradicionales le suscitan la mayor confianza, y los que menos la merecen (con un suspenso) son los restaurantes de comida rápida.

La información de consumo. La satisfacción (6,2 puntos) que siente el ciudadano ante la información sobre productos y servicios es muy mejorable, especialmente la de seguros y vivienda. La proporcionada por las marcas se percibe aceptable (5,8 puntos), y la que procede del comercio es bien valorada en los puntos de venta tradicionales y especializados, y peor (aunque con aprobado) las de entidades bancarias y de seguros. Para el consumidor, la fuente que más contribuye a crear información para el consumo son sus conocidos y familiares, seguidos a distancia por las asociaciones de consumidores, los medios de comunicación y los empleados de las tiendas. Y las fuentes

más creíbles en la información sobre alimentos son el círculo social próximo, los médicos y entidades sanitarias y las asociaciones de consumidores. Las Administraciones Públicas y los fabricantes son las fuentes menos fiables, aunque su crédito no llegue al suspenso. Por otra parte, el principal proveedor de información sobre los alimentos frescos es, con diferencia, el punto de venta. Y dentro de él, las etiquetas de los productos y los folletos y carteles de las tiendas. Son muy pocos quienes señalan a los medios de comunicación y a las asociaciones de consumidores como principal fuente de información sobre los productos frescos. En las etiquetas de los alimentos, la información más consultada (lo señala el 62% de los consumidores) es la fecha de caducidad. A distancia, queda la lista de ingredientes (39%). Y constituyen exigua minoría quienes conceden relevancia al nombre del producto, al del fabricante y a la información nutricional. Por último, la mayoría de los ciudadanos piensa que en 2002 mejorará su satisfacción con la información sobre el consumo.

Los intereses económicos del consumidor. El consumidor se siente poco compensado (5,66 puntos) por el dinero que paga por productos y servicios. Los servicios médicos representan el consumo que compensa en mayor grado, mientras que los

El perfil del

- Muestra confianza ante los alimentos (7,1 puntos), y ante su seguridad (7,2 puntos); las marcas le suscitan una confianza menor pero aceptable (6,6 puntos), si bien las más baratas no llegan al aprobado y las más nuevas lo alcanzan con apreturas. Las marcas de distribuidor le suscitan una confianza discreta (5,6 puntos). Los establecimientos que más confianza le merecen son los tradicionales; y los que menos, los restaurantes de comida rápida, con un nítido suspenso. Ante los supermercados e hipermercados refiere una confianza de cerca de 7 puntos, menor que las tiendas tradicionales.
- Se siente sólo medianamente satisfecho (6,2 puntos) de la información que recibe sobre productos y servicios. En los productos de aseo personal, ropa y calzado, limpieza del hogar y artículos de ocio mejora esta percepción sobre la información, que empeora mucho en la vivienda y los seguros.

La información que proporcionan las marcas se percibe aceptable (5,8 puntos) y en la que proviene del comercio es bien valorada la de los puntos de venta tradicionales y las tiendas especializadas y se queda en aceptable la de los hipermercados y grandes almacenes. Entidades bancarias y compañías de



consumidor de hoy

seguros ofrecen la información peor percibida.

En cuanto a la contribución para que el consumidor esté bien informado, se valoran muy positivamente la del círculo íntimo (conocidos y familiares) y, bastante detrás, las asociaciones de consumidores, los medios de comunicación y los dependientes de las tiendas. Las empresas y la Administración ocupan el último lugar, superando con dificultades el aprobado. Las fuentes de información sobre alimentos que gozan de más crédito, con un notable, son los familiares y amigos y los médicos y entidades sanitarias, seguidos por las asociaciones de consumidores y, ya después, por los dependientes de las tiendas. Las empresas y la Administración salen malparadas, ya que el consumidor confía poco (aprobado raspado) en sus informaciones. Y tampoco los medios de comunicación constituyen un referente muy creíble, quedando un poco por debajo de los comercios.

El consumidor, por otro lado, halla información sobre los alimentos frescos fundamentalmente en los comercios, y sólo el 8% dicen que su fuente principal son los medios de comunicación o las revistas de consumo. En los puntos de venta, las etiquetas de los alimentos son la fuente principal de información junto a carteles y folletos, y un poco menos, los empleados. En las etiquetas, se consultan mucho la fecha de caducidad (el 62% de los consumidores) y la lista de ingredientes (el 39%). Otras informaciones, como el nombre del producto, el del fabricante y los datos nutricionales (5%), son consultados con mucha menor frecuencia. Respecto a las sobre cómo será la información sobre consumo el próximo año, hay una percepción ligeramente positiva pero la mayoría piensan que se mantendrá como está.

- Poco satisfecho (5,7 puntos) de la compensación que recibe por lo que paga por los productos y servicios que consume. Ahora

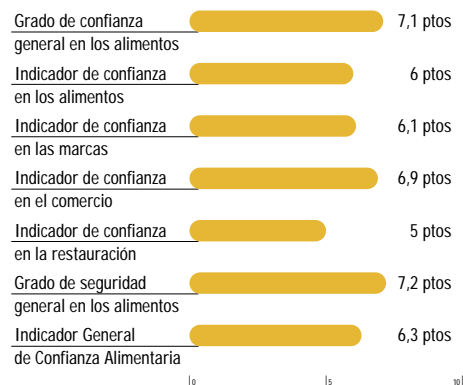
bien, la satisfacción varía: sólo los servicios médicos alcanzan el bien. Y seguros domésticos y vivienda suscitan el mayor descontento, aunque aprueben. Ropa y calzado, transporte, productos del hogar, alimentos y bebidas, comunicaciones... se acercan al bien.

- Considera que quien mejor defiende sus intereses como consumidor es el mismo: esta aseveración la suscriben siete de cada diez encuestados. La otra posición noble la ocupan las asociaciones de consumidores, con el 19% que la citan como mejores defensoras del consumidor. Empresas (2%) y Administraciones Públicas (2%) apenas tienen relevancia en este cometido. Y se piensa que las cosas mejorarán el año que viene.
- Sólo el 64% de los consumidores dice haber consumido alguna vez un alimento ecológico, si bien la confianza que merecen es elevada, 7,6 puntos. Muchos reconocen estar mal informados sobre estos alimentos.
- El grado de satisfacción frente a la información sobre el euro es mediocre: 5,8 puntos. Además, está preocupado (aunque no mucho) por los efectos que el cambio va a causar en su vida cotidiana. Y la mitad creen que encarecerán los precios, aunque tampoco en gran medida.
- Internet le suscita una gran desconfianza como medio de compra, tanto en términos de seguridad como en el de garantía de respetar los derechos del consumidor.

No está dispuesto a pagar más por ahorrar tiempo en la compra. Si le preguntamos qué valor concede al pago por servicios que reduzcan el tiempo de la compra, indica que 3,6 puntos, un suspenso sin paliativos..

- ¿"Ir de compras" o hacer la compra? Le agrada más "ir de compras" que "hacer la compra", pero ambas actividades son aceptadas casi gustosamente, en torno a los 6 puntos.

Indicadores de confianza en los alimentos



Indicadores de satisfacción con la información sobre el consumo de productos y servicios



Indicadores de satisfacción de los intereses económicos del consumidor



Estos que figuran en los gráficos son los Indicadores que permitirán, año tras año, el seguimiento de la evolución de las percepciones del consumidor en las cuestiones más relacionadas con su vida cotidiana. Cada uno de estos indicadores proviene de un complejo y riguroso tratamiento estadístico de las respuestas que 5.000 consumidores de más de 14 años han proporcionado a un amplio cuestionario realizado por el Instituto de Empresa para Fundación Grupo Eroski durante mayo, junio y julio de 2001.

seguros domésticos y la compra de la vivienda representan el punto más bajo de compensación, con 5 puntos.

La defensa de los intereses del consumidor. Dos de cada tres ciudadanos entienden que son ellos mismos quienes mejor defienden sus intereses como consumidores.

Esta convicción relega a un segundo plano a las asociaciones de consumidores (sólo el 19% de los encuestados las señala como principales defensoras del consumidor) y "borra del mapa" en ese cometido a las diversas Administraciones Públicas y a las empresas, que sólo son citados por el 2% de los ciudadanos.

Las expectativas de mejora que mantienen muchos consumidores sobre la defensa de sus intereses apuntan a que su satisfacción al respecto es hoy todavía escasa.

Productos ecológicos, cambio al euro, Internet... Uno de cada tres consumidores de nuestro país nunca ha consumido alimentos ecológicos. Además, sólo uno de cada cinco se siente bien informado sobre estos productos cultivados sin pesticidas ni fertilizantes químicos.

El cambio al euro, por su parte, requiere de una información más adecuada o mejor divulgada: la satisfacción con la información es mediocre, sólo 5,8 puntos. Y la transición es

Muestra confianza ante los alimentos, pero no está muy satisfecho de la información sobre consumo que recibe

afrentada con una moderada preocupación debido a su repercusión en la vida cotidiana de la gente. El euro encarecerá, aunque no en gran medida, los precios: así lo piensan la mitad de los encuestados. Entre el resto, la inmensa mayoría cree que se mantendrán los precios.

Internet sigue suscitando desconfianza como medio de compra: es inseguro y no ofrece garantías (menos de 4 puntos en ambos aspectos).

Y, a pesar de lo que aseguren los estudios de mercado, el consumidor se muestra **muy poco dispuesto a pagar por servicios que reduzcan el tiempo destinado a efectuar la compra.**

PERO NO TODOS SOMOS IGUALES...

El informe distingue seis segmentos de consumidores bien distintos. Veamos qué es lo que más distingue (en las cuestiones planteadas) a cada uno de ellos respecto de la media de la población.



Jóvenes (14 a 29 años) con ocupación remunerada. Son quienes menos confían en los alimentos, quienes más importancia otorgan a las etiquetas como fuente de información sobre los productos frescos y quienes más consultan la información nutricional de las etiquetas. Por otro lado, constituyen el grupo que menos se siente compensado por lo que paga por productos y servicios. Y son quienes piensan que el euro traerá una mayor inflación. Y, por último, son uno de los grupos que más prefiere "ir de compras" frente a hacer la compra.



Jóvenes (14 a 29 años) sin ocupación remunerada. Son el grupo que menos desconfía de los alimentos de los restaurantes de comida rápida, aunque mantengan una postura crítica. Y los que más confían en los productos ecológicos, en los hiper y en las marcas más nuevas y más baratas. Conceden poca relevancia al empleo de los comercios como fuente de información sobre alimentos frescos, y consultan poco la fecha de caducidad de las etiquetas. Son los que se sienten más compensados por el gasto, especialmente en ocio y cultura. Y los que atribuyen el mayor peso a las asociaciones de consumidores como defensoras del consumidor. Se sienten menos preocupados ante el cambio al euro, y son los que menos desconfían de Internet para comprar. Además, son el segmento más predispuesto a pagar por ahorrar tiempo en la compra, actividad que distinguen de "ir de compras", que les agrada bastante más.



Hombres (entre 30 y 60 años). Son quienes más confían en que en 2002 mejore su confianza en los alimentos. Son el grupo menos satisfecho con la información que proporcionan las marcas de los productos, las aseguradoras y las entidades bancarias. Conceden muy poco crédito a la Administración como fuente de información sobre los alimentos. Y otorgan a las asociaciones de consumidores un mayor papel (que los demás grupos de población) como defensoras del consumidor. Se muestran poco preocupados por las repercusiones del euro y los mejor informados al respecto, pero son quienes más entienden que supondrá un encarecimiento de los precios. Apenas distinguen entre hacer la compra e ir de compras, y les gustan poco ambas actividades.



Mujeres (de 30 a 60 años) con ocupación remunerada. Son quienes menor seguridad perciben al consumir alimentos, y el grupo que más confía en los formatos comerciales más tradicionales (mercados de abastos, etc). Son las que se sienten peor informadas sobre los alimentos ecológicos. Están bastante preocupadas por el cambio al euro, aunque confían en que no encarecerá mucho los precios. Les gusta más ir de compras que hacer la compra, aunque ambas actividades les agradan.

La zona geográfica marca, pero no mucho

Se destacan los datos más peculiares de cada una de las zonas en que se ha dividido el Barómetro, aquellas cuestiones en las que cada zona geográfica sobresale de la media.

ZONA NORTE (Cantabria, Asturias y Galicia)
Los menos confiados ante el consumo de alimentos. Donde más atención se presta a las etiquetas de los alimentos frescos. Son quienes más consumen alimentos ecológicos y quienes se sienten mejor informados sobre ellos. Los que más desconfían de Internet como medio de compra.

C.A. DEL PAÍS VASCO Y C. FORAL NAVARRA
Los más confiados ante los alimentos. Los menos satisfechos con la información de las marcas. Donde en menor medida se sienten compensados por el gasto en vivienda. Los que mejor perciben el papel de las asociaciones de consumidores como defensoras del consumidor. Son quienes se sienten mejor informados sobre los alimentos ecológicos. Y los más satisfechos ante la información sobre el euro, y de los menos preocupados ante el cambio a la nueva moneda. De los que más desconfían de Internet como medio de compra, y también de los menos dispuestos a pagar por servicios que ahorren tiempo en la compra.

ZONA MEDITERRÁNEA (Cataluña, Islas Baleares, Comunidad Valenciana y Murcia)
Son de los más satisfechos con la información que ofrecen las marcas de productos. En general, es la zona que se mueve en términos más similares a la media de todo el país.



Mujeres (de 30 a 60 años) sin ocupación remunerada. Son quienes más confían en amigos y familiares como fuente de información en temas de alimentación, y quienes más entienden que es el propio consumidor quien mejor defiende sus derechos. Y las que más consultan la fecha de caducidad. Es también el grupo que se siente peor informado y más preocupado, junto con el de Mayores, sobre el cambio al euro, que consideran encarecerá los precios en mayor medida que el resto de consumidores. Muy poco dispuestas a pagar dinero para ahorrar tiempo al hacer la compra.



Mayores (hombres y mujeres de más de 60 años). Son quienes más confían en las frutas y verduras y menos en hamburgueserías y similares, y en congelados y platos preparados. Los que menos confían en los hiper y en las marcas más nuevas y más baratas. Y los más satisfechos con la información sobre consumo. Casi nunca consultan la lista de ingredientes de las etiquetas. Son los menos compensados por lo que pagan por productos y servicios. Y quienes atribuyen a las asociaciones de consumidores el menor papel. Asimismo son el grupo que se siente peor informado sobre el euro y más preocupado, si bien opinan que se encarecerán poco los precios. Son los que más desconfían de Internet para comprar. Y los menos dispuestos a pagar por servicios que ayuden a reducir el tiempo que dedican a la compra. Y siguen siendo poco consumistas: es el único grupo que prefiere hacer la compra que ir de compras.



AREA METROPOLITANA DE BARCELONA
Los que más confianza muestran ante las frutas y verduras y los que más confían en los formatos tradicionales del comercio de alimentos. De los menos satisfechos con la información que ofrecen las marcas de productos.

AREA METROPOLITANA DE MADRID
Los que menos desconfían (aunque lo hagan bastante) de los restaurantes de comida rápida. Donde se sienten compensados por el gasto en hostelería. De los que en mayor medida perciben que quienes mejor defienden sus intereses son las asociaciones de consumidores. Son quienes menos consumen alimentos ecológicos y a su vez quienes se sienten peor informados sobre ellos. Los que menos desconfían de Internet como medio de compra y los más dispuestos a pagar por ahorrar tiempo en la compra.

ZONA CENTRO (La Rioja, Aragón, Madrid, Castilla La Mancha y Castilla-León, Extremadura).
Son los que se muestran menos preocupados ante el cambio al euro. Donde menos dispuestos están a pagar por ahorrar tiempo en la compra. Los que más confianza muestran ante la carne. Los que más confían en los hipermercados. De los más satisfechos con la información sobre consumo. Son quienes menos consumen alimentos ecológicos. Los más optimistas respecto de cómo será la información sobre consumo el próximo año.

ANDALUCÍA
Los más confiados ante los alimentos ecológicos y, en general, ante las marcas. De los que más confían en los hipermercados. Los más satisfechos con la información sobre consumo, y con la que ofrecen las marcas en particular. Donde en mayor medida se sienten compensados por el gasto en general, y en hostelería en particular. Son los más preocupados ante el cambio al euro y los que piensan en mayor medida que acarrearán un encarecimiento de los precios. De los que menos desconfían de Internet como medio de compra.

ISLAS CANARIAS
Los que más confianza muestran ante el pescado y los que menos ante bares y restaurantes. Los menos satisfechos con la información sobre consumo. Son los que otorgan a los medios de comunicación y a sus conocidos y familiares un papel mayor en la información sobre consumo. Los que menos crédito conceden a empresas, Administración y comercios como fuentes de información sobre los alimentos. Donde en menor medida se sienten compensados por el gasto en hostelería. Los que con mayor intensidad perciben que quienes mejor defienden sus intereses como consumidores son ellos mismos. Los menos satisfechos de la información sobre el euro.

Martín Berasategui, cocinero

“Los COCINEROS debemos saber también de Nutrición”

Con la muy reciente consecución de la tercera estrella Michelin para su restaurante de Lasarte (Guipúzcoa), Martín Berasategui ha inscrito definitivamente su nombre en el libro de honor de los grandes maestros de cocina a nivel internacional. A pesar del reconocimiento que está recibiendo y del relumbrón que los medios de comunicación han dado a estos artesanos de los fogones, Berasategui tiene los pies firmemente apoyados en la tierra. Prefiere el término "cocinero" al tan en boga de "restaurador" y asegura que sólo hay una fórmula para estar entre los mejores: trabajar mucho.

Su trayectoria le ha hecho acreedor a premios como el de la Academia Española de Gastronomía al mejor cocinero en 1996; desde entonces, no ha pasado un solo año sin que sumara un nuevo galardón a su carrera.

Berasategui centra ahora su esfuerzo en acercarse al ama de casa (a las que ha dedicado su último libro, sobre la cocina tradicional), "las grandes cocineras a quien todos debemos reconocimiento". Pero muy diferente es su nuevo proyecto editorial: publicar la dieta que le permitió adelgazar y mejorar su salud. "Antes sólo quería hacer platos sabrosos; ahora quiero que además resulten saludables; los cocineros hemos de ser los primeros en entender que la sociedad ha cambiado y con ella, las exigencias nutricionales de los platos que elaboramos".





ESTAMOS ANTE UN COCINERO NACIDO ENTRE LOS FOGONES DE UN MODESTO RESTAURANTE FAMILIAR. ¿CUÁNTO SE REQUIERE DE TRADICIÓN HOGAREÑA, DE VOCACIÓN Y DE ESFUERZO PARA CONVERTIRSE EN UNA DE LAS ESTRELLAS DE LA GASTRONOMÍA MUNDIAL? Hace ya 26 años que empecé en esta profesión. Me crié en la cocina de mi madre y mi tía, en el Bodegón Alejandro, entonces el restaurante más barato de la Parte Vieja de San Sebastián. Allí aprendí algo imprescindible para quien aspira a ser buen cocinero: la cocina tradicional del lugar donde has nacido y crecido. Después, la inquietud y las ga-

nas te llevan a evolucionar, a innovar, a perfeccionarte. Pero para eso no basta con una aptitud natural, hay que dominar la técnica y hace falta mucho estudio. Mi aprendizaje pasa por cursos específicos de charcutería moderna y tradicional o bombonería, por ejemplo. Y, por supuesto, por muchas horas de aprendizaje en las cocinas de grandes restaurantes. El cocinero no tiene fronteras, viaja para adaptar las técnicas de otros sitios a su cocina, a su tierra, pero técnicamente debe estar muy dotado y para eso debe conocer y degustar lo que se hace en otros lugares.

“Durante muchos años la asignatura pendiente de los cocineros ha sido transmitir sus conocimientos”

¿Y CÓMO SE DA EL PASO DE SER UN BUEN COCINERO A ERIGIRSE EN MAESTRO DE LA COCINA INTERNACIONAL? Mi obsesión es el día a día. Hoy quiero cocinar mejor que ayer, para que quienes vienen a mi restaurante se encuentren con ese esfuerzo diario. Al tiempo, descubres que hay gente que quiere aprender lo que tú sabes, y día a día te vas convirtiendo en un pequeño maestro, después en un maestro un poquito mejor, y ahora me llaman de todo el mundo. Empecé como profesor en la escuela de cocina de San Sebastián, y al final creé mi propia escuela, porque hay grandes profesionales de todo el mundo que quieren que sus hijos, o su jefe de cocina, esté contigo un tiempo para enriquecerse.

¿CÓMO SE ENTIENDE QUE UN AUTOR DESEE COMPARTIR SU CREATIVIDAD Y SU SABER HACER ADQUIRIDOS TRAS AÑOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJO? La asignatura pendiente de los cocineros ha sido enseñar lo que sabían. Durante mucho tiempo no se han transmitido los conocimientos culinarios; al contrario, había descubrimientos, trucos y saberes que desaparecían con su autor. Pero a mí me gusta enseñar.

¿ES SU COCINA CREATIVA UNA EVOLUCIÓN DE LA COCINA TRADICIONAL VASCA? Es algo distinto. Por supuesto, delato a través de ella dónde he nacido, dónde vivo y cuáles son mis raíces, porque he logrado que un plato de Berasategui en Nueva York transmita la elegancia, la sencillez y la exquisitez gastronómica de mi tierra. Pero la cocina original rompe con lo que había, no tiene raíces en recetas anteriores y

responde al ansia de creación, de lograr nuevas sensaciones a través de los cinco sentidos. Son platos que nunca se habían visto antes y se llega a ellos después de muchos años de trabajo. Las nuevas tecnologías y los ordenadores nos han ayudado mucho.

¿NO SERÁ LA NUEVA COCINA, COMO MUCHOS ASEGURAN, SÓLO UNA PRECIOSA VAJILLA CON RACIONES PEQUEÑAS? Si un cliente viene a mi casa y le quiero ofrecer un festival gastronómico con las creaciones del último año, tengo que reducir la porción de cada plato para que pueda disfrutar de toda la degustación. De esa forma, al termi-



“Antes, la gente gastaba mucha energía y necesitaba comer fuerte. Hoy, es más sedentaria y pide una comida más ligera y saludable”

nar habrá probado la obra de un cocinero, el resultado de un esfuerzo. Un festín de olores, texturas, sabores, sensaciones,...

LAS AMAS DE CASA HAN SIDO Y SON LAS COCINERAS POR ANTONOMASIA, PERO DA LA IMPRESIÓN DE QUE CON ESTE AUGE DE LOS COCINEROS DE ELITE SE OLVIDA LA LABOR DE ESTAS MUJERES EN LA PROMOCIÓN DE LA BUENA COMIDA Y DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE. Para mí, el homenaje que falta en la cocina es el que merecen las amas de casa. Nuestras madres nos han cuidado hasta el extremo, se han preocupado por darnos bien de comer para que hagamos buenas digestiones y tengamos buena salud, se han esforzado en comprar, dentro de sus posibilidades, lo mejor del mercado, y han mimado, cada día, su cocina.

PERO ES MÁS FÁCIL COCINAR CON BUENOS ALIMENTOS Y, POR ENDE, CAROS. Para ofrecer gran cocina, no es necesario cocinar con trufas, foie y langosta. Si un día tenemos el bolsillo para hacer una fiesta por todo lo alto, pues adelante. Y si un mes más tarde las cuentas no andan tan bien, hacemos una celebración gastronómica con materias primas más baratas pero igual de buenas. Muchas veces, el ama de casa ha pensado que para cocinar bien es necesario gastar mucho en la cesta de la compra, pero no, lo que hace falta es tener pasión, ganas de hacerlo bien. Últimamente, los cocineros nos estamos acercando más a la alacena de casa. Vemos la necesidad de hacer, por ejemplo, un buen pescado fresco económico a la plancha con una vinagreta de ajo, patata y berza.

¿QUÉ DICE, PLATOS EXQUISITOS CON GÉNERO CORRIENTE EN UN RESTAURANTE DE CINCO TENEDORES? La cocina empieza por una buena materia prima, pero no forzosamente cara. Después está la técnica, que la consigues con el transcurrir de los años, y muchas dosis de ilusión. Y por último, lo más importante: trabajo, trabajo y trabajo. No hay veinte maneras de ser cocinero: sólo hay una, y sólo se llega a ella trabajando. Hay que estar dotado, pero en realidad ese don te llega de dentro porque la cocina te conquista. Y por último, hay que ser humilde, ser rico como persona para transmitir esa riqueza a través de tu trabajo.

¿QUÉ HAY QUE HACER PARA COMPLACER EL PALADAR DE BERASATEGUI? Todos los domingos por la noche ceno

con mis vecinos, que son mis mejores amigos. Estoy deseando que llegue el día, para pasar a su casa y cenar con ellos. Un cocinero al que resulta difícil satisfacer en casa ajena, no es buena persona. Me da pena cuando voy a algún sitio y se ponen nerviosos por mí. Yo sólo voy a comer y a disfrutar, nada más. Y valoro muchísimo el esfuerzo de quienes cocinan para mí.

EN LOS INICIOS DE SU DEFENSA POR LA COMIDA LIGERA SORPRENDIÓ QUE UNA PERSONA QUE OFRECE FESTINES, LO HICIERA TENIENDO EN CUENTA LA NUTRICIÓN Y CUESTIONANDO LA VIEJA PREMISA DE QUE HAY QUE LEVANTARSE “LLENO” DE LA MESA. ¿ES UN MARIDAJE POSIBLE EL DE LA SALUD CON LA ALTA GASTRONOMÍA? Sin duda. Tras mi libro sobre la cocina tradicional dedicado a las amas de casa, voy a publicar la dieta de Martín Berasategui: perdí muchos kilos y gané en salud. Creo que faltaba que el cocinero se acercara a las amas de casa y al aficionado a la cocina desde el punto de vista de la salud. Antes yo también pensaba que un plato era bueno si estaba rico. Ahora me planteo otras cosas. Doy por hecho que mi cocina debe ser sabrosa, pero además quiero que reporte salud al consumidor, que facilite la digestión y que siente bien. El cocinero debe saber en qué época vive. Hace cuarenta años, cuando yo nací, la gente gastaba más energía y necesitaba comer más fuerte. Ahora no, y somos los profesionales los primeros que hemos de acatarlo, y ponernos al lado de la ama de casa para trabajar con ella. Quienes hacemos alta cocina debemos dominar también los conocimientos técnicos relativos a la nutrición.

¿HASTA QUÉ PUNTO LE PREOCUPA LAS CRISIS DE LAS VACAS LOCAS Y, EN DEFINITIVA, LA SEGURIDAD ALIMENTARIA? En la vida siempre ha habido gente honesta y gente tramposa. Hemos de tener todos, cocineros y consumidores, la suficiente cultura gastronómica y nutricional para ponérselo difícil a quienes cometen fraudes. Y debemos asumir que en la relación calidad-precio de los alimentos los milagros no existen.

Berasategui nos hace una propuesta de menú para esta Navidad. Está en Internet, en www.revista.consumer.es



Cirugía estética

Peligros y ventajas del bisturí

A pesar de que las técnicas son cada vez menos agresivas, la cirugía estética entraña riesgos que conviene calibrar antes de entrar al quirófano

El culto al cuerpo se ha convertido en uno de los negocios más rentables de los últimos tiempos. Sólo en España factura 100.000 millones de pesetas, más de 600 millones de euros. Del mismo modo que se acude a un dentista para un arreglo de boca, hoy cualquier persona puede aumentarse el pecho, quitarse arrugas, cambiar de nariz, eliminar la flacidez y la grasa, tensar el abdomen, pegarse unas orejas de soplillo o conferir volumen a sus pómulos o boca. Los precios de la mayoría de estas intervenciones oscilan entre 150.000 (901 ₧) y un millón de pesetas (6.010 ₧). Las formas de pago dejaron de ser un problema hace tiempo, ya que se pueden abonar en plazos.

En un inicio, la medicina plástica desempeñaba una función reparadora frente a las fatalidades de la vida. En los años sesenta, Estados Unidos abandonó la revolución de la medicina plástica atendiendo a imperativos estéticos. Y, a pesar de que el culto a la juventud eterna a golpe de talonario y operación quirúrgica no arribó a España hasta la década de los ochenta, hoy ya nos igualamos a Italia en número de intervenciones y sólo Estados Unidos y Brasil nos superan.

Las nuevas técnicas de la cirugía estética, más seguras y menos agresivas que antaño, y sus secuelas cada vez menos visibles, han contribuido a que se fuera desterrando el miedo que suscitaban las intervenciones de este tipo. Pero, de todos modos, someterse a una operación de cirugía estética es un asunto muy serio. A los riesgos inherentes a cualquier operación, hay que sumar el proceso de preparación y, en ocasiones, un postoperatorio plagado de problemas.

Aún así, el número de estas intervenciones no para de crecer.

* Si piensa someterse a una operación de cirugía estética...

- La cirugía estética es un contrato de resultados, por lo que siempre se debe quedar mejor que antes. Solicite por escrito los resultados que se obtendrán con la operación. Y pida fotografías del *antes* y del *después*.
- Conozca de antemano de las graves consecuencias que puede acarrear un fracaso en una operación de estética.
- Emplee el tiempo necesario en elegir quien le operará. Infórmese de la experiencia del cirujano y de si está colegiado. Pida referencias a las asociaciones profesionales, a su médico de cabecera y otros doctores. Compruebe que la clínica a la que acude está legalizada y acuda con un testigo que declare en caso de que la operación constituya un fracaso.
- Pida segundas, terceras y hasta cuartas opiniones. El médico debe asesorarle, no "venderle" una operación. Desconfíe de quien le prometa imposibles."
- Exija el presupuesto por escrito, desglosado y especificando los materiales que se van a utilizar. Pida factura y copias de los documentos que firme, incluido el consentimiento de la operación. El pago final no debe superar lo presupuestado. No pague nunca con cheque al portador. No debe abonar el IVA si la intervención tiene por objeto tratar una enfermedad o sus secuelas. Si se somete a una técnica netamente estética, deberá pagar un IVA reducido del 7%.
- No se opere para gustar a alguien. Es posible que las personas de su entorno respondan positivamente a la intervención, pero la cirugía plástica está pensada para producir cambios en usted, no en los demás.

Según la Sociedad Española de Medicina y Cirugía Estética, desde 1992 hasta hoy, el número de estas operaciones ha crecido en un 150%. Y en ese aumento, los varones han tenido mucho que ver: se operan el doble que hace dos años, mientras que entre las mujeres ese crecimiento ha sido menos espectacular, tan sólo un 14% más que hace dos años han pasado por el quirófano para mejorar su físico.

No es oro todo lo que reluce. Como cirugía que es, la estética también comporta los riesgos inherentes a cualquier operación (problemas de anestesia, mala cicatrización, etc...). En 2000, la Asociación Defensor del Paciente recibió un 30% más de denuncias por negligencia que el año anterior. Según la Unión Profesional de Médicos y Cirujanos Estéticos, de 250.000 operaciones realizadas el año pasado, se presentaron menos de un 2% de denuncias contra el sector.



Se estima que en nuestro país hay cerca de 5.000 médicos que ejercen la cirugía plástica sin titulación apropiada. O lo que es lo mismo, que no ha realizado prácticas hospitalarias y sólo posee una formación básica al respecto. Por ello, cuando a uno de estos doctores le surge una complicación es más probable que no sepa solucionarla, porque no es su especialidad; naturalmente, aumenta así la posibilidad de que el paciente sufra daños evitables.

La consecuencia más leve de una mala praxis en este campo es un mal resultado: asimetrías, *lifting face* (como llaman los estadounidenses a los rasgos tensos de un estiramiento poco cuidado) o un incremento exage-

rado del pecho (una de cada cuatro mamoplastias sale mal), antiestético y lesivo para la espalda. **Dentro de las más graves** se encuentran los daños en el nervio facial, la pérdida de expresividad o graves complicaciones después de una liposucción, que provoca una disminución de la tensión arterial que debe encararse en un hospital, y que tiene el dudoso honor de contar con un mayor índice de mortalidad, debido a que se extraen volúmenes grandes de grasa sin hospitalización y con cantidades enormes -y por tanto tóxicas- de anestesia local.

La hipoteca de la belleza. La cirugía estética se está convirtiendo en un servicio de consumo masivo, incluso entre los hombres. Sólo en España, y en el último año, se han realizado unas 250.000 operaciones de estética, con un coste medio por intervención de 400.000 pesetas (2.404 €). Esta industria del milagro ya factura en este país



100.000 millones de pesetas (600 millones de euros).

Privilegio de ricos y famosos hasta hace pocos años, gracias a la gran demanda y al avance de las técnicas (más sencillas y con menos gasto hospitalario), los precios de las intervenciones han descendido entre un 7% y un 9%, de manera que han dejado de ser tan prohibitivas. Ahora, personas casi de toda clase y condición económica recurren a la cirugía para mejorar su aspecto físico.

Para facilitar aún más el acceso a la belleza, la mayoría de las clínicas españolas (hay un 15% más de establecimientos de este tipo que en 1996) ofrece sistemas propios de financiación. Se trata de préstamos personales concertados entre la clínica y el



Cerca de 5.000 médicos ejercen la cirugía plástica en España sin titulación apropiada y sin haber realizado prácticas

Asesoramiento psicológico

■ Según el Colegio Oficial de Psicólogos de Valencia, los motivos que inducen a una persona a operarse son muchos y variados, y tienen su origen "en una insatisfacción de muchos tipos. En ocasiones está relacionada con el ideal que nos hemos planteado, como el de una actriz admirada, o con querer dar cierta imagen o, simplemente, con tratar de evitar el efecto del paso del tiempo".

■ No hay un perfil determinado de personas que quieren modificar su imagen externa. En la mayoría de los casos, no sufren trastornos especiales ni traumas de autoestima. Lo que sí se da es una importante influencia de los estímulos externos a la hora de crear un ideal de belleza y de tratar de conseguirlo.

■ La preferencia por el bisturí frente a otros sistemas para obtener el físico deseado se debe en gran medida a la comodidad que impera en nuestra sociedad, ya que "modelar un cuerpo y mantenerlo flexible se puede conseguir con deporte, pero es mucho más lento y requiere más fuerza de voluntad que el bisturí". Desde el Colegio Oficial de Psicólogos de Valencia se recuerda que "los cuerpos ideales no existen. Es importante que una persona lo asuma y se acostumbre a negociar con la realidad".

■ Esto es así, porque se pueden dar casos "en los que después de una operación que un paciente consideraba imprescindible para sí mismo, vuelva una insatisfacción por otro motivo y no se haya solucionado el sufrimiento interior de la persona". De ahí que los profesionales de la psicología recomienden que "antes de que una persona recurra a la cirugía, hable y trabaje con un profesional para conocer realmente su deseo."

■ Más graves son los casos protagonizados por adolescentes cuyo cuerpo no les satisface. Según el Colegio Oficial de Psicólogos de Valencia, "los padres deberían razonar con sus hijas y no dar una negativa directa, sino proponer una espera. Después, en función de la situación de angustia que sufra la adolescente, se puede volver a valorar la posibilidad de una operación estética. Pero también se puede aplacar esa angustia o esa obsesión con una psicoterapia".

banco que, permiten al usuario abonar las intervenciones a plazos, hasta en más de cuatro años.

Los hombres también se animan, y no dudan en pasar por el quirófano para verse más atractivos. En 2000, más de 40.000 hombres se sometieron a operaciones de párpados, orejas, liposucción, depilación por láser o implante de cabello, mientras que el 1995 sólo 15.000 confiaron en el bisturí para retocar esa parte de su cuerpo con la que no se sentían conformes. Los retoques más demandados por los españoles son el trasplante de cabello (300.000 ptas, 1.803 €), la rinoplastia (250.000 ptas -1.502 €) y la plastia de párpados para quitarse las bolsas de los ojos, que cuesta entre 150.000 y 300.000 pesetas (entre 901 y 1.803 €).

Más información:
www.revista.consumer.es



Digestiones pesadas

Moderación en las comidas, la mejor receta

Malos hábitos alimentarios unidos a las prisas en la mesa promueven la aparición de problemas digestivos

Corren malos tiempos para disfrutar de la comida sentados y con tranquilidad. Lo impide, casi siempre, el trepidante ritmo de vida que llevamos. Y cuando a las prisas diarias se le añaden unos hábitos alimentarios poco saludables, se originan malas digestiones, dolor de estómago, acidez y otros trastornos digestivos.

Si los excesos se prolongan en el tiempo, aumenta el riesgo de aparición o desarrollo de patologías relacionadas con la alimentación, como enfermedades cardiovasculares,

diabetes, hipertensión, obesidad, alteraciones digestivas...

Los trastornos digestivos cobran gran relevancia en épocas como Navidad, en las que es difícil huir de las comidas copiosas. El "un día es un día" nos empuja a abusar de comida y bebida, de manera que resulta casi imposible evitar incidentes digestivos. Las grandes comilonas y la ingesta rápida de los alimentos obligan al estómago a trabajar más de lo habitual, con la consiguiente sensación de malestar y pesadez. Seguir unas sencillas pautas nos ayudará a prevenir las molestias digestivas.

Tranquilidad y buenos alimentos. Los alimentos o platos demasiado grasos (fritos, estofados o guisos con exceso de aceite) o que incluyen carnes muy grasas, los platos con salsas (nata, queso o mayonesa), los muy condimentados, los picantes o los excesivamente azucarados provocan digestiones más lentas y pesadas de lo normal. Si, además, no guardamos orden en el horario y distribución de las comidas a lo largo del día, y por ejemplo, un día no desayunamos, otro casi no comemos y al siguiente tomamos una gran cena, nuestro apa-





rato digestivo acabará sufriendo las consecuencias.

Y el estrés, como se sabe, dista también mucho de ser un buen aliado para las dolencias estomacales: numerosos estudios lo han relacionado con afecciones gastrointestinales (úlceras, cólicos, diarreas, gastritis...), por lo que, además de seguir una buena alimentación, deviene muy importante aprender a llevar un ritmo de vida más relajado y a evitar el estrés.

A la buena siesta... A pesar de que la siesta se considera un hábito muy saludable, si se prolonga más de 15-20 minutos y se realiza al poco de comer, probablemente despertaremos con la sensación de que la comida no ha sido digerida, nos dolerá la cabeza y sentiremos acidez y malestar general.

Esto se debe a que cuando dormimos todo funciona más lentamente en nuestro cuerpo, incluida la digestión, y a que en posición horizontal se facilita el paso de ácidos de estómago a esófago (reflujo). Para remediarlo, deberemos hacer una siesta de corta duración y, en lugar de acostarnos, permanecer recostados en el sofá.

Las siestas después de comer han de ser cortas: evitaremos la sensación de malestar que sigue al despertar

Cómo prevenir y aliviar algunas de las molestias digestivas más comunes

INDIGESTIÓN

La digestión es un proceso muy lento que se alarga cuando se ingiere demasiada comida o alimentos excesivamente ricos en grasa o fibra. Al producir más ácidos para colaborar en la digestión, el tracto intestinal se hincha. Otra forma de indigestión es la que produce hinchazón del abdomen, que se manifiesta cuando el estómago se siente demasiado lleno y que suele producir flatulencia.

Para disminuir molestias:

- Tomar de postre papaya o piña fresca, ya que contienen papaina y bromelina respectivamente, enzimas que favorecen la digestión de las proteínas.
- No abusar de carnes, fiambres y embutidos, alimentos ricos en proteínas y grasas. Mejor dar prioridad al pavo y a las aves de caza de temporada, menos indigestos que el cordero o el pato (carnes mucho más grasas).
- Sustituir el café por infusiones digestivas (manzanilla, menta, hinojo, comino o salvia).
- Si sabemos de antemano que tendremos una "comida especial", debemos compensarlo realizando el resto de comidas del día más ligeras de lo habitual.

NAUSEAS Y VÓMITOS

Ya sea por consumo de alimentos en mal estado o por exceso de alcohol, el vómito es síntoma de que el cuerpo trata de liberarse de un elemento tóxico. Tras los vómitos y para evitar la deshidratación, es fundamental asegurar un adecuado aporte de líquidos, pero conviene esperar 1-2 horas antes de tomar cualquier bebida. A medida que los vómitos cesan se puede iniciar la ingesta de alimentos sólidos.

Se toleran mejor los alimentos secos: tostadas, galletas sencillas... Algunos remedios caseros: infusión de jengibre (se trocea y pulveriza, se añade una cucharada sopera por cada taza de agua y se hierve 3-5 minutos), ideal para combatir las malas digestiones acompañadas de náuseas, vómitos, mareos y para eliminar gases.

FLATULENCIA

Exceso de gases en el intestino que causa espasmos intestinales y distensión abdominal (se hincha el abdomen). Pueden originar flatulencia los cambios bruscos en la alimentación, comer deprisa y tragar demasiado aire mientras se mastica, un consumo excesivo de hidratos de carbono (arroz, pasta, patata, pan, cereales, galletas), el empleo de antibióticos que desequilibran la flora intestinal y la ingesta de alimentos flatulentos (alimentos productores de gas y formadores de olor).

Para prevenir esta molestia:

- Masticar bien los alimentos, comer y beber despacio
- No hacer comidas copiosas ni muy condimentadas, y emplear hierbas aromáticas que ayudan a la digestión (romero, salvia, tomillo, hinojo...).
- Evitar alimentos o platos muy grasos, y las salsas fuertes.
- Cocer bien la pasta, no comer pan recién horneado ni verduras y legumbres flatulentas (ajo, cebolla y pimientos crudos, coles, alcachofas, etc.).
- Sustituir café, descafeinados y té por infusiones de menta, salvia o de hinojo, o añadir unos granos de anís verde, hinojo o comino a una infusión de manzanilla, ya que ayudan a la digestión, y de hierbabuena, que relaja los músculos del colon (intestino grueso), lo que ayuda a aliviar las molestias del exceso de gases.

Facilite su digestión

- ☉ Coma despacio y de manera relajada, dedicando como mínimo 20-30 minutos a cada comida.
- ☉ Mastique bien los alimentos: la digestión de muchos de ellos (cereales, patatas y legumbres) comienza en la boca.
- ☉ No utilice condimentos (especies fuertes, mostaza...) que irritan la mucosa gástrica y aumentan la acidez estomacal. Los alimentos pueden sazonarse con hierbas aromáticas digestivas (granos de anís, alcaravea, hinojo, tomillo, salvia, comino, cardamomo...). También se pueden tomar infusiones digestivas o relajantes de manzanilla, melisa, espino blanco, tila, regaliz e hinojo...
- ☉ No conviene beber mucho durante las comidas o justo después de las mismas, ya que se diluyen los jugos gástricos y se retrasa la digestión.
- ☉ Evite raciones grandes, comidas y bebidas muy frías o muy calientes, alimentos fritos, tabaco, el abuso de alcohol y de bebidas excitantes (café y té) y el exceso de azúcar. No ingiera fármacos que irritan el estómago.
- ☉ Si no puede vencer la tentación de comer determinado plato o postre, sea razonable y no haga más que una concesión por comida, compensándolo por otro lado: si el entrante es graso o muy calórico, escoja para después pescado a la plancha o al horno acompañado de ensalada o verduras. Y de postre, fruta fresca.
- ☉ No se acueste inmediatamente tras las comidas. Cuanto más vacío esté el estómago antes de tumbarse, mejor.



> Agua hirviendo para extraer contaminantes de los alimentos

UN GRUPO DE CIENTÍFICOS del Servicio de Investigación Agrícola de EEUU ha logrado desarrollar un nuevo método a base de agua hirviendo para extraer contaminantes de los alimentos. Los investigadores consiguieron eliminar, mediante agua hirviendo, el pesticida *atrazine* -utilizado en cultivos de maíz para eliminar malas hierbas- en muestras de carne de vacuno. Gracias a este método se podrán desarrollar otros nuevos que permitan detectar los niveles de pesticidas en los alimentos. Además, permitirá ahorrar tanto en dinero como en salud, ya que las técnicas utilizadas hasta el momento requerían disolventes tóxicos que representaban un alto coste económico y un riesgo para la salud de los trabajadores.



> Denuncian el uso de estereotipos femeninos en la publicidad dirigida a la mujer

LA CONFEDERACIÓN ESTATAL DE CONSUMIDORES y Usuarios (CECU) ha presentado el estudio "La imagen de la mujer en la publicidad", que denuncia que la publicidad de hoy dirigida a la mujer continua siendo sexista. Para elaborar este estudio se analizaron 149 anuncios de publicaciones impresas y 18 de Internet destinados a la población femenina o en los que aparecía una mujer. El 19% de los anuncios en prensa o en revistas presentaron a la mujer preocupada por la moda y el cuerpo, el 14% como objeto sexual, el 12% como madre y sólo el 10% como una persona segura de sí misma. En cuanto a Internet, la mitad de los anuncios analizados mostraron a la mujer como una persona activa y el 36% como segura de sí misma, mientras que el 7% la presentaba como objeto sexual.




> Los impuestos sobre el tabaco aumentarán un 20% en seis años

ESPAÑA DEBERÁ INCREMENTAR la carga fiscal sobre el tabaco cerca del 20% en un plazo de seis años, según fuentes comunitarias. Actualmente cada cajetilla de 20 cigarrillos está gravada con 180 pesetas, cantidad que en seis años ascenderá a unas 200 pesetas. Este incremento corresponde a la decisión de los ministros de Economía de la UE de fijar un impuesto mínimo global (del 57%) sobre el precio de venta final del tabaco. Este gravamen será siempre como mínimo de cerca de 200 pesetas por cajetilla. España y Grecia obtendrán, sin embargo, una exención hasta el 2007, ya que son los países más afectados por esta medida, instaurada para evitar que las diferencias de precios del tabaco entre estados miembros sean utilizadas por las mafias del contrabando.

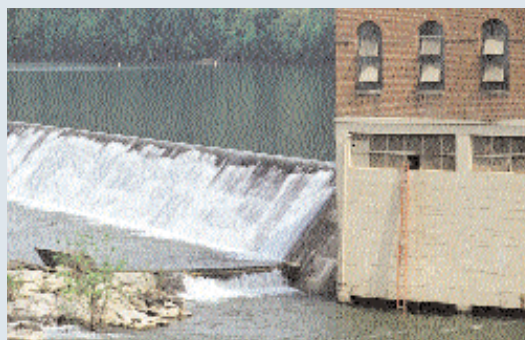
> Normativa para disminuir el contenido de dioxinas en los alimentos

UNA NORMATIVA PARA REDUCIR EL GRADO DE EXPOSICIÓN a las dioxinas y establecer límites a su presencia en alimentos y en comida de animales se ha presentado en el Consejo de Ministros de Sanidad de la Unión Europea. Se pretende evitar que estas sustancias entren en el cuerpo humano a través de los alimentos, ya que se considera que así se reduciría la exposición de los consumidores a estos compuestos. La propuesta consta de dos fases: en la primera, se establecerán acciones a corto y medio plazo (unos cinco años) para intensificar las investigaciones, la identificación y gestión de riesgos y la cooperación entre los países de la UE. En la segunda etapa se fijarán límites máximos en la comida y la alimentación animal, se señalarán protocolos de actuación para detectar niveles altos de dioxinas en los alimentos y se decidirán los límites.



> El Kilimanjaro podría perder su capa de hielo en el 2015

LA MONTAÑA KILIMANJARO, uno de los pocos lugares de la zona ecuatorial con hielo y nieve, podría perder completamente su capa de hielo para el 2015 debido al cambio climático, ha advertido Greenpeace. Para la organización ecologista, "este es el precio que pagaremos si permitimos que el cambio climático avance sin obstáculos. En África no sólo se perderán glaciares, sino que se tendrá que hacer frente a sequías e inundaciones extremas, a pérdidas de la agricultura extensiva y a un aumento de las enfermedades infecciosas, que sufrirán de manera más intensa los habitantes de los países en vías de desarrollo".



> Consumimos cerca de 23.000 millones de metros cúbicos de agua al año

EN NUESTRO PAÍS SE CONSUMEN AL AÑO un total de 23.000 millones de metros cúbicos de agua, según datos facilitados en el Congreso de Medio Ambiente de Arco Atlántico, Arcoatlántica 2001, celebrado en Pontevedra. Por comunidades, la que presenta un mayor consumo es Andalucía con un 25,2 % del líquido total que se gasta en el conjunto estatal; le siguen Aragón, con un 12,5 %; Cataluña, con un 11,8 % y la Comunidad Valenciana, con un 11,4 %. Por el contrario, las que menos consumen son Galicia (1,4 %), País Vasco (1,1 %), Cantabria (0,8%), Asturias (0,7%), Baleares (0,3%) y La Rioja y Canarias (0,2%).

> El precio de la vivienda libre nueva ha subido este año por debajo del 10%

DEBIDO A LA DESACELERACIÓN DEL MERCADO INMOBILIARIO registrado a lo largo del año, el precio de la vivienda libre nueva subirá por debajo del 10% en el conjunto del presente ejercicio, frente al encarecimiento del 12,5% que registró en 2000. Este enfriamiento del mercado inmobiliario supone el fin del ciclo expansivo que registra desde 1997 y lo ha motivado el notable descenso de la demanda de vivienda durante este año. Fuentes del Servicio de Estudios del BBVA atribuyen la caída de la demanda a las fuertes subidas de los precios de los activos inmobiliarios y a la lenta desaparición de los factores que han sustentado la confianza de los compradores en los últimos años, como la favorable coyuntura económica y de creación de empleo.



> Uno de cada cuatro niños nace por cesárea

EL NÚMERO DE CESÁREAS SE HA DOBLADO en apenas 15 años en España. El retraso de la maternidad ha aumentado las complicaciones del embarazo, pero no explica que el 23% de los mismos termine en cesárea. Y tampoco se justifica que la tasa de cesáreas sea muy superior en los centros privados que en los públicos. El aumento de cesáreas es un fenómeno generalizado en los países desarrollados en las últimas décadas. La Organización Mundial de la Salud considera injustificado que terminen en cesárea más de un 15% de los embarazos. No obstante, muchas de ellas se realizan más por conveniencia de la clínica o el médico que atiende el embarazo que por un riesgo real en el desarrollo del parto por vía vaginal.

Artrosis de cadera



La prevención desde la infancia, fundamental

Artrosis es un término de uso muy extendido que a menudo se utiliza inadecuadamente para referirse a todo tipo de dolencias de huesos y de articulaciones.

Esta enfermedad degenerativa, crónica y no inflamatoria, afecta las articulaciones y se caracteriza por las alteraciones anatómicas que se producen en ellas. Las articulaciones están formadas por huesos, entre los que hay un cartílago (superficie suave, blanquecina, brillante, y muy resistente) que los tapiza y protege, favoreciendo además la movilidad articular. Con el paso de los años, las articulaciones sufren un proceso de desgaste por el que el cartílago pierde agua y se vuelve más frágil. Este deterioro del cartílago, junto con la alteración que también padece el hueso subyacente, es lo que se conoce como artrosis y puede afectar a múltiples articulaciones, como las de rodillas, manos o cadera. Esta última, que aparece generalmente a partir de los 50-60 años, es la que nos ocupa.

Ejercicio programado. Las lesiones cartilaginosas permanecen indoloras durante mucho tiempo, ya que el cartílago no está inervado, y cuando aparece el dolor es porque el hueso se encuentra ya afectado aunque sea en grado mínimo. Esto explica, además del comienzo asintomático de las alteraciones artrósicas, que los signos radiológicos puedan manifestarse antes que los síntomas de la enfermedad.

Cuando aparece el dolor en un proceso artrósico, el hueso se encuentra ya afectado, aunque sea en grado mínimo



Por ello, un proceso artrósico en sus inicios puede pasar desapercibido. Las lesiones artrósicas son, una vez iniciadas, irreversibles: no hay un tratamiento eficaz para hacerlas desaparecer. Algunos fármacos reducen la inflamación y el dolor, pero de momento no hay un medicamento que retorne las lesiones a su estadio inicial.

El ejercicio programado y adecuado ayuda a mantener la movilidad de la

articulación, mantiene la flexibilidad, potencia la musculatura y contribuye a estabilizar la articulación.

La cadera. La articulación de la cadera tiene, como otras, dos caras articulares. Por un lado, la cabeza del fémur, redonda y cubierta de cartílago; y por otro, la cavidad cotiloidea, de la pelvis, donde la cabeza del fémur encaja perfectamente. La cadera es una articulación de mucha movilidad y por ello está bien estabilizada por el encaje de la cabeza femoral en la cavidad cotiloidea. Además, un ligamento que une las superficies articulares refuerza la unión. Se puede considerar, por tanto, como una articulación sólida en el adulto normalmente desarrollada.

Artrosis de cadera. La artrosis de cadera o coxartrosis es una afección frecuente y de gran poder incapacitante. Afecta a los dos sexos por igual y aparece generalmente entre los 50 y 60 años, aunque puede hacerlo más tarde. En casi dos tercios de los casos de coxartrosis hay otra lesión que explica que se desarrolle esa artrosis de cadera. Por ello, se denominan **coxartrosis secundarias**.

Las principales **causas que pueden predisponer** a una artrosis de cadera son: luxación congénita de cadera, enfermedad de Perthes, diferencia de longitud entre las extremidades inferiores, desviaciones de columna (escoliosis), mala alineación de las rodillas, hiperlaxitud ligamentaria y anomalías

de crecimiento de los huesos, alteraciones anatómicas que conviene diagnosticar precozmente y corregir para evitar que se desarrollen artrosis.

En las **artrosis primarias**, en las que no hay ningún factor patogénico local ni general, son varios los factores de riesgo que se asocian a su aparición: deportes que sobrecargan la articulación, factores ocupacionales que ocasionan microtraumatismos de repetición, obesidad, traumatismos, procesos inflamatorios de la articulación, defectos de vascularización de la cabeza del fémur, defectos de alineamiento de las extremidades inferiores... Lo más importante es prevenir la malformación luxante de la cadera en la infancia, especialmente en el recién nacido, ya que el problema de la coxartrosis está en la cuna, al nacer. La exploración física y la ecografía permiten detectar todos los casos.

Síntomas y diagnóstico. El síntoma más relevante en la artrosis de cadera es el dolor de tipo mecánico (dolor que se produce al moverse y tras el reposo prolongado al iniciar el movimiento), localizado en la ingle, y que se irradia a la cara anterior del muslo hasta la rodilla. A veces presenta una localización diferente, con dolor en la región glútea, cara posterior o interna del muslo. En la mayoría de los casos produce una impotencia funcional con cojera progresiva y limitación de la movilidad. Es muy característica la rigidez y el dolor tras los períodos de reposo o de permanencia prolongada en una posición (por ejemplo sentado en la butaca, en el coche, en un asiento bajo...). También es frecuente la limitación para separar las piernas, que dificulta el montar en bicicleta, ponerse a horcajadas en una silla o entrar en una bañera. Asimismo, el afectado suele presentar problemas para calzarse y descalzarse. Estos síntomas se agravan con el paso del tiempo y si no se adoptan medidas terapéuticas, la limitación funcional y el dolor pueden llegar a ser muy incapacitantes.

El **diagnóstico** de la artrosis de cadera no plantea problemas: los síntomas, la exploración física y el estudio radiológico son suficientes para llegar a un diagnóstico correcto.



La artrosis
es una
dolencia cuyo
tratamiento
no es curativo,
sino paliativo

Tratamiento

El tratamiento de la artrosis no es curativo sino paliativo, y se basa en fármacos, medios físicos (ejercicios y rehabilitación), y cirugía.

- Los fármacos más utilizados son los antiinflamatorios no esteroideos y los analgésicos con acción calmante transitoria.

- Es muy importante la rehabilitación funcional para mantener la articulación indolora, asegurar la estabilidad de la cadera y conservar la movilidad. Se trata de ejercicios destinados fundamentalmente a potenciar la musculatura de la cadera y a mantener su flexibilidad y movilidad. Hay que evitar la sobrecarga ponderal (vigilar el peso, descansar a lo largo del día en posición de decúbito, tumbado,...), el desplazarse por terrenos irregulares, hacer desplazamientos largos así como subir y bajar escalera con frecuencia, y se ha de

prender a andar con un bastón en el lado opuesto a la lesión.

- A pesar de todas estas medidas, la artrosis de cadera tiende inexorablemente a la agravación progresiva, aunque pueda tener remisiones y brotes. Ello motiva que muchos casos terminen en el **quírofono**: la prótesis total ha supuesto un notable progreso en la 9,5

- Por lo general los resultados son excelentes: los dolores desaparecen y la movilidad de la cadera puede llegar a ser perfecta o mejorar. Los postoperatorios no resultan problemáticos y las complicaciones, por lo general infección y desempotamiento, no alcanzan el 2% de los casos.

Aunque los resultados a largo plazo son todavía poco conocidos, se puede afirmar que su eficacia es de al menos diez años.

La felicidad

¿Un derecho, una meta o un simple sueño?

Para ser feliz hay que mostrar, de partida, una actitud positiva ante la vida

// Cuéntame, cómo te ha ido, si has conocido la felicidad” preguntaba el estribillo de una popular canción de los primeros años 70. Es en esta época cuando comienza a hablarse de la felicidad como meta que da sentido a la vida. No se baraja tanto la querencia y el derecho del ser humano a la felicidad como premio a un denodado empeño o a las buenas obras realizadas, sino como la casi obligatoriedad de ser feliz, de vivir en un estado placentero permanente.

La felicidad, como estado objetivo de vida, no existe. Es abstracta, subjetiva y personal, si bien en nuestra civilización occidental podemos enumerar unos elementos básicos que se requieren para ser feliz: buena salud, un trabajo satisfactorio, una rica vida amorosa, afectiva y familiar, amigos que nos “llenen”, tiempo y posibilidad para desarrollar nuestras aficiones, buena situación económica, bienestar psicológico y emocional... E independientemente de que nos guste que también a los demás las cosas les vayan bien, especialmente a nuestros seres queridos, percibir que nos aman, respetan y comprenden.

Una búsqueda inútil. Hay personas que malgastan sus vidas en una constante y estéril búsqueda de la felicidad como estado cuasipermanente. Pero la felicidad es, normalmente, una situación pasajera que se nos escabulle

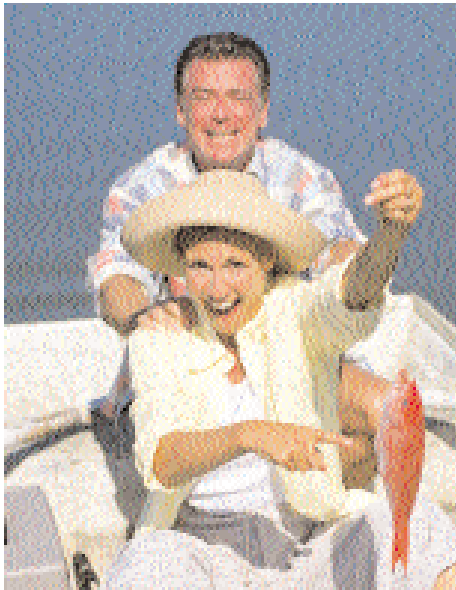


a la mínima y sin avisar. Dominados por ese objetivo de felicidad absoluta y permanente, algunas personas, pese a que tienen motivos reales para sentirse bien, entienden que debe mejorar su situación porque viven en la convicción de que hay un estadio superior, más intenso y satisfactorio que otros individuos han alcanzado.

Pero, una vez más, la comparación con los demás, lejos de depararnos algo bueno, tiende a sumirnos en la insatisfacción. En última instancia, en la disyuntiva de ser conformistas o ambiciosos, lo razonable está en el término medio. No debemos dejar de luchar para mejorar nuestro bienestar, pero hemos de saber apreciar lo ya conseguido. Los especialistas aseguran que, consciente o inconscientemente, percibimos que en algún momento de nuestra vida hemos alcanzado ese es-

tado que asociamos a la felicidad, y que deseamos volver a revivirlo. La teoría del psicoanálisis, por ejemplo, indica que ese gran momento está relacionado con la satisfacción que sentimos cuando al tener hambre por primera vez, la leche materna nos satisfizo. Según esta corriente psicológica, conocida esa vivencia de plenitud ansiamos reproducirla el resto de nuestra vida. Otra explicación, más espiritual que científica, es la de que llevamos grabada en nuestro código genético una cierta idea del paraíso. Buscamos algo que en un determinado momento hemos experimentado pero no conocemos del todo.

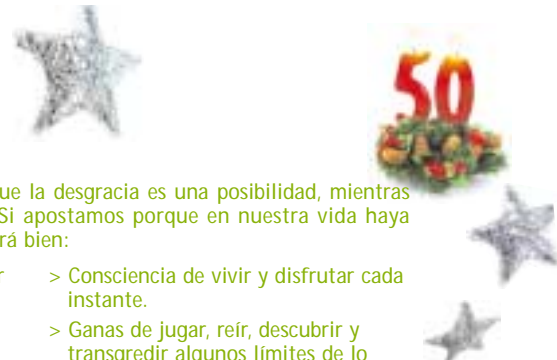
En resumen, lo conveniente es dejar de buscar ese imposible idealizado, porque no lo vamos a encontrar. La felicidad no es el resultado de una búsqueda ni, menos aún, del azar.



Para ser felices...

La persona que se sabe feliz sabe que la desgracia es una posibilidad, mientras que la felicidad es una elección. Si apostamos porque en nuestra vida haya muchos momentos felices, nos vendrá bien:

- > Aceptarnos como somos y confiar en nosotros mismos.
- > Actitud positiva ante la vida.
- > Habilidades sociales y de comunicación.
- > Afrontar con realismo y buena actitud cada situación en que nos encontramos.
- > Expresar y vivir nuestros sentimientos y emociones.
- > Consciencia de vivir y disfrutar cada instante.
- > Ganas de jugar, reír, descubrir y transgredir algunos límites de lo convencional.
- > Alegrarnos con lo que tenemos y entusiasmarnos en nuevos proyectos.
- > Estar orgullosos de nosotros y de lo que hemos sido capaces de conseguir.
- > Cuidarnos, valorarnos y apasionarnos con la aventura de vivir.



Un momento feliz es algo que hacemos que nos suceda, y que normalmente no se debe a acontecimientos externos

¿Meta o entelequia? Ser feliz no es una entelequia, una creación intelectual o cultural con difícil referente objetivo. Es una aspiración inherente al ser humano, que cada persona debe trabajar y cultivar individualmente. Es un derecho y, en cierto modo, un deber de cada uno de nosotros. Porque ser infeliz equivale a vivir contranatura. Pero ser feliz no es disfrutar de una alegría constante, sino percibirnos involucrados en cada detalle de nuestras vidas, conectados con la emoción que nos suscita cada momento, atendiendo a lo que nos está ocurriendo y dando respuesta a la situación, sintonizando con lo que nos rodea. En otras palabras, vivir y disfrutar el aquí y ahora.

Así, deberíamos saltar a otro estadio, pasar a hablar de momentos felices, de instantes de placer, bienestar, alegría, satisfacción con uno mismo, por algún logro conseguido tras el esfuerzo previo

realizado. Y es que los mejores momentos de nuestra vida no son forzosamente los receptivos o relajados. Suelen llegar cuando mente y cuerpo al unísono llegan a su límite de esfuerzo para conseguir algo que valoramos mucho. Un momento feliz, una experiencia óptima, es algo que hacemos que nos suceda. Los auténticos instantes de gozo, ricos en serenidad y paz interior, no se deben normalmente a acontecimientos externos.

La vida es larga, compleja y diversa y en ella caben momentos de fastidio, malhumor, preocupación, dolor, amor, alegría, placer, gozo... una lista interminable de sensaciones, sentimientos y emociones. Olvidémonos de la felicidad como abstracto y concretémosla en su instante. Ahora bien, conseguir saborearla depende, como veíamos anteriormente, de nuestra actitud ante la vida.

Seamos positivos. Las personas con una actitud positiva ante la vida también sufren y padecen las vicisitudes desagradables de quienes muestran una actitud negativa, pero con la diferencia de que los primeros actúan eficazmente en la resolución de sus problemas, mientras que los segundos se conduelen y bloquean.

Es precisamente esta actitud positiva lo que hace que un acontecimiento negativo no nos impida vivir con plenitud. Las preocupaciones, el malhumor, la rabia, las enfermedades, los problemas económicos, las frustraciones, los conflictos con la pareja, los hijos o con la gente que se empeña en amargarnos la vida, siempre estarán ahí. Pero actuando con espíritu positivo podremos buscar soluciones con mayores probabilidades de éxito.

Las dificultades existen y esta sociedad tan competitiva nos invita permanentemente a elevar el listón de la exigencia e indirectamente a no sentirnos felices, aunque paradójicamente casi se nos obligue a serlo, siempre que no queramos ser unos "fracasados". Una actitud positiva no es sinónimo de felicidad, sino de ejecución eficaz: vivamos los momentos de malestar sin desesperarnos, sin culpabilizarnos ni culpar a los otros y, sobre todo, sin paralizarnos.

Esta actitud positiva nos ayuda a disfrutar de los momentos felices y a abrirnos al mundo que nos rodea, y promueve la escucha activa y participativa. Si tuviéramos que asociar estos momentos felices con alguna emoción específica, sería con la pasión. Entendida como apasionarse con las cosas que hacemos y vivimos, sentir las como creación propia, valorarlas y enorgullecernos de ellas.

La nieve y el hielo

Depósitos vitales de agua dulce

Las grandes nevadas, que aseguran depósitos de agua dulce sin los cuales la Tierra no podría subsistir, están pasando a la historia

La sabiduría popular nos recuerda la importancia de la nieve en muchos de sus refranes. Afirma que los inviernos con grandes nevadas preparan el campo para el cultivo; no en vano la vida y los ecosistemas dependen del agua para su subsistencia. Y más aún, los sistemas naturales de agua dulce son los más productivos del mundo y su influencia en la economía local es crucial. A pesar de que el 70% de la Tierra está cubierta por agua, sólo una mínima parte es dulce y la mayoría se encuentra congelada en los polos o forma parte de aguas subterráneas, aguas alimentadas, en última instancia, por el deshielo de las cumbres. Es un hecho que cada año nieva menos; los grandes temporales han pasado a formar parte de la memoria colectiva de generaciones anteriores: sólo en Europa, las estadísticas cifran en torno a un 20% el descenso de la innivación en los últimos 50 años.

Del Ártico hasta la Antártida. Si un explorador hubiera querido alcanzar el Polo Norte este verano, habría tenido que nadar los últimos kilómetros. El descubrimiento, a mediados de agosto, de una laguna en la mitad del Polo Norte sorprendió a la comunidad científica. Un estudio de dos expertos noruegos prevé que dentro de 50 años el Océano Ártico podría estar libre de hielo durante el verano. Otra investigación de un equipo de científicos de EE UU señala que la inmensa capa de hielo de Groenlandia también se está fundiendo. Ambos fenómenos, el adelgazamiento y la menor superficie, han reducido a la mitad la masa de hielo en el Océano Ártico. Pero también la Antártida pierde hielo. A diferencia del Polo Norte, que está cubierto por el Océano Ártico, el Polo Sur está ocupado por un continente, la Antártida, una masa de tierra del tamaño de Estados Unidos. Su capa de hielo continental, de un espesor medio de 2,3 kiló-

metros, es relativamente estable, pero las plataformas de hielo que se internan en los mares circundantes están desapareciendo rápidamente. Los científicos atribuyen el derretimiento acelerado del hielo a un incremento de la temperatura regional en unos 2,5 grados desde 1940.

Todas las cumbres pierden nieve. Lisa Mastny, meteoróloga del Instituto Worldwatch concluye, tras numerosos estudios, que el hielo se está fundiendo en casi todos los lugares y a una velocidad cada vez mayor. La masa de hielo y nieve se reduce en las mayores cordilleras del mundo: Montañas Rocosas, Andes, Alpes y el Himalaya. En el Parque Nacional de los Glaciares en Montana (EE.UU.), el número de glaciares ha pasado de 150 en el año 1850, a menos de 50 en la actualidad.

Al fundirse el hielo y fluir el agua resultante al mar, su nivel ha aumentado entre 20 y 30 centímetros en el último siglo

El Servicio Geológico de EE.UU. prevé que los glaciares restantes desaparecerán dentro de 30 años. Los científicos que estudian el glaciar de Quelccaya, en los Andes peruanos, señalan que su retirada se ha incrementado de 3 metros anuales entre los años 1970 y 1990, a 30 metros anuales desde 1990. En los Alpes, el área de glaciares se ha reducido de un 35% a un 40% desde 1850, y se espera una reducción aún mayor. Estos antiguos glaciares podrían desaparecer en los próximos 50 años. La desaparición de las masas de hielo en el Himalaya se ha acelerado de forma alarmante. El glaciar Dokriani Barmak, en India oriental, se retiró 16 metros entre 1992 y 1997, pero perdió 20 metros sólo en 1998.

Más lluvia y menos nieve.

El científico sueco Svante Arrhenius advirtió hace más de cien años de que la quema de los combustibles fósiles supondría un incremento del nivel de dióxido de carbono (CO₂) en la atmósfera, aumentando así el efecto de invernadero. Entre 1975 y 1999 la temperatura media de la Tierra se elevó de 13,94 grados a 14,35 grados, un aumento de casi medio grado en 24 años. Los investigadores han descubierto que un modesto aumento de temperatura de sólo 1 ó 2 grados en las regiones montañosas puede incrementar el porcentaje de precipitación que cae como lluvia de forma dramática, mientras disminuye el porcentaje en forma de nieve. Resultado: más y mayores inundaciones durante la estación lluviosa, reducción de la masa de hielo y nieve, y menor deshielo para alimentar a los ríos durante la estación seca.



Nieve artificial: solución polémica

Desde hace unos años, la nieve artificial se ha vuelto indispensable para el funcionamiento rentable de las estaciones de esquí. Se utiliza para llenar del polvo blanco las pistas cuando el clima impone largas jornadas sin precipitaciones. Movimientos ecologistas denuncian su uso y abuso, ya que si bien reporta nieve a pequeñas zonas de las montañas, las instalaciones de máquinas de nieve artificial perjudican a una fauna y flora de montaña ya deteriorada por el sistema industrial que supone una estación de esquí. Pero incluso teniendo presente estos inconvenientes, también hay quienes defienden la creación artificial de nieve, entendiéndolo que los beneficios que reporta su deshielo contribuyen a equilibrar la ausencia de precipitaciones invernales y, por ende, constituyen una ayuda extra para el llenado de pantanos, humedales, nacedores y aguas subterráneas.

Beneficios de la nieve. Además de oxigenar el ambiente, los beneficios de la nieve se manifiestan en su capacidad de producir depósitos en los que la naturaleza guarda agua dulce para usarla en verano al fundirse: se trata de las cumbres nevadas. Pero estos depósitos se están mermando y algunos podrían desaparecer completamente, lo que afectaría al suministro de agua de regadíos y ciudades en áreas que dependen del deshielo para alimentar a los ríos. Si los glaciares de hielo y nieve del Himalaya, los terceros en tamaño en el mundo después de Groenlandia y la Antártida, continúan fundiéndose, se verá afectado el suministro de agua en gran parte de Asia. Todos los grandes ríos de la región -Indo, Ganges, Mekong, Yangtze y Amarillo- nacen en el Himalaya. La fusión en el Himalaya podría alterar el ciclo hidrológico en varios países asiáticos, como Pakistán, India, Bangladesh, Tailandia, Vietnam y China. Menos deshielo en la estación seca del verano para alimentar los ríos podría agravar la escasez de agua que ya afecta a gran parte de la región.

Sube el nivel del mar. Otro peligro es que, al fundirse el hielo y fluir el agua resultante al mar, aumenta su nivel. En el último siglo, el nivel del mar ha subido entre 20 y 30 centímetros. Los cambios que se están produciendo en los modelos climáticos indican que podría aumentar un metro en el siglo XXI. Pero lo más perturbador es que la fusión del hielo puede, a su vez, acelerar el incremento de la temperatura. Al reducirse la masa de hielo y nieve, se reflejará menos luz solar. Dado que las superficies menos reflexivas absorben más radiación solar, la temperatura aumentará más rápidamente y la fusión se acelerará.





Patés de pato

Los caros no son mejores

Son muy nutritivos pero resultan poco saludables, por su grasa saturada y colesterol y su gran aporte calórico

Se han analizado ocho patés de pato, cuyos precios difieren mucho: entre 1.300 pesetas el kilo (Casa Tarradellas) y 4.400 pesetas el kilo (Goiburu). Son productos bien distintos: Casa Tarradellas, Capdevilla y La Piara se denominan *Paté de hígado de pato*, y Delicass, Eskuola, Martiko, Goiburu, y Jean Brunet dicen ser *Paté de pato* o *Paté de canard*.

Estamos ante un producto muy heterogéneo, tanto en su composición como en su presentación (distintos grados de picado y distribución de la grasa...) y envasado, para el que lamentablemente no existe una legislación específica que regule el tipo y

proporción de los ingredientes que se puede añadir, ni el proceso de elaboración, más allá de unas líneas generales.

Sólo cinco de los ocho incorporan hígado de pato, en proporciones que oscilan entre el 15% y el 33%. Y cuatro incluyen carne de pato en proporciones desde el 22% hasta el 80%. En Capdevilla, La Piara y Jean Brunet, el pato no es el ingrediente más importante. Y sólo Martiko y Goiburu utilizan pato como único ingrediente cárnico; los otros seis recurren a ave y porcino.

Son un alimento muy nutritivo, pero sus abundantes grasas saturadas y colesterol y su elevado aporte energéti-

co (unas 400 calorías cada cien gramos) sugieren que su consumo debe ser moderado, tanto en cantidad como en frecuencia de la ingesta.

El análisis detectó en tres muestras pequeñas cantidades de aditivos no señalados en el etiquetado. En Casa Tarradellas y Goiburu se trataba de nitratos y en Delicass de ácido benzoico, si bien en el caso de Delicass este aditivo proviene de un ingrediente y no de una adición directa.

El etiquetado de Martiko es incorrecto porque no señala la proporción de pato en el producto. Otra irregularidad: Capdevilla presentó un estado higiénico-sanitario insatisfactorio, por sus altos recuentos de microorganismos aerobios y enterobacterias. No hay límites microbiológicos normativizados para este producto, pero en esta muestra quedó patente una higiene deficiente en la elaboración del producto.

En la cata, los resultados fueron buenos. Casa Tarradellas, Delicass y Capdevilla lograron 7 ó más puntos y la peor valoración global correspondió a Martiko, con unos aceptables 5,6 puntos. Se constata que el precio tiene poco o nada que ver con las características organolépticas de estos patés: el más caro, Goiburu (sale a casi 4.400 pesetas el

kilo) obtuvo sólo 6,2 puntos y dos de los tres mejores (7 ó más puntos) costaban menos de 2.000 pesetas el kilo.

La mejor relación calidad-precio es Delicass (2.500 pesetas el kilo, poca grasa aunque bastante saturada, nivel medio de proteína y uno de los mejores en la cata). Casa Tarradellas (1.320 pesetas el kilo, el más barato y el mejor en la cata) también es, a pesar de su moderado aporte proteico, una opción interesante.

Mucha grasa. En la composición nutricional de estos patés destacan las grasas, que suponen de media el 31% del producto. La Piara fue la muestra más grasa (45%), y Goiburu la más magra (22% de grasa). Es una grasa

La mayoría tienen menos pato del que cabe esperar en un paté de pato



con una importante presencia de ácidos grasos saturados (34% de media), los menos saludables para nuestro organismo. Los patés con menos grasas saturadas fueron Martiko y Goiburu, con cerca del 30% de saturados. Y el de más grasas saturadas es Capdevilla, con un 43%. Delicass, con el 36% de su grasa compuesta por saturados, y Jean Brunet, con el 35%, superan también la media.

El contenido en proteína de estos patés, un buen criterio de calidad nutricional, es del 11% de media, elevado pero muy inferior al de la carne (un filete de cerdo o ternera tiene en torno a un 20% de proteína) y muy distinto entre unos y otros patés. El menos proteico es La Piara (sólo el 6% de este nutriente), seguido de Martiko (7%) y Tarradellas (9%). El más proteico es Goiburu (17%), mientras que Capdevilla, Eskuola y Jean Brunet tienen el 12%-13%.

Por otro lado, los patés tienen mucho colesterol (225 mg/100 g), muy por encima de la mayoría de las carnes (pollo 110 mg; cordero 78 mg; cerdo 72 mg; conejo 71 mg; vacuno 65 mg/100 g).

Los patés poseen asimismo bastante sodio (700 mg/100g), lo que se debe tener en cuenta en situaciones

MARCA	DELICASS	TARRADELLAS	CAPDEVILLA	ESKUOLA	MARTIKO	GOIBURU	LA PIARA	JEAN BRUNET
Denominación	Paté de canard	Paté de hígado de pato	Paté hígado de pato	Paté de canard	Paté de pato	Paté de canard Paté de pato	Paté hígado de pato de pato	Paté de pato
Etiquetado	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Incorrecto	Correcto	Correcto	Correcto
Formato	Tarro cristal 100 gr	Tarro cristal 125 gr	Envase al vacío 75 gr	Lata 140 gr	Tarro cristal 190 gr	Tarro cristal 75 gr	Tarro cristal 100 gr	Tarro cristal 180 gr
Precio (pts/kg)	2.500	1.320	1.840	2.650	1.574	4.387	2.267	1.825
Grasa total (%)	25,7	35,5	31,0	25,1	33,9	22,2	45,6	32,4
Ácidos grasos saturados (%)	36,3	30,6	42,7	33,7	29,6	29,8	31,0	35,3
Ácidos grasos monoinsaturados (%)	50,8	56,0	42,9	53,3	61,6	61,2	51,7	50,6
Ácidos grasos poliinsaturados (%)	12,9	13,4	14,4	13,0	8,8	9,0	17,3	14,1
Humedad (%)	58,8	52,7	48,7	59,3	51,9	59,2	45,0	51,8
Proteína (%)	11,1	9,4	13,2	12,0	7,4	16,8	6,2	12,2
Cenizas (%)	1,73	2,33	3,18	2,38	1,6	1,79	2,38	2,3
Nitratos (ppm)	59	24	-	-	97	11	10	-
Nitritos (ppm)	-	-	26	-	-	-	-	-
Ácido Benzoico (ppm)	92	-	-	-	-	-	-	-
Especies cárnicas	Aves-Porcino	Aves-Porcino	Aves-Porcino	Aves-Porcino	Aves	Aves	Aves-Porcino	Aves-Porcino
Estado microbiológico	Satisfactorio	Satisfactorio	Insatisfactorio (1)	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio
Cata (1 a 9)	7,0	7,1	7,0	6,1	5,6	6,2	6,8	6,8

(1) Aunque no hay límites microbiológicos normativizados para el paté, Capdevilla presentó recuentos excesivamente elevados de aerobios (>3.0 106 ufc/g) y enterobacterias (3.2 103 ufc/g).

Los aditivos. Exceptuando Eskuola y Jean Brunet, se encontraron nitratos y/o nitritos en todas las muestras en cantidades desde los 97 ppm (Martiko), hasta 10-11 ppm (La Piara, Goiburu). Tarradellas y Goiburu no indican este conservante, si bien las cantidades en ellos encontradas son muy bajas. En ninguna muestra se encontró ácido sórbico (aunque este conservante figura en el etiquetado de La Piara), pero se halló una pequeña cantidad de ácido benzoico (92 ppm) en Delicass, que no figura en su etiqueta pero procede de uno de sus ingredientes (concretamente, el huevo) y no de una adición directa. En este caso, la legislación no exige que se declare. Por otra parte,

no se detectó proteína de soja en ninguna muestra.

En cuanto a los aditivos que indican las etiquetas, destaca La Piara (proteína vegetal, aroma, emulgente, antioxidante, conservadores, y estabilizador). Martiko y Capdevila también emplean varios de ellos. Tarradellas, Eskuola, Goiburu y Jean Brunet no declaran aditivos entre su lista de ingredientes, si bien CONSUMER encontró, como se ha dicho anteriormente, una pequeña cantidad de nitratos en Tarradellas y Goiburu. Delicass declara nitratos y nitritos, pero el análisis detectó ácido benzoico en pequeña proporción (92 ppm)

de restricción dietética de sal. En lo positivo, los patés son buena fuente de vitaminas A, B12, B2, y niacina, y de minerales como hierro, cinc y potasio.

El pato y el paté. El pato es un ave migratoria con capacidad de cebarse antes de emprender sus largos viajes, acumulando grasas principalmente en su hígado. Esta grasa le permite disponer de reservas de energía mientras recorre miles de kilómetros en un solo vuelo. Para la elaboración de patés y otros productos similares, los patos son criados en régimen de semi-libertad. Hasta los cuatro meses son alimentados con maíz, otros cereales, pienso, etc., antes de pasar al embuche, proceso en el que son cebados intensamente obligándoles a ingerir gran cantidad de cereales. De esta forma, se consigue aumentar el tamaño y el carácter graso del hígado.



UNO POR UNO, OCHO PATÉS DE

DELICASS	CASA TARRADELLAS	MARTIKO	LA PIARA	ESKUOLA
----------	------------------	---------	----------	---------



Paté de canard-paté de pato.

En tarro de cristal de 100 gramos, sale a 2.500 ptas el kilo. La mejor relación calidad-precio.

Con carne de pato (30%), hígado de ave, tocino y grasa de pato. Poca grasa (25,7%). Pequeña cantidad de un conservante (ácido benzoico) que no figura en la etiqueta; no hay incumplimiento de norma, porque proviene de uno de sus ingredientes y no de una adición directa.

Cata: 7 pts, uno de los mejores. El mejor en apariencia y consistencia.



Paté de hígado de pato.

En tarro de cristal de 125 g, es el más barato: 1.320 ptas el kilo. Otra opción interesante.

Con hígado de pato (33%), hígado de pollo y grasa de pato, y algo de jamón de cerdo. Poca proteína (9,4%) y mucha grasa (35,5%). Pequeña cantidad (24 ppm) de nitratos, no declarada.

Cata: 7,1 pts, uno de los mejores. Valoraciones favorables en olor, consistencia y sabor.



Paté de pato-paté de canard.

Tarro de cristal de 190 gramos, sale a 1.574 ptas el kilo.

Con hígado y grasa de pato. Es uno de los dos elaborados sólo con ave, sin porcino. Etiquetado incorrecto: no señala la obligatoria proporción de pato. El segundo con menos proteína (7,4%). El de más nitratos (97ppm), aunque en lo permitido. El de menos grasa saturada (29,6%).

En cata, sólo 5,6 pts, debido a su olor, sabor y sabor residual.



Paté de hígado de pato.

Tarro de cristal de 75 gramos, sale a 2.267 ptas el kilo.

Elaborado con tocino, hígado de pato (18%), grasa de pato e hígado de cerdo. El de menos proteína (6,2%) y humedad (45%), y el de más grasa (45,6%). Con más aditivos (emulgente, antioxidante, conservadores, estabilizador) que los demás. El único que indica adición de proteína vegetal.

En cata, 6,8 pts. Destacan positivamente su apariencia y olor.



Paté de canard.

Lata de 140 gramos, sale a 2.650 ptas el kilo.

Con carne de pato (42%), hígado de ave, magro y grasa de cerdo. Sin conservantes. Uno de los menos grasos (25%), y el de mayor humedad (59,3%). Buen nivel proteico (12%).

En cata, 6,1 pts. Uno de los peores en apariencia y consistencia.





El paté es una pasta fina elaborada a base de *foie* o hígado, carne y grasa de pato, junto con otros ingredientes cárnicos, huevos y leche, además de las muchas posibilidades de condimentación (pimienta, armagnac, oporto, etc). La elaboración consiste en triturar todos los ingredientes y obtener una emulsión mediante la adición de agua hirviendo. Pueden presentarse tanto en conserva como en semi-conserva.

Dos de los tres patés que mejor quedaron en la cata son de los más baratos

Estado higiénico- sanitario. Excepto Capdevilla y Goiburu, los patés estudiados son conservas, productos esterilizados comercializados en latas o tarros de cristal con cierre al vacío que sólo necesitan refrigeración una vez abiertos. En estos seis patés, el estado microbiológico fue satisfactorio por encontrarse prácticamente estériles. Goiburu que se vende en tarro de cristal como semi-conserva que requiere refrigeración, mostró un estado microbiológico también correcto. Pero en Capdevilla (envase de plástico al vacío que exige refrigeración), los recuentos de aerobios y enterobacterias fueron demasiado elevados, lo que pone de manifiesto una manipulación higiénicamente deficiente, si bien su estado sanitario no supone riesgo importante para el consumidor. Hay que señalar, de todos modos, que los patés no están sujetos a límites microbiológicos específicos.

DE PATO

JEAN BRUNET

GOIBURU

CAPDEVILLA



Paté de pato

Tarro de cristal de 180 gramos, sale a 1.825 ptas el kilo.

Con carne de cerdo (37%), hígado de ave (36%) y pato (22%). Poco pato para tratarse de un paté de pato. Su picado más grueso le hace distinto. Buen nivel proteico (12%). Sin conservantes.

En cata, 6,8 ptos. Bien en olor y sabor, no agradaron su apariencia (oscura) ni su consistencia.



Paté de pato

Tarro de cristal de 75 gramos, sale a 4.387 ptas el kilo, es el más caro.

Con carne de pato (80%) e hígado de pato (15%). Uno de los dos que no usan porcino. No declara aditivos, aunque contiene (muy pocos) nitratos. El de más proteína (17%), y menos grasa (22%). Poca grasa saturada (30%).

En cata, 6,2 ptos, debido a su escaso sabor y consistencia pastosa y fibrosa, con hilos.



Paté de hígado de pato.

Envasado en plástico, al vacío, 75 gramos. Sale a 1.840 ptas el kilo.

Con carne de cerdo, hígado de pato (25%), tocino de cerdo e hígado de cerdo. El segundo con más proteína (13.2%). Más aditivos que la mayoría. El de más grasas saturadas (42.7%).

Estado microbiológico insatisfactorio, pero de no mucha relevancia para la salud del consumidor.

En cata, 7 ptos. Aunque su apariencia no gustó, el resto estaba bien.

En Síntesis

- Se han analizado ocho patés de pato, con precios entre 1.300 y 4.400 pesetas el kilo.
- Son distintos en composición, presentación y envasado. Tres se denominan *Paté de hígado de pato*, y cinco Paté de pato o Paté de canard.
- Sólo cinco contienen hígado de pato, y cuatro carne de pato. En tres, el pato no es el ingrediente más importante. Y sólo Martiko y Goiburu usan pato como única carne; los otros seis tienen porcino.
- Son muy nutritivos, pero sus abundantes grasas saturadas y colesterol y su gran aporte energético hacen que su consumo deba ser moderado.
- Un paté presentó un estado microbiológico insatisfactorio.
- El precio tiene poco o nada que ver con la calidad gastronómica de estos patés: el más caro, Goiburu obtuvo sólo 6,2 puntos en la cata y dos de los tres mejores (7 ó más puntos) costaban la mitad que Goiburu.
- La mejor relación calidad-precio es Delicass (2.500 ptas el kilo, poca grasa aunque bastante saturada, nivel medio de proteína y uno de los mejores en la cata).



Aceites de motor minerales

Lo económico no siempre sale caro

Usar un aceite con buenas cualidades deviene fundamental para que el motor sufra el menor desgaste posible



Los aceites minerales, aquí estudiados, duran menos que los sintéticos, pero son más baratos

Se han analizado 12 aceites de motor minerales (cuatro específicos para gasolina, cuatro específicos para diesel y otros cuatro mixtos gasolina/diesel) que cuestan entre 1.195 pesetas (Kraft Supermultigrado) y las 2.995 pesetas de Esso Uniflo Mineral Diesel y Gulf Multi G. Elegir un buen aceite de motor deviene esencial para el óptimo funcionamiento de nuestro vehículo, ya que reduce el roce, elimina el calor generado por la fricción y la combustión, elimina impurezas, garantiza la adherencia entre las piezas en movimiento y protege contra la corrosión.

Los aceites de motor minerales son aquellos en los que el fluido base (al que se añaden los aditivos) procede del refinado del aceite crudo de petróleo, no de la síntesis de compuestos, como ocurre en los aceites sintéticos. Un aceite mineral dura, por lo general, la mitad que uno sintético pero también es sensiblemente más económico.

La característica clave en la calidad de un aceite es la viscosidad o resistencia a fluir. Se puede expresar con un primer número que hace referencia a las propiedades en frío, seguida por una W, que indica que es un aceite apto para funcionar a bajas temperaturas, y un segundo número que muestra la adecuación del aceite para altas temperaturas. En nuestro entorno, los más empleados son los 20W 40 y

20W 50. El mejor aceite es el que mantiene más constante su viscosidad respecto a los cambios de temperatura. Se definen distintas mediciones de viscosidad en diferentes condiciones, para poner de manifiesto su aptitud a la función. Así, la viscosidad cinemática a 100°C, o la viscosidad HTST, son medidas de la viscosidad a altas temperaturas. En ambos casos, son deseables viscosidades altas. La viscosidad CCS y la viscosidad MRV son medidas en diferentes condiciones a baja temperatura, la primera relacionada con el arranque en frío, y la segunda con el bombeado a bajas temperaturas. En ambos casos, son preferibles viscosidades bajas. Además, el índice de viscosidad muestra la variación de la viscosidad respecto a la temperatura, y es mejor cuanto más alto sea su valor. En el rango 20W 40, el mejor fue 3CV Brio Gasolina/Diesel, mientras que en el rango 20W 50 destacó 3CV Brio Plus Gasolina.

La oxidación del aceite redonda en un aumento de su viscosidad y carácter ácido. Las más resistentes a la oxidación fueron Kraft Supermultigrado Gasolina, Elf Prestigrade TS Gasolina y Repsol Elite Super Gasolina/Diesel. En el de Elf, la cantidad de zinc (aditivo con función antidesgaste y antioxidante) fue la mayor (1.290 ppm).



ANÁLISIS COMPARATIVO DE ACEITES DE MOTOR

MARCA	PARA MOTORES DE GASOLINA				PARA MOTORES DIESEL				ACEITES MIXTOS GASOLINA-DIESEL			
	3CV BRIO PLUS V	KRAFT	ELF PRESTIGRADE TS	BP SUPER V	ERTOIL	KRAFFT	ESSO UNIFLO	CEPSA SUPER D	REPSOL ELITE SUPER	3CV BRIO	GULF MULTI G	CEPSA PLATINUM
Etiquetado	Supermultigrado	Supermultigrado	Tecnología Mineral	Mineral	Multigrado	Multigradosuper	Mineral	Mixto	Mixto	Multigrado	Supermultigrado	Mixto
- Motores	Gasolina	Gasolina	Gasolina	Gasolina	Diesel	Serie 3a / Diesel	Diesel	Diesel	Gasolina/Diesel	Gasolina/Diesel	Gasolina/Diesel	Gasolina/Diesel
- Viscosidad SAE	20W-50	20W-50	20W-50	20W-50	20W-40D	20W-40	20W-50	20W-40	20W-50	20W-40	20W-50	20W-50
- Normas API	SJ/SH/CG4/CF	SG/CD	SJ/CF	SJ/CD	CD/SF	CE/SG	CF	CE/SF	SJ/SH/CF	CE/CF4/SF	SH	SJ/CF
- Normas ACEA	4/CF	-	A2/B2	-	-	-	B2	-	A3/B2	-	A2/B2	A3/B3
Precio (ptas/envase 5 L)	1.572	1.195	2.795	2.545	1.250	1.347	2.995	1.600	2.684	1.494	2.995	2.320
Índice de viscosidad	133	121	132	125	115	112	120	109	128	118	125	122
Viscosidad cinemática a 40 °C (mm ² .s ⁻¹)	174,7	154,4	148,4	150,3	124,4	125,4	163,9	124,1	169,5	137,6	169,8	146,5
Viscosidad cinemática a 100 °C (mm ² .s ⁻¹)	20,05	17,23	17,73	17,22	14,31	14,21	17,87	13,83	19,10	15,65	18,82	16,68
Viscosidad HTST (mPa.s)	5,18	4,59	4,61	4,50	4,02	4,03	4,69	3,94	4,67	4,35	4,92	4,54
Viscosidad CCS a -15 °C (mPa.s)	7170	7800	6480	7400	7650	8010	8680	9520	6710	7850	8360	7960
Viscosidad MRV a -20 °C (mPa.s)	36000	25300	44800	32400	45200	22100	32500	64900	26800	25500	33400	78500
Punto de derrame (Pour point) (°C)	-36	-30	-24	-33	-27	-27	-27	-24	-27	-30	-27	-24
Test de desgaste (4 balls wear) (mm)	0,44	0,42	0,42	0,53	0,34	0,39	0,43	0,41	0,47	0,40	0,42	0,33
Oxidación												
- Variación en viscosidad a 40 °C (%)	28,4	2,27	1,35	12,4	13,2	22,9	8,42	19,5	1,65	36,5	7,77	8,60
- Variación en viscosidad a 100 °C (%)	16,06	0,93	5,7	3,72	6,57	13,9	4,14	11,8	7,23	20,9	0,16	1,08
- Variación en el número ácido (%)	3,4	2,8	3,3	4,5	2	4,3	3,5	2,6	4,1	3	4,4	3,8
Espumado												
- Estabilidad (m)	<1	3	<1	<1	<1	<1	1	2	<1	<1	<1	3
- Tendencia (%)	20	76	50	60	30	90	30	90	55	38	55	140
Contenido en zinc (mg/kg)	1280	1290	1070	1040	775	1060	1080	984	1150	990	1210	1200
Cenizas sulfatadas (%)	1,532	1,175	1,361	1,082	1,008	1,073	1,333	1,222	1,147	1,165	1,247	1,327
Pérdidas por evaporación (%)	8,7	6,4	6,9	8,1	3,5	5,1	7,4	3,5	6,7	6,4	5,6	6,1

Por último, la tendencia a la formación de espuma, que podría provocar una lubricación inadecuada en el motor, fue especialmente elevada en Cepsa Platinum Gasolina/Diesel (incremento en volumen del 140%). Sin embargo, esta espuma es poco estable.

Según el tipo de motor. Concluyendo, para motores gasolina 3CV Brio Plus Supermultigrado (1.572 pesetas) y Kraft Supermultigrado (1.195 pesetas) son dos buenas opciones; entre los diesel, la mejor relación calidad/precio es Kraft Multigrado Super Serie 3a (1.347 pesetas), aunque Esso Uniflo es una buena opción. Entre los mixtos, la mejor relación calidad/precio es Repsol Elite Super 20W 50 (2.684 pesetas).

Según algunos expertos, no hay diferencias apreciables entre aceites que dicen ser para motores de gasolina o para motores diesel. De hecho, sólo uno de los doce analizados (Esso Uniflo) afirma servir únicamente para un tipo de motor. El resto, a pesar de su denominación, pueden ser utilizados en ambos sistemas, aunque con rendimientos distintos.

El sistema más empleado para medir la calidad de un aceite de motor es la norma americana API (American Petroleum Institute), que contempla diferentes categorías para los lubricantes de gasolina (de menor a mayor calidad: SF, SG, SH, SJ), y para los diesel (de menor a mayor calidad: CC, CD, CE, CF4, CH4). Un aceite de motor que lleve en su etiqueta SJ CD ofrecerá un óptimo rendimiento

en motores gasolina pero sólo moderado en diesel. Si el aceite luce más de una denominación para gasolina o para diesel (por ejemplo, "SH y SJ", o "CE, CF4") la calidad del aceite será la misma que si sólo pusiera SJ en el primer caso o CF4 en el segundo, ya que prevalece la categoría superior.

La norma ACEA, a pesar de su identidad europea, no se encuentra tan extendida en España como la API norteamericana pero podría convertirse en obligatoria en un futuro. En la ACEA se establecen tres categorías de aceites para motores de gasolina (A1, A2 y A3), y cuatro para los diesel (B1, B2, B3 y B4). Sólo la mitad de las muestras analizadas incluían los parámetros de la norma ACEA, a pesar de que todas indicaban la relación a API.



Las otras pruebas. Aunque la viscosidad, la creación de espuma y la aminación del desgaste son los baremos de calidad esenciales para un aceite de motor, hay otros que también influyen y, por ello han sido estudiados en el laboratorio. Algunos de ellos son el porcentaje de cenizas sulfatadas, el carácter más o menos volátil del aceite, la cantidad de zinc y el test de oxidación. Cuando en este análisis comparativo se hace referencia a la calidad de cada uno de los 12 aceites se han tenido en cuenta también las pruebas realizadas para comprobar estos otros parámetros.

La viscosidad, uno de los parámetros críticos de un aceite, se define como la resistencia de un líquido a fluir. Un aceite multigrado óptimo mantiene su viscosidad lo más homogénea posible independientemente de la temperatura en el motor. Hoy, la mayoría de los aceites de motor están diseñados para responder en frío y en caliente (multigrado).

Medir la viscosidad. El término más utilizado para expresar la viscosidad es el propuesto por SAE, que consta de dos números separados por una "W" que indica que el aceite es apto para operar en vehículos que circulan por zonas con climas muy fríos. El primer número informa de lo rápido que un motor arranca en clima frío (números más bajos significan un mejor desempeño). El segundo número, en cambio, señala la capacidad de un aceite cuando las temperaturas son altas (cuanto mayor sea el número, mejor funcionará a altas temperaturas). Cobra especial relevancia la temperatura que alcanza el interior del automóvil: coches más potentes (y, por tanto, que

Cuanto mayor sea el rango entre el número de la izquierda y de la derecha de la 'W', mejor se comportará el aceite en temperaturas extremas

UNO POR UNO, LOS DOCE ACEITES

PARA MOTORES DE GASOLINA

PARA MOTORES DIESEL

3CV BRÍO PLUS SUPERMULTIGRADO GASOLINA 20W 50	KRAFT SUPERMULTIGRADO GASOLINA 20W 50	ELF PRESTIGRADE TS GASOLINA 20W 50	BP SUPER V GASOLINA 20W 50	ERTOIL DIESEL 20W 40 D	KRAFT MULTIGRADO SUPER SERIE 3A DIESEL 20W 40	ESSO UNIFLO DIESEL 20W50
---	---	--	-------------------------------	---------------------------	---	-----------------------------



1.572 ptas.
Envase de 5 litros
Una buena opción. El mayor índice de viscosidad (133), y muy buen comportamiento a altas temperaturas. El mejor punto de derrame (-36 °C). Pero es uno de los de mayores pérdidas por evaporación (8,7%). Igual el límite máximo ACEA en cenizas sulfatadas.



1.195 ptas.
Envase de 5 litros
Una buena opción. El más barato de los doce. Sin especificaciones ACEA. Uno de los mejores en viscosidad MRV y ante la oxidación, ya que la viscosidad a 40°C y a 100 °C varió muy poco. La mayor cantidad de zinc (1290 ppm). Tendencia demasiado elevada (el volumen aumenta un 76%) al espumado.



2.795 ptas.
Envase de 5 litros
El más caro. Uno de los mejores en índice de viscosidad (132), y viscosidad CCS, relacionada con el arranque en frío. Sin embargo, su punto de derrame fue de los peores (-24 °C). Buen comportamiento frente a la oxidación



2.545 ptas.
Envase de 5 litros
Su etiqueta no indica especificaciones ACEA. Uno de los mejores puntos de derrame (-33 °C), pero también es uno de los peores aceites en la prueba de desgaste (0,53 mm), y uno de los de mayor pérdida por evaporación (8,1%).



1.250 ptas.
Envase de 5 litros
El más barato. Uno de los de menos (3,5%) pérdidas por evaporación. Sin especificaciones ACEA. El de mayor índice de viscosidad entre los 20W40, así como viscosidad cinemática a 100 °C. El mejor en la prueba de desgaste (0,34 mm).



1.347 ptas.
Envase de 5 litros
La mejor relación calidad/precio. Sin especificaciones ACEA. Uno de los de menor índice de viscosidad. Sin embargo, viscosidad MRV mínima. Susceptible a la oxidación, y elevada tendencia a la formación de espuma (90%), aunque ésta no es estable.



2.995 ptas.
Envase de 5 litros.
Interesante por su calidad, pero uno de los más caros. Viscosidad CCS, relacionada con el arranque en frío, algo elevada. Comportamiento bastante bueno frente a la oxidación. Baja tendencia al espumado.

se revolucionen y calienten más) necesitaran de aceites que soporten mejor la temperatura.

El examen de viscosidad se realizó en tres condiciones distintas. A 100 grados, los doce aceites son correctos si bien Cepsa Platinum Gasolina/Diesel se acerca mucho al límite mínimo. Todos los aceites superaron también la prueba de viscosidad a alta temperatura (HTST). En cuanto a los test a baja temperatura (-15°C y -20°C), las dos muestras de Cepsa presentaron viscosidades excesivas, lo que implica posibilidad de dificultades de rendimiento a temperaturas bajas. El etiquetado de estos dos aceites es incorrecto. Cepsa Super D Diesel no es 20W40 como figura en su etiqueta, así como Cepsa Platinum gasolina/diesel, tiene un rango más estrecho que 20W50.

Sin diferencias importantes. Las ventajas de un mayor índice de viscosidad son, por un lado, una mayor viscosidad a mayor temperatura, lo que significa menor consumo de aceite y menor desgaste; y, por otro la-

do, una menor viscosidad a baja temperatura, por lo que el motor arrancará mejor y consumirá menos combustible durante el calentamiento.

El punto de derrame es la temperatura más baja a la cual se observa movimiento en el aceite. Así, cuanto menor sea este valor de temperatura, mejor realizará su función el aceite en condiciones invernales. Cuatro aceites evidenciaron un punto de derrame mejor: Kraft Supermultigrado Gasolina y 3CV Brio Gasolina/Diesel (ambos, -30°C), BP Super V Gasolina (-33°C), y destacó sobre todos, con -36°C, el aceite 3 CV Brio Plus Gasolina.

Por otra parte, el test de desgaste, evalúa el impacto del aceite sobre las partes metálicas del motor. En promedio, las muestras analizadas demostraron tener buenas propiedades antidesgaste. Aunque los resultados son similares, destacan Cepsa Platinum Gasolina/Diesel y Ertoil Diesel con 0,33-0,34 mm. BP Super V Gasolina, por su parte, consiguió los peores resultados con 0,53 mm.

En Síntesis

- Se analizaron 12 aceites minerales (gasolina, diesel y mixtos) que cuestan entre 1.195 y 2.995 pesetas.
- Elegir un buen aceite es esencial: disminuyen el calor generado por la fricción y la combustión, elimina impurezas, garantiza la adherencia entre piezas en movimiento y protege contra la corrosión.
- Los aceites minerales, más económicos, duran menos y ofrecen peores prestaciones que los sintéticos. En los minerales, el fluido base al que se añaden los aditivos procede del aceite crudo de petróleo, no de síntesis de compuestos como en los sintéticos.

● La viscosidad o resistencia a fluir es clave. Se expresa con un primer número que refiere las propiedades en frío, seguido por una W, que indica aptitud para bajas temperaturas, y un segundo número que revela adecuación para altas temperaturas. Los más empleados son 20W 40 y 20W 50. El mejor aceite es el que mantiene constante su viscosidad ante los cambios de temperatura.

● Para motores gasolina, 3CV Brio Plus Supermultigrado (1.572 pesetas) y Kraft Supermultigrado (1.195 pesetas) son buenas opciones; para diesel, la mejor calidad/precio es Kraft Multigrado Super Serie 3a (1.347 ptas), y entre los mixtos, Repsol Elite Super 20W 50 (2.684 ptas).

ACEITES DE COCHE

EL	ACEITES MIXTOS GASOLINA - DIESEL			
CEPSA SUPER D DIESEL 20W 40	REPSOL ELITE SUPER 20W 50	3CV BRIO DIESEL/GASOLINA 20W 40	GULF MULTI GASOLINA/DIESEL 20W 50	CEPSA PLATINUM GASOLINA/DIESEL 20W 50



1.600 ptas.
Envase de 5 litros

Sin especificaciones ACEA. Etiquetado incorrecto: no es 20W40. Viscosidades mínimas a altas temperaturas y máximas viscosidades a bajas temperaturas. Uno de los peores puntos de derrame (-24 °C). Elevada tendencia a la formación de espuma (90%), aunque no estable. Pérdidas por evaporación mínimas (3,5%).

2.684 ptas.
Envase de 5 litros.

La mejor relación calidad/precio entre los aceites mixtos. Índice de viscosidad bastante elevado (128). Uno de los de mayor viscosidad cinemática a 100 °C, y satisfactorias (bajas) viscosidades a baja temperatura. Comportamiento bueno frente a la oxidación.

1.494 ptas.
Envase de 5 litros.

El más barato. No indica especificaciones ACEA. Uno de los de mejor (por ser menor) viscosidad MRV. El más susceptible a la oxidación. Baja tendencia a la formación de espuma.

2.995 ptas.
Envase de 5 litros.

Uno de los más caros de todos los estudiados. Viscosidad CCS excesiva. Comportamiento bastante bueno frente a la oxidación. Elevado contenido en zinc (1.210 ppm).

2.320 ptas.
Envase de 5 litros.

Etiquetado incorrecto: no es 20W50. Máxima viscosidad MRV. Uno de los de peores puntos de derrame. La mejor en el test de desgaste (0,33 mm). Comportamiento bastante bueno frente a la oxidación. Máxima tendencia a la formación de espuma, aunque no estable.





Música desde las entrañas del ordenador

Los ordenadores actuales pueden usarse como sofisticadas y versátiles cadenas de alta fidelidad

Un ordenador es lo más parecido a una de esas navajas suizas multiuso. Un PC con los componentes adecuados puede usarse como televisión, libro, DVD, contestador automático o vídeo. Sin embargo, en todos estos casos las prestaciones que ofrece el ordenador todavía no superan a las del objeto emulado, aunque hay ocasiones en las que las posibilidades del PC son equiparables, si no superiores al original. Es el caso de cuando deseamos conseguir, almacenar y reproducir música: un ordenador suficientemente equipado y bien configurado puede ofrecernos más y mejores prestaciones que una cadena musical de alta fidelidad.

Desde hace más de un lustro, los ordenadores vienen equipados con tarjetas de sonido que, al menos, ofrecen la misma calidad que un CD convencional. Lejos quedan los machacones pitidos del vetusto *PC-Speaker* con el que tenían que bregar los programadores de juegos para crear

melodías que no repiquetearan en el tímpano.

Con o sin cadenas. Hoy, el principal problema de usar el ordenador como cadena de música está en el último eslabón de la cadena: los altavoces. Normalmente, los altavoces son los primeros elementos que sufren los recortes de presupuesto y calidad cuando el usuario se hace con su equipo informático. Muchos optan por conectar la salida de audio del ordenador a la cadena de música, para aprovechar las posibilidades del ordenador como discoteca (un disco duro corriente puede almacenar ocho meses de música ininterrumpida en formato MP3) a la par que se valen de la cadena para no depender de los altavoces del equipo que, normalmente, son de inferior calidad.

Para prescindir de la cadena de música, la tarjeta de sonido que incorpore el PC deberá ser potente y los altavoces habrán de estar a la altura del resto del equipo, lo que,

evidentemente, encarecerá el precio del ordenador. Para saber si esta inversión extra resultará rentable, el usuario puede comparar este gasto con el ahorro que supone no requerir otro aparato para escuchar música.

Emisoras por la Red. En cuanto a oír la radio, las diferencias de usar un ordenador conectado a Internet en vez de las emisoras convencionales por ondas son abismales. En la Red emiten centenares de radios de toda clase y condición que sólo pueden ser escuchadas desde el ordenador. Algunas de ellas son las mismas que emiten en onda media y frecuencia modulada, pero por Internet pueden ser escuchadas casi en todo el mundo sin más limitación física que la existencia de un ordenador conectado a Internet. Pero es tan sencillo crear una emisora en la Red que la inmensa mayoría sólo habitan en el espacio digital.

Hay emisoras para todos los gustos y cubren todo el espectro que pueda imaginarse: desde las religiosas a las



NAVEGAR A LA CARTA

➔ Winamp <http://www.winamp.com>

Uno de los programas de reproducción de música más potentes y versátiles. Admite pequeños programas (plugins) desarrollados por terceros que cambian la apariencia de la aplicación, distorsionan el sonido, generan imágenes aleatorias o mezclan el final de las canciones con el comienzo de las siguientes.

➔ Shoutcast <http://www.shoutcast.com>

Shoutcast es uno de los sistemas de emisión de radio por Internet más extendido. En este sitio web explican de forma pormenorizada cómo escuchar muchas de las cadenas que circulan por la Red, e, incluso, cómo montar de forma gratuita una emisora casera.

➔ Cine en tu salón <http://zipi.fi.upm.es/~b920400>

Página personal de muy buena factura en la que se describe cómo instalar un sistema de cine en casa. Uno de sus puntos fuertes es el apartado de sonido, donde se describen las particularidades de varios sistemas de audio y las ventajas que reportan.

➔ CNET <http://www.cnet.com>

Una de las páginas sobre electrónica e informática más aclamadas. Su plato fuerte son los análisis comparativos de productos, entre los que el usuario podrá escoger los altavoces y la tarjeta de sonido que mejor se adapten a sus necesidades.

Golosinas para la vista

Hay algo hipnótico en las imágenes aleatorias que los ordenadores pueden crear al son de la música. La capacidad de cálculo de los PCs actuales ha permitido el desarrollo de programas que convierten los sonidos en imágenes. El proceso no es complicado: el usuario activa el programa con el que habitualmente escucha música, y, junto a él, otro que se vale de una galería de imágenes predefinidas para animarlas en función de la tonada. Todo un espectáculo.

No hay un estándar para este tipo de programas, por lo que cada uno funcionará sólo en combinación con un reproductor de sonido. Winamp fue uno de los primeros en incorporar esta posibilidad, aunque

Apple y Microsoft, en vista del éxito del invento, también cuentan con estos añadidos en sus respectivos programas de audio (iTunes y Windows Media Player).

Una de estas aplicaciones más fascinantes es Geiss (www.geisswerks.com), que funciona en Winamp y muestra sinuosas formas que laten con cada reverberación. No obstante, su mayor virtud es que tiene unos requerimientos técnicos relativamente comedidos, lo que le permite funcionar en un número mayor de equipos.

Y es que el usuario debe tener en cuenta que estos efectos sólo serán visibles en un ordenador medianamente potente, si no las imágenes irán renqueantes y apenas podrán bailar al ritmo de la música.

Para conseguir la misma calidad que con una cadena de música, hay que comprar unos buenos altavoces para el ordenador

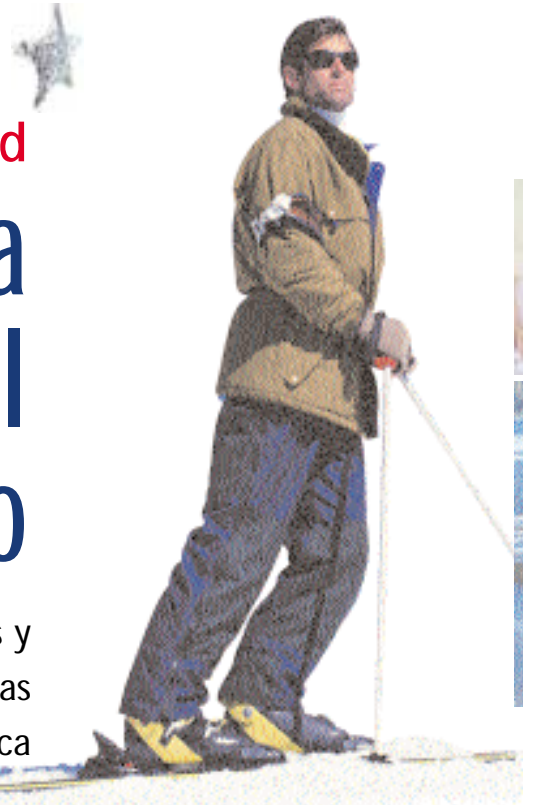
que sólo ofrecen música infantil de los ochenta. ¿Inconvenientes? Si el usuario no dispone de tarifa plana para Internet le resultará caro escuchar la radio (le costará lo mismo que cualquier conexión a la Red). Además, sólo una conexión de banda ancha (cable-módem o ADSL), permite una conexión que se acerque a la calidad de un CD. Con un módem convencional, sin embargo, será fácil que la emisión se corte o se vea interrumpida por molestos chasquidos.

Hilo musical. Una de las grandes pegas a la hora de utilizar el ordenador como cadena de música es el emplazamiento del equipo. El PC, a diferencia de un radiocasete, no se puede trasladar de una habitación a otra. Afortunadamente, hay una forma relativamente económica de crear una red inalámbrica que permita escuchar la música que reproduce el ordenador en cualquier habitación de la casa: montar una pequeña emisora de FM.

Hay aparatos que, conectados a la salida de audio del ordenador, emiten una señal que puede captar cualquier receptor de radio convencional que se encuentre a unos pocos metros. La calidad de escucha de este sistema será la misma que la de una emisora de frecuencia modulada convencional muy potente y permitirá escuchar desde la cadena de sonido de la sala o desde un transistor en la ducha los discos almacenados en el ordenador.

Viajar en Navidad Alternativa en alza para huir del ajetreo navideño

Tarifas más económicas y aeropuertos y hoteles más tranquilos son algunas ventajas de viajar en esta época



¿Por qué no viajar en Navidad? ¿Y en Año Nuevo? Cada vez son más quienes no limitan estos días de fiesta a encuentros familiares y deciden aprovecharlos para desconectar del ajetreo navideño y conocer nuevos lugares. Así lo demuestra la creciente tendencia de acortar las vacaciones de verano para poder disfrutar de unos días de asueto en Navidad o Semana Santa.

Además de que los precios no se disparan en exceso, la ventaja de las mini-vacaciones navideñas radica en que los aeropuertos y los hoteles presentan una estampa bastante tranquila, salvo los días estrella. Parques temáticos, el Caribe, las Islas Afortunadas y, como no, las estaciones de esquí constituyen los principales destinos de un viajero cuyo perfil ronda los 40 años, está soltero o no tiene hijos y realiza un desembolso en torno a 100.000 pesetas (601 €) para cuatro días de estancia.

Movimiento turístico en Navidad. Según datos del Instituto de Estudios Turísticos de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo, el 37% de los 119 millones de viajes efectuados el pasado año, es decir, en

torno a 44 millones de desplazamientos, fueron "viajes turísticos" (los que no se efectúan a una segunda residencia o los que duran más de tres días). Y de todos ellos, tan sólo un 8%, alrededor de 3,4 millones, cruzaron las fronteras. Aunque en la última década se han alargado los periodos vacacionales, todavía se centran en verano; uno de cada dos turistas escoge estos meses para viajar. Al periodo estival le sigue Semana Santa, que mueve el 12% de los desplazamientos, y más lejos queda Navidad, una época que comienza a despuntar: el 9% de las salidas vacacionales se realizan en esas fechas.

Sol y playa. Canarias y el Caribe constituyen dos de los destinos favoritos del turismo navideño. Los hoteles de las Islas Afortunadas acogen a cientos de turistas que buscan la benigna climatología del archipiélago, sumada a unos precios asequibles –desde 75.000 pesetas (450 €) se puede pasar una semana en apartahotel, incluido el viaje en avión–. El Caribe continúa en boga y por un desembolso medio de 200.000 pesetas (1.201 €) se disfruta de 6 noches de arenas blancas y mar turquesa. Pero a este rincón de ensueño le ha surgido una feroz competencia: el que ya se conoce como

Consejos para viajar en Navidad

- > Sea flexible con las fechas y horas en las que desea viajar. Evite viernes, domingos y fechas pico como el 24 y el 30 de diciembre.
- > Solicite folletos informativos en varias agencias de viajes y estúdielos detenidamente. Compare no sólo el precio, sino los servicios que ofrecen.
- > Compre los billetes tan pronto como le sea posible para evitar la cancelación de reservas o cambios de tarifas.
- > Recuerde que estos días son especiales y en algunos destinos encontrará horarios diferentes a los habituales en museos, establecimientos de hostelería... Incluso podrá darse el caso de que algunos lugares turísticos estén cerrados.
- > Lea atentamente el contrato y aclare sus dudas (duración, excursiones, cláusulas, responsabilidades, anulaciones o comisiones) en la propia agencia. Aprenderá mucho y evitará posibles problemas posteriores.
- > Lleve consigo siempre una fotocopia del contrato con el teléfono de la agencia. Y con un nombre de contacto.



La Navidad comienza a despuntar como destino de vacaciones: el 9% de los desplazamientos se realizan esas fechas



Caribe Africano, representado sobre todo por Cabo Verde y Senegal, con la ventaja de un viaje de avión más corto y precios promocionales en torno a las 100.000 pesetas (601 €).

Esquiar: disparidad de precios. Los amantes del deporte blanco despiden el año dando la bienvenida a la temporada de esquí. Las estaciones abrieron sus pistas hace un mes y para estas fechas ya se intuye qué depara la temporada -se prevé un invierno muy generoso-. La disparidad de precios de esta opción reside en el tipo de estación y de alojamiento que se busque, y en la forma de desplazarse. Así, los Alpes franceses ofrecen precios atractivos y la ventaja de contar con algunas de las mejores estaciones del mundo (por 60.000 pesetas - 360 €, sin incluir desplazamiento, se puede disfrutar de 6 días de esquí alojado en un apartamento). Andorra dispone también de buenas combinaciones que incluyen alojamiento y remontes para cuatro días desde 40.000 pesetas (240 €).

El Pirineo aragonés acoge numerosas fiestas de Nochevieja y es tradicional inaugurar el año con un primer descenso en Astún, Candanchú, Formi-

gal, Panticosa o Cerler. La marcha nocturna de Jaca, cerca de las cinco estaciones de esquí antes citadas, convierte esta ciudad en la preferida de los más jóvenes. Por alrededor de 50.000 pesetas (300 €) se pueden pasar 4-5 días en cualquiera de estas estaciones, en apartamentos compartidos, incluido el forfait. Recibir el nuevo año en sin lujos en Baqueira y Sierra Nevada requiere más presupuesto y puede suponer hasta 140.000 pesetas por una semana (860 €), aunque esperar la llegada de los Reyes Magos en estas estaciones resulta algo más económico, entre 60.000 (360 €) y 100.000 pesetas (601 €).

Subir a la montaña rusa. De un tiempo a esta parte los parques temáticos se han convertido en una atractiva opción para las familias que desean aprovechar los días de fiesta y

Si va a viajar por carretera en su propio vehículo...

- Adecue la velocidad a la zona de visibilidad. Si hay niebla o lluvia muy intensa, encienda las luces.
- Respete, más que nunca, la distancia de seguridad; mejor, aumentela.
- Si hay nieve, aparque en lugar seguro, coloque las cadenas en las ruedas motrices y circule despacio. Maneje con suavidad volante, freno y acelerador.
- Extreme la precaución y modere la velocidad en zonas umbrías y en parajes orientados al norte.
- Los neumáticos son fundamentales en la seguridad de su vehículo. Revise la presión, el dibujo y el estado de los mismos.
- Si la carretera está mojada, pise con cierta frecuencia el freno, sin llegar a frenar, para secar las pastillas. En caso de necesidad, responderán mejor.
- No olvide lámparas de repuesto, cadenas, anticongelante, antivaho, ropa de abrigo, pinzas (para la batería), linterna, triángulo de señalización, alcohol (para el hielo del parabrisas) y gafas de sol (reflejos de la nieve).

romper la monotonía, premiando a la vez a los hijos con una estancia de fantasía. Los paquetes para ir Disneyland Paris -dos noches de hotel y tres días de parque para una pareja y dos hijos- varían desde la tarifa más modesta, 104.000 pesetas (615 €), a las más lujosas, 205.000 ptas (1.232 €). Port Aventura y Terra Mítica también abren esta Navidad, y además de adaptar sus "países" a la Navidad, ofrecen precios mucho más asequibles que en temporada alta.

Alternativas originales. Hay opciones menos tradicionales y más curiosas para quienes dispongan de un presupuesto menos limitado y ganas de algo distinto: pasar el primer día del año en Rovaniemi, capital de la Laponia finlandesa desde 180.000 pesetas (1.100 €) o disfrutar de un crucero por el Mediterráneo a partir de 150.000 pesetas (900 €) por persona. Y siempre queda la romántica opción de amanecer en Praga, Viena, Budapest, París o Londres, capricho que no bajan de las 50.000 pesetas (300 €).

Más información:

www.revista.consumer.es



Campañas de recogida de juguetes

Jugar es un derecho, no un privilegio



En Navidad, los niños que nunca abren regalos son aún más conscientes de su diferencia



Nada hay más navideño que los juguetes, que llegadas estas fechas se convierten en protagonistas de las campañas de organizaciones de apoyo a personas sin recursos, para recordarnos que todos los niños tienen derecho a jugar. Y aunque ese derecho les asiste todo el año, es en Navidad cuando los niños que nunca abren regalos son más conscientes de su diferencia. Según los últimos datos oficiales, en nuestro país hay ocho millones de pobres. Otras cifras, como las que aporta en su último estudio la Fundación FOESSA, hablan de medio millón de familias incluso por debajo del umbral de la pobreza.

A la hora de proporcionar juguetes a niños que carecen de ellos, surge el dilema de cómo acertar con el juguete. Los especialistas en Educación para el Desarrollo y Cooperación ofrecen su clave: "que los niños acompañen a los padres a comprar el juguete que quieren regalar, así eligen lo que les gustaría que les regalaran a ellos". Quienes se decidan a entregar juguetes comprobarán que **cada vez son mayores las exigencias de las personas y organismos que se dedican a recolectar regalos**, sean parroquias, Cruz Roja, asociaciones de vecinos o cualquier

otra organización. Y es que entregar un juguete no consiste en un acto de caridad, en vaciar armarios o reciclar artilugios que molestan en casa. Es algo bien distinto: un ejercicio de solidaridad y justicia.

No se aceptan juguetes usados Son numerosos los puntos de recogida y cientos los voluntarios que hacen posible el

funcionamiento de las cadenas de recolección y entrega de juguetes. Algunas se prolongan incluso hasta el mismo 5 de enero. El proceso de recogida comienza con el descarte de juguetes bélicos, sexistas, discriminatorios y los que no son nuevos. Posteriormente



te, se clasifican por edades. Quienes entregan los juguetes cometen a menudo el error de calcular la edad de juego a partir de los 4 años y prolongarla hasta los 10. Por ello, las organizaciones insisten en la necesidad de contemplar desde bebés hasta chavales hasta 16 años. Para facilitar la labor del embalaje es preferible entregar los juguetes sin envolver, ya que los voluntarios deben ordenarlos por edades, empaquetarlos y decorarlos con papel. Una vez clasificados, comienza la entrega, teniendo en cuenta las dos noches especiales: el 24 de diciembre y el 5 de enero.

¿Cómo llegan los juguetes a los niños? La mayoría de los juguetes recogidos se destinan a familias que carecen de recursos económicos para comprarlos. Pero, si por cualquier circunstancia, no se reparten todos o la entrega llega tarde, se distribuyen en ludotecas, centros de infancia, centros educativos y hospitales. Las organizaciones que cuentan con más medios envían los juguetes que quedan por repartir—cuando sobra alguno— a proyectos internacionales de cooperación. No obstante, tratan siempre de cubrir las necesidades de los colectivos más cercanos.

Los datos de las familias sin recursos los procuran asociaciones, agentes sociales, Administraciones, ayuntamientos e incluso Apymas (asociaciones de padres y madres).

La confidencialidad está garantizada, pero para evitar abusos siempre se exige una identificación, una confirmación de que el juguete llegará a manos de quien lo espera: un niño o una niña.

Dónde entregar juguetes

- Delegaciones de Cruz Roja
- Delegaciones de UNICEF
- Parroquias
- Apymas (Asociaciones de Padres y Madres)
- Ayuntamientos

Conviene entregar los juguetes sin envolver, ya que se han de clasificar por edades antes de ser empaquetados



Cómo debe ser el juguete a entregar

► **NUEVO.** Los regalos provienen de la tradición de premiar al niño-a que ha sido bueno. Y los menos favorecidos económicamente también quieren regalos, también se portan bien, y son igualmente tentados por la publicidad de la tele. La idoneidad del regalo aumenta cuando disipa las distinciones y categorías, por eso debe ser nuevo.

► **EDUCATIVO.** Debe potenciar las capacidades del niño. Un juguete constituye una herramienta de desarrollo básica de la inteligencia y sensibilidad

Preguntas que ayudan al niño a decidir

Para acertar en la compra de juguetes para donar, lo mejor es que sean otros niños quienes los elijan.

Veamos algunas preguntas cuyas respuestas les ayudarán a acertar.

¿Para qué edad será?

¿Cuánto rato jugarías con él?

¿Te parece que está bien construido?

¿Le gustará a otro niño-a?

¿Podrá jugar con sus amigos o hermanos?

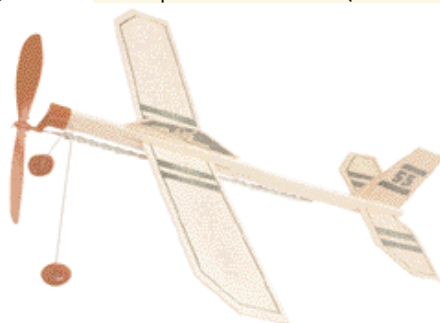
Las cifras ofrecidas por organizaciones solidarias sobre las recogidas del año pasado refieren la participación de miles de personas tanto en pequeños pueblos como en grandes ciudades. Agrupando lo recolectado por Cruz Roja y otras pequeñas instituciones, se reunieron 300.000 juguetes aunque esta cifra no incluye pequeñas pero igualmente importantes iniciativas de asociaciones menos conocidas.

Reutilizar, otra manera de colaborar. Hasta ahora hemos insistido en la importancia de que los juguetes sean nuevos, pero hay organizaciones, sobre todo pequeñas asociaciones de vecinos o culturales, que potencian el reciclado de juguetes usados, olvidados o en no muy buen estado, para darles un destino más provechoso que el contenedor de basura o el trastero de casa. Es una fórmula muy válida, pero cuyo objetivo es diferente, que consiste en aprovechar la Navidad, el periodo de retrencia de consumismo, para fomentar a los chavales en la cultura de no despilfarrar, y al mismo tiempo, concienciar a los adultos sobre la conveniencia de reutilizar los recursos.

de los más pequeños. Y educativo no significa aburrido; no sólo el puzzle de siempre cumple la obligación de formar. Cada vez hay más juguetes adecuados y atractivos a la vez, que nos permiten descartar aquellos otros en los que la violencia explícita o implícita despierta el interés del niño.

► **NO SEXISTA.** Dejemos definitivamente atrás la tradición de regalar juegos femeninos a las niñas y masculinos a los niños. No se trata sólo de apuntarnos a lo políticamente correcto, estamos ante un claro error pedagógico: si a los niños y a las niñas se les impide potenciar parte de sus habilidades, se estará limitando al hombre y a la mujer de mañana. De igual forma, se reducirán sus relaciones y su capacidad de comunicarse fuera de los estadios establecidos, y se perpetuarán tópicos que empobrecen la sociedad.

► **NO ELÉCTRICO.** Evitemos comprar juguetes eléctricos o que necesiten de otro elemento. Es más que probable que sus destinatarios (niños de



Llega el euro Sólo cambia la moneda

Usar conversores
y referencias
durante los
primeros días
facilitará nuestra
adaptación al euro



Quedan pocos días para que el euro, del que tanto hemos oído hablar, sustituya la peseta. Durante los últimos meses las Administraciones de los países de la zona euro se han esforzado en hacer llegar a los ciudadanos todo tipo de información para que se familiaricen con la nueva moneda. Sabemos ya cuántos billetes y monedas habrá, hasta cuándo se podrán utilizar las pesetas, cómo distinguir billetes falsos de auténticos... Pero no está de más recapitular y recordar unos sencillos consejos para que nos resulte más fácil la implantación del euro.

- Recuerde que 1 € = 166,386 ptas.
- Hágase a la idea de que desde el 1 de enero de 2002, la mayor parte de los establecimientos le devolverán los cambios en euros, a pesar de que usted pague en pesetas.

- Durante el periodo de coexistencia no pueden cobrarle comisiones por pagar con billetes y monedas de euros.
- A partir del 1 de marzo de 2002 sólo podrá pagar con euros. Sea previsor y cambie sus pesetas antes de esa fecha. Si después del 28 de febrero aún le quedan pesetas por cambiar, puede hacerlo, de forma gratuita, en cualquier entidad financiera hasta el 30 de junio de 2002. Si a partir del 1 de julio de 2002 aún tiene pesetas por canjear, sólo podrá hacerlo en el Banco de España.
- Cambie sus pesetas sólo en entidades financieras. Desconfíe de cualquier otra forma de canje fuera de un banco o caja.
- Haga cuanto antes borrón y cuenta nueva. Desde el 1 de marzo de 2002 la peseta será historia, así que empiece ya a pensar en euros.

- Sólo podrá utilizar los talonarios en pesetas hasta el 31 de diciembre de 2001. Sea previsor y solicite cuanto antes a su banco o caja un talonario de cheques en euros.
- Si desea cambiar a euros billetes de los países de la Unión Monetaria Europea (UME), también conocida como zona euro, espere hasta el 1 de enero de 2002. Podrá canjear divisas de la UME a euros, de manera gratuita, en el Banco de España. Los bancos y cajas de ahorro pueden cobrar comisiones.
- Practique con la regla básica del 6 en euros y créese referencias:
 - 3 euros --- 500 pesetas
 - 6 euros --- 1.000 pesetas
 - 12 euros --- 2.000 pesetas
 - 30 euros --- 5.000 pesetas



El hotel no es responsable de las joyas sustraídas en una habitación, si no conoce su presencia

Lo que pasó

Robaron de mi habitación del hotel joyas por valor de más de un millón de pesetas. Sospecho del personal del hotel. El establecimiento hotelero no se hace cargo del tema y su seguro no cubre esta eventualidad. La habitación no posee caja fuerte y en ningún sitio se estipula que el hotel dispone de caja de seguridad común, ni el personal informa al respecto. Sin embargo, la dirección afirma que ofrece dicho servicio. Me gustaría saber si una demanda contra el hotel puede resolverse a mi favor y si hay jurisprudencia referente a este tipo de casos.



Qué hacer

Según el artículo 1783 del Código Civil, los hoteleros son responsables de los objetos introducidos por los viajeros siempre que éstos lo notifiquen y observen las prevenciones que los posaderos les hubiesen hecho sobre su cuidado y vigilancia. Además, el artículo 78 de la Orden de 19 de julio de 1968 indica que los hoteleros tienen que prestar el servicio de custodia de dinero, alhajas u objetos de valor entregados bajo recibo por los huéspedes, y son responsables de su pérdida o deterioro en los supuestos y condiciones establecidas en los artículos 1783 y 1784 del Código Civil. También obliga a que en las habitaciones o apartamentos figure la indicación de que el establecimiento no responde del dinero, alhajas u objetos de valor no depositados en la forma señalada.

En este caso, el huésped no avisó al hotel de que portaba joyas, tal y como se exige. Tampoco el hotel indicó en lugar visible la disponibilidad del servicio de custodia y de la exención de responsabilidad en caso de no usar ese servicio.

En primera instancia, la infracción del hotel tiene carácter administrativo, por lo que puede ser objeto de sanción -por ejemplo, mediante una multa- por la administración competente. Para que se abra expediente administrativo se debe denunciar el suceso a través de las hojas de reclamaciones. Desde el punto de vista civil, la prosperabilidad de una demanda no es clara, ya que el huésped

no puso en conocimiento del hotel que portaba joyas. Aun así, en tanto que se considere negligente la conducta del hotel, podría alegarse una concurrencia de culpas y solicitar, subsidiariamente, una parte del valor de las joyas. Ahora bien, hay otra dificultad añadida: probar qué joyas fueron sustraídas y cuál es su valor. Las dificultades del pleito aconsejan una negociación con el hotel.

La Audiencia Provincial de Málaga, en sentencias del 5 de junio de 1997 y de 22 de septiembre de 1998, desestimó demandas similares, si bien con una diferencia: los clientes habían guardado las joyas sustraídas en sus habitaciones, pero el hotel sí informaba de la disponibilidad de caja fuerte. En parecida línea van las sentencias del Supremo del 11 de julio de 1989 y la de la Audiencia de Valencia de 13 de diciembre de 2000.

CONSULTORIO

Escribanos, le sugerimos un camino para afrontar su problema.

- Tras estudiar las posibilidades de actuación CONSUMER sugiere a sus lectores la opción que sus servicios jurídicos consideran más conveniente para cada caso concreto. Se trata sólo de una orientación. Recuerde que las cuestiones judiciales son complejas y llenas de circunstancias que condicionan los casos e influyen en las sentencias.
- Envíenos una carta explicando su problema. Adjunte fotocopias de la documentación que disponga relativa al caso.
- La única contestación a las consultas recibidas será la publicada en estas páginas.

- Hasta que adquiera un poco de soltura, no dude en utilizar una minicalculadora o un convertidor.
- Habitúese a los céntimos, y no olvide la regla oficial de conversión y redondeo: si el tercer decimal es inferior a 5, se redondea a la baja, es decir, el segundo decimal no varía. Si es 5 o superior, se redondea al alza. El segundo decimal aumenta una unidad.
- Durante los primeros días de convivencia de las dos monedas



use dos carteras, una para euros y otra para pesetas. Le resultará más fácil reconocer y manejar su dinero.

- Toque, mire e incline. Son las tres pruebas que debe emplear para comprobar la autenticidad de los billetes de euro. Los billetes de euro incorporan, entre otros elementos de seguridad, un hilo de seguridad vertical que los atraviesa totalmente, una filigrana visible mediante transparencia, un holograma y una impresión en relieve.
- Ante cualquier duda, no dude en preguntar. Tome nota del teléfono de la Campaña de Comunicación del Euro:

Tel. 901 1 1 2002



Consultor

torio Legal

El hotel no es responsable de las joyas sustraídas en una habitación, si no conoce su presencia

Lo que pasó

Robaron de mi habitación del hotel joyas por valor de más de un millón de pesetas. Sospecho del personal del hotel. El establecimiento hotelero no se hace cargo del tema y su seguro no cubre esta eventualidad. La habitación no posee caja fuerte y en ningún sitio se estipula que el hotel dispone de caja de seguridad común, ni el personal informa al respecto. Sin embargo, la dirección afirma que ofrece dicho servicio. Me gustaría saber si una demanda contra el hotel puede resolverse a mi favor y si hay jurisprudencia referente a este tipo de casos.



Qué hacer

Según el artículo 1783 del Código Civil, los hoteleros son responsables de los objetos introducidos por los viajeros siempre que éstos lo notifiquen y observen las prevenciones que los posaderos les hubiesen hecho sobre su cuidado y vigilancia. Además, el artículo 78 de la Orden de 19 de julio de 1968 indica que los hoteleros tienen que prestar el servicio de custodia de dinero, alhajas u objetos de valor entregados bajo recibo por los huéspedes, y son responsables de su pérdida o deterioro en los supuestos y condiciones establecidas en los artículos 1783 y 1784 del Código Civil. También obliga a que en las habitaciones o apartamentos figure la indicación de que el establecimiento no responde del dinero, alhajas u objetos de valor no depositados en la forma señalada.

En este caso, el huésped no avisó al hotel de que portaba joyas, tal y como se exige. Tampoco el hotel indicó en lugar visible la disponibilidad del servicio de custodia y de la exención de responsabilidad en caso de no usar ese servicio.

En primera instancia, la infracción del hotel tiene carácter administrativo, por lo que puede ser objeto de sanción -por ejemplo, mediante una multa- por la administración competente. Para que se abra expediente administrativo se debe denunciar el suceso a través de las hojas de reclamaciones. Desde el punto de vista civil, la prosperabilidad de una demanda no es clara, ya que el huésped

no puso en conocimiento del hotel que portaba joyas. Aun así, en tanto que se considere negligente la conducta del hotel, podría alegarse una concurrencia de culpas y solicitar, subsidiariamente, una parte del valor de las joyas. Ahora bien, hay otra dificultad añadida: probar qué joyas fueron sustraídas y cuál es su valor. Las dificultades del pleito aconsejan una negociación con el hotel.

La Audiencia Provincial de Málaga, en sentencias del 5 de junio de 1997 y de 22 de septiembre de 1998, desestimó demandas similares, si bien con una diferencia: los clientes habían guardado las joyas sustraídas en sus habitaciones, pero el hotel sí informaba de la disponibilidad de caja fuerte. En parecida línea van las sentencias del Supremo del 11 de julio de 1989 y la de la Audiencia de Valencia de 13 de diciembre de 2000.

CONSULTORIO

Escribanos, le sugerimos un camino para afrontar su problema.

- Tras estudiar las posibilidades de actuación CONSUMER sugiere a sus lectores la opción que sus servicios jurídicos consideran más conveniente para cada caso concreto. Se trata sólo de una orientación. Recuerde que las cuestiones judiciales son complejas y llenas de circunstancias que condicionan los casos e influyen en las sentencias.
- Envíenos una carta explicando su problema. Adjunte fotocopias de la documentación que disponga relativa al caso.
- La única contestación a las consultas recibidas será la publicada en estas páginas.

Si no hay testamento, los herederos pueden comprar la parte de la propiedad que le corresponde al cónyuge que la tiene en usufructo



Lo que pasó

Mi cónyuge murió hace varios años dejando una propiedad y sin hacer testamento. Sólo tengo un hijo mayor de edad y quiere vender la propiedad. ¿Cuánto me toca a mí como viuda y a mi hijo como heredero?



Qué hacer

Cuando fallece uno de los cónyuges sin hacer testamento, dejando viudo-a e hijos, éstos últimos heredan la totalidad de los bienes del fallecido, mientras que a la pareja le corresponde el usufructo de un tercio de los bienes. En este caso, el caudal hereditario lo constituye un bien inmueble propiedad privativa del fallecido y habiendo un hijo único y cónyuge viuda, corresponde al hijo la propiedad del inmueble y a la madre el usufructo de un tercio del citado inmueble.

De acuerdo con el artículo 839 del Código Civil, los herederos pueden comprar al cónyuge la parte estimada como usufructo mediante un capital en efectivo y, en su defecto, por virtud de mandato judicial. Si se quiere valorar el usufructo en dinero, pueden llegar al acuerdo que deseen, si bien puede orientarles el criterio fiscal establecido en el artículo 26 de la Ley del Impuesto de Sucesiones y Donaciones.

En cualquier caso, en las sucesiones sin testamento han de realizar una serie de trámites previos, como son:

- Declaración de herederos ante notario, aportando un certificado del Registro de Ultimas Voluntades en el que conste que el cónyuge falleció sin testamento. Se puede solicitar por correo a través de un impreso que facilitan los estancos.
- Redactar un cuaderno particional, ante notario, haciendo inventario de los bienes, valorándolos y realizando las adjudicaciones. En el cuaderno podrán hacer constar el acuerdo al que lleguen.
- Presentar y en su caso abonar, el impuesto de sucesiones y registrar en el Registro de la Propiedad la nueva titularidad.

S E N



La Administración no fue responsable de las heridas de un niño en el patio de un colegio público

Un menor perdió la visión de un ojo como consecuencia de la patada que le propinó un compañero mientras jugaban al fútbol en el patio de un colegio público de Huesca. El padre demandó a la Administración sobre la base de la responsabilidad patrimonial de la Administración Pública y solicitó una indemnización en concepto de daños y perjuicios. La sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional había estimado la petición del demandante, condenando a la Administración a indemnizar al menor con ocho millones de pesetas. Sin embargo, ante el recurso, la sentencia del Tribunal Supremo en sentencia de 24 de julio de 2001 deja sin efecto la anterior, considerando la ausencia de responsabilidad de la Administración.

Dice el Tribunal que el reconocimiento de la responsabilidad patrimonial de la Administración exige acreditar un daño individualizado y evaluable cuya imputación individual no deba soportar el perjudicado, que la lesión no provenga de fuerza mayor y sea consecuencia del funcionamiento normal o anormal de los servicios públicos y, por último, que exista una relación de causa-efecto entre la actividad administrativa a la que se achaca el daño y la lesión. En este caso no cabe imputar el daño a la administración docente porque la lesión fue causada por una patada fortuita e involuntaria recibida en el lance del juego, por lo que se habría producido cualquiera que hubiera sido la vigilancia.



T E N C I A S

El concesionario tuvo que devolver el precio de la venta de un coche que presentaba un defecto antes de la compra

Un consumidor adquirió en un concesionario un vehículo de segunda mano con una garantía por un año limitada a 400.000 pesetas. El mismo día de la compra advirtió defectos en la dirección del vehículo por lo que reclamó verbalmente su reparación. Pocos días después, el vehículo sufrió un accidente quedando rota la rótula de la dirección. El consumidor solicitó la devolución del precio total, ya que consideraba abusiva la limitación de la garantía a 400.000 pesetas. El vendedor apeló la sentencia de primera instancia, al entender que no se habían probados los defectos del vehículo. Tanto en primera instancia como en apelación se estimó la pretensión del consumidor, atendiendo a los artículos 11.3, 25, 26, 27 y 28 de la Ley General de Defensa del Consumidor y Usuario (LGDCU). Según el artículo 28 de la LGDCU, el consumidor debía probar que el vehículo presentaba un defecto en el momento



de su compra y el vendedor debía acreditar que la rotura de la rótula de la dirección se debió, no a defectos preexistentes, sino exclusivamente al accidente. El consumidor probó el defecto por testigos y por un informe pericial posterior al accidente, por lo que la Audiencia dice que los defectos del vehículo fueron los determinantes del accidente, sin que el demandado hubiese probado que hubiese sometido al vehículo a una revisión completa antes de la venta.

La agencia minorista y la mayorista comparten culpa ante la muerte de una viajera en un accidente aéreo

Un matrimonio concertó con una agencia de viajes minorista un combinado a Santo Domingo (República Dominicana) organizado por otra agencia mayorista. Durante un trayecto en avioneta, ésta sufrió un accidente y cayó al mar. La esposa falleció. El marido solicitó que se condenase a las agencias de viajes mayorista y minorista, de forma solidaria, al pago de 15 millones de pesetas como indemnización de daños y perjuicios por la muerte de su esposa. La minorista alegó que actuaba de comisionista de la mayorista, por lo que no quedaba obligada frente a las personas con quienes contrató el viaje ofer-

tado por la mayorista. Finalmente, el Tribunal Supremo condenó, en sentencia del 23 de julio de 2001, a ambas empresas. Estimó que la Orden de 4 de abril de 1988 reguladora de las agencias de viajes califica a las agencias minoristas como aquellas que comercializan el producto de las agencias mayoristas vendiendo directamente al consumidor, pero también como aquellas que proyectan, elaboran, organizan y venden toda clase de servicios y paquetes turísticos directamente al usuario (no pudiendo ofrecer sus productos a otras agencias). Es decir, no son meros intermediarios, por lo que comparten culpa.



El redondeo al alza del tipo de interés en un crédito hipotecario es ilegal

La Asociación de Usuarios Bancarios (AUSBANC) demandó a Caja Madrid para que se declarase nulo el redondeo por exceso del tipo de interés aplicado en los préstamos hipotecarios de interés variable. También solicitó que se condenase a la entidad financiera a eliminar dicha condición de los contratos y a abstenerse de utilizarla en lo sucesivo. La caja alegaba que el redondeo forma parte del precio de la operación y que el precio no puede ser considerado como una condición general de la contratación.

El juzgado de Primera Instancia número 50 de Madrid estimó totalmente las pretensiones de AUSBANC y expuso que es evidente que el redondeo por exceso favorece exclusivamente a la entidad prestamista, carece de justificación y conlleva un desequilibrio contractual importante para el consumidor. El Tribunal condena a la entidad, en sentencia del 11 de septiembre de 2001, a eliminar esa cláusula del contrato, ya que obliga al consumidor a abonar, en el transcurso del periodo de duración del préstamo, una cantidad notablemente superior a la que se vería obligado a satisfacer en el caso de que no existiese esta cláusula.

Un caso similar puede merecer sentencia distinta

Esta sección recoge sentencias de nuestros tribunales que, por su contenido, afectan a los consumidores y usuarios de todo tipo de productos y servicios. No olvide que ante hechos similares, las cuestiones de prueba, las circunstancias concretas de las partes implicadas e, incluso, el tribunal que sea competente en la causa pueden determinar fallos distintos.



Fraude con el butano

LPASADO DÍA 16 DE JULIO del presente año se presentaron a mi casa dos señores que se acreditaron como empleados de Sagas Levante, empresa instaladora de gas butano subsidiaria de Repsol. Me dijeron que iban a realizar las correspondientes y obligatorias revisiones. Al día siguiente les avisé por teléfono de que la goma de conexión del calentador que ellos habían cambiado estaba doblada. Según ellos, era imposible encender el butano, por lo que debían pasar a repararlo. Tras un montón de llamadas infructuosas decidí contactar con Repsol Butano para comprobar si esta empresa era o no subsidiaria de ellos, y también para presentar una queja. Me respondieron que no la conocían y al informarme de sus tarifas pude comprobar que había sufrido un auténtico timo. Y es que me habían cobrado una barbaridad y encima me encontraba sin servicio. Después de dos meses de continuas llamadas y reclamaciones a Sagas Levante, el problema no se ha resuelto, pues estos señores no han dado señales de vida y yo he pasado todo el verano con un peligro grande y sin servicio de agua caliente. Espero que esta carta sirva para que hechos similares no se repitan.



Maribel Amado
Valencia

La empresa no cumplió

En marzo contraté telefónicamente con la empresa Teledesguace S. L. la compra de una culata de segunda mano para mi vehículo. Ingresando 40.000 pesetas en su cuenta corriente en 48 horas, tendría la pieza en la dirección indicada por mí. Pero pasaban los días y la culata no llegaba. Tras más de 40 llamadas a un 902, me solicitaron el número de mi cuenta corriente y me señalaron que ese mismo día me devolverían la cantidad abonada. Seguían pasando los días, no atendían mi problema, se reían de mí y hasta me colgaron el teléfono (la empresa se encuentra en Málaga, a 1.000 kilómetros de mi domicilio).

Acudí a la OMIC de Uribe Costa, pero también pasaban de ellos. En junio interpusé una demanda de reclamación de cantidad contra Teledesguace, S. L. en el juzgado. Seis meses después me personé en Málaga, en la sede de la empresa, y cobré lo que era mío. Teledesguace no, gracias.

Juan Zabala
Gorliz (Vizcaya)



Facturación incorrecta

TELEFÓNICA ME HA COBRADO en la factura de octubre unas llamadas que ni yo ni nadie ha realizado desde mi teléfono. Estas llamadas se efectuaron una noche en la que yo no estaba en casa -y nadie dispone de las llaves-. Soy profesora y durante las vacaciones escolares no habito esa casa. No hay llamadas ni de julio ni de agosto, salvo las de dos días: las de uno las realicé yo misma, las del otro no.

Contacté con el 1004 para exponer mi queja y, tras examinar mi factura, me comunicaron que los importes eran correctos. ¿Cómo

efectuaron las comprobaciones? No me respondieron, pero me indicaron que podía acudir a la OMIC. Así lo hice y, para mi asombro, allí me dijeron que probablemente Telefónica contestaría lo mismo. Pero es fácil comprobar que se trata

de una factura con importe mucho más alto que la media, cuando precisamente durante esos meses siempre he tenido facturas de menor valor. Además, nunca he realizado llamadas a teléfonos con prefijo 906 ni a esas horas de la noche.

Ana Zubillaga
Logroño



El euro y el abuso del redondeo

SE HA ESCRITO MUCHO SOBRE EL EURO (equivalencia, redondeo, fechas, billetes, monedas...), pero lo que nadie ha dicho todavía es dónde denunciar prácticas injustas o qué organismo oficial debe atajar y sancionar los abusos del redondeo. Un caso concreto y demostrable es el de la "Revista mensual de autodefinidos" de la Editorial Dersa 88, S.A., de Torrejón de la Calzada (Madrid). Esta firma publica unos autodefinidos cuyo precio actual es de 215 pesetas, pero se indica, al lado del importe en pesetas, que la equivalencia en la nueva moneda es de 1,35 euros, cuando es 1,29 euros.

Así preparan desde ahora el camino para que el próximo enero se paguen 6 céntimos de euro más (9,98 pesetas), o lo que es lo mismo, un 4,64% más sin justificación alguna. Si todos los comerciantes operan del mismo modo, el IPC del año 2002 se dispara.

Federico Arteagoitia
Bilbao



En espera de la nómina

L PASADO 3 DE SEPTIEMBRE una empresa de trabajo temporal de San Adrián de Besós, Este ETT, S.L., me contrató para dos días. Según me aclararon amablemente, cobraría más o menos al de quince días. Pero no fue así. Me personé en las oficinas y, ya no tan amablemente, me aclararon que estaban pagando los finiquitos y que tendría que esperar unos días más. Creo que yo debería haber figurado dentro de esos finiquitos, pero me tuve que callar. Tras la espera, recibí una llamada y me confirmaron que mi talón estaba listo y que podía pasar a recogerlo a la tarde (un jueves a las 19 horas, sin posibilidad de cobrar hasta el lunes, 15 de octubre, ya que había una fiesta por medio). Para calmar mi ánimo, me indicaron que tenía la posibilidad de desplazarme hasta la central, en la parte alta de Barcelona, y recoger allí el talón. Si hacia esto debía tomar el metro y después un autobús. Me

personé en la central, y me ignoraron durante cerca de veinte minutos, tras los que me entregaron un talón por valor de 15.400 pesetas. Pero después de tanto viaje y tanta llamada he perdido parte del dinero. Y todavía no me han entregado el contrato ni la nómina. Menos mal que todas las ETT no son iguales. Algunas te tratan como a una persona, cobras cuando te toca, y no cuando a ellos les viene bien...

Carolina Velásquez
Badalona (Barcelona)



CONSUMER es una revista de consumo editada por la Fundación Grupo Eroski. Las cooperativas de consumo Eroski (cuyo ámbito de actuación es CAV, Navarra, La Rioja, Cantabria y Burgos) y Consum (que opera en la Comunidad Valenciana, Cataluña y Murcia), fundadoras del Grupo Eroski, son asociaciones de consumidores que dedican sus esfuerzos, fundamentalmente, a la formación e información de los consumidores.

CONSUMER es una revista que nace de la confluencia de las revistas EROSKI y CONSUM.

CONSUMER analiza la vida cotidiana, siempre desde la óptica de los derechos del consumidor.

CONSUMER informa al consumidor para que pueda decidir en cada ocasión lo más conveniente para sus intereses. Asimismo, pretende que los agentes económicos y sociales incorporen a sus actuaciones el punto de vista del consumidor.

CONSUMER defiende los derechos reconocidos a los consumidores de bienes y servicios, e informa de los mismos para que los ciudadanos puedan exigir su cumplimiento.

CONSUMER es un medio de comunicación comprometido con el consumo sostenible y sensibilizado con la reducción del impacto medioambiental.

CONSUMER es una revista gratuita que no admite publicidad.

CONSUMER no publica ninguna información relacionada con la actividad empresarial de las dos cooperativas que la editan.

CARTAS DE LECTORES

Los lectores que deseen ver publicadas sus cartas en estas páginas deben incluir en ellas el número de su DNI, su dirección y un número del teléfono. Y remitirlas, por escrito, a:

Revista CONSUMER • Eroski Publicaciones. B^a San Agustín s/n - 48230 Elorrio (Vizcaya)

o a

Revista CONSUMER • Consum Publicaciones. Avd. Espioca s/n - 46460 Silla (Valencia)

- Por razones de limitación de espacio, no se publicarán cartas cuya extensión sea superior a las 40 líneas. Por idéntico motivo, CONSUMER puede resumir el contenido de las cartas.
- CONSUMER no comparte necesariamente las opiniones expresadas en estas cartas. Esta es una sección donde aparecen exclusivamente las cartas remitidas por los lectores.
- CONSUMER no mantiene correspondencia sobre el contenido de las cartas, ni divulga datos sobre los lectores que las escriben.



Explicaciones sobre el informe de ríos urbanos

Deseo manifestar mi total desacuerdo con el artículo sobre ríos españoles publicado en el número de noviembre, al menos si nos centramos en lo que se dice sobre el río Segura.

En primer lugar, disiento totalmente del criterio de calificación empleado, que sobrevalora aspectos secundarios y muy discutibles (como la fauna y flora autóctonos o el cauce primitivo) y minimiza otros decisivos y perfectamente objetivos, como la calidad del agua. Pero mi mayor desacuerdo se refiere a la calificación de "Bien" que se otorga al tratamiento del agua del río Segura. El agua que pasa a unos doscientos metros de mi casa en Orihuela es de color gris oscuro y desprende un olor nauseabundo de origen fácilmente comprobable por las burbujas que hay en el escaso caudal. Las autoridades de la Confederación Hidrográfica y de los gobiernos autonómicos y municipales de la zona reconocen que las depuradoras no funcionan o lo hacen precariamente, y apelan a nuestra paciencia. Desde hace varios años los ciudadanos ribereños estamos inmersos en una intensa actividad reivindicando soluciones para nuestro río. Artículos inexactos o tibios como el publicado en CONSUMER nos hacen un gran daño, puesto que no contribuyen a crear el estado de opinión que sirva de presión a los responsables políticos capaces de tomar las medidas adecuadas. El Segura no está sólo mal, es una cloaca, las disquisiciones sobre usos educativos (soy profesor) o recreativos del cauce suenan a chiste de mal gusto. No estaría nada mal que volviessen sobre el tema, pero esta vez con la seriedad y el rigor que les caracteriza y que hasta ahora nunca puse en duda.

José Camuñas
Correo electrónico

CONSUMER responde:

El informe estudia el trato que reciben 12 ríos a su paso por otras tantas ciudades. Y, por ello, los datos del río Segura a su paso por Murcia no pueden hacerse extensivos al estado del río cuando discurre por otras localidades.

En Internet www.revista.consumer.es se puede consultar la metodología del estudio.

El trato que recibe la calidad del agua se valoró en función de la variación que registran dos parámetros (biológico y químico) en las muestras de agua recogidas antes y después del paso de cada río por la ciudad correspondiente. De todos modos, este análisis del agua era una variable con poco peso en la calificación de cada río: el apartado "Trato a la calidad del agua" representaba sólo el 20% de la nota fina en cada río (mientras que, por ejemplo, el estado de conservación de las riberas ponderaba el 50%) y dentro de él, el análisis del agua sólo era uno de seis subapartados; otros eran la mención de los vertidos en el Plan de Ordenación Urbana y la efectividad de sistemas de depuración.

La calidad del agua no mereció mayor importancia por tres razones: una, la dificultad técnica de introducir otras variables para diagnosticar la calidad del agua; dos, que ese análisis no podría ofrecer datos científicamente representativos si no se hiciera en muchos puntos distintos del río y varias veces a lo largo del año de modo que pudiera incluir datos de calidad del agua en momentos bien distintos: mucha y poca agua en el cauce, vertidos ocasionales o regulares... Y tres, que la calidad del agua del río no es lo más importante ni el principal problema de los ecosistemas fluviales a su paso por nuestras ciudades: el apartado "Trato a la calidad del agua" fue, con un aceptable, el que mejor nota obtuvo de los cuatro que acompañó la investigación.

El estudio ofrece un diagnóstico del ecosistema fluvial urbano, que se halla en íntima relación con la vegetación de los ríos, su fauna, el estado de conservación de la ribera, la política de vertidos y depuración aplicada desde las instituciones, los programas de protección del río, ... y con otras variables extraídas de la Agenda 21 de la "Cumbre de la Tierra" de Río de Janeiro (Brasil) de junio de 1992.

El informe aporta también una metodología original y con criterios propios de ponderación para valorar la incidencia de cada variable en la calificación final de cada río. Esta metodología podría haber sido otra, pero tanto la cualificación y experiencia profesional de los biólogos y técnicos que realizaron el estudio, como el rigor y autoexigencia de nuestros sistemas de trabajo nos permiten asegurar que la metodología es correcta y adecuada para conformar un diagnóstico certero de la situación actual de los ríos urbanos.

Por otro lado, la orientación de esta investigación es medioambiental y conservacionista, y prioriza estos aspectos ante otros, como la explotación de las posibilidades urbanísticas de las orillas de los ríos. El enfoque, podría haber sido otro, pero CONSUMER es un medio de comunicación comprometido con la defensa del medio ambiente y que trabaja con la convicción de que los intereses del consumidor pueden y deben integrarse con la protección de la naturaleza. Y esta es una apuesta editorial compartida por la inmensa mayoría de nuestros lectores.

ESCRIBA Y OPINE SOBRE SU REVISTA

CONSUMER invita y anima a todos sus lectores a manifestar sus opiniones, críticas o comentarios sobre los contenidos de esta publicación. Póngase en contacto con nosotros:

Por carta: CONSUMER
EROSKI PUBLICACIONES.
Bº S. Agustín s/n
48230 Elorrio (Vizcaya).

CONSUMER
CONSUM PUBLICACIONES.
Avd. Espioca s/n
46460 Silla (Valencia).

O por fax: Eroski 94 621 12 23
Consum 96 120 28 23

O por e-mail:
revistaconsumer@eroski.es
consumer02@vlc.servicom.es

