

www.revista.consumer.es

Enero 2002



CONSUMER

La revista del Consumidor de hoy N.º 51

**Visitadas 56 inmobiliarias
en 14 ciudades**

Inmobiliarias: deficiencias de calidad e irregularidades

ENTREVISTA: Modesto Lomba, diseñador • **INFORME:** Televisiones de pago
• **ALIMENTACIÓN:** Alimentos funcionales o enriquecidos • **SALUD:**
Automedicación responsable • **ANÁLISIS:** Cafés de alta gama. Freidoras
eléctricas • **INTERNET:** ADSL

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: Eurne 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).
Telf: 94-6211487 - Fax: 94-621 12 22.
Consum Publicaciones.
Avda. Espioca, s/n. 46460 Silla (Valencia).
Telf: 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 Las inmobiliarias, a examen

Se visitaron 56 inmobiliarias en 14 ciudades. Ofrecen un aceptable servicio, pero su operativa presenta graves irregularidades y adolece de deficiencias de calidad en lo que afecta a la transparencia informativa en cuestiones de interés para el cliente y a la calidad de la información sobre las viviendas que pueden satisfacer las necesidades del usuario.

Sumario

>13 Televisiones de pago

CONSUMER ha analizado la oferta de las tres plataformas digitales de televisión de pago (dos por satélite, Canal Satélite Digital y Via Digital, y una terrestre, Quiero TV) que compiten en España. Su programación y tarifas son muy dispares.

>16 ALIMENTACIÓN Alimentos funcionales o enriquecidos

>20 SALUD Automedicación

>22 PSICOLOGÍA Sentimientos de culpa

>24 MEDIO AMBIENTE Reciclaje de nuevos residuos eléctricos y electrónicos



>10

Modesto Lomba, diseñador

“La revolución definitiva en el mundo de la moda se vivió a principios del siglo pasado, cuando aparece la figura del diseñador: ya no son los modistas y sastres quienes deciden qué elaboran. Antes está la labor del diseñador que crea la moda”.

>26



ANÁLISIS

Café molido. Se han analizado 13 muestras de café de alta gama en envase de 250 gramos, cuyos precios varían entre 1,76 euros (293 ptas) y 6 euros (999 ptas).

ANÁLISIS

Freidoras eléctricas. Se han analizado ocho freidoras eléctricas cuyos precios oscilan entre 50,42 euros (8.390 ptas) y los 107,58 euros (17.900 ptas).



>30

- >34 INTERNET
ADSL: alternativa veloz a las lentas conexiones por módem convencional
- >36 ECONOMÍA DOMÉSTICA
IPC: claves para entender cómo nos afecta
- >38 MISCELÁNEA
Tiempo de poda
- >40 CONSEJOS
Manipular la instalación eléctrica



La gestión de las inmobiliarias, a examen:
se visitaron 56 distintas en 14 ciudades

Un servicio aceptable, pero plagado de deficiencias e irregularidades

Las inmobiliarias ofrecen en nuestro país un aceptable servicio, pero su operativa cotidiana presenta irregularidades relacionadas con el dinero negro y con la venta de Viviendas de Protección Oficial (VPO), además de importantes deficiencias en la transparencia informativa en cuestiones de gran interés para el cliente y en la calidad de la información que se ofrece sobre las viviendas que pueden satisfacer las necesidades del usuario. Y todo ello, a pesar del elevado coste que las gestiones de una inmobiliaria suponen para el usuario que formaliza con ella una relación contractual: por vender un piso de 120.000 euros (unos 20 millones de pesetas) lo más frecuente es que cobren entre 3.600 y 6.000 euros (600.000-1.000.000 pesetas), más el 16% de IVA.

Es decir, entre el 3% y el 5% del importe de la venta o compra.

Esta es la principal conclusión de la investigación realizada por CONSUMER, cuyos técnicos realizaron (presentándose como unos clientes cualesquiera), el pasado mes de diciembre dos gestiones de información -una sobre compra y otra relativa a la venta de vivienda en cada una de las 56 inmobiliarias visitadas en 14 ciudades: Madrid, Barcelona, Valencia, Alicante, Málaga, Bilbao, San Sebastián, Victoria, Pamplona, Castellón, Murcia, Burgos, Logroño y Santander.

El 98% de las inmobiliarias aceptaron mediar en operaciones con “dinero negro” entre sus clientes, cuando comprar o vender evadiendo impuestos constituye delito fiscal. La mecánica es la siguiente: la escritura no se realiza por el montante total de la compraventa, y de esta manera el cliente evita pagar el IVA (7%) del dinero no escriturado, y también los gastos de notaría de ese dinero con su IVA del 16%. El principal beneficiario de esta práctica ilegal no es la inmobiliaria, sino el cliente que vende el piso. De las 56 inmobiliarias sólo una, de Castellón, se negó a aceptar operaciones con dinero opaco al fisco tanto en la compra como en la venta.

Otra realidad decepcionante es que las pocas (sólo el 12%) que ofrecen

Viviendas de Protección Oficial (VPO) lo hacen en todos los casos a precios equiparables a los de las viviendas de mercado libre, cuando lo que apunta la legislación es que el precio de las VPO sea inferior al de las que no lo son. Además, la Administración fija unos plazos, desde su construcción, para que las VPO puedan liberar su precio. Lógicamente, estas inmobiliarias que vendían VPO (sin respetar los plazos, en muchos casos) proponen al cliente que la ma-

yor parte del pago se realice en dinero negro y que se escriture por un precio (similar al que le corresponde legalmente por ser VPO) muy menor al real.

Por otro lado, casi seis de cada diez inmobiliarias no informaron (en esta primera visita; no se realizó otra) con transparencia sobre el importe de la comisión que cobran por su trabajo en la venta y en la compra, y sobre el IVA (16%) de esta comisión que debe pagar el cliente. Cabe destacar que

Las pocas VPO disponibles se vendían a precios similares a los de la vivienda libre



EL RESUMEN GLOBAL		
CIUDAD*	TRANSPARENCIA INFORMATIVA**	CALIDAD DEL SERVICIO **
BARCELONA	Mal	Aceptable
SANTANDER	Muy Mal	Regular
MALAGA	Mal	Aceptable
S.SEBASTIÁN	Aceptable	Regular
BILBAO	Muy Mal	Aceptable
MADRID	Mal	Bien
ALICANTE	Aceptable	Regular
CASTELLÓN	Mal	Aceptable
MURCIA	Mal	Aceptable
VALENCIA	Aceptable	Muy Bien
VITORIA	Regular	Bien
PAMPLONA	Mal	Aceptable
BURGOS	Mal	Regular
LOGROÑO	Mal	Bien
Media	Mal	Aceptable

* En cada una de las 14 ciudades se han visitado 4 inmobiliarias distintas. La media de cada ciudad corresponde a la de la obtenida por sus cuatro inmobiliarias. Este dato no es representativo del sector en cada ciudad, dado lo exiguo de la muestra.

** Para comprobar a qué se refiere cada uno de estos apartados, véanse los cuadros pormenorizados.

TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN ESENCIAL				
CIUDAD	INFORMACIÓN SOBRE LA COYUNTURA DEL MERCADO ¹	TRANSPARENCIA EN SU OFERTA INMOBILIARIA ²	INFORMACIÓN SOBRE LA COMISIÓN QUE COBRAN ³	MEDIA*
	afecta a la compra y a la venta	afecta a la compra	afecta a la compra y a la venta	
BARCELONA	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal
SANTANDER	Muy Mal	Mal	Muy Mal	Muy Mal
MALAGA	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal
SAN SEBASTIÁN	Muy Mal	Muy Bien	Muy Bien	Aceptable
BILBAO	Muy Mal	Regular	Muy Mal	Muy Mal
MADRID	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal
ALICANTE	Muy Mal	Muy Bien	Muy Bien	Aceptable
CASTELLÓN	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal
MURCIA	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal
VALENCIA	Muy Mal	Muy Bien	Muy Bien	Aceptable
VITORIA	Muy Mal	Muy Bien	Regular	Regular
PAMPLONA	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal
BURGOS	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal
LOGROÑO	Muy Mal	Muy Bien	Mal	Mal
Media	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal

* En cada una de las 14 ciudades se han visitado 4 inmobiliarias distintas. La media de cada ciudad corresponde a la de la obtenida por sus cuatro inmobiliarias. Este dato no es representativo del sector inmobiliario de cada ciudad, dado lo exiguo de la muestra.

(1) Se ha analizado la cantidad y calidad de la información ofrecida por las inmobiliarias sobre la coyuntura del mercado de inmuebles (tipos de interés, situación del mercado, promociones inmobiliarias próximas en el tiempo...); en resumen, si es o no buen momento para vender o comprar y por qué. Para la nota media de cada inmobiliaria, este apartado pondera un 20%. (2) Se ha comprobado si exponen o informan desde un primer momento sobre todas las viviendas que se ajustan a la zona y características solicitadas por el cliente. Para la nota media de cada inmobiliaria, pondera un 35%.

(3) Se ha comprobado si las inmobiliarias proporcionan una información precisa y con claridad suficiente sobre el importe de la comisión que cobran por su trabajo y sobre el hecho que esta comisión está sujeta al IVA (16%). Para la nota media de cada inmobiliaria, este apartado pondera un 45%.

CALIDAD DEL SERVICIO PRESTADO POR LAS INMOBILIARIAS											
CIUDAD*	CONOCIMTO. DE LA REALIDAD IMMOB.		ASESORAMIENTO COMERCIAL			TRATO PERSONAL ⁶	RESPUESTA A LAS NECESIDADES DEL CLIENTE				MEDIA
	EXPOSICIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS VIVIENDAS ¹	CONOCIMIENTO DE LAS ZONAS ²	INFORMACIÓN SOBRE POSIBLES AYUDAS O SUBVENCIONES ³	ASESORAMIENTO SOBRE GASTOS A SOPORTAR ⁴	HERRAMIENTAS A UTILIZAR EN LA VENTA ⁵		CARACTERÍSTICAS ⁷	PRECIO ⁸	SOLUCIONES APORTADAS ⁹	INFORMACIÓN ESCRITA FACILITADA ¹⁰	
	Compra	Compra	Compra	Compra-venta	Venta	Compra-venta	Compra	Compra	Compra-venta	Compra	
BARCELONA	Aceptable	Regular-mal	Mal	Mal	Muy Bien	Excelente	Regular	Regular	Bien	Mal	Aceptable
SANTANDER	Regular	Regular-mal	Muy Mal	Regular	Bien	Bien	Bien	Bien	Mal	Muy Mal	Regular
MALAGA	Mal	Muy Bien	Muy Mal	Regular	Muy Bien	Bien	Bien	Bien	Regular	Muy Mal	Aceptable
S.SEBASTIÁN	Mal	Bien	Muy Mal	Muy Bien	Muy Bien	Muy Bien	Mal	Muy Bien	Bien	Muy Mal	Regular
BILBAO	Mal	Aceptable	Muy Mal	Muy Bien	Bien	Bien	Bien	Regular	Aceptable	Mal	Aceptable
MADRID	Excelente	Muy Bien	Muy Mal	Muy Bien	Bien	Excelente	Bien	Bien	Bien	Muy Mal	Bien
ALICANTE	Mal	Mal	Muy Mal	Aceptable	Bien	Bien	Regular	Regular	Aceptable	Muy Mal	Regular
CASTELLÓN	Mal	Mal	Mal	Aceptable	Muy Bien	Bien	Bien	Muy Bien	Regular	Aceptable	Aceptable
MURCIA	Regular	Mal	Mal	Mal	Muy Bien	Muy Bien	Bien	Bien	Aceptable	Regular	Aceptable
VALENCIA	Muy Mal	Regular-mal	Regular	Muy Bien	Muy Bien	Bien	Bien	Bien	Bien	Muy Bien	Muy Bien
VITORIA	Aceptable	Regular-mal	Mal	Aceptable	Aceptable	Aceptable	Muy Bien	Bien	Mal	Regular	Bien
PAMPLONA	Muy Mal	Mal	Regular	Regular	Bien	Muy Bien	Bien	Bien	Bien	Muy Mal	Aceptable
BURGOS	Muy Mal	Mal	Muy Mal	Aceptable	Bien	Bien	Muy Bien	Muy Bien	Regular	Mal	Regular
LOGROÑO	Muy Mal	Regular-mal	Regular	Muy Bien	Muy Bien	Muy Bien	Bien	Muy Bien	Muy Mal	Regular	Bien
Media	Muy Mal	Regular-mal	Muy Mal	Bien	Bien	Muy Bien	Bien	Aceptable	Regular	Muy Mal	Aceptable

* En cada una de las 14 ciudades se han visitado 4 inmobiliarias distintas. La media de cada ciudad corresponde a la de la obtenida por sus cuatro inmobiliarias. Este dato no es representativo, de la situación del sector en cada ciudad dado lo exiguo de la muestra. (1) Se ha analizado la exposición de las características de las viviendas, tanto el número de características expuestas como la calidad y el detalle de las explicaciones. (2) Se ha evaluado el conocimiento por parte del comercial de las diferentes zonas, en términos de características socioculturales, de los servicios e infraestructuras y de las características de las viviendas de la zona. (3) Se ha estudiado el conocimiento por parte del comercial de las posibles ayudas o subvenciones a la compra de una vivienda. Se han valorado tanto las explicaciones como la información escrita facilitada o la indicación del lugar donde podían ser informados. (4) Se ha tenido en cuenta la exposición por parte de comercial acerca de los gastos derivados de una compraventa. (5) Se han evaluado los mecanismos a que recurren las inmobiliarias en la venta de las viviendas: anuncios en prensa o en el escaparate, bolsas inmobiliarias en Internet... (6) Se han tenido en cuenta el interés del comercial, la actitud adoptada, la amabilidad en el trato, y en general, la atención y el servicio dispensados. (7) Se ha estudiado si el comercial responde a los requerimientos del cliente en lo que a las características de la vivienda se refiere, es decir, si las que presenta se ajustan a lo planteado por el cliente. (8) Se ha analizado la respuesta por parte del comercial a los requerimientos del cliente en lo que al precio se refiere. (9) Se ha tenido en cuenta la calidad de las soluciones aportadas finalmente a los diversos deseos, problemas y sugerencias planteados por el cliente. (10) Se analizó, en cantidad y calidad, la información escrita facilitada por las inmobiliarias sobre los pisos que finalmente ofrecieron al cliente.



COMPRAR UNA VIVIENDA SUPONE EL DESEMBOLSO ECONÓMICO MÁS IMPORTANTE DE NUESTRA VIDA, POR LO QUE ANTES DE TOMAR CUALQUIER DECISIÓN CONVIENE HACERSE CON TODA LA INFORMACIÓN NECESARIA PARA COMPARAR EFICAZMENTE LAS DIVERSAS POSIBILIDADES QUE EL MERCADO NOS OFRECE.

UNA VEZ DECIDIDO QUE VAMOS A COMPRAR CASA, COMIENZA EL PROCESO DE BÚSQUEDA DE UNA VIVIENDA QUE RESPONDA DE MODO ÓPTIMO A NUESTRAS NECESIDADES Y PREFERENCIAS, QUE DEFINIREMOS CON EL MÁXIMO DETALLE POSIBLE PARA AHORRARNOS EL TIEMPO QUE REQUIEREN LAS GESTIONES ESTÉRILES.

PARA ACERTAR EN LA COMPRA

EL PRECIO... UN FACTOR ESENCIAL

Un análisis realista de nuestras posibilidades económicas nos ayudará a establecer la cantidad mensual que podemos dedicar al pago del crédito hipotecario a que casi siempre obliga la adquisición de la vivienda. Para ello tendremos en cuenta por lo menos tres factores: ahorros disponibles, nómina o nóminas (en caso de que se trate de una pareja con ingresos) y futuros ingresos. A la hora de solicitar un préstamo hipotecario, se estima conveniente que la cuota mensual no sea superior al 40% de la nómina. En cuanto al importe de la hipoteca, la mayoría de entidades financieras no conceden créditos que supongan más del 80% del valor de tasación de la vivienda si bien algunas llegan a prestar hasta el 100% del valor del inmueble.

EL TIPO DE VIVIENDA

El siguiente paso es el análisis de la tipología y características de la vivienda que buscamos, que pueden verse muy condicionados por nuestra capacidad económica. Una cosa es lo

que queremos y otra lo que nos conviene. Entre las características a tener en cuenta destacan: la zona urbana en que se ubica, si es vivienda nueva o de segunda mano, si libre o protegida (VPO), la superficie habitable, el número de habitaciones y de baños, la altura (bajo, 1º, 2º...), la calefacción central o individual, los gastos de comunidad, si tiene o no garaje, trastero o bodega y si la vivienda es interior o exterior. Lo más habitual es que las inmobiliarias proporcionen, al menos en una primera visita, escasa información sobre estas cuestiones y que ésta raramente se ofrezca por escrito.

De todos los pisos que nos exponen en nuestra visita a las inmobiliarias (consultemos varias, es mejor), realizaremos una criba recurriendo a nuestra memoria y a la información que nos facilitaron. Resultará arduo visitar todas las viviendas que nos ofrecen, por lo que cuanto más y más precisa información obtengamos mayores serán las posibilidades de acertar en la primera selección y no dejarnos en el camino opciones interesantes. Por ello, no dudemos en solicitar, desde el primer contacto,

todas las visitadas en San Sebastián y Alicante informaron bien al respecto.

Ya en otro ámbito, ninguna ofreció información sobre la coyuntura del mercado de la vivienda: si merecía o no la pena comprar o vender en ese momento, y por qué (tipos de interés de los créditos, situación y expectativas del mercado inmobiliario...). Tanto para la compra como para la venta, los comerciales afirmaban que es un buen momento o que "ni sí ni no" o que "es tan buen momento como cualquier otro". En ningún caso hicieron referencia al momento inmobiliario en términos de tendencias y coyuntura del mercado.

Buen trato personal y suficiente esfuerzo para vender. La situación dista mucho en las 14 ciudades, si bien este estudio no es suficientemente representativo para definir cómo opera el sector inmobiliario en las

ciudades comparadas debido a lo exiguo de la muestra: cuatro inmobiliarias por cada ciudad. De todos modos, las que ofrecieron un mejor servicio fueron las visitadas en Valencia, seguidas de las de Madrid, Vitoria y Logroño.

En lo positivo, el informe ha constatado que las inmobiliarias adoptan las medidas necesarias (y asumen los gastos que conllevan) para dar a conocer el piso que los usuarios desean vender, ya que la mayoría recurren a la prensa diaria de más tirada y a otros sistemas complementarios, entre ellos la exhibición de la oferta en el escaparate del establecimiento o el volcado en Internet de esa oferta. Asimismo, se comprobó el buen trato personal dispensado (interés, actitud, amabilidad y atención) por los empleados, así como el buen asesoramiento sobre los gastos que el usuario debe soportar en la compra

La respuesta aportada al cliente, mediocre. Las soluciones aportadas finalmente (tras aproximadamente una hora de conversación y gestiones) por las inmobiliarias al usuario que desea comprar o vender una vivienda merecen una nota media de "regular". Y ello porque, entre otras cuestiones, lo más habitual es que el empleado no mostrara ante el cliente la iniciativa -exigible en un profesional competente- de mostrarle todas las opciones que a éste pudieran interesarle. Y que (en siete de cada diez casos) no le ofreciera una información amplia y detallada por escrito sobre los pisos que podrían ajustarse a sus preferencias y necesidades.

En este aspecto de la información, destacó Valencia, ya que las cuatro inmobiliarias allí visitadas aprobaron muy holgadamente el examen al ofrecer información más que suficiente acerca de las viviendas propuestas al cliente, si bien en otras ciudades algunas inmobiliarias también cumplieron satisfactoriamente en este trascendental cometido.

En resumen, y dicho de otro modo, sólo en pocas ocasiones los técnicos de esta revista abandonaron las inmobiliarias con la sensación de haber sido bien atendidos porque el comercial había dado una respuesta completa y suficiente a sus expectativas e intereses.

do con la vivienda que buscamos. Para considerar si el precio que nos solicitan es el mejor para nosotros, podemos compararlo con el de otras viviendas similares de la zona. Podemos sorprendernos al comprobar las diferencias de precio -aparentemente ilógicas- en promociones inmobiliarias muy próximas.

DÓNDE BUSCAR LA VIVIENDA QUE MÁS SE AJUSTA A NUESTRAS NECESIDADES

Las fuentes son varias, y para sacar el máximo rendimiento de cada una de ellas conviene conocer sus ventajas y limitaciones.

DE VIVIENDA

toda la información necesaria aunque el comercial de la inmobiliaria no nos la presente por iniciativa propia. Tengamos en cuenta que lo que nos van a cobrar por este servicio (sólo si concretamos la operación) es generalmente entre el 3% y el 5% del precio de la vivienda; es decir, para un piso de 120.000 euros (20 millones de pesetas), nada menos que entre 36.000 euros (600.000 pesetas) y 60.000 euros (un millón de pesetas), más el correspondiente IVA (16%).

En la elección de la zona procede valorar la proximidad de servicios (centros de salud, colegios, transporte público, supermercados, bancos, zonas verdes y de recreo...), las características socioculturales del entorno (conflictividad social, características demográficas,...) y la tipología y características de las viviendas de la zona (altura, estética,...). No olvidemos que en la mitad de las inmobiliarias visitadas por CONSUMER se comprobó que los comerciales de aquellas apenas conocían estas características de las zonas en que se ubicaban las viviendas ofrecidas. De ahí que si no nos proporcionan información al res-

pecto, conviene requerir al comercial que se informe para poder aconsejarnos en una posterior visita. O, si no, informarnos por nosotros mismos.

Vivienda nueva ya construida o sobre plano, o de segunda mano.

En la adquisición de una vivienda nueva sobre plano lo que se compra es un proyecto, por lo que conviene averiguar todo lo posible (antecedentes y experiencia anterior) sobre la promotora, inmobiliaria o cooperativa que construirá las viviendas. En el Registro Mercantil o en el de Cooperativas puede comprobarse la existencia de la sociedad y su situación. En las de segunda mano, comprobemos en el Registro de la Propiedad si tiene alguna carga o si pesa sobre ella alguna hipoteca o nota marginal, y si está libre de arrendamientos. En la compra a través de inmobiliaria ellas realizan estas comprobaciones, por lo que debemos solicitarles información.

Una vez recopilada toda la información acerca de la oferta de las viviendas que se ajustan a nuestras necesidades estaremos en condiciones para comparar y decidir si hemos da-

Continúa en la siguiente página...

o venta de la vivienda, y la aceptable claridad con que se exponía lo relativo al precio final de las viviendas.

La casi totalidad de las inmobiliarias informan con diligencia sobre las viviendas que pueden, por sus características y precio, satisfacer al usuario, ya que son muy pocas las que intentan "colocar" al cliente los pisos que más les conviene a ellas vender.

Escaso conocimiento de la realidad inmobiliaria. Pero, a pesar de que la calidad del servicio que prestan puede considerarse aceptable (siguiendo las ponderaciones aplicadas en la metodología de CONSUMER), la inmensa mayoría de las inmobiliarias apenas explicaron las ayudas o subvenciones a las que puede optar el interesado a la hora de comprar vivienda, y la mitad de ellas ofrecieron insuficientes datos (características urbanísticas, infraestructuras y equipamientos sociales y cultu-

Buena parte de las inmobiliarias apenas ofrecen información sobre las características de la zona en que el usuario piensa para su vivienda



...Viene de la página anterior

De particular a particular. Supone un buen ahorro en concepto de honorarios de APIs (agentes de la propiedad inmobiliaria) o inmobiliarias. El inconveniente es que el comprador debe realizar por su cuenta todas las gestiones necesarias para garantizar la transparencia y eficacia de la operación.

Páginas y portales inmobiliarios en Internet. Generalmente, la oferta de viviendas en cada ciudad es bastante limitada. Entre sus ventajas, además de la economía, la rapidez y comodidad y la posibilidad que ofrecen muchos buscadores de recibir a diario por correo electrónico las ofertas que se ajustan al perfil, en precio y características, de la vivienda que se busca.

Empresas promotoras. El inconveniente es el mismo que en la compra de particular a particular. Entre sus ventajas, en muchas ocasiones la posibilidad de realizar mejoras a nuestro gusto (y con menor coste y trabajo que si se hacen posteriormente) mientras se construye la vivienda.

Inmobiliarias y APIs. Ventajas: comodidad y amplia oferta. Inconvenientes: el principal, la comisión que nos cobrarán. Sin olvidar que la calidad de servicio de algunas inmobiliarias (véase el informe de CONSUMER) deja bastante que desear.

ANTES DE COMPRAR ASEGÚRESE DE QUE...

En viviendas de segunda mano, conviene realizar comprobaciones en el Registro de la Propiedad, además de asegurarnos de que tenemos información acerca de la antigüedad de la vivienda, los servicios comunes y el estado de las instalaciones eléctricas, del agua, el gas y la calefacción central. En la compra a una promotora, la ley establece una serie de datos y documentos que deben ser puestos a disposición del comprador:

- Los referentes a la sociedad que vende: nombre o razón social, domicilio e inscripción en el Registro Mercantil.
- Descripción de la vivienda y del edificio, con las zonas comunes: un plano detallado de la vivienda que indique superficie útil y construida. Asimismo, deberán entregarnos una memoria de calidades, documento que recoge los elementos y materiales empleados en la construcción de la casa.
- Documentación del emplazamiento de las instalaciones de redes eléctri-

cas, de agua, gas y calefacción, así como sus respectivas garantías y medidas de seguridad contra incendios.

En cuanto al precio, además del coste de la vivienda tengamos en cuenta:

- Los impuestos.
- Los honorarios o comisiones de posibles intermediarios.
- Y los gastos de notaría y registro y el coste financiero derivado de la formalización del préstamo. En total, estos tres tipos de gasto extra suponen aproximadamente el 10% del desembolso total por la vivienda. Si la compra se realiza a través de inmobiliaria, consultemos al comercial. Debemos exigir toda la información referente al precio. Si solicitamos un préstamo hipotecario, pidamos a la entidad financiera elegida (comparemos varias) el tipo de interés, la cuantía y fecha de las amortizaciones y las garantías que debe constituir el comprador.

Cuando la vivienda no está construida, se solicita la entrega de cantidades anticipadas. Si es así, debe hacer-

rales, ambiente social, accesos y transporte...) sobre la zona urbana en que está pensando el cliente para su nueva vivienda. Y, aún más importante, el 60% de las inmobiliarias estudiadas no expusieron en este primer contacto con detalle y claridad las características de los pisos ofrecidos: superficie, número de habitaciones y baños, tipo de calefacción, gastos de comunidad, garaje o trastero, si la vivienda es exterior o interior, antigüedad... lo que puede incidir en que la primera selección realizada por el cliente no sea acertada. Si acudimos a una inmobiliaria a la que exponemos nuestras necesidades, y nos ofrecen 20 viviendas diferentes, difícilmente vamos a poder visitarlas todas, por lo que se requiere una información abundante y precisa sobre cada una de ellas, que nos permita realizar una criba eficaz y así visitar sólo las que más pueden adaptarse a nuestras expectativas.

se constar que la cantidad entregada antes de la formalización del contrato será deducida del precio final. Se garantizará, por contrato, la devolución de dichas cantidades si la promoción no llega a buen fin. Esas cantidades han de ser ingresadas en una cuenta bancaria cuyos datos se facilitarán al comprador, y estarán avaladas o aseguradas. Exijamos copia de ese aval o póliza de seguro.

LA FIRMA DEL CONTRATO

- Leamos con detenimiento todas y cada una de sus cláusulas.
- Comprobemos que el contrato aparecen cumplimentados estos datos:
 - Descripción de la vivienda
 - Precio, forma de pago y cuantía de cada cuota. Tipo de interés y fechas de las amortizaciones.
 - Plazo de entrega de la vivienda.
- No firmemos nada hasta haber aclarado todas las dudas (la norma exige que los contratos se redacten de forma clara y sencilla).
- Cuando la vivienda no está construida, pueden producirse modificaciones en la distribución, precios o plazos de entrega. El contrato establecerá los límites de estos cambios.

¿CÓMO SE HIZO EL ESTUDIO?

Técnicos de CONSUMER visitaron durante el pasado mes de diciembre 56 inmobiliarias en 14 ciudades diferentes. En cada inmobiliaria se realizaron dos visitas como cliente ficticio, una de compra y otra de venta. Cada visita duró entre 30 y 90 minutos. En total, se han analizado 112 visitas. Se estudiaron un total de 29 variables, 10 relacionadas con la venta y 19 con la compra de vivienda. Para el análisis global, las variables comunes en la compra y en la venta se han unido resultando un total de 14 variables repartidas en tres bloques. Las variables estudiadas surgieron fundamentalmente de la asesoría de expertos inmobiliarios y del Decreto 3248/1969 que describe las obligaciones de los APIs (agentes de la propiedad inmobiliaria). Las notas finales obtenidas por cada variable estudiada y por cada ciudad son medias surgidas de una ponderación (importancia, expresada en porcentaje, de cada variable en la nota final) fijada por CONSUMER y sus asesores especializados. Para más información, véanse los gráficos que resumen el estudio realizado.

Dinero negro y VPO

Se comprobó si las inmobiliarias median con **dinero negro** de sus clientes (si accedían a escriturar las viviendas por menos dinero del precio estipulado evitando así al usuario el pago de impuestos y otros gastos correspondientes a la cantidad no escriturada) tanto en la compra como en la venta, y si el precio al que venden las viviendas de protección oficial (V.P.O.), cuando dispongan de ellas, es inferior o no al de las viviendas de mercado libre. Las VPO están sujetas a ciertos precios y condiciones de tiempo (plazo transcurrido desde que se construyeron), estipuladas por la Administración.

Transparencia informativa

Se analizaron tres variables. En información sobre la coyuntura del mercado, se pidió a los comerciales asesoramiento técnico sobre si es un buen momento para comprar o vender vivienda, entendiendo que la respuesta debería ser una exposición acerca de los precios (estado actual y evolución o expectativas), condiciones económicas (tipos de interés de los créditos hipotecarios), y tendencias del mercado inmobiliario. En cuanto a la transparencia en la oferta de viviendas de las inmobiliarias, se comprobó si informan desde el primer momento de todas las viviendas que se ajustan a la zona y características solicitadas por el cliente. En información acerca de la comisión cobrada por la gestión de la venta, se comprobó si se informa sobre su cuantía y del hecho de que soporta su correspondiente IVA. Se ha incluido también aquí el caso de las inmobiliarias que no hablaban sobre la comisión que corría a cargo del comprador, con lo que el cliente no era informado del precio en que iba a ser vendida su vivienda.

Calidad del servicio

Este bloque se ha dividido en cuatro apartados. En conocimiento de la realidad inmobiliaria se han analizado dos variables relacionadas con la compra, que dan cuenta del conocimiento que los comerciales poseen sobre la realidad inmobiliaria de su ciudad: la exposición (cantidad de información y calidad de la misma) sobre las características las viviendas expuestas y de las de la zona y sobre los aspectos socioculturales y de infraestructuras y equipamientos de esa zona de la ciudad.

El asesoramiento comercial engloba: información sobre posibles ayudas o subvenciones, asesoramiento sobre los gastos a soportar en la compraventa de un piso y los mecanismos desplegados por la inmobiliaria para vender el piso propuesto.

El tercer bloque, trato personal se compone de cuatro variables: el interés, la actitud, la amabilidad en el trato y la atención y servicio ofrecidos por el comercial.

En el cuarto apartado, respuesta a las necesidades del cliente, se han analizado cuatro variables. Las dos primeras se refieren a la respuesta ofrecida por la inmobiliaria a las necesidades del comprador; es decir, si responde a los requerimientos del cliente en términos de características y precio de la vivienda que aquél busca. Se consideró positiva la iniciativa propia de ofrecer, además de las viviendas cuyas características se ajustasen perfectamente a las planteadas por el cliente, otras que por cualesquiera razones pudieran asimismo interesarle. En tercer lugar, se ha valorado la calidad de las soluciones aportadas finalmente por la inmobiliaria a los problemas o necesidades planteados por el cliente en la compra-venta. Y por último, se ha comprobado cómo era (cantidad, calidad, precisión y detalle, presentación...) la información escrita facilitada por las inmobiliarias, entendiendo como básica la que describe las características y precios de las viviendas por las que el usuario ha mostrado interés, independientemente del soporte que la inmobiliaria utilice (ficha impresa, folleto, folio escrito a mano...).

Modesto Lomba, diseñador y presidente de la Asociación de Creadores

“Las abuelas aprecian mejor que las jóvenes el buen patronaje en la ropa”

Modesto Lomba asegura que trabajó mucho para conseguir el prestigio que hoy sugiere su apellido unido al de su ex-socio: Luis Devota. Admite que cuando en 1986 decidieron formar una factoría ni siquiera soñaban con convertirse en protagonistas del restringido mundo de las grandes firmas de la moda. “Nosotros no podíamos recurrir al apellido familiar, porque ninguno de los dos pertenecemos al perfil de niños ricos con una afición exquisita. Nuestro modelo de crecimiento había de responder a la constancia, al rigor y al esfuerzo”.

Devota era arquitecto y Lomba se inició en la sastrería de Ángel Muro en Vitoria, estudió Artes y Oficios y viajó a Barcelona para ampliar su formación. Pero el salto que les abrió las pasarelas fue el premio Cristóbal Balenciaga. Comenzó así una nueva etapa: apertura de tiendas en Madrid y distribución en las más selectas boutiques del país. Protagonizó, junto a otros diseñadores, el plantón a la Cibeles pero fue el único de ellos que retornó a la pasarela madrileña debido a que “como presidente de la Asociación de Creadores de Moda de España entendí que el proyecto se tenía que gestar también ahí”. Esta asociación tiene como objetivo gestionar la parte empresarial de las firmas, en coherencia con su lucha por moderni-

zar el mundo de la moda “que pasa por formar a jóvenes en todos los ámbitos”. Lomba asegura, por otra parte, que lo que define la calidad de una prenda es el patronaje y el tejido.

ESTAMOS EN ÉPOCA DE REBAJAS, ¿CÓMO SUGIERE QUE LAS AFRONTEMOS? En rebajas, como en cualquier compra de ropa, conviene mirar en la etiqueta la composición, la marca y el precio. Con estos tres datos hay que hacer la cuenta, ahora en euros, para calcular qué vamos a comprar y a qué precio. Encontraremos buenas oportunidades, pero no olvidemos que la calidad se paga. En cualquier caso, deberíamos comprar de manera racional, sin hacernos falsas expectativas y buscando lo que necesitamos.

VESTIR ES UNA NECESIDAD, PERO ¿HASTA QUÉ PUNTO LA MODA SE HA CONVERTIDO EN UN MERO CONSUMISMO Y EN UN SÍMBOLO CULTURAL? La moda se funde con la cultura y la propia historia explica este vínculo. Se parte de la necesidad de cubrir el cuerpo, aunque en seguida aparece el concepto estético: huir del desnudo con buen gusto y con el objetivo de agradar a los demás. En la era de los descubrimientos los tejidos pasan a ser esenciales: la ruta de la seda y la del lino son dos ejemplos. Y las fábricas textiles se convirtieron en símbo-

los de la revolución industrial y de la liberación de la mujer. Pero la revolución definitiva en el mundo de la moda se vivió a principios del siglo pasado, cuando aparece la figura del diseñador, un profesional distinto del habitual del mundo del corte y la confección y que procede de cualquier ámbito. Se empieza a distinguir la parte creativa de la industrial, ya no son los modistas y sastres quienes deciden qué elaboran, porque antes está la labor del diseñador que crea la moda. Pero no confundamos moda con diseño. Si bien la moda es efecto del diseño y provoca nuevos consumos, el diseño no se limita a generar nuevas ideas para ser consumidas; su función es menos efímera y más profunda: nace de una actitud creadora.

¿QUÉ ES LO QUE SE VE EN LAS PASARELAS Y PARA QUÉ SIRVE A UN CONSUMIDOR CONTEMPLAR ESAS ESPECTACULARES PUESTAS EN ESCENA? Las pasarelas son escaparates, es la manera de comunicar lo que se está haciendo en el campo de la moda, hay que verlos como un acto cultural, como una expresión creativa. Cuando subimos a una pasarela no estamos pensando en vender. Para presentar comercialmente las colecciones organizamos otros encuentros. En la pasarela se exponen los criterios, gustos, personalidad y conceptos del diseñador.

de Moda de España

EN LOS AÑOS 80, INCLUSO EN LOS PRIMEROS 90, LAS PASARELAS ESCANDALIZABAN, LOS DESFILES ROMPIAN Y LAS PROPUESTAS ERAN TRANSGRESORAS. AHORA, LA CREATIVIDAD PARECE MÁS CONSERVADORA. Así es, los años 80 fueron muy atrevidos y creativos. Ahora, la sociedad es más conservadora, no quiere cambios, busca la tranquilidad. De todas formas, romper es la labor de los jóvenes diseñadores, han de ser fundamentalmente ellos los que sorprendan.

PRECISAMENTE, ESA JUVENTUD DEMANDA, Y NO ENCUENTRA CENTROS DE FORMACIÓN, COMO LOS QUE EXISTEN EN ITALIA, PARA CONVERTIRSE EN UN PROFESIONAL DE LA MODA. USTED PLANTEÓ QUE SE LLEVARA A LA UNIVERSIDAD ESTA FORMACIÓN ESPECÍFICA. ¿QUÉ HAY DE AQUELLO? Se trataba no tanto de otorgarle cariz universitario al diseño de moda como de formar a los futuros profesionales a un nivel superior. Además, y esto se desconoce, la industria de la moda ha demostrado una gran capacidad de crecimiento y de generar puestos de trabajo, sólo hay que ver el caso de Italia y Estados Unidos. Nuestro país no tiene un engranaje industrial básico serio, hablo de directivos, gestores, estilistas, sastres, comunicadores... Nuestra Asociación promueve cursos dirigidos a estos jóvenes que quieren hacer de la moda su profesión.



“En rebajas, como siempre, en la ropa tenemos que mirar la marca, la composición y el precio”

EN LA ÚLTIMA DÉCADA, LOS NUEVOS DISEÑADORES DEFENDIERON LA ESTÉTICA MINIMALISTA: EL NEGRO, EL BLANCO Y, ANTE TODO, LA CONTENCIÓN Y LA SENCILLEZ. ¿ESTE MINIMALISMO ES UN PERIODO EFÍMERO O, AL CONTRARIO, UN MOVIMIENTO ARTÍSTICO YA CONSOLIDADO? El Minimalismo evolucionará como lo hizo el Barroco o el Romanticismo, porque es un movimiento artístico y como tal terminará muriendo, pero no sin antes haber impregnado su filosofía en espacios más allá de la moda: la arquitectura y el hogar, la música... y hasta la gastronomía. Pero pasará, aunque no ha surgido ninguna corriente con la fuerza suficiente para desplazarlo.

OTRA RASGO DEL FINAL DE SIGLO ES EL ABARATAMIENTO DEL DISEÑO, LA ROPA ECONÓMICA CON EL VALOR AÑADIDO DE LA MODA MÁS EMERGENTE. El consumidor sabe cuándo está pagando barato y no se engaña con el falso lujo. El mercado ha simulado que se pueden encontrar tejidos de calidad a bajo precio, pero no es tan cierto. Cuando te compras una prenda barata has de ser consciente de que su vida útil va a ser corta. Sucede que hoy se le ha añadido imagen y diseño, y ahí queda de manifiesto un problema: el diseño no es un *copyright* que se pueda registrar.

¿CÓMO SIENTA A LOS CREADORES LA POPULARIZACIÓN DEL DISEÑO DE ÉLITE? Pues nos preocupa poco, porque sigue existiendo el consumidor que no quiere comprar falsificaciones ni imitaciones. Pero me preocupa que se pierda la zona intermedia mientras que sobrevive lo barato que es copia y lo caro que es original. Al final es consumo o alto consumo, la posibilidad de comprar una litografía de Picasso o un Picasso, ambos tienen valor, pero la diferencia es abismal. La pregunta que se tiene que hacer el consumidor es si le gustaría tener una prenda de una marca de prestigio, y saber si se lo puede permitir.

¿LA CALIDAD VA SIEMPRE UNIDA A LOS TEJIDOS NATURALES? Hemos investigado con nuevos tejidos, pero nuestra base sigue siendo lo clásico: la buenas lanas, sedas o linos.

¿Y DONDE NOS QUEDA LA OBSESIÓN DE BALENCIAGA: EL PATRONAJE? Es la estructura, la raíz de todo el trabajo. El diseño de los patrones es un trabajo arquitectónico que responde a una investigación: dónde está la pinza y dónde va el corte, que se une a la maestría de manejar los tejidos clásicos y otorgarles nuevos volúmenes, que surjan prendas diferentes... Aunque trabajes con nuevas tecnologías, la sastrería sigue siendo saber cortar. Se necesitaría un máster para formar a la juventud en el conocimiento de lo qué es un buen patrón. No han vivido la época en la que lo importante era un buen tejido bien cortado. Cuando una novia viene a nuestro estudio, si está acompañada por su abuela sabemos que la comunicación va a ser más fácil y que nuestro trabajo se va a entender mejor que si viniera sólo la novia.

“El mercado ofrece ropa barata con imagen y diseño, pero su vida útil es corta porque los tejidos económicos no son de buena calidad”

Y QUÉ NOS DICE DE LA RELACIÓN ENTRE MODA Y ANOREXIA. En un tema que empieza a estar superado. Asociar la moda con esta enfermedad generó un interés morboso de los medios de comunicación, pero los hechos demostraron, y lo certificaron los médicos, que la anorexia es una enfermedad demasiado compleja y sería como para atribuir su incidencia o aparición al hecho de que los diseñadores de moda ofrecieran determinadas imágenes. No tenemos tanto poder. El problema de la anorexia es grave, y decir a una madre que la enfermedad de su hija la provoca que las modelos sean delgadas es hacerle un flaco favor, y no reduce su sufrimiento.

LA MODA YA NO ES SÓLO ROPA, ESTÁ EN TODOS LADOS: COMPLEMENTOS, DECORACIÓN, PERFUMES, ÚTILES DOMÉSTICOS... El diseñador ha dejado de ser un artesano, y su trabajo es mucho más genérico. Hay diseñadores de moda que proceden de la arquitectura, la ingeniería o la filosofía. El diseñador es un analista del gusto que termina haciendo de todo, porque el diseño llega a todo. La marca de un diseñador puede generar muchos productos. Yo animo a los empresarios a que se lancen en este terreno, tenemos muy pocos *copyright*. El diseño italiano, es eso, diseño en todos los ámbitos. Debemos hacer nuestras propias licencias.





Plataformas de televisión digital

Antes de contratarlos, conviene sopesar si merece la pena

Tres plataformas digitales de TV de pago (dos por satélite y una terrestre) compiten en por el mercado en nuestro país. Hemos comparado su oferta

Una amplia y variada programación sin cortes publicitarios es una utopía cuando el espectador ve la TV convencional, exenta de pago. De ahí que muchos usuarios acepten pagar por recibir en sus casas las emisiones de una de las tres plataformas digitales de televisión que prometen una programación a la carta y con contenidos interactivos. A cambio, deben asumir la instalación de una antena parabólica (Vía Digital y Canal Satélite Digital) o la compra de un teclado inalámbrico (Quiero TV) y el pago mensual de unas cuotas que dos de cada tres usuarios consideran elevadas, según el Anuario de Televisión 2001.

La tecnología digital permite enviar por tierra (al igual que la televisión convencional) o vía satélite un mayor número de canales a menor coste y con mayor calidad (similar a la de un DVD). En ambos sistemas, el usuario sólo recibe datos. No puede emitirlos, lo que implica que para utilizar muchos de los servicios interactivos o para contratar un evento de pago por visión (partidos de fútbol o películas de estreno) es imprescindible conectar el terminal al teléfono (o realizar una llamada normal), con el gasto añadido que ello implica. El acceso a Internet incluido en la oferta de Quiero TV se efectúa también mediante una línea telefónica, por lo que todo el tiempo que se esté conectado se tarificará como una llamada local.

La calidad de imagen y sonido de la televisión digital permite aprovechar al máximo los sistemas audiovisuales de *cine en casa*. Además, en muchas películas pueden ser escuchadas dobladas o en versión original, y puede también elegirse el idioma de los subtítulos, lo que convierte a estas plataformas en una excelente herramienta para practicar idiomas.

La Liga, en las tres. En el caso del fútbol, las tres plataformas emiten todos los partidos de Liga de Primera División exceptuando dos: el que dan las autonómicas (se emite en abierto los sábados) y el que elige cada domingo Canal Plus. Este último sólo lo pueden ver los usuarios de Canal Satélite que hayan contratado expresamente uno de los paquetes de canales que incluye Canal Plus. El precio de los partidos es similar en los tres casos, aunque el de los de Quiero sale un poco más barato.

El número de canales de Quiero TV es muy inferior a la de sus dos competidoras. A cambio, es la única que ofrece acceso a Internet, que, si bien no permite navegar por páginas complicadas ni guardar los contenidos descargados, puede satisfacer las necesidades de internautas noveles.

En los últimos años, a pesar de su evidente ilegalidad, han proliferado *tarjetas pirata* que permiten a sus poseedores ver toda la programación de una plataforma (incluidos el cine de estreno, la pornografía y el fútbol) pagando sólo el mínimo, por lo que estos usuarios acceden a más contenidos sin hacer frente al coste extra que suponen. De todos modos, lo conveniente es sopesar el precio y la calidad de los contenidos de cada plataforma, que varía mucho de unas a otras.

Más que ofertas.

Las ofertas puntuales que incluyen un paquete de películas o una serie de partidos de Liga no parecen motivo suficiente para decantarse por una plataforma. La clave está más en valorar si en cada caso concreto compensa pagar por una programación diferenciada. Los sitios-web de cada operador ofrecen al usuario interesado una información completa y detallada sobre su programación, puede utilizarse como información complementaria a los cuadros confeccionados por CONSUMER.

Pero para quien consume poca TV o tiene gustos menos exigentes o especializados, un uso inteligente del vídeo doméstico, seleccionando lo que se desea ver de la programación de los canales convencionales, puede constituir una alternativa muy eficaz y satisfactoria.



CANAL SATÉLITE DIGITAL

902 155 166 / www.csatellite.es

CONEXIÓN: 90,15 euros

ANTENA: Entre 90 euros y 120 euros

DECODIFICADOR: 7,99 euros/mes

PLAZO DE INSTALACIÓN: Según demanda.

CUOTA MENSUAL:

- Fórmula Digital (Básico: 65 canales): 31,22 euros
- Fórmula Cine (Básico + Varios canales de cine): 37,47 euros
- Premium Básico (Básico, Canal +, Canal Disney y National Geographic): 48,58 euros
- Premium + Familiar (Premium Básico + Varios canales de cine): 55,43 euros

PAQUETES OPCIONALES:

- Seasons (caza, pesca y naturaleza): 4,69 euros/mes
- Música (5 canales): 4,69 euros/mes
- Real Madrid TV: 4,69 euros/mes
- Infobolsa: 6,01 euros/mes

CONTENIDOS:

- Cine. Cinemanía (estrenos recientes, éxitos y clásicos), Calle 13 (acción y misterio), Cineclassics (blanco y negro), TCM (clásicos americanos), Fox (largometrajes y series de la 20th Century Fox), Paramount Comedy (series y cine de comedia) y AXN (aventuras y acción).
- Deportes. Sportmanía, Eurosport (canal europeo multideporte) y Real Madrid TV (sobre el club blanco. Se contrata aparte).
- Infantil y juvenil. Disney Channel, Fox Kids (preescolar), Cartoon Network (dibujos animados de la Warner, Hanna Barbera y la Metro) y Nickelodeon (dibujos animados y series).
 - Ocio-Entretenimiento. Seasons (caza, pesca y naturaleza. Se contrata aparte), Viajar, Fashion TV (moda y tendencias), Wishtline (teletienda de productos de gama alta), Estilo (personajes, estilos de vida, creaciones...).
 - Documentales. Discovery Channel, Documanía y National Geographic.
 - Informativos. Noticias de la CNN, CNN+, Bloomberg TV (economía), CNBC (información financiera), Fox News, Skynews, etc...
 - Música. MTV, 40TV (pop rock), 40TV Latino, Muzzik (jazz, clásica y étnica), VH1 y VH1 Classic y 11 emisoras de radio nacionales e internacionales. Music Choice y Audiomanía, son canales de audio (sin imágenes) en los que se escoge el estilo que se desea escuchar.

PAGO POR VISIÓN: (precio por película/partido o evento):

- Cine de estreno: 3,75 euros
- Cine X: 4,51 euros
- Fútbol: 11,99 euros

SERVICIOS INTERACTIVOS: Tiendas, previsión meteorológica, banca, Bolsa, juegos y deportes.

El precio y los servicios varían mucho entre las tres plataformas





QUIERO TV

i 902 502 525 / www.quierotv.com

CONEXIÓN: 59,80 euros

DECODIFICADOR: 7,21 euros/mes

TECLADO INALÁMBRICO (IMPRESINDIBLE):
29,75 euros

PLAZO DE INSTALACIÓN: 1 semana.

CUOTA MENSUAL: 22,54 euros.

PAQUETES OPCIONALES: No hay

CANALES EXTRA: Gran Vía (cine de estreno, Champions League, ferias taurinas, eventos deportivos) y Gran Vía 2 (eventos en directo y espacios de no-ficción).

CONTENIDOS:

- **Cine.** Palomitas (cine familiar), Calle 13 (acción y misterio), TCM (clásicos americanos), AXN (aventuras y acción), Showtime Extreme (acción y aventuras), Cinematk (cine independiente, clásico y de autor), Studio Universal.
- **Deportes.** Teledporte (retransmisiones en directo, informativos, etc.).
- **Infantil y juvenil.** Club Super 3 (dibujos animados, películas infantiles y programas educativos), Cartoon Network (dibujos animados de la Warner, Hanna Barbera y la Metro), Buzz (música, deporte "manga", cine de acción y aventuras y magazines. Para los más mayores) y Planeta Junior (series y películas).
- **Ocio-Entretenimiento.** Factoría de Ficción (series de todo tipo) y Paramount Comedy (teleseries de comedia).
- **Documentales.** Geoplaneta (viajes y turismo) y Beca (naturaleza, ciencia, tecnología, arte,...).
- **Informativos.** No hay oferta.
- **Música.** E-Music (canal digital musical interactivo): 0,84 euros/minuto.

PAGO POR VISIÓN: (precio por película/partido o evento):

- Quiero Club Cine: 2'4 euros
- Quiero Club Privado (cine X): 3'61 euros
- Quiero Club DTX (fútbol): 10'97 euros

SERVICIOS INTERACTIVOS: Internet, e-mail, cinco cuentas de correo electrónico, mensajes a móviles, tiendas (viajes, libros, sanidad, música, hoteles, comida a domicilio, etc.), horóscopo, finanzas, loterías, humor, juegos, deporte, meteorología, concursos, etc.

VÍA DIGITAL

i 902 200 035 / www.via.tv

CONEXIÓN: 30,02 euros

DECODIFICADOR: Incluido en la cuota mensual

ANTENA: Incluida en la cuota de conexión

PLAZO DE INSTALACIÓN: 3 días hábiles desde la solicitud

CUOTA MENSUAL: 5,98 euros

PAQUETES OPCIONALES:

- Temáticos Vía

- Gran Vía:** 19,83 euros/mes. **Cine:** 9,02 euros/mes
- Deportes:** 9,02 euros/mes. **Entretenimiento:** 9,02 euros/mes
- Infantil + Juvenil:** 4,21 euros/mes. **Música:** 3,01 euros/mes
- Canal Barça:** 4,51 euros/mes. **Canal ludiTV (juegos):** 4,21 euros/mes
- Documentales + Informativos:** 3,91 euros/mes
- Vía Mundial 2002 (Mundial Corea/Japón):** 60,07 euros/pago único

- Paquetes Vía

Diferentes paquetes de canales que cuestan entre 35 y 38 euros.

CONTENIDOS:

- **Cine.** Palomitas (cine familiar), Showtime Extreme (acción y aventuras), Cinematk (cine independiente y clásico), Hollywood (grandes títulos y reportajes), Cine 600 (cine español)...
- **Deportes.** Fútbol Total (Champions League, UEFA y competiciones extranjeras), Teledporte (deportes minoritarios)...
- **Infantil y juvenil.** Buzz (música, deporte "manga", cine de acción y aventuras, magazines. Para los más mayores), Club Megatrix, Club Súper 3 y Locomotion (animación).
- **Ocio-Entretenimiento.** Factoría de Ficción, Cosmopolitan TV, TL (telenovelas), Canal Cocina, Punto de Venta (compra-venta de productos), BBC Prime...
- **Documentales.** Odisea (naturaleza, geografía y viajes), Natura (medio ambiente y turismo verde), Hispanavisión (mundo sudamericano), Cultura (arte, historia, biografías)...
- **Informativos.** Canal 24 Horas, BBC World, Expansión TV.
- **Música.** MTV (pop rock), VH1, Sol Música (música latina) y Canal Clásico.

PAGO POR VISIÓN: (precio por película/partido o evento):

- **Cine:** 3,61 euros.
- Consumo superior a 14,99 euros:
 - Cine X: 4,52 euros Fútbol: 11,63 euros
- Consumo inferior a 14,99 euros:
 - Cine X: 7,21 euros Fútbol: 15,03 euros
- Día del Espectador (miércoles): 2,40 euros película.

SERVICIOS INTERACTIVOS: Operaciones bancarias, correo electrónico, mensajes a móviles, compra de entradas para espectáculos, información meteorológica, sobre carreteras y vuelos, concursos...

de la población, la prevención y el tratamiento de ciertas enfermedades.

¿Qué son los alimentos funcionales? Son alimentos a los que se ha añadido (o de los que se han eliminado) uno o varios ingredientes; o de alimentos cuya estructura química o biodisponibilidad de nutrientes se ha modificado; o de una combinación de estos dos factores. Es decir, son alimentos modificados, con la particularidad de que alguno de sus componentes (sea o no nutriente) afecte a funciones vitales del organismo de manera específica y positiva.

Pero los componentes de los alimentos enriquecidos se hallan también en los convencionales, por lo que **una persona que sigue una dieta equilibrada y mantiene hábitos de vida saludables no necesita**



Se les añade o elimina un componente, o sufren cambios en la estructura química o en la biodisponibilidad de sus nutrientes



Alimentos funcionales y sus repercusiones en la salud

Los alimentos funcionales no curan enfermedades. Su actividad afecta al papel metabólico estructural o fisiológico relacionado con el crecimiento, el desarrollo y otras funciones del organismo, y no con la capacidad de tratar una patología determinada.

Leches enriquecidas representan, hoy, el 5% del consumo de leche en nuestro país.

Leche enriquecida en calcio y/o vitaminas A y D

Ayuda a la formación y mantenimiento de una masa ósea fuerte y sana. El lanzamiento de estos productos en la gama de desnatados y semidesnatados se ha visto impulsado por una normativa comunitaria que recomienda restituir las vitaminas liposolubles (A y D) que la leche pierde al eliminar su grasa. Cuestan al consumidor un 20%-25% más que las variedades clásicas de leche.

Leche desnatada con fibra soluble

Su aporte neto de fibra no es significativo pero su sabor, mejor que el de las otras leches desnatadas, promueve el consumo de leche desnatada en quienes precisan ingerirlas por necesidades específicas (problemas cardiovasculares, obesidad...).

Leche desnatada enriquecida con Omega-3

Puede convertirse en fuente de estos ácidos grasos (muy saludables) para quienes padecen alergia al pescado azul (o, simplemente, lo detestan), cuya grasa es rica en Omega-3, y en quienes siguen dietas de prevención cardiovascular. Los ácidos Omega-3 podemos obtenerlos también, si bien en menor medida, de los aceites de semillas (girasol, maíz, soja...) y frutos secos. Se comenzó a investigar los Omega-3 tras descubrir que los esquimales de Groenlandia presentaban una tasa muy baja de mortalidad por enfermedades cardiovasculares. Se detectó que en la sangre de estos esquimales había altos niveles de Omega-3 y se comprobó que ingerían mucho pescado azul. Posteriormente, se demostró tanto la existencia de grasas Omega-3 en el pescado azul como los positivos efectos del consumo habitual de estas grasas en el organismo humano.

Probióticos: Son microorganismos vivos que, ingeridos en cantidades suficientes, pueden ejercer un efecto positivo en la salud superando los efectos nutricionales convencionales. Bajo el calificativo "probiótico" se engloban, además de los microorganismos del yogur (*Lactobacillus acidophilus bulgaricus*), las últimas generaciones de leches fermentadas con bacterias (*Bifidobacterium*, *Lactobacillus acidophilus* y *L. casei* inmunitas). Los yogures "Bio" aseguran favorecer la regeneración de la flora intestinal por su aporte de bifidobacterias (bacterias que se encuentran de forma natural en el intestino humano) y las nuevas leches fermentadas con lactobacilos presumen de su capacidad de estimular las defensas naturales del organismo. Ciertos estudios clínicos parecen demostrar que todas estas bacterias lácticas ejercen acciones saludables, y similares, en nuestro organismo, pero algunos especialistas mantienen sus dudas al respecto.

Prebióticos: Son sustancias de los alimentos, que resisten la digestión en el intestino delgado y son susceptibles de ser fermentadas por la flora bacteriana del intestino grueso, ejerciendo un efecto favorable sobre la misma e, indirectamente, sobre nuestro organismo. Entre los prebióticos, hay diversos tipos de fibra: soluble, lignina y oligosacáridos no digeribles (como los FOS-fructooligosacáridos-), que incorporan ciertas leches, yogures, flanes y margarinas enriquecidos. Estos compuestos son sustrato de las bacterias que colonizan el intestino grueso, originando ácido láctico y ácidos grasos de cadena corta, que estimulan el crecimiento de las



Alimentación



bifidobacterias. Algunos estudios sugieren que la ingesta de oligosacáridos no digeribles aumenta la absorción de minerales, en particular del calcio, lo que abre una nueva vía en la prevención de la osteoporosis. Los FOS están en vegetales (puerro, cebolla, espárrago, ajo, alcachofas, tomates y legumbres), mientras que la lignina se encuentra en la parte leñosa de la lechuga y la acelga y en los cereales integrales; y la fibra soluble, por último, se halla en frutas y legumbres.

Productos enriquecidos con Omega-3: Los Omega-3 son ácidos grasos poliinsaturados -ácido eicosapentanoico (EPA) y ácido docosahexanoico (DHA)-, que se encuentran de modo natural en nuestra dieta. Desde 1996 el mercado ofrece en nuestro país huevos enriquecidos con DHA, ácido graso que mantiene el equilibrio de las grasas en la sangre, impide la agregación plaquetaria (por lo que ayuda en caso de riesgo cardiovascular) y aporta funcionalidad al sistema nervioso central. El DHA debería ser aportado naturalmente mediante el consumo de productos, como el pescado azul, ricos en esta grasa, pero hoy se añaden estos ácidos grasos a galletas, margarinas, productos lácteos, patés de hígado de cerdo y salchichas de ave, además de a los huevos. Sepamos que el exceso de DHA en el organismo puede causar problemas en la coagulación de la sangre.

Productos enriquecidos con fitoesteroles

Los fitoesteroles son sustancias vegetales similares al colesterol humano. Al aportarlos en la dieta, se bloquea la absorción del "mal colesterol" (LDL) en el intestino. En estas propiedades se basa una margarina (aprobada recientemente como alimento funcional por el Comité Científico de Alimentación Humana de la UE) que actúa como un fármaco hipolipemiante, capaz de reducir el colesterol, con la ventaja de que su tolerancia es buena y no conlleva los trastornos de otros fármacos de acción similar. El consumo de 20 gramos diarios de esta margarina, suficiente para dos rebanadas de pan, obtiene reducciones de LDL del 10%-14%. Sin embargo, el consumo de fitoesteroles puede asociarse a desequilibrios, como una reducción de los niveles de beta-carotenos o provitamina A y la deficiente absorción de las vitaminas solubles en grasa, A y K. Pero una dieta equilibrada y variada compensa estas disminuciones, por lo que no supone ningún riesgo si bien conviene controlar la ingesta de fitoesteroles añadidos en niños y adolescentes, embarazadas y madres lactantes y personas con alteraciones en el aparato digestivo.

Productos enriquecidos con antioxidantes: La ingesta habitual de sustancias con actividad antioxidante se ha demostrado científicamente relacionada con la disminución de enfermedades cardiovasculares. Uno de los mecanismos de producción de arterioesclerosis (estrechamiento de las arterias que dificulta el paso de la sangre, origen de la mayoría de las enfermedades cardiovasculares) es la oxidación de una de las proteínas que transportan colesterol por la sangre. Entre los antioxidantes, destaquemos la vitamina E (en frutos secos, germen de trigo), la vitamina C (cítricos, kiwi, pimiento, tomate...), los carotenoides como el licopeno (tomate), los betacarotenos (zanahoria, calabaza, mango), el zinc (carnes, pescados, huevos) y el selenio (carnes, pescados, huevos y marisco), los polifenoles (vegetales en general) y los compuestos azufrados (verduras de la familia de la col, cebollas, ajos).

El envejecimiento y procesos degenerativos, como cataratas y ciertos tumores, se relacionan con reacciones de oxidación en el organismo, ante las que los antioxidantes ejercerían un papel protector. Son muchos los productos alimenticios (zumos de fruta, bebidas de leche y zumo...) con uno o varios antioxidantes (añadidos por la industria alimentaria) para frenar en lo posible estos procesos orgánicos oxidativos. Pero hemos de ser prudentes con la cantidad ingerida de antioxidantes, ya que aunque desarrollan un efecto beneficioso cuando se ingieren como parte de un alimento, se ha comprobado que, por ejemplo, el betacaroteno administrado en altas dosis y estado puro - fuera de los alimentos-, se convierte en prooxidante; es decir, consigue el efecto contrario al deseado.

Fibra soluble, ácidos grasos Omega-3, vitaminas A y C, bacterias lácticas... ejercen una función positiva en nuestro organismo



consumir alimentos funcionales, ya que ingiere todos los nutrientes que su organismo necesita. Sería conveniente, eso sí, que la Administración legislara (aún no lo ha hecho en nuestro país) sobre los requisitos exigibles a los alimentos funcionales, y que controlara el cumplimiento de lo que en su publicidad prometen al consumidor.

Efectos positivos. Los efectos de los alimentos funcionales provienen de su contribución al buen estado de salud y de su capacidad de reducir el riesgo de padecer enfermedades. Los investigadores han identificado y determinado los beneficios de estos componentes funcionales de los alimentos. Algunos **efectos demostrados** son: disminución del riesgo de enfermedades cardiovasculares gracias a los ácidos grasos omega 3 (pescados azules) y antioxidantes naturales -carotenoides, vitamina C y E, zinc, selenio... (en verduras, hortalizas y frutas); disminución del riesgo de ciertos tumores gracias a sustancias antioxidantes (en vegetales); regulación de funciones intestinales, del nivel de glucosa y colesterol en sangre mediante la fibra soluble; mejora del equilibrio de la flora intestinal y del estado inmunológico por las bacterias lácticas (probióticos)...



> El Protocolo de Kioto sigue adelante

LA CUMBRE DEL CLIMA de Marrakech finalizó a primeros de noviembre con el acuerdo que pondrá en marcha el Protocolo de Kioto, conjunto de medidas destinadas a reducir la emisión de gases de efecto invernadero y que entrará en vigor el año próximo. Tras el fracaso de anteriores cumbres y el abandono de Estados Unidos, lo conseguido en Marrakech se ha valorado como un triunfo histórico para el medio ambiente y una muestra de la tenacidad y el buen hacer de los negociadores europeos. Aunque Estados Unidos continúa fuera del acuerdo, se espera que el próximo año ratifiquen el Protocolo de Kioto al menos 55 países, mínimo necesario para que entre en vigor. Cuando eso se produzca, se habrá puesto en marcha lo que puede tildarse como casi revolución energética porque se irán sustituyendo combustibles fósiles en favor de energías limpias y renovables, al tiempo que se potencian el ahorro y la eficiencia.

> Campaña para informar sobre medicamentos genéricos



EL CONSEJO GENERAL DE FARMACÉUTICOS y la Unión de Consumidores de España (UCE) han anunciado la puesta en marcha de una campaña para informar a la población, especialmente a las personas mayores, sobre los medicamentos genéricos. Los mensajes incidirán en que los fármacos genéricos, especialidades bioequivalentes a los medicamentos de marca cuya patente ha caducado, son más baratos y ofrecen las mismas garantías de

calidad, eficacia y seguridad. Según las encuestas, un 80% de los españoles conoce o ha oído hablar alguna vez de los genéricos, pero sólo un 45% reconoce haberlos tomado alguna vez. En la actualidad, el mercado de nuestro país ofrece unas 1.000 presentaciones de genéricos.

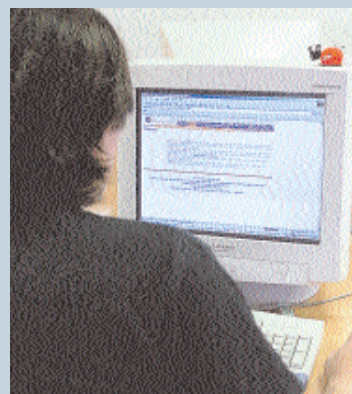
> El turismo acapara el 38% de las ventas "online"

DEL TOTAL DE VENTAS REALIZADAS A TRAVÉS de Internet, esto es, del comercio electrónico, en España en 2000, el 38% correspondieron al sector turístico, según se dio a conocer en el seminario sobre el Impacto de las Nuevas Tecnologías en el Sector Turístico celebrado en la Universidad Europea de Madrid CEES. Asimismo, se destacó que el perfil medio del internauta que reserva viajes a través de Internet es un varón de entre 35 y 54 años. Las previsiones apuntan a que en dos años el 40% de la contratación de viajes se realizará por la Red, ya que a juicio de los participantes en el seminario, "la verdadera importancia de Internet radica más en su utilidad como herramienta de venta directa que en su impacto sobre los métodos de gestión del sector turístico".

> Ajustar las máquinas expendedoras a la nueva moneda costará casi cien millones de euros

LOS PROPIETARIOS DE MÁQUINAS expendedoras (también llamadas de *vending*) gastarán una media de 420 euros (70.000 pesetas) por máquina para adaptarlas al euro, y hacer lo propio con una cabina telefónica supondrá 444 euros (74.000 pesetas), según comunica la Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos (ANEDA).

En conjunto, el sector del vending invertirá en esta operación unos 96 millones de euros (16.000 millones de pesetas). En España hay 650.000 máquinas de vending, de las que 380.000 venden productos y 270.000 servicios (de estas últimas, 67.500 son cabinas de Telefónica en vías públicas). Sólo esta operadora invertirá 30 millones de euros en adaptar las cabinas telefónicas de las vías públicas. También hay 18.000 parquímetros y unos 2.200 dispensadores de billetes de transportes deben estar adaptados al euro desde el uno de enero de 2002 y compatibilizar ambas monedas durante dos meses.



Automedicación responsable

El paciente, protagonista en el cuidado de su salud



¿Quién no ha acudido alguna vez a la farmacia, sin receta, a adquirir un medicamento recomendado por un familiar o amigo, pero que requiere prescripción médica? ¿Y quién no ha comprado un medicamento recetado en anteriores ocasiones por el doctor para esa dolencia banal (garganta, oído...) que padece invierno tras invierno pero se cura con fármacos que no precisan receta? En el primer caso, estamos ante una persona que opta por la autoprescripción. En el segundo, tenemos a un usuario que, reconociendo los síntomas de la enfermedad que sufre periódicamente y sabiendo el modo de combatirlos, se decanta por la automedicación responsable.

A pesar de que la automedicación entraña connotaciones negativas para gran parte de la población e incluso de los propios médicos, la Organización Mundial de la Salud (OMS) ve en la automedicación responsable una fórmula válida de atención a la salud en las sociedades desarrolladas.

La automedicación responsable se refiere principalmente al uso de medicamentos de libre acceso (no requieren receta médica) y se contraponen a la autoprescripción, o uso indiscriminado de fármacos sin indicación ni supervisión facultativa.

¿Automedicación responsable?

Tal y como la contempla la OMS, la automedicación responsable genera beneficios a nivel personal y social:

- ♥ El alivio o solución de problemas de salud se puede realizar de forma autónoma y complementaria a la labor profesional de los médicos.
- ♥ Se incrementa la autonomía y la responsabilidad de las personas en el cuidado de su salud.
- ♥ Se evitan esperas, desplazamientos, pérdidas de tiempo, etc.
- ♥ Se contribuye al desahogo para el sistema sanitario, congestionado por dolencias susceptibles de tratarse de forma autónoma.
- ♥ La automedicación es una realidad que debe asumirse. La información y la educación sanitaria pueden ayudar a que se haga de forma responsable y positiva. Y a que se consiga erradicar la automedicación indeseable y peligrosa.

Automedicación versus autoprescripción. La automedicación responsable ha sufrido una evolución muy significativa en los últimos años. Si bien en una fase inicial su ámbito se circunscribía al alivio de síntomas poco graves (dolencias leves de garganta, estómago, oído, tos...), en la actualidad abarca la prevención y alivio de problemas agudos de salud y de algunos síntomas de enfermedades crónicas (reuma, artrosis...). La automedicación responsable no pretende dejar a un lado el estratégico papel del médico: el contacto con el paciente no debe desaparecer. La autoprescripción, al contrario, deja a un lado al facultativo: es el paciente quien decide qué medicamento tomará: "funcionó con un pariente en una dolencia similar", o "he oído hablar muy bien de ese fármaco"..., por lo tanto "lo voy a tomar yo también".

Consecuencias de la autoprescripción. Las consecuencias pueden ser importantes: enmascaramiento de la enfermedad, aparición de efectos adversos, prolongación o agravamiento de la enfermedad, propensión o resistencia a los medicamentos empleados, facilitar el contagio y fomento de la drogodependencia...

La autoprescripción esconde a menudo la dependencia psíquica o física a determinados medicamentos utilizados para producir cambios en el estado de ánimo. Los factores que condicionan y favorecen el consumo de medicamentos sin prescripción son: la escasa accesibilidad al facultativo, el poco tiempo libre de los usuarios, y la excesiva laxitud en el cumplimiento, por parte de las farmacias, de la legislación sobre dispensación de especialidades que exigen receta médica. Los farmacéuticos, hay que reconocerlo, son rigurosos en la venta de psicotrópicos (sedantes, hipnóticos, tranquilizantes, antidepresivos...), pero normalmente se muestran menos estrictos cuando se trata de dispensar otro tipo de medicamentos.

Errores en el uso de fármacos. Podría pensarse que los medicamentos más disponibles para la automedicación en nuestro país, las Especialidades Farmacéuticas Publicitarias (EFP), que no requieren receta mé-

Especial atención con algunos fármacos

Algunos grupos de medicamentos merecen especial atención, porque son objeto de consumo indiscriminado y pueden acarrear serios problemas.

1. **ANTIBIÓTICOS.** Se espera de ellos la curación definitiva de los procesos infecciosos, del tipo que sean. Son los que más expectativas han generado en los últimos años. El 88% de la población española toma antibióticos al menos una vez al año, y un 25%-30% de los envases vendidos son pura autoprescripción, es decir, sin control médico. Pero lo peor es que, en la mayoría de las ocasiones, no están indicados ni se toman en las dosis adecuadas ni con la duración necesaria. El resultado es que además de otros efectos indeseables, España es uno de los países con mayores tasas de resistencia bacteriana. Los gérmenes se vuelven resistentes a los antibióticos, lo que en breve plazo constituirá, -advierten los especialistas- un grave problema de salud pública.
2. **ANALGÉSICOS.** Los datos sobre su consumo refieren un empleo masivo de analgésicos en todos los grupos de edad. En los últimos seis años, su venta ha subido un 25%. Uno de los riesgos del uso habitual de analgésicos es la Nefritis Intersticial, que puede evolucionar muy desfavorablemente. Si se abusa de la aspirina, los problemas son las hemorragias digestivas, las reacciones alérgicas y otras enfermedades, más frecuentes de lo que se cree.
3. **ANTIINFLAMATORIOS NO ESTEROIDEOS (AINEs).** Su consumo creciente, asociado o no a analgésicos, afecta fundamentalmente a las personas de más edad, que sufren más procesos inflamatorios crónicos y degenerativos. La gastritis y las hemorragias digestivas, además de otros efectos adversos, son los riesgos más habituales.



La OMS ve en la automedicación responsable una fórmula de atención a la salud en sociedades desarrolladas

ca, debieran ser los medicamentos más consumidos por los usuarios que se automedican, pero no es así. Estas EFP constituyen sólo una pequeña parte de los medicamentos utilizados con este fin.

El grueso de la automedicación lo constituyen fármacos que precisan receta médica. Y los errores de utilización en esta práctica, que conllevan efectos secundarios y otros problemas a medio plazo, constituyen el aspecto más negativo de la automedicación indeseable, diametralmente opuesta a la automedicación responsable y positiva que propugna la OMS.

Educar al paciente. La OMS considera positivo fomentar la participación de los ciudadanos en todo lo relacionado con su salud, y ve en ello un modo de reducir las visitas a los centros de asistencia sanitaria, a la vez que una manera de economizar en el gasto de la sanidad pública. Para ello, la OMS aboga por **formar a la población en el uso de fármacos.**

Se trata de complementar el binomio diagnóstico-receta con la tríada **información-consejo terapéutico-educación.** Un paciente bien informado de por qué se le receta un medicamento, aceptará de mejor grado las decisiones del doctor. El consejo terapéutico se refiere a las condiciones de uso de fármacos (dosis, duración del tratamiento...). Si el médico nos prescribe un fármaco ante un síntoma habitual en nuestro organismo y nos explica los porqués, en una circunstancia similar podremos solicitar en la farmacia ese tratamiento u otro similar sin necesidad de consultar con el galeno.

Sentimientos de culpa

Ante el fracaso, conviene preguntarnos el "porqué" en lugar del "quién"

Para poder expresarlos y combatirlos, necesitamos reconocer los sentimientos de culpa y aceptarlos como normales

Cuando sucede algo negativo, tendemos a buscar culpables. Hasta tal punto se da esa tendencia que se pueden clasificar los tipos de personalidad según se reacciona ante las frustraciones.

Las **reacciones de autoinculpación** provocan en el individuo un estado de ansiedad cuyo origen podemos encontrarlo en sistemas de educación rígidos. La familia, la escuela o el medio social han estado tradicionalmente cargados de leyes y normas de conducta regidas por el miedo al castigo. Así, hemos interiorizado paulatinamente este catálogo represivo hasta que termina constituyendo parte de nuestra personalidad. Es como un juez o policía que llevamos dentro y que actúa imponiéndose a la espontaneidad de la acción y del pensamiento. Las personas con este sentimiento de culpa se llenan de obligaciones aunque no les correspondan. Son escrupulosos y exigentes a la hora de enjuiciarse y viven pendientes de que el castigo o la sanción caiga sobre ellos.

Las **reacciones que sistemáticamente inculpan a otros** de todo lo negativo que sucede se deben a que el individuo no soporta la carga de su responsabilidad cuando surgen las frustraciones, y dirige a los demás la culpa. Es una forma de liberación que los otros perciben como una conducta agresiva, pero que revela la incapaci-

dad del individuo para criticarse de forma objetiva y serena. Estas conductas se originan por estilos de educación permisivos en los que la persona no experimenta los límites de su conducta ni las consecuencias de sus errores. Sucede en familias en las que la autoridad de padres y adultos y el respeto a las normas de convivencia han sido mal trabajados con los niños y adolescentes.

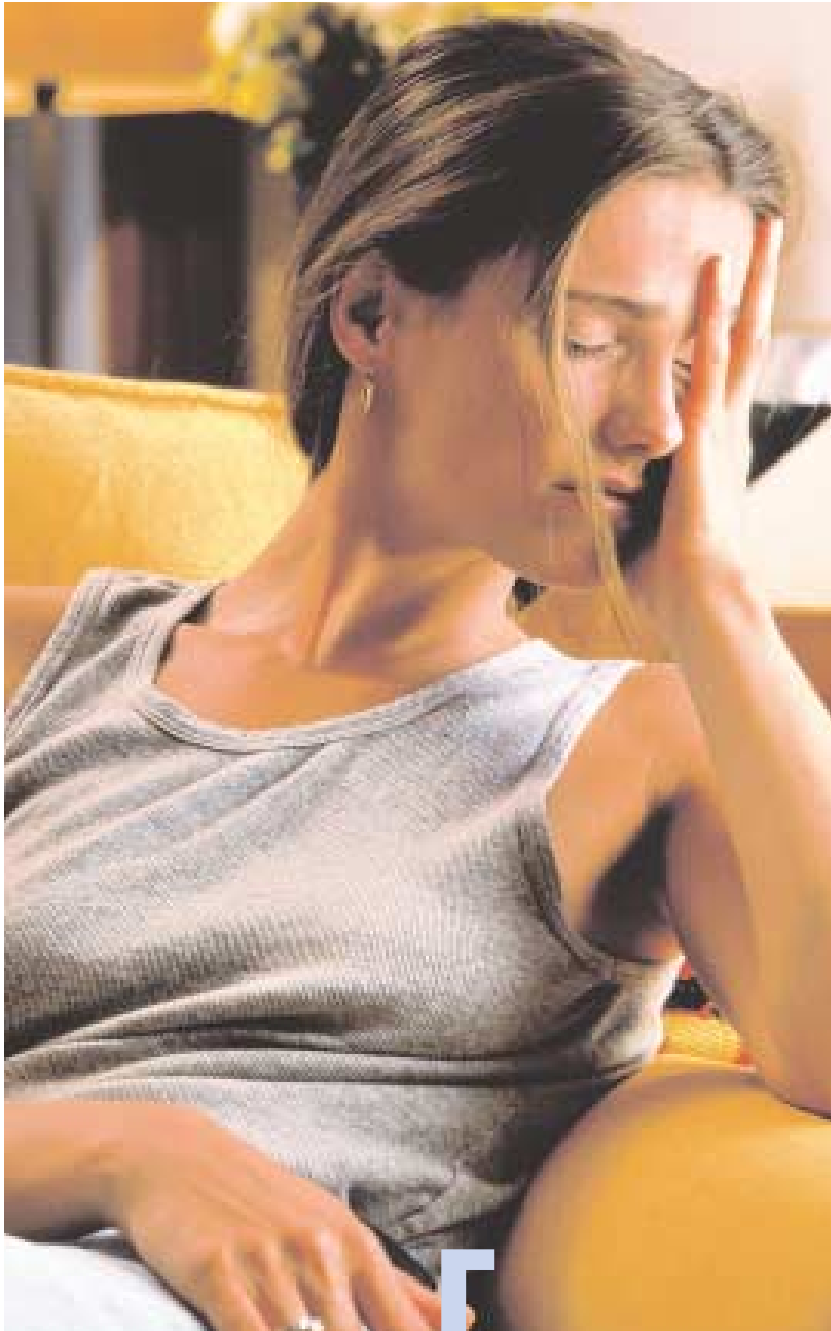
Y la actitud de reaccionar ante las malas noticias **no echando la culpa a nadie** se asocia a dos tipos de perfil: quienes mantienen actitudes frías y no le dan importancia a nada y, por otra parte, quienes mostrándose responsables y conscientes, optan por no teñir las relaciones interpersonales de sentimientos de culpa para evitar la negatividad que ello acarrea.

Para no cargarnos con culpas que no nos corresponden debemos dejar vivir a los demás

Perjudica las relaciones. Quien por sistema adjudica las culpas a los demás resulta tan cargante que no tarda tiempo en verse aislado y evitado por todo el mundo, salvo cuando ostenta poder sobre su entorno y es, por ello, temido, lo que perjudica las relaciones de esa persona. Estos individuos se tienen por tan perfectos que es desagradable permanecer junto a ellas. Pero esta actitud, tan visible cuando es protagonizada por otros, puede pasar desapercibida si somos nosotros quienes la adoptamos. Por eso debemos reflexionar sobre nuestra capacidad de autocrítica, y someternos a la crítica ajena con espíritu de mejora. Defendernos por sistema es poco provechoso para nuestro progreso personal y nos distancia de los demás.

En el otro extremo, quienes se autoinculpan de los fracasos, ya propios ya ajenos, sufren en las relaciones sociales porque perciben a los demás como superiores o irresponsables. Y pueden convertirse en demasiado exigentes con los demás, al ser percibido el entorno como moralmente menos escrupuloso que uno mismo.

Para terminar, excluir los sentimientos de culpa es casi siempre positivo. Cuando se produce un conflicto deviene improductivo buscar culpables. Si se echa la culpa al otro pueden acentuarse sus sentimientos de culpa, especialmente si es débil, con lo cual



contribuimos a destruirlo. Y pueden darse respuestas simétricas, por lo que nos veremos en un “más de lo mismo” con lo cual llegar a la solución al conflicto será difícil. Lo útil es plantearse qué parte de responsabilidad corresponde a cada uno en la búsqueda de soluciones (y no sólo en el origen del problema), y actuar en consecuencia.

Liberarnos de la culpa. Muchas frustraciones se producen porque se tiene una idea de nuestra capacidad o de la de los demás, que, por optimismo en exceso, no se atiene a lo real. Por tanto, la primera estrategia para

combatir el sentimiento de culpa es **cultivar el sentido de la realidad**, lo que supone aceptar, aunque resulte doloroso, qué y quién es cada uno. Para ello, es necesario trabajar la autocrítica mediante la reflexión y tomando en consideración las observaciones que nos hacen las personas que nos manifiestan más afecto y confianza. Determinaremos así las causas de las situaciones conflictivas para aprender de los fracasos y no volver a cometer esos o similares errores. El objetivo es **esclarecer la situación y desactivar la adjudicación de culpas**.

Lo inteligente y provechoso es identificar los errores, reconocer la causa, asumir la responsabilidad cuando nos compete y tomar medidas para rectificarlos y no volver a caer en la misma piedra. Limitarnos a sentir culpa conduce a un estado de ansiedad que puede derivar en depresiones.

Cuando se aceptan los errores sin sentir un fracaso definitivo y paralizante, pueden percibirse como oportunidad de aprendizaje, como fuente de información de qué cosas van bien y cuáles no. Se trata de un proceso de autoaceptación y mejora que genera autoestima, de aprender a querernos a partir de un diagnóstico certero sobre nuestras acciones menos logradas y nuestras posibilidades de intervenir sobre ellas.

Respecto a la culpa que podemos sentir por los errores ajenos, conviene plantearse si uno es responsable (o en qué medida lo es) de las vidas de los demás, partiendo siempre de que cada uno debe asumir su propia responsabilidad sobre lo que le acontece.

Para evitar el sentimiento de culpa, conviene...

- Identificar los sentimientos de culpa. Analizar en qué situaciones sobrevienen. **profesionales especializados del tema puede ayudar a aliviar este pernicioso sentimiento.**
- Aceptarlos como normales y pensar que son comprensibles. Al reconocer y aceptar estos sentimientos de culpa, resulta más fácil expresarlos y combatirlos. ■ Analizar sus causas. Buscar las razones de estos sentimientos puede contribuir a hacerlos más comprensibles y aceptables.
- Expresar los sentimientos de culpa. Hablar con otras personas (si es necesario, con **Reconocer nuestros límites.**
- Aprender a dejar vivir a los demás, y no cargarnos con sus responsabilidades.

Los nuevos residuos eléctricos y electrónicos

Ordenadores y teléfonos



Los residuos eléctricos y electrónicos representan ya el 4% de los desechos que se generan en Europa

Hemos asumido que ciertos equipos electrónicos, como teléfonos móviles y ordenadores, han sido diseñados para un periodo de vida útil limitado. Pero, ¿qué hacemos con ellos si se estropean, envejecen o, simplemente, cuando deseamos cambiarlos por otros más modernos? Según un estudio del Grupo de Trabajo para los Residuos Eléctricos y Electrónicos de la UE, estos desechos (ordenadores y móviles principalmente) representa ya el 4% de la basura total en Europa y su eliminación se está convirtiendo en un serio reto.

España genera al año entre 100.000 y 160.000 toneladas de basura electrónica doméstica. Si se le añaden los residuos que produce el sector de la electrónica, el resto de la industria y los establecimientos comerciales, se alcanzan las 200.000 toneladas de desperdicios electrónicos al año.

Si se lograra reciclar el 70% de estos desechos, se recuperarían más de 90.000 toneladas de metales, 30.000 de plásticos y 13.000 de vidrio. Ante la magnitud del problema, la UE fijó en 1999 un mínimo de 2,75 kilos de basura electrónica doméstica recogida a partir de 2002 por habitante y año, pero ningún país va a llegar a esa ratio.

Nueva normativa. La mayoría de los *residuos blancos* (frigoríficos, lavadoras, hornos, cocinas...) se fabrican con metales: cadmio, plomo, bromados, mercurio, cromo hexavalante. Muchos de ellos son tóxicos en determinada concentración y degradan el medio ambiente.

La Oficina Ambiental Europea, una federación creada por ciudadanos, calcula que la UE generó en 1998 seis millones de toneladas de chatarra electrónica y afirma que en 2004 serán 7,4 millones de toneladas. Además, el 90% de los desechos electrónicos se envía directamente a los vertederos, o se quema o abandona de cualquier manera. Por ello, el Parlamento Europeo prepara una normativa que obligará a los fabricantes a hacerse cargo de los aparatos que vendan, de modo que deberán recoger y reciclarlos una vez finalice su vida útil. Se espera que esta medida encarezca en un 5% las computadoras. Y a partir de 2006 se prohibirá construir ordenadores y electrodomésticos

con plomo, mercurio, cadmio, cromo hexavalante y bifenilos polibrominados o éter difenil. También se pretende promover empresas que reciclen estos materiales.

Reciclaje de metales. Los metales son el núcleo principal de los residuos eléctricos y electrónicos, pero al menos su reciclaje es factible, ya que reutilizar metales permite ahorrar su extracción, una de las fases más agresivas con el medio ambiente dentro la producción de este material. Para recuperarlos se necesita menos energía y se generan menos desechos (potencialmente, un 98% menos) que para extraerlos de la naturaleza. Esto no significa que deba dejarse de lado la

Los residuos tecnológicos se clasifican en tres líneas, denominadas mediante colores.



> LÍNEA GRIS:

equipos informáticos (teclados, CPUs, ratones...) y teléfonos móviles. Todavía no suponen el grueso de los vertidos de tecnología, pero llegarán a serlo.

> LÍNEA MARRÓN:

televisores, equipos de música, videos...

móviles también se reciclan



explotación de minerales vírgenes, sino que el reciclaje desempeña un papel esencial en el desarrollo sostenible, al producir metales comunes y preciosos. Además de su significativo valor monetario, los metales reciclados poseen un valor ambiental único: pueden durar para siempre, lo que los hace un recurso fundamental.

Ordenadores. El ordenador se ha ganado a pulso su lugar como un electrodoméstico más del hogar y, sobre todo, de las empresas, donde su presencia es ya imprescindible. Pero al igual que ocurriera con frigoríficos, televisores o lavadoras, la vida útil de los primeros y segundos ordenadores ha finalizado, y sus dueños se enfren-



> **LÍNEA BLANCA:**
frigoríficos, lavadoras,
lavavajillas, hornos y
cocinas.

tan al problema de qué hacer con estos aparatos cuando desean desprenderse de ellos. En ocasiones, se dejan en el propio servicio de reparaciones. Así, algunos técnicos acumulan, a su pesar, electrodomésticos que les confían para su arreglo y que luego sus propietarios no retiran. Estos aparatos abandonados, entre los que abundan los ordenadores, se restauran para ser donados a escuelas o instituciones de interés público.

El circuito de las 3 R (reducir, reutilizar y reciclar) es aplicable también a los ordenadores domésticos

Otra posibilidad para que las computadoras sobrevivan a la destrucción es entregarlas en promociones que aceptan equipos viejos, que posteriormente se revenden a bajo precio.

Pero el circuito de las 3R (reducir, reutilizar, reciclar) se impone. Una manera de reutilizar es desarmar los equipos, reemplazar las piezas desgastadas, pintarlas y restaurarlas para que cumplan las expectativas de un modelo nuevo. También los equipos usados son desguazados, se clasifican las partes aprovechables como repuestos y el material restante se recicla. Las partes plásticas de las impresoras, por ejemplo, pueden llegar a transformarse en la parte externa de un diskette o hasta en cubiertos de plástico.

Móviles: un nuevo producto para la cadena de reciclaje

En España hay unos 20 millones de teléfonos móviles, y 3 millones de ellos se consideran ya obsoletos. Ante la cantidad de residuos que generan los móviles, el pasado verano se puso en marcha la Campaña de Recogida de Móviles en poblaciones de más de 50.000 habitantes. Se instalaron unos 300 puntos de entrega y recogida en establecimientos y servicios técnicos para concienciar a los ciudadanos de la necesidad de recoger y reciclar estos residuos, con el fin de ahorrar materias primas y recursos naturales.

Aunque no hay datos oficiales sobre esta campaña, la experiencia de la Comunidad de Madrid (enero- julio 2001) arroja resultados positivos: se recogieron 8 toneladas de teléfonos móviles, unos 51.000 aparatos.

Los residuos reciclables se clasifican en accesorios (cargador, manos libres, antena, teclado, transformadores...) y terminales (componentes eléctricos, carcasas, baterías, placas de circuitos...). Tras la entrega del móvil en un punto de recogida, es transportado a una planta de reciclaje de Erandio (Vizcaya), donde se le extrae la batería que se traslada a un gestor autorizado de residuos peligrosos. Allí se separan los materiales plásticos y metálicos, que tras ser triturados se reutilizan para fabricar otros teléfonos o como materias primas. Gracias a este proceso, el 95% de los componentes de los teléfonos móviles se recicla. Esta campaña antecede al Plan Nacional de Residuos Electrónicos y Eléctricos que está previsto se apruebe los primeros meses de este mismo año.

Cafés de alta gama

Los hay económicos y de gran calidad

250 gramoko enbaseak kiloko 300 eta 1.000 pta. bitarteko prezioa du, eta aztertutako 13 laginek betetzen dute araudia

Se han analizado 13 muestras de café de alta gama, distintas en origen y modo de elaboración. Diez son Arábicas lavados o Suaves, correspondientes a calidades basadas en un único origen (en nuestro caso, Colombia, Kenya y Costa Rica) y otros blend elaborados con arábicas lavados. Otros dos son Arábicas no lavados o Naturales, de Brasil; y el último, un Robusta de Uganda. Las marcas de estos cafés son Bonka, Baqué, Saimaza, Fortaleza y "O Gourmet".

El café carece de valor nutricional y se consume por su capacidad estimulante y sus peculiares sabor y aroma. Puede tomarse también como bebida refrescante. Hay dos grandes variedades, *Coffea Arabica* y *Coffea Robusta*, que difieren en sus modos de producción, composición y calidad organoléptica, que es lo que percibe el consumidor. Los Arabica son más apreciados por su exquisito aroma y sabor, mientras que los Robusta son más resistentes y, en su justa proporción, confieren buenas propiedades al *blend* o mezcla final.

El proceso de elaboración del café pasa por la recogida manual del fruto, el despulpado, y el beneficiado húmedo



MARCA	BONKA	CAFÉ BAQUÉ	SAIMAZA	FORTALEZA
Denominación/Origen	PURO COLOMBIA	La Colección 100% COLOMBIA	Colección Origenes COLOMBIA	Grandes Origenes PURO COLOMBIA
Etiquetado	Correcto	Correcto	Correcto	Incorrecto
Precio (pts/envase 250 gr)	293	415	311	402
Peso neto (gr)	252,0	249,0	250,4	248,8
Oxígeno residual (%)	0,1	0,0-0,1	0,0-0,1	0,1
Color ¹	60,2	57,2	58,6	50,4
Densidad (gr/cm ³)	0,395	0,431	0,452	0,395
Humedad ² (%)	3,66	2,27	4,61	2,53
Cafeína s.s.s. ³ (%)	1,15	1,20	1,14	1,21
s.s. extracto acuoso ⁴ (%)	25,16	24,72	24,74	25,88
Cenizas ⁵ (%)	4,27	4,41	4,09	4,56
pH	4,62	4,87	4,75	4,97
Granulometría (% acumulados)				
- <0.250 mm	23,9	31,1	23,6	28,1
- <0.500 mm	69,5	60,6	65,5	89,2
- <0.800 mm	98,5	98,9	96,9	98,8
- >0.800 mm	1,5	1,1	3,1	1,2
Estimación del tipo o blend ⁶	Se corresponde con el declarado	Se corresponde con el declarado	Se corresponde con el declarado	Se corresponde con el declarado
Valorac. organoléptica (cata)				
Aroma	8,0	10,0	7,5	6,75
Bebida	9,0	8,0	8,0	6,0

o seco, hasta la obtención del café verde, materia prima que se selecciona y compra en función de su calidad, y se mezcla en proporciones concretas para, una vez tostado y molido, constituir el *blend* único y característico de cada marca de café.

Hay enormes variaciones de precio entre marcas y tipos. Los más económicos son, en el envase estándar de 250 gramos, Bonka Puro Colombia (1,76e -293 pesetas) y Saimaza Colombia, Brasil y Uganda (1,87e - 311 pesetas). Fortaleza comercializa sus diversos orígenes (Puro Colombia, Puro Kenya, Puro Arábica, y Puro Costa Rica) a unas 400 pesetas. En Baqué, el 100% Colombia cuesta 2,49e (415 pesetas), y su Colección Orígenes sale a más de 3,91e (650 pesetas). "O" Gourmet es el más caro: los Kenya y Brasil cuestan 5,14e , y el Costa Rica 6e.

La legislación aplicable al café molido establece límites para la humedad, cenizas, sólidos solubles del extracto acuoso y contenido en cafeína. Todas las muestras fueron correctas en estos parámetros, y en la mayoría el color corresponde a un grado de tueste me-

dio. En el molido, en las cuatro referencias de Fortaleza y en Saimaza Uganda fue más fino que lo habitual en nuestro mercado, mientras que en Gourmet fue más grueso.

El etiquetado de algunos de estos cafés se reveló mejorable (e incluso incorrecto) en varias muestras.

Dejando al margen gustos personales y considerando la calidad organoléptica (sabor, aroma), determinada en una cata de especialistas, como factor determinante para la aceptabilidad

del café, la mejor relación calidad-precio corresponde a Bonka Puro Colombia (1,76 euros y 8,5 puntos de media en la cata) y Baqué 100% Colombia (2,49 euros y 9 puntos). Saimaza Colombia (1,87 euros y casi 8 puntos) es otra opción interesante, si bien el mejor es Baqué Colección Orígenes (3,96 euros), con 9,5 puntos. En cuanto a marcas, Fortaleza ofrece una amplia gama a un precio competitivo.

Cosas sobre el café. La materia prima consiste normalmente en varias calidades de café verde, que mezcladas constituyen el *blend* o mezcla, con el sabor, aroma y cuerpo de cada marca. Pero hay cafés "monocalidad", a base de un solo café, como en la mayoría de los aquí analizados

El grado de tueste es la clave en el aroma y sabor del café: más intensos dan lugar a bebidas con más cuerpo y color, mientras que tuestes más ligeros proporcionan mayor acidez. Los tuestes más claros se hacen con los granos de mayor calidad, pues exponen mejor el sabor real del grano. Un tueste fuerte puede enmascarar las ca-

El precio dice poco:
los tres cafés más caros fueron los peores en la cata



ANÁLISIS COMPARATIVO DE CAFÉS

CAFÉ BAQUÉ	FORTALEZA	FORTALEZA	"O" GOURMET	FORTALEZA	"O" GOURMET	SAIMAZA	"O" GOURMET	SAIMAZA
La colección Orígenes	Grandes orígenes PURO ARÁBICA	Grandes Orígenes PURO KENYA	KENYA "AA" WASHED	Grandes orígenes PURO COSTA RICA	COSTA RICA "Caracolillo"	Colección orígenes BRASIL	BRASIL	Colección Orígenes UGANDA
Correcto	Incorrecto	Incorrecto	Incorrecto	Incorrecto	Incorrecto	Correcto	Incorrecto	Correcto
659	402	402	855	402	999	311	855	311
249,2	251,5	248,2	249,6	245,9	249,3	250,3	249,8	249,8
0.0-0.1	0.0-0.1	0.0-0.1	0.8	0.7	1.0	0.2-0.2	0.1-0.2	0.0-0.1
62.5	65.9	51.9	61.7	55.5	48.4	55.8	51.3	46.7
0.436	0.403	0.395	0.395	0.391	0.379	0.417	0.417	0.408
2.39	2.92	2.67	2.41	2.25	3.00	4.58	1.92	4.76
1.36	1.24	1.32	1.15	1.31	1.26	1.28	1.61	2.31
26.21	24.66	26.27	23.16	25.69	24.55	24.13	24.86	28.66
4.27	4.66	4.63	4.65	4.49	4.47	4.90	4.59	5.12
4.85	4.92	4.88	5.05	5.01	5.14	5.08	5.18	5.24
28.5	30.2	28.6	15.3	27.0	18.1 ¹	25.0	21.0	29.9
59.3	86.9	90.7	26.5	87.6	34.6	66.7	38.0	82.3
98.5	98.9	99.2	94.4	99.6	96.4	97.2	89.2	98.7
1.5	1.1	0.8	5.6	0.4	3.6	2.8	10.8	1.3
Se corresponde con el declarado	Se corresponde con el declarado	Se corresponde con el declarado	Se corresponde con el declarado	Se corresponde con el declarado	Se corresponde con el declarado	Se corresponde con el declarado	Se corresponde con el declarado	Se corresponde con el declarado
10,0	7,25	7,75	6,5	6,0	4,0	6,5	6,0	5,0
9,0	6,5	7,0	4,75	5,0	3,75	6,5	4,75	5,0

(1) Color: la lectura es inversamente proporcional a la intensidad de color y al grado de tueste. Valores más altos indican menor intensidad de color y, por tanto, menor grado de tueste. (2) Humedad: máximo 5%. (3) Cafeína s. s.: cafeína sobre sustancia seca. Mínimo 0.7%. (4) s.s. extracto acuoso: sustancia seca del extracto acuoso. Límites legales: entre 20 y 30%. (5) Cenizas: máximo 6% sobre sustancia seca. (6) Blend: mezcla o composición, estimada mediante cata.



Algunos tienen un grado de molido más fino o más grueso de lo habitual

La cata, clave en el café. El tipo de café, *blend* (mezcla) o monocalidad, se estima (con un margen de error) mediante una cata de expertos que conocen el aroma, cuerpo y sabor de cada tipo y variedad de café. En todas las muestras, el origen determinado en la cata coincidió con el declarado en sus etiquetados.

La cata es el criterio fundamental de calidad. La evaluación del aroma se realiza en seco y en húmedo. Para la determinación del sabor se prepara una infusión de café y agua desmineralizada al 5%. Y para comprobar la evolución del café con el paso del tiempo, se realizó una segunda cata dos semanas después de haber abierto el envase.

La cata se realizó dividiendo las muestras en tres grupos, según su proceso de elaboración. Se evaluaron los arábicas lavados o Suaves (Colombia, Kenia, Costa Rica, y las mezclas 100% arábica), los arábicas no lavados o Naturales (Brasil) y, por último, los Robusta (Uganda). Los primeros son valorados por su riqueza aromática, acidez y suavidad. Los no lavados, por su

cuerpo y equilibrio, y los Robustas por su fuerza e intensidad. En condiciones normales, la cotización en bolsa de los cafés Suaves es superior a la de los Naturales y la de éstos mayor que la de los Robustas. Al margen de estos caracteres generales, cada origen presenta características específicas.

Los mejores en la cata fueron Baqué Orígenes (10 en aroma y 9 en bebida), Baqué Colombia (10 en aroma y 8 en bebida) y Bonka Colombia (8 en aroma y 9 en bebida), todo ellos de muy buena calidad. En algunos se encontraron leves defectos: en Fortaleza Puro Colombia y Puro Arábica, en los tres de Gourmet, y en Saimaza Brasil se detectaron leves notas de oxidación. En Fortaleza Puro Colombia y Gourmet Costa Rica aparecen notas correspondientes a un tueste intenso, muy pronunciadas en el caso de Gourmet Brasil. Y Saimaza Uganda presentó un perfil organoléptico muy diferente al de los demás, como corresponde a un 100% Robusta.

características organolépticas menos positivas del café. El tueste cambia la composición química de los granos (el agua se disipa y se produce la caramelización de los azúcares del café), y su aspecto físico: el grano aumenta de tamaño y su color cambia de verde a marrón. Ya tostados, los granos se muelen a un tamaño distinto según el uso final que se les quiera dar. Como las propiedades aromáticas del café molido son muy sensibles al oxígeno, el envasado ha de hacerse al vacío o en atmósfera inerte.

En laboratorio... La legislación exige, para el café molido de tueste natural, un mínimo de cafeína (0,7%

UNO POR UNO, 13 CAFÉS MOLIDOS DE ALTA GAMA



BONKA	CAFÉ BAQUÉ	SAIMAZA	FORTALEZA	CAFÉ BAQUÉ	FORTALEZA	FORTALEZA	"O" GOURMET
COLOMBIA				100% ARÁBICA		KENYA	
<p>Puro Colombia 1,76 euros (293 ptas). El más económico y una de las dos mejores relación calidad-precio. Bajo contenido en cafeína (1,15%).</p> <p><u>Estimación de tipo o blend:</u> 100% Colombia Excelso P.E. (Preparación Europea) cosecha actual.</p> <p><u>Características organolépticas:</u> Aroma: 8 puntos, tueste medio-ligero, agradable, estimulante, acidulado, compensado. Bebida: 9 puntos, acidez media, cuerpo medio, gusto residual limpio, leve acidez, leve amargor, compensada.</p>	<p>La Colección 100% Colombia 2,49 euros (415 ptas). El mejor entre los Colombia, pero el más caro. Una de las dos mejores relación calidad-precio.</p> <p><u>Estimación de tipo o blend:</u> 100% Colombia Excelso P.E. (Preparación europea) cosecha actual.</p> <p><u>Características organolépticas:</u> Aroma: 10 pts, tueste medio, muy agradable, estimulante, acidulado, equilibrado. Bebida: 8 pts, acidez media-baja, cuerpo ligero, escaso desarrollo en boca, gusto residual limpio, acuoso, con matiz celulosa. Tras la apertura, lenta disminución de la calidad organoléptica.</p>	<p>Colección Orígenes Colombia 1,87 euros (311 ptas). Una interesante opción.</p> <p><u>Estimación de tipo o blend:</u> 100% Colombia Excelso P.E. cosecha actual. La mayor densidad (0.452 gr/cm³), pero bajo contenido en cafeína (1.14%) y cenizas.</p> <p><u>Características organolépticas:</u> Aroma: 7,5 pts, tueste medio, agradable, acidulado. Bebida: 8 pts, acidez media-alta, descompensada de perfil cítrico, cuerpo medio-ligero, gusto residual limpio, acidez. Tras la apertura, disminución de la calidad organoléptica a velocidad media-alta.</p>	<p>Grandes Orígenes Puro Colombia 2,42 euros (402 ptas). Etiquetado incorrecto. Color oscuro, tueste intenso. Molido más fino que lo habitual.</p> <p><u>Estimación de tipo o blend:</u> 100% Colombia Excelso P.E. cosecha actual.</p> <p><u>Características organolépticas:</u> Aroma: 6,75 pts, leves notas de oxidación y tueste intenso, correcto. Bebida: 6 pts, acidez baja-escasa, cuerpo medio, gusto residual limpio, moderado amargor y aspereza, leve oxidación, perfil plano. Tras la apertura, disminución de la calidad organoléptica a velocidad media-alta.</p>	<p>Colección Orígenes 3,96 euros (659 ptas). Caro, pero el mejor en la cata con 9,5 pts.</p> <p><u>Estimación de tipo o blend:</u> 30% Costa Rica SHB, 30% Guatemala SHB, 40% Java Arábica.</p> <p><u>Características organolépticas:</u> Aroma: 10 pts, tueste medio-ligero, muy agradable, estimulante, acidulado, equilibrado. Bebida: 9 puntos, acidez media, cuerpo medio, gusto residual limpio, leve acidez y leve amargor, muy compensado. Tras la apertura, evolución muy buena: muy alta preservación del producto.</p>	<p>Grandes Orígenes Puro Arábica 2,42 euros (402 ptas). Etiquetado incorrecto. Color claro, tueste de medio-ligero a ligero.</p> <p><u>Estimación de tipo o blend:</u> 30% Kenya Arábica Lavado AA, 30% Costa Rica SHB y 40% Colombia Excelso P.E. cosecha actual.</p> <p><u>Características organolépticas:</u> Aroma: 7,25 pts, tueste ligero, agradable, acidulado, con notas de oxidación. Bebida: 6,5 pts. Acidez media, cuerpo medio, gusto residual limpio, leve acidez, leve amargor y aspereza. Tras apertura, disminución de calidad organoléptica a velocidad media-alta.</p>	<p>Grandes Orígenes Puro Kenya 2,42 euros (402 ptas). Etiquetado incorrecto. Color oscuro, tueste intenso. Grado de molido más fino de lo habitual.</p> <p><u>Estimación de tipo o blend:</u> 100% Arábica Kenya Lavado AA.</p> <p><u>Características organolépticas:</u> Aroma: 7,75 pts, tueste intenso, agradable, acidulado. Bebida: 7 pts, acidez media-alta, descompensada de perfil cuerpo medio-ligero, gusto residual limpio, acidez, astringencia (inmaduro), falta de suavidad. Tras apertura, disminución de calidad organoléptica a velocidad media-alta.</p>	<p>Kenya "AA" Washed 5,14 euros (855 ptas), caro.</p> <p>Etiquetado incorrecto. Bajos contenido en cafeína (1,15%) y sustancia seca, aunque correctos. Molido algo más grueso de lo habitual.</p> <p><u>Estimación de tipo o blend:</u> 100% Kenya Arábica Lavado AA.</p> <p><u>Características organolépticas:</u> Aroma: 6,5 pts, notas de oxidación. Bebida: 4,75 pts, acidez media, cuerpo medio-ligero, gusto residual a oxidación, leve aspereza y moderada acidez. Tras apertura, disminución de la calidad organoléptica a velocidad alta.</p>

sobre sustancia seca), y regula también la humedad (máximo, 5%), las cenizas totales (máximo, 6% sobre sustancia seca), y los sólidos solubles del extracto acuoso (entre el 20% y el 30%). Todas las muestras cumplen estas exigencias.

El promedio de humedad, importante para la estabilidad del café molido, se situó cerca del 3%. La proporción media de cafeína fue del 1,17%, superior en Saimaza Uganda (2,3%) como corresponde a un café Robusta. En la proporción de sólidos solubles (en infusión al 10% café-agua), destacó Saimaza Uganda con un 28,7%, cuando el promedio fue del 25,3%.

Las cenizas suponen una media del 4,54%. En Saimaza Uganda es también superior (5,12%) pero inferior al máximo aceptado, el 6%. En el pH o acidez del café, el promedio es de 4,97 y similar pero en Saimaza Uganda alcanza el 5,24. Esta acidez no es trasladable a la percibida en cata, ya que en ésta influyen otros factores.

Las propiedades aromáticas del café molido son muy sensibles al efecto del oxígeno, por lo que se envasa al vacío o en envases con una válvula unidireccional que permite la salida de gases pero no su entrada. La mayoría de los envases presentaron una proporción de oxígeno residual inferior al 0,3%, aunque Fortaleza Costa Rica, Gourmet Kenya y Costa Rica tenían niveles entre 0,7% y 1%. Son valores correctos, aunque algo altos en estos tres últimos cafés.

Ya en el color del café, los más oscuros son Saimaza Uganda, Gourmet Costa Rica, Fortaleza Puro Colombia, Fortaleza Puro Kenya y Gourmet Brasil, que han sufrido un tueste intenso o muy intenso. Por su parte, Fortaleza 100% Arábica, Baqué Orígenes, Gourmet Kenya y Bonka Puro Colombia son los más claros, con un tueste desde medio-ligero hasta ligero. En el resto, con la excepción de Saimaza Brasil y Fortaleza Costa Rica -que han sufrido un tueste un poco más intenso., el tueste fue medio.

En Síntesis

- Se han analizado trece cafés molidos de alta gama en envase de 250 gramos. Diez son Arábicas lavados o Suaves, correspondientes a monociedades basadas en un origen: Colombia, Kenya y Costa Rica, junto con otros blend (mezcla) a partir de arábicas lavados. Otros dos son arábicas no lavados o Naturales, ambos de Brasil; y uno, Robusta de Uganda.

- Todos cumplen la norma en humedad, cenizas, sólidos solubles del extracto acuoso y cafeína. En la mayoría, el color es de un tueste medio.

- Algunas muestras tienen un molido no habitual en el mercado español, por más fino o más grueso.

- En la cata de expertos, los mejores (con 8 ó más puntos de media entre aroma y sabor) fueron, en este orden, Baqué Colección Orígenes (3,96e, 659 pesetas), Baqué Colombia y Bonka Colombia.

- La mejor relación calidad-precio son Bonka Colombia (1,76e -293 ptas) y Baqué Colombia (muy bueno, a 2,49e -415 ptas). Saimaza Colombia (1,87e -311 ptas) es otra buena opción.

- Los tres cafés más caros (de O Gourmet), y el único tipo Robusta (Saimaza Uganda), obtuvieron puntuaciones mediocres en la cata.

EN ENVASE DE 250 GRAMOS

	FORTALEZA	"O" GOURMET	SAIMAZA	"O" GOURMET	SAIMAZA
--	-----------	-------------	---------	-------------	---------



	C O S T A R I C A		B R A S I L		U G A N D A
	Grandes Orígenes Puro Costa Rica	Costa Rica "Caracolillo"	Colección Orígenes Brasil	Brasil	Colección Orígenes Uganda
	2,42 euros (402 ptas).	6 euros (999 ptas), el más caro. Etiquetado incorrecto. Contenido en oxígeno residual algo elevado. Color oscuro, tueste muy intenso.	1,87 euros (311 ptas).	5,14 euros (855 ptas).	1,87 euros (311 ptas).
	Etiquetado incorrecto. Molido más fino de lo habitual.		<u>Estimación de tipo o blend:</u> 100% Brasil Duro Limpio.	Etiquetado incorrecto. Color oscuro: tostado intenso. El de menos humedad. Grado de molido algo más grueso de lo habitual.	Diferente al resto, es el único Robusta. Tueste muy intenso y máximos humedad, cafeína (2,31%), sustancia seca, cenizas y pH. Molido más fino de lo habitual. <u>Estimación del tipo o blend:</u> 100% Robusta Uganda Standard. <u>Características organolépticas:</u>
	<u>Estimación del tipo o blend:</u> 100% Costa Rica SHB.	<u>Estimación del tipo o blend:</u> 100% Costa Rica SHB.	<u>Características organolépticas:</u> Aroma 6,5 ptos, tueste medio-intenso, notas de oxidación. Bebida: 6,5 ptos, apenas acidez, cuerpo medio-alto, gusto residual limpio, leve aspereza, leve amargor y oxidación. Tras la apertura, evolución normal-baja.	<u>Estimación del tipo o blend:</u> 100% Brasil Duro Limpio. <u>Características organolépticas:</u> Aroma: 6 ptos. Evidentes notas de oxidación y tueste intenso. Bebida: 4,75 ptos, exenta de acidez, cuerpo medio-alto, gusto residual acusado de amargor y matiz ceniza (signos de tueste intenso), aspereza. Tras la apertura, evolución deficiente.	<u>Características organolépticas:</u> Aroma: 5 ptos, propio de un Robusta con tueste muy intenso. Bebida: 5 ptos, correspondiente a un Robusta medio, sin acidez, con cuerpo alto, gusto residual con amargor, tueste intenso. Tras apertura: evolución normal-baja.
	<u>Características organolépticas:</u> Aroma: 6 puntos, en el aroma es evidente el matiz celulosa, correcto-bajo. Bebida: 5 puntos, acidez media-baja, cuerpo ligero, gusto residual, moderada aspereza, leve acidez y sabor celulosa. Tras la apertura, evolución normal-baja.	<u>Características organolépticas:</u> Aroma: 4 ptos, evidentes notas de oxidación y tueste intenso. Bebida: 3,75 ptos, con acidez baja, cuerpo ligero, signos evidentes de oxidación, gusto residual a oxidación, leve acidez. Tras la apertura, evolución deficiente.			

Freidoras eléctricas

La más barata, una de las mejores

Garrantzi txikiko segurtasun-akatsak aurkitu ziren
aztertutako zortzi frijigailuetatik bitan

Se han analizado ocho freidoras eléctricas con precios entre los 50,42 euros (8.390 pesetas) de Philips HD-6110 y los 107,58 euros (17.900 pesetas) de Tefal Visualis 100 y que tienen una capacidad de hasta 4 litros de aceite, que se calienta mediante resistencias eléctricas controladas por un termostato que selecciona la temperatura a la que se freirá el alimento.

La más barata (Philips) y más cara (Tefal) son las de mejor calidad, entendiendo por tal el compendio de sus características técnicas, su seguridad de funcionamiento y los resultados de uso en las pruebas de laboratorio. Philips HD-6110 es la mejor relación calidad-precio. La calidad de las ocho es al menos aceptable, si bien Taurus Star-3 y Ufesa FR-1230 no cumplen la norma de seguridad, debido a deficiencias poco importantes.

Tefal y Philips, destacaron por su aptitud a la función, o conjunto de estos apartados: ergonomía, uso y manejo, mantenimiento y limpieza, aspecto y acabado, protección de mandos, manual de uso, rapidez de calentamiento y enfriamiento, precisión del termostato, calidad de fritura y consumo eléctrico. Las más ergonómicas: Fagor F-5220, Taurus Prof-3 y Ufesa FR-1230, por sencillas de manejar, por incorporar tres asas de plástico (dos para el transporte y una para la tapa) y por su tamaño. En consumo eléctrico, las más austeras: Philips y Fagor, y Ufesa FR-1515.

Fáciles de usar. Tefal fue la mejor en limpieza, con superficies exteriores lisas y sin apenas resaltes; y su resistencia de calentamiento no permanece en contacto con el aceite (no se ensucia), la cubeta del aceite es extraíble y su filtro anti-olores es de fácil sustitución. Philips también fue bien calificada, aunque la cubeta enclavada en la freidora dificulta su limpieza. La extracción de los filtros anti-grasa de Solac 653 y Ufesa FR-1515 es poco sencilla. En acabado, la mejor fue Tefal: recogeable, tapa con filtro anti-olores, goma en el perímetro de la tapa (cierra más hermético) y una sólida construcción exterior de plástico, e incorpora ventanilla transparente para ver la fritura, que al carecer de mecanismo anti-condensación ve reducida su utilidad. Las más esta-

bles (cuatro patas con goma antideslizante) son Fagor, Taurus Prof-3, Tefal y Ufesa FR-1230.

Manejar los mandos. En el mercado de los mandos destacaron Philips HD-6110, Solac 653 y Ufesa FR-1230 que, incluso, indican sobre



ANÁLISIS COMPARATIVO DE FREIDORAS

	PHILIPS	TEFAL	FAGOR	UFESA	SOLAC	TAURUS	TAURUS	UFESA
MARCA	PHILIPS	TEFAL	FAGOR	UFESA	SOLAC	TAURUS	TAURUS	UFESA
Modelo	HD-6110	VISUALIS 1000	F-5220	FR-1515	653	PROF-3	STAR-3	FR-1230
Precio (euros/ptas)	50.42 / 8.390	107.58/17.900	60.04 / 9.990	66.05 / 10.990	66.05 / 10.990	78.07 / 12.990	54.04 / 8.992	93.16 / 15.500
Información al consumidor	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto
- Etiquetado y marcado	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto
- Instrucciones de uso y mantenimiento	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto
- Garantía	Correcto	Incorrecto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto
Seguridad	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Correcto	Incorrecto	Incorrecto
Características técnicas/Prestaciones								
- Potencia medida (W)	1858	1891	2021	2185	2070	1969	1866	1868
- Peso (kg)	2	4.5	2.7	3.5	3.3	3.2	3.6	3.4
- Capacidad cubeta aceite: (máx / mín) (L)	2.2 / 1.7	2.3 / 2	2.9 / 1.8	2.9 / 2	2.4 / 1.8	3.4 / 2.3	2.9 / 2	2.7 / 2.5
- Filtros: anti-olores / anti-grasa	No / Sí	Sí / Sí	No / No	No / Sí	No / Sí	No / No	No / No	No / No
- Control Temperatura: rango/posiciones	150-190/5	150-190/6	160-190/4	160-190/4	140-190/6	150-190/3	150-190/3	160-190/4
Aptitud al uso								
- Ergonomía	Bien	Bien	Muy Bien	Bien	Normal	Muy Bien	Normal	Muy Bien
- Uso y manejo	Bien	Bien	Bien	Bien	Bien	Bien	Bien	Bien
- Mantenimiento y limpieza	Bien	Muy Bien	Normal	Normal	Normal	Normal	Normal	Normal
- Aspecto exterior y acabado	Bien	Bien	Normal	Bien	Bien	Normal	Bien	Normal
- Protección de mandos	Bien	Bien	Bien	Normal	Normal	Normal	Muy Bien	Bien
- Manual de uso	Bien	Bien	Bien	Normal	Normal	Normal	Normal	Normal
- Rapidez: calentamiento /enfriamiento	Normal/Normal	Normal/Bien	Bien/Normal	Bien/Bien	Normal/Normal	Normal/Normal	Normal/Bien	Normal/Normal
- Precisión termostato: Temperatura mín. / máx.	Mal/Muy Bien	Muy Bien/Muy Bien	Normal/Mal	Muy Bien/Normal	Bien/Normal	Normal/Muy Bien	Bien/Normal	Muy Bien/Muy Bien
- Fritura	Bien	Bien	Normal	Bien	Mal	Normal	Bien	Bien
- Consumo eléctrico	Bien	Normal	Bien	Bien	Normal	Normal	Normal	Normal
Valoración global	Muy Bien	Muy Bien	Bien	Bien	Aceptable	Aceptable	Aceptable	Aceptable

la freidora una relación de alimentos con su temperatura y tiempos de fritura. En protección de los mandos, la mejor fue Taurus Star-3. En Solac 653, Taurus Prof-3 y Ufesa FR-1515, los mandos ofrecen una menor resistencia al movimiento y carecen de relieves para su protección.

Las más rápidas en alcanzar su máximo calentamiento fueron Fagor y Ufesa FR-1515, mientras que Taurus Star-3, Tefal y Ufesa FR-1515 fueron las más rápidas a la hora de enfriarse. En vaciado del aceite, la mejor fue Tefal, porque la resistencia está fuera de la cubeta y ésta puede desacoplarse para limpiarla y extraer el aceite. En Philips hay que volcar la freidora para deshacerse del aceite usado.

Conviene que el mango del cestillo de fritura sea desmontable y esté protegido. En Fagor, Solac, Taurus Prof-3, Ufesa FR-1230 y Ufesa FR-1515,

es desmontable, mientras que en las otras el mango es fijo, si bien el agarre era de plástico. En Philips y Tefal el mango es abatible, lo que disminuye el riesgo de accidentes. Tefal cuenta con filtro anti-olores que funciona también como filtro anti-grasa. Philips, Solac y Ufesa FR-1230 incorporan sólo el filtro anti-grasa, mientras que las otras tres carecen de filtros.

Hay diferencias de hasta un 40% en el consumo eléctrico de unas freidoras y otras

Casi todas frien aceptablemente.

Se frieron 500 gramos de patatas congeladas precocinadas durante seis minutos. En textura, la mejor fue Philips, cuyas patatas se mostraban bien hechas y apenas se apreciaba la grasa, mientras que la peor fue Solac (muy fritas por fuera, interiormente secas y sin grasa). En uniformidad, fueron bien valoradas excepto Solac, ya que la mayoría de sus patatas se quemaron. En el dorado, los mejores fueron Philips y Taurus Star-3, y las peores, Solac 653 (por exceso), y Fagor F-5220 (por defecto). Resumen: cinco frieron bien en la prueba, Fagor y Taurus Prof-3 aceptablemente y sólo Solac mal.

Diferencias en el consumo. Las más austeras en el gasto energético fueron Fagor, Philips y Ufesa FR-1515 (unos 0,5 kilovatios-hora). Las menos económicas en el consumo eléctrico fueron las dos de Taurus,

Segurtasuna hobe daiteke lau laginetatik batean. Frijigailu gehienak seguruak dira, baina Philips eta Taurus Star-3 markako kanpoko aldean, eta Tefal markako kristalezko leihatila gehiegi berotu ziren, nahiz eta horretarako araudirik ez egon. Hala ere, ez dira bete bi arau: Taurus Star-3 markan olioaren tenperaturak onartutako gehieneko zenbatekoa (225 °C) bi gradutan gainditu zuen, eta Ufesa FR-1230 markan plastikozko heldulekuak gehiegi berotu ziren.

CONSUMERek enbalajeetan eta aparatuetan adierazitakoen artean nahasmenak aurkitu zituen. Tefal-en janari batzuentzat aholkatutako frijitzeko tenperatura eta denbora ez datoz bat enbalajeetan eta ekipoen. Taurus Star-3 markan enbalajeetan koipearen kontrako iragazkia duela adierazten da, baina laginak ez dauka iragazki hori. Ufesa FR-1230 kaxan ez da agertzen frijigailuak duen saskitxoaren heldulekuko babesa. Kontsumitzailea egoki informatzen da, xehetasun txikiak alde batera utziz, baina Tefal-en berme-ziurtagiriak ez du eroslearen datuak ipintzeko lekurik.

con un consumo de poco menos de 0,7 kw-h. Fagor, Taurus Prof-3, y las dos Ufesa tienen una potencia real mayor de la indicada en sus etiquetas, aunque ninguna superó la tolerancia permitida. Al contrario, Philips, Solac, Taurus Star-3 y Tefal la tenían algo menor de lo declarado.

En cuanto a la cantidad de aceite que necesitan para su función, en Philips, Tefal y Solac el nivel máximo se alcanzaba con entre 2,2 y 2,4 litros de aceite, mientras que en Ufesa FR-1230, Fagor, Taurus Star-3 y Ufesa FR-1515 este nivel se situaba entre 2,7 y 2,9 litros. La que necesitaba más aceite era Taurus Prof-3 (3,4 litros). Philips, Fagor, Solac, Taurus Star-3, Tefal, Ufesa FR-1515 son las que operan con un nivel mínimo inferior de aceite. La desviación entre las capacidades de aceite indicadas y las reales son importantes en algunos casos: Philips necesita un 10% más del que indica y Taurus Prof-3 un 24% más. Y sólo Philips y Ufesa FR-1230 indican en sus manuales el mé-

todo apropiado para deshacerse del aceite ya usado.

Termostatos, tamaño, peso...

La mayoría de los termostatos indican un rango de temperaturas de trabajo de entre 150°C y 190°C. Un control adecuado de la temperatura es crítico: se desaconseja freír por debajo de 150 °C, ya que los alimentos absorberían demasiado aceite, y por encima de 225 °C porque puede resultar peligroso al existir riesgo de inflamación.

Los termostatos más fiables en su temperatura máxima son los de Philips, Taurus Prof-3, Tefal y Ufesa FR-1230. En la mínima, Tefal y las dos de Ufesa fueron las mejores. Y las mayores discrepancias entre lo que indica el termostato y la temperatura real del aceite se registraron en Fagor en la temperatura máxima, y en Philips en la mínima, con desviaciones de entre el 15 % y el 20%.

Todos los modelos están provistos de paredes exteriores separadas de la

UNA POR UNA, OCHO FREDIORAS E

PHILIPS HD-6110	TEFAL VISIALIS 1000	FAGOR F-5220	UFESA FR-1515	SOLAC 653
				
50,42 euros, 8.390 ptas. La más barata y mejor relación calidad-precio.	107,58 euros, 17.900 ptas. La más cara.	60,04 euros, 9.990 ptas.	66,05 euros, 10.990 ptas.	66,05 euros, 10.990 ptas.
Calidad global: Muy bien. Sólida y ergonómica, y la más ligera (2 kilos). Filtro anti-grasa, tapa desmontable, asas de plástico y termostato de 5 posiciones. La única cubeta no extraíble. El menor consumo eléctrico. Muy bien en ergonomía, acabado, mantenimiento, protección de mandos, precisión de termostato en temperaturas altas y calidad de fritura. Poca precisión de termostato en temperaturas mínimas.	Calidad global: Muy Bien. Certificado de garantía incorrecto. Bastante sólida y ergonómica. La más pesada (4,5 kilos). Filtro anti-olores y antigrasa y termostato con 6 posiciones. Tapa desmontable con mirilla (sin sistema anti-condensación) y asas de plástico. Junto con Philips, la mejor, especialmente en mantenimiento y limpieza, y en precisión del termostato.	Calidad global: Bien. Muy ergonómica, sólida y ligera (2,7 kilos). Tapa desmontable y asas de plástico, interruptor de encendido, y termostato con cuatro posiciones. Sin filtros. Manual de uso completo. Una de las más rápidas en calentar, con desviación del termostato (entre un 15% y un 20%) en temperaturas altas. Bajo consumo eléctrico.	Calidad global: Bien. Tres años de garantía (el segundo y tercero, sólo para componentes). Ergonómica y bastante sólida. Filtro anti-grasa, tapa desmontable y asas de plástico, termostato de 4 posiciones e interruptor y piloto de encendido. Destaca la rapidez de calentamiento y enfriamiento, y la precisión del termostato a temperatura mínima.	Calidad global: Aceptable. Tres años de garantía (el segundo y tercero, sólo para componentes). Bastante sólida pero poco ergonómica: no tiene asas. Filtro anti-grasa, tapa desmontable y termostato con 6 posiciones si bien la temperatura mínima es demasiado baja: 140°C. Bien en aspecto y acabado. La única que suspende en la calidad de fritura.



Cinco freidoras superaron bien la prueba de calidad de fritura, otras dos aprobaron y una suspendió

cubeta de aceite mediante aire para evitar quemaduras (sistema "paredes frías"). No hubo diferencias en el calentamiento sufrido por las que tienen paredes de plástico y las que las tienen metálicas. En las ocho freidoras, las únicas resistencias fijas al aparato (por lo tanto, más difíciles de limpiar) fueron las de Philips y Tefal.

Y las que más espacio ocupan son Fagor F-5220 (57 centímetros), Ufesa FR-1230 y Taurus Prof-3 (53 y 54 cm, respectivamente). Las más pequeñas son Solac (38 cm) y Taurus Star-3 (39 cm). En cuanto al peso, la más ligera es la Philips HD 6110 (2 kilos), mientras que la más pesada fue Tefal (4, 5 kilos), una diferencia más que ostensible.

Más información sobre este análisis, con un especial "Cómo freír los alimentos" en Internet, en www.revista.consumer.es

En Síntesis

- Se han analizado ocho freidoras eléctricas, con precios entre los 50,42 euros de Philips HD-6110 y los 107,58 euros de la Tefal Visialis 1000.

- La información al consumidor es correcta. Pero el certificado de garantía de Tefal no tiene espacio para los datos del comprador.

- Dos incumplen la norma de seguridad: en Taurus Star-3 el aceite alcanza una temperatura ligeramente superior al máximo y en Ufesa FR-1230 sus asas se calientan por encima de lo admitido.

- Tefal tiene un filtro anti-olores que funciona también como anti-grasa. Philips, Solac y Ufesa FR-1515 tienen sólo filtro antigrasa, y las demás no aportan estos filtros.

- Algunas consumen un 40% más electricidad que otras. Las más austeras son Philips, Fagor y Ufesa FR-1515.

- La facilidad de uso es satisfactoria en todas. Los termostatos más precisos fueron los de Tefal Visialis 1000 y Ufesa FR-1230.

- Cinco frien bien, dos (Fagor y Taurus Prof-3) aceptablemente y sólo una (Solac), mal.

- La mejor relación calidad/precio es Philips HD-6110, la más barata, que obtiene junto con Tefal Visialis 1000 el único "muy bien" global del análisis.

ELECTRICAS

TAURUS PROF-3

TAURUS STAR-3

UFESA FR-1230



78,07 euros, 12.990 ptas.

Calidad global: Aceptable.

Manual de instrucciones sin la indicación "No poner la tapa sobre la freidora mientras se fríe". Muy ergonómica y sólida. Tapa desmontable, asas de plástico y termostato con sólo 3 posiciones. Destaca la precisión del termostato en temperatura máxima. Sin filtros. Discrepancia del 24% entre el volumen de aceite indicado y el requerido.



54,04 euros, 8.992 ptas. Barata.

Calidad global: Aceptable.

Bastante sólida, pero de las menos ergonómicas. Tapa desmontable, termostato con sólo 3 posiciones, e interruptor de encendido. Sin filtros (sólo una rejilla metálica), ni patas antideslizantes. Incumple la norma de seguridad: supera, por poco, la temperatura máxima, y el calentamiento de sus paredes fue excesivo. Mandos protegidos por una funda transparente.



93,16 euros, 15.500 ptas. Cara.

Calidad global: Aceptable

Tres años de garantía (el segundo y tercero, sólo para componentes). Muy ergonómica y sólida. Tapa desmontable y asas de plástico, termostato con 4 posiciones, interruptor y piloto de encendido. Sin filtros. Incumple la norma de seguridad: calentamiento excesivo de sus asas de plástico. Termostato muy preciso.

ADSL

Por la vía rápida

El ADSL es una alternativa veloz y eficaz a las lentas conexiones telefónicas del módem convencional

En 1975 se creía que la mayor velocidad de transmisión de datos posible a través de líneas telefónicas convencionales era 1,5 kilobits por segundo. Un cuarto de siglo después, el flujo de 56 kilobits por segundos (lo que se conoce como 56k) que llega a la mayoría de hogares conectados a Internet sabe a poco. Y es que resultan suficientes para enviar y recibir textos y fotografías no demasiado grandes, pero convierten en una desesperante y lenta tortura descargar música y videos de la Red.

Los científicos siguen exprimiendo todavía las posibilidades técnicas del tradicional hilo de cobre para que en él viajen apiñados más y más datos y no se requiera cambiar el cableado que llega hasta cada hogar. Así ha nacido la tecnología ADSL, que hace uso de frecuencias hasta ahora desaprovechadas en las transmisiones telefónicas para conseguir una conexión de mayor calidad.

Velocidad asimétrica. La velocidad del ADSL es asimétrica, esto es, traer algo de Internet resulta mucho más rápido que enviar algo a la Red. Lejos de ser un contratiempo, este esquema de trabajo se adapta a los hábitos de la mayoría de internautas. Haga la prueba: la próxima vez que corte la conexión, fijese en el contador de bytes recibidos y enviados. Verá que la mayoría de las veces el primero es mucho mayor que el segundo. En caso de tener más de un ordenador en casa, no hace falta contratar varias líneas ADSL, se puede compartir el flujo de datos de una sola conexión entre todos los equipos. La velocidad que anuncian las operadoras suele ser la máxima teórica, que sólo se alcanza en condiciones ideales, más bien utópicas. A la hora de contratar ADSL, conviene fijarse en fijese si nos garantizan un caudal mínimo. Si no, quizá acabemos como con un coche deportivo obligado a

circular casi siempre entre atascos. Compruebe también que no limitan ningún servicio. Aunque la mayoría de internautas únicamente utiliza una serie concreta de protocolos y puertos, quizá algún día decida utilizar esos que están bloqueados.

Ventajas sí, pero también inconvenientes. Las ventajas del ADSL son notables: el usuario está siempre conectado, y navegue lo que navegue paga un fijo mensual, que en España ronda los 40 euros (6.655 pesetas) para los hogares. Esto hace que sea una tecnología muy apropiada para los internautas que hacen un uso intensivo de la Red. Este tipo de conexión es sustancialmente más veloz que la de un módem convencional. En España, la máxima velocidad comercializada es de 2.000 kilobits por segundos (2 megabits/seg), aunque este torrente de datos sólo está disponible para empresas. Los hogares tienen que conformarse con flujos mucho más modes-



NAVEGAR A LA CARTA

Banda Ancha
<http://www.bandaancho.st>

Portal en español sobre los diferentes accesos de banda ancha que existen en el mercado. Permite comparar las diferentes alternativas para escoger el tipo de acceso que más se amolda a nuestras necesidades.

Asociación de Internautas
<http://adsl.internautas.org>

La Asociación de Internautas ha colocado en su web una sección que desgana las últimas novedades sobre el ADSL en España. Incluye textos de referencia y un enlace a la página del Ministerio de Ciencia y Tecnología

donde podemos comprobar si nuestro número de teléfono soporta el ADSL.

Noticias 3D
<http://www.noticias3d.com>

Sitio web dedicado a la información sobre los componentes del ordenador con información actualizada sobre las últimas tarjetas de vídeo y placas base. Incluye un completo y sencillo artículo sobre las características del ADSL y sus similitudes y diferencias con otras conexiones de banda ancha.

tos, entre 128 y 256 kilobits por segundo, pero con esa velocidad se pueden escuchar ya actuaciones en vivo con la calidad de un CD.

¿Los inconvenientes? Si no se utiliza mucho Internet, la conexión por ADSL sale más cara que la tradicional. Es necesario un nuevo módem (más caro que los de 56k) y además, esta tecnología no se puede instalar en cualquier hogar: el usuario debe estar a menos de tres kilómetros de una central telefónica que ofrezca este servicio. El ADSL es, por otra parte, incompatible con otros servicios como el hilo musical, por lo que cada usuario deberá informarse de la particularidad de su instalación.

Larga vida al cobre. ¿Pero, por qué desarrollar el ADSL en vez de potenciar la fibra óptica cuyas bondades hemos oído tanto los últimos años? Es cierto que la fibra óptica tiene teóricamente un potencial mayor que el

cobre: en ella pueden viajar el teléfono, los datos y hasta la televisión y la radio digital. No obstante, el cobre está en todos lados, porque es la tecnología que se usa en la telefonía convencional. Su coste de instalación es, por tanto, mucho menor. Además, mantener el cableado tradicional es más sencillo: el cobre no necesita electricidad para transmitir. Por eso, en las catástrofes, aunque se corte el suministro eléctrico, los teléfonos continúan sirviendo de nexo entre las personas.

Pero el ADSL no es, ni mucho menos, el último paso.

De la misma forma en que mes a mes ordenadores más potentes hacen languidecer a los que parecían el último grito, nuevas conexiones aún por llegar acabarán por permitir que el flujo de datos no sea el cuello de botella que impida a los usuarios hacer un uso verdaderamente multimedia e interactivo de Internet.

LA SEGURIDAD, EN ENTREDICHO

- # Si no se adoptan las debidas precauciones, el ADSL puede convertirse en la rendija por la que se cuelen a nuestro ordenador los habitantes más indeseables de la Red. No se trata de que la conexión por ADSL sea más insegura que las tradicionales, pero la alta velocidad de conexión hará que si el equipo cae en malas manos, los estragos sean mayores.
- # No deje el ordenador todo el día encendido con la conexión abierta a la Red. Si lo hace, usuarios sin escrúpulos tendrán todo el día para probar las brechas de seguridad de su equipo y acceder a su información.
- # No abra ningún correo que no le inspire confianza ni instale nada desconocido. El mejor antivirus es la prudencia.
- # Instale regularmente los parches que lanzan los fabricantes de programas. Suelen resolver las vulnerabilidades con las que se vendieron.
- # Instale un antivirus. Los daños que puede hacer uno de estos bichillos electrónicos en un ordenador con una conexión de banda ancha como el ADSL son mayores.
- # Coloque un cortafuegos (firewall). No permiten que salga o entre un solo dato no autorizado al ordenador; esto es, comprueban si un programa oculto ha tomado el control del sistema y se dedica a usar la conexión a su antojo.
- # Sea realista, pregúntese qué tiene su ordenador que pueda interesar a un pirata informático.

Si no se hace un gran uso de Internet, la conexión ADSL sale más cara que la convencional

Índice de Precios del Consumo (IPC)

Algo más que un mero indicador económico

El IPC no especifica cuál es el precio de los productos que lo conforman, sino cuánto varía el coste de esos artículos en el tiempo

Periódicamente los medios de comunicación se hacen eco de la subida del IPC (Índice de Precios del Consumo) como un dato que directamente afecta al ciudadano y que trasciende, por ello, la teoría económica. Y, efectivamente es así, a pesar de que se presenta en ocasiones como un concepto difícil de entender. El IPC es un indicador o variable estadística que permite conocer cuánto se ha encarecido o abaratado con el paso del tiempo el precio del conjunto de artículos que constituyen el consumo familiar. El IPC se refiere a alimentación, transporte, educación, prendas de vestir, etc., no a los productos industriales como herramientas o maquinaria. Afecta, por tanto, al conjunto de artículos de consumo, no a una selección de ellos y no especifica *cuál* es el precio del conjunto de estos productos sino solamente *cuánto* varía en el tiempo.

El IPC en el presupuesto familiar. Si, por ejemplo, el Índice es hoy un 3% mayor que hace un año, ese aumento indica que para comprar hoy los mismos artículos de consumo que hace un año hemos de gastar un 3% más de dinero. Por tanto, que para no empobrecernos hemos de ganar un 3% más que ha-

ce un año. De ahí la aplicación del Índice en los convenios salariales, en las rentas de las viviendas, en la política de pensiones y, en general, en negocios privados o públicos en los que importe el mantenimiento del nivel de vida. (Cabe recordar que antes de asumir su actual denominación el Índice se llamaba Índice del coste de la vida).

Complejo sistema de cálculo. En España el Índice se obtenía hasta el año 2001 mediante el índice de los precios de ocho grupos de bienes de consumo, a saber: productos de alimentación, artículos de vestir, el alquiler de viviendas, menaje doméstico, medicinas, transporte, educación y bienes culturales y resto de artículos de consumo. Cada uno de estos Índices se elabora a tres niveles: provincial, autonómico y nacional, de manera que es posible conocer no sólo cuánto ha variado el precio del conjunto de los bienes de consumo en España en dos, tres, treinta o los meses que sean (Índice general nacional), sino también cuánto se ha encarecido, por ejemplo, durante el último año la compra de prendas de ropa y calzado en Valencia (Índice para esa provincia de precios de artículos de vestir).



Elección de artículos. El Instituto Nacional de Estadística determina, mediante encuestas llamadas de presupuestos familiares, qué productos consumen las familias y cuánto representa cada uno de ellos en el gasto total familiar. Así se conocen los artículos típicos que componen la alimentación de la familia española, los artículos con los que se viste, los que constituyen su menaje doméstico, etc. y el porcentaje del gasto total que destina la familia tipo española para alimentarse, vestirse o para pagar su vivienda. Con el resultado de esas encuestas se forma la cesta de la compra representativa del consumo familiar.

Una vez confeccionada se anotan los precios que esos artículos tienen en unos puntos de compra determinados (comercios, farmacias, colegios, etc.) de cada provincia. El momento en que se realiza esta primera obser-



¿Por qué unos productos sí y otros no?

La ausencia en el IPC del precio de la vivienda tiene su explicación: la compra de la vivienda se considera inversión, no gasto. Por el contrario, el IPC sí recoge el alquiler de vivienda, aunque su ponderación sea modesta, dado que lo habitual en nuestro país es poseer la vivienda en propiedad. Pero, otro ejemplo, el precio de las llamadas de telefonía móvil no está incluido en el IPC.

También suscita controversia la inclusión o no del tabaco y las bebidas alcohólicas en el IPC. Aunque tanto autoridades como profesionales sanitarios desearían que el consumo de estos dos productos descendiera, no puede discutirse que una familia-tipo en nuestro país realiza cada mes un gasto al menos relevante en tabaco y alcohol, por lo que parece lógico que estos produc-

tos se incluyan en la imaginaria cesta de la compra con que se confecciona el IPC. El tabaco y el alcohol, como se sabe, están gravados por muy onerosos impuestos que tienden a hacer subir el IPC, efecto indeseable para cualquier política económica. Excluirlos del IPC permitiría a la Administración gravar (para el consumidor, encarecer) aún más estos productos sin que ello afecte a la inflación oficial (si lo haría a la real) y conseguir una reducción del consumo y mejorar en algo la salud de la población. No obstante, esta medida -sanitariamente positiva y que reduciría el IPC- no reflejaría realmente la evolución de los precios. Es éste un debate social y político muy interesante.



vación se denomina período base. A partir de entonces, cada mes, se vuelven a tomar los precios de los mismos artículos en los mismos puntos de compra, observando cuánto han variado con respecto a los anotados en el período base; y es esta variación la que recoge el Índice.

Cambios en la cesta de la compra. El IPC observa cómo evolucionan los precios de unos bienes concretos en unos establecimientos previamente determinados. No obstante, si la elección de productos y de establecimientos se realiza acertadamente, se obtiene un dato extrapolable al conjunto del gasto familiar de todos los ciudadanos.

Pero en ocasiones sucede que artículos sometidos a observación mensual dejan de venderse porque el consumidor prefiere otros nuevos; también ocurre que pierden importancia algunos puntos de venta en los que se hacían las mediciones de los precios y la ganan otras tiendas. En el primer caso, se sustituye el artículo abandonado por el que le reemplaza en el consumo, y para que el cambio no afecte al Índice, no se compara el precio del nuevo producto con el del antiguo, sino con el que tenía el artículo nuevo en los meses precedentes a su in-

clusión en la cesta de la compra. En el segundo, se busca un establecimiento con características similares a la tienda donde anteriormente se efectuaban las mediciones y se le confiere una ponderación equivalente.

Adaptarse a los nuevos gustos. Hasta hace pocos años el cambio de gustos era lento y bastaba con renovar la cesta de la compra cada doce o quince años, mientras que hoy se considera necesario confeccionar una nueva cada cuatro o cinco años. Para ajustar en lo máximo la cesta de la compra al consumo real, no hay otro procedimiento que el de volver a realizar encuestas de presupuestos familiares y elaborar con sus resultados una nueva cesta. Y, precisamente, en esa fase de cambio se encuentra el IPC de nuestro país, que se ha basado en encuestas de hace 10 años.

Durante el pasado año 2001 se han realizado encuestas que servirán para actualizar la cesta de la compra. Además, se introducirán en el Índice reformas técnicas -se estructurará en doce Índices parciales en lugar de en ocho-, cambios que afectan a los sistemas de valoración y otras modificaciones que permitan comparar el Índice español con los Índices de precios de países de la Unión Europea.

Los artículos cuyos precios se utilizan para calcular el IPC se seleccionan tras realizar periódicas encuestas de consumo

Podar en invierno

Vigor y salud para las plantas



La poda altera el desarrollo y la morfología de las plantas, por lo que debe realizarse con el máximo cuidado

La mayoría de las plantas hibernan desde noviembre hasta primavera, y este periodo es precisamente el mejor para la poda, operación que vigoriza el tronco y las ramas, regula el crecimiento y elimina las partes dañadas o enfermas. Pero también hay argumentos estéticos para usar las tijeras de poda

Con el fin de no cometer errores y respetar el ser vivo que es la planta, árbol o arbusto, la poda debe emprenderse con conocimientos de técnicas de corte, que se adaptarán a cada caso.

Podar significa intervenir en la naturaleza de la planta, por lo que conviene evitar cualquier traumatismo que la perjudique. La poda comienza observando el ejemplar detenidamente y descubriendo las ramas dañadas, enfermas o muertas al ras del tronco. Cortar éstas no supone peligro, pero para determinar qué ramas adicionales podar hay que ser caute-

loso. El centro del árbol o planta debe quedar despejado para que llegue luz al resto, y si se pretende rebajar la ramificación porque la planta, árbol o arbusto da mucha sombra u ocupa demasiado espacio, será fundamental hacerlo poco a poco, para no lograr el efecto contrario: que crezca sin parar.

¿Cuándo podar? Hay dos tipos de árboles ornamentales: los que pierden las hojas en otoño -los de hoja caduca- y los que mantienen sus hojas verdes durante todo el año.

Este matiz del color de las hojas es fundamental, ya que los árboles de hoja verde perenne han de tratarse como si fueran caducos: puede que las hojas no caigan, pero acabarán marchitándose. A la hora de la poda apenas hay diferencia entre árboles de hoja caduca o perenne, y en ambos se esperará al invierno para intervenir. No obstante, es preferible aguardar a las heladas para actuar con los árboles

Tipos de poda

PODA DE FORMACIÓN:

contribuye a lograr la estructura deseada en la planta, para que alcance rápidamente la forma natural por la cual ha sido elegida y plantada. Un ciprés macrocarpa puede ser plantado para formar un seto o para que crezca en forma espontánea en todo su esplendor.

PODA DE PRODUCCIÓN:

su objetivo es estimular la producción de órganos

naturales, como flores, hojas, y frutos. La *Lavandula spicolta* (Lavanda), por ejemplo, puede plantarse para lograr follaje y flores vistosas y aromáticas, para destacar de forma individual o como macizo, o para formar una bordura compacta y delimitar espacios en el jardín.

En el primer caso, la poda es parcial, se limpia la planta de flores maduras y se controla su crecimiento. En el segundo, es intensa y frecuente para mantener la planta compacta y baja; no

interesan las flores, sólo el follaje. La poda de producción se utiliza con las especies frutales.

PODA DE RENOVACIÓN:

se aplica a las plantas que han envejecido o que se han agotado prematuramente debido al intenso crecimiento y a su productividad. Se debe practicar solamente en plantas vigorosas, de raíces y tallos gruesos, que han almacenado gran cantidad de sustancias de reserva que utilizarán los nuevos brotes. Esta poda se realiza



perennes, mientras que conviene adelantarse al frío intenso para podar los árboles caducos.

El proceso de la poda. La poda es una operación traumática que altera el desarrollo y morfología natural de las plantas. En una selva, la propia naturaleza se encarga de practicar la poda, con lo que sólo saldrán adelante las plantas más fuertes, las más altas... Pero como jardines y terrazas no están llamados a convertirse en selvas sino en un conjunto armonioso, ha de admitirse la necesidad de la poda.

No obstante, decidir qué ramas deben podarse, cómo hacerlo y por dónde plantea dudas. Se corre el riesgo de devastar las plantas, de tratar a todas por igual y hasta de mutilarlas, lo que se conoce como "carnicería del jardín". Para evitar daños, **la poda debe obedecer a las características morfológicas y fisiológicas de cada especie.** Deviene esencial conocer la técnica y adaptarla a las etapas de desarrollo de la planta.

Herramientas, según el tamaño de la rama. Los útiles para podar se eligen en función del tamaño de la rama, no según el de la planta. Para ramas pequeñas basta con podaderas manuales, aunque hay que asegurarse de que la herramienta esté bien afilada para que el corte sea limpio y no cause desgarros. Las ramas grandes que requieren sierra deben sostenerse con una mano mientras se hace el

corte. Si la rama es demasiado grande y no se puede sujetar, habrá de hacerse el corte en tres pasos para no desgarrar la corteza.

La poda de **ramas muertas** es sencilla. El corte se realiza fuera del anillo de tejido cicatricial que se haya formado entre el tronco o tallo sano y la rama muerta, procurando no causar daño innecesario.

Cortar las **ramas vivas** es más delicado. Para dar con el lugar por donde podar, hay que buscar el cuello de la rama que sale del tronco debajo de la base de la rama. En la superficie de encima suele haber un reborde de corteza de la rama (más o menos) paralelo al ángulo de la rama, a lo largo del tronco del árbol. Un corte correcto empieza fuera del reborde de corteza de la rama y baja en ángulo,

apartándose del tronco del árbol. Sin lesionar el cuello de la rama, el corte perfecto se logra acercándose lo más posible al tronco, en la axila de la rama, pero fuera del reborde de corteza de ésta, para que el tejido del tronco no sufra lesiones y la herida sane lo antes posible.

Si el corte se hace demasiado lejos del tronco, dejando un tocón de rama, el tejido de ésta muere y la herida se cierra con tejido cicatricial procedente del tronco. La herida tarda en cerrar porque ese mismo tejido del tronco tiene que sellar también el tocón.

Los restos de la poda (ramas y hojas) los podemos destinar a convertirlo en compost o llevarlos a los contenedores especializados que recogen este tipo de desechos.

Hay muchos tipos de poda: de formación, renovación, limpieza, despunte, y raleo (disminución del follaje)

normalmente durante el invierno, sobre las ramas estructurales o basales, a partir de las cuales se renovará la planta.

PODA DE LIMPIEZA: es la más cotidiana y se realiza como primer paso en la poda invernal para suprimir flores maduras y elementos dañados o secos. Se practica para mantener las plantas limpias.

PODA DE DESPUNTE: consiste en cortar el ápice (punta) del tallo para suprimir su crecimiento o

estiramiento, induciendo a la planta o tallo a ramificarse. Así se logran plantas de más volumen, frondosas y compactas.

PODA DE RALEO: tiene como objetivo disminuir la densidad de follaje (ramas) en las plantas, para facilitar la ventilación y evitar la competencia entre los elementos de la planta.

Se inicia con la eliminación de las ramas débiles mal orientadas y ubicadas, cortándolas en su base.





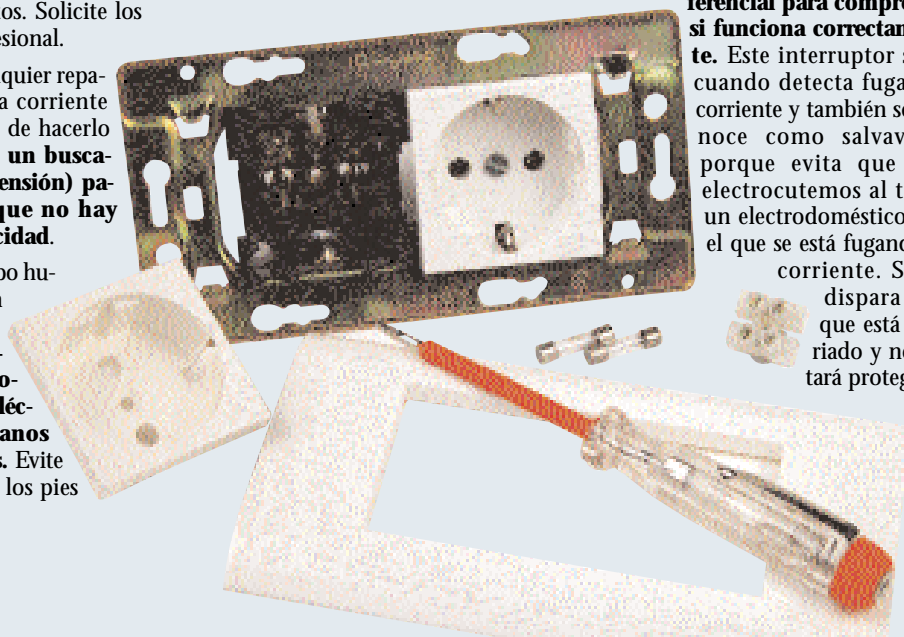
Manipular la instalación eléctrica de casa Mejor no hacer arreglos caseros que superen nuestros conocimientos

Fugas de corriente eléctrica fácilmente evitables, manipulaciones incorrectas de enchufes, cables o clavijas y el afán de arreglar por nosotros mismos pequeños desaguisados provocan cada año numerosos accidentes domésticos –algunos muy graves– que se deben evitar siguiendo unas sencillas pautas. No obstante, ante la duda hay que optar por la seguridad y contratar a un profesional.

- Cuando trabaje en una instalación o en aparatos eléctricos respete las normas de seguridad. Además de correr peligro de muerte, una intervención desafortunada puede provocar un incendio.
- No emprenda arreglos que sobrepasen sus conocimientos. Solicite los servicios de un profesional.
- Antes de realizar cualquier reparación desconecte la corriente eléctrica. Si después de hacerlo tiene dudas, **utilice un buscapolo (detector de tensión) para asegurarse de que no hay una fuga de electricidad.**
- No olvide que el cuerpo humano mojado es un excelente conductor de electricidad. **Manipule las instalaciones y los aparatos eléctricos con las manos perfectamente secas.** Evite estar descalzo o con los pies húmedos.

Hemos de revisar la instalación eléctrica del hogar para detectar averías en enchufes, cables, clavijas, interruptores...

- **Cerciórese de que tanto los circuitos como los aparatos eléctricos tengan conectadas las “tomas de tierra”.** La toma de tierra es una conexión (verde y amarilla) desde el enchufe hasta el suelo –la tierra es muy buena conductora de electricidad– que sirve para descargar la corriente que se produce por una fuga o un aislamiento deficiente. Conviene conectar los electrodomésticos potentes a enchufes con toma de tierra, ya que esta toma constituye un elemento de seguridad ante cualquier fallo de un circuito o de un aparato.
- **Cada cierto tiempo pulse el botón de prueba del interruptor diferencial para comprobar si funciona correctamente.** Este interruptor salta cuando detecta fugas de corriente y también se conoce como salvavidas porque evita que nos electrocutemos al tocar un electrodoméstico por el que se está fugando la corriente. Si no dispara es que está averiado y no estará protegido.



Y si algún aparato da calambre, desconéctelo inmediatamente y llame a un técnico. Quizá su casa no disponga de diferencial o el que tiene no sirva.

- **Desenchufe los aparatos eléctricos que no use de manera frecuente.** Desconecte también los electrodomésticos que vaya a manipular o a limpiar. Acostúmbrase a desenchufar los aparatos tirando de la clavija aislante, nunca del cable.
- **Sustituya los cables estropeados por otros nuevos. Evite empalmarlos,** pero si lo hace, no recurra a la cinta aislante como recubrimiento. No sólo es un método poco seguro, sino prohibido por la normativa vigente. Utilice los conectores destinados a esta función.
- No bloquee los interruptores automáticos para que funcionen libremente en caso de fallo en la instalación.
- No sustituya un fusible que ha saltado por otro de superior intensidad.
- No emplee grapas corrientes para sujetar los cables a la pared. Podrían cortar el aislamiento y establecer contacto.
- **Las tomas de corriente múltiples, "ladrones", tienen una capacidad limitada que nunca se debe sobrepasar.** No conecte varios aparatos a un solo enchufe ya que el exceso de carga puede quemar el circuito y producir incendios. Elija modelos altamente seguros y descarte los encadenamientos de enchufes y adaptadores.
- Recuerde que **la combinación de agua y electricidad hacen del cuarto de baño la habitación más peligrosa de la vivienda.** No instale interruptores, enchufes ni aparatos de iluminación en las cercanías de la bañera, también está prohibido colocar interruptores en un radio inferior a un metro.
- **Si ve un enchufe deteriorado, procure cambiarlo cuanto antes.** Evitará que se caliente en exceso y provoque un cortocircuito o, incluso, un incendio. Si está quemado, cámbielo y no vuelva a enchufar un aparato de elevada potencia, que es la razón por la que se quema.

Extravió sus tarjetas de crédito, las encontraron y se las devolvieron, pero tras haberlas utilizado

Lo que pasó

Un fin de semana extravié mi cartera, que contenía dos tarjetas de crédito, mi DNI y una tarjeta con mi dirección y teléfono. No la eché de menos hasta el lunes. Antes de contactar con VISA, una mujer me llamó diciendo que había encontrado mi cartera, que estaba intacta y me la devolvería al día siguiente. Cuando la tuve en mi poder vi que todo estaba en orden, comprobé la cuenta corriente y me quedé tranquilo. Pero al llegarme el extracto de la VISA descubrí que durante la pérdida de la cartera se habían realizado 4 compras por valor de 23.130 pesetas. Acudí al banco y a las tiendas donde se realizaron los gastos y en una de ellas me aseguraron que la mujer que me devolvió la cartera se hizo pasar por mi esposa para pagar con mi VISA. Las otras dependencias no recordaban esas ventas y cuando la policía les visitó afirmaron que un hombre se hizo pasar por mí. Puesto que al parecer no verificaron el DNI en ninguna de las tiendas, ¿tengo derecho, si no localizo a la mujer, a reclamar los importes vendidos? Si la mujer aparece, ¿qué posibilidades hay de que me abone lo que me sustrajo?

Qué hacer

El que causa daño a otro por negligencia está obligado a reparar el daño causado. Sobre si ha habido o no negligencia por parte de los dueños o dependientes de los establecimientos en casos como este, los tribunales vienen diciendo que resulta evidente la negligencia del empleado o dueño del comercio donde se efectúa la compra mediante una tarjeta de crédito sin comprobar el DNI y la coincidencia de las firmas. Estas conductas pueden causar un innegable perjuicio al titular de la tarjeta de crédito, del que está obligado a responder el titular del establecimiento.

En este caso concreto, las 23.130 pesetas cargadas en cuenta se refieren a compras realizadas en cuatro establecimientos diferentes. Lo más adecuado y rápido es reclamar a cada uno de los comercios el im-

porte correspondiente. Ha de hacerse constar la queja en las hojas de reclamaciones y conviene intentar que los establecimientos se sometan a un arbitraje de consumo. Si el establecimiento está adherido al arbitraje, no habrá dificultades para ello. También se puede acudir a la vía judicial sin necesidad de abogado –al tratarse de una cantidad inferior a 150.000 pesetas–, alegando los artículos 1902 y/o 1903 del Código Civil. En última instancia, como la denuncia policial ya ha sido presentada, si las personas que sustrajeron y utilizaron las tarjetas fuesen detenidas, se iniciarían tramites judiciales penales. Así, la víctima del robo podría reclamar la responsabilidad civil derivada del uso fraudulento de sus tarjetas de crédito y del falsificado de la firma en documento mercantil.

Desde el punto de vista de la responsabilidad de la entidad financiera y de las condiciones de la tarjeta, el consumidor es responsable por la utilización fraudulenta de la tarjeta por terceros durante el plazo de tiempo anterior a la notificación. Aún así, en ese plazo de tiempo la responsabilidad del consumidor queda limitada al importe que figura en las condiciones del contrato, siempre que esa utilización fraudulenta no sea atribuible a dolo o culpa del titular.

CONSULTORIO

Escríbanos, 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.



La cuota de participación en un inmueble determina las cargas y beneficios de la comunidad



Lo que pasó

Resido en una vivienda que consta de seis apartamentos de 48 metros cuadrados y de otros seis pisos de 84 metros cuadrados. Contratamos un administrador y se pagan las cuotas de gastos a razón de 3.500 pesetas mensuales los apartamentos y 6.000 pesetas los pisos. Me parece una diferencia muy considerable y no justificada. En el Registro de la Propiedad constan las normas de condominio en las que se dice que podemos elaborar un reglamento interno por régimen de mayoría para los gastos de administración y servicios. Sin embargo, el administrador nos dice que debería ser hecho por unanimidad. Pero eso no es lo que indican las normas de condominio. ¿Quién tiene razón?

■ Qué hacer

El artículo 3 de la Ley de Propiedad Horizontal establece que a cada piso o local se le atribuirá una cuota de participación con relación al total del inmueble. Esta cuota servirá para determinar la participación en los gastos y en los beneficios de la comunidad. La participación en los gastos comunes y extraordinarios se ha de hacer conforme a dicha cuota, excepto si se ha pactado otro sistema, -por ejemplo, a partes iguales- teniendo presente que para cambiar la cuota es necesaria la unanimidad porque implica una modificación del título constitutivo del régimen de propiedad horizontal. En cambio, la mayoría es necesaria para otras decisiones, como las que atañen a establecer normas de administración de los gastos comunes (modificar la periodicidad de pago y los porcentajes de incremento anual) y el uso de los servicios comunes.

Recordemos que la cuota no es únicamente la base para determinar la participación en las cargas, sino también en los beneficios. Así resultaría, por ejemplo, que ante una destrucción del edificio, la participación en el solar se imputaría a cada uno de los propietarios en proporción a la cuota de su piso o apartamento y no a partes iguales.

El artículo 6 de la Ley de Propiedad Horizontal establece que las normas de régimen interior pueden ser fijadas por las comunidades de propietarios para regular los detalles de convivencia y la adecuada utilización de los servicios comunes, dentro de los límites establecidos por la ley y por los Estatutos, si los hubiera. Se inscriben en el Libro de Actas y son aprobadas por mayoría, tal y como consta en el título de su comunidad inscrito en el Registro de la propiedad. En las escrituras de cada piso y apartamento aparece reflejado la cuota de participación, de tal modo que la suma de todos ellos ha de arrojar por resultado un 100 %.

S E N



La empresa de mantenimiento del ascensor indemnizó a un vecino que tropezó al salir de él

A consecuencia de una caída al salir del ascensor, un vecino sufrió lesiones en la zona maxilar y perdió dos dientes. Consideró que la caída se produjo porque al parar el ascensor había un desnivel entre la caja y el suelo del piso. Reclamó por sus lesiones y secuelas 786.736 pesetas a la compañía Thyssen Boetticher, S.A., encargada del mantenimiento del ascensor. Aunque se sabía que había diferencias de nivel apreciables entre el suelo del ascensor y el de las distintas plantas, la empresa de mantenimiento entendía que tal circunstancia no era de su responsabilidad.

La Audiencia Provincial de Madrid acepta en sentencia del 1 de junio de 2001 que la Instrucción Técnica sólo delimita la zona de desenclavamiento, que no podrá exceder de 20 centímetros, arriba o abajo, del nivel del piso y que se amplía a 35 centímetros cuando sean automáticas las puertas de piso y cabina. Pero detalla que eso no significa que la diferencia de nivel no deba reducirse para seguridad del usuario, si esto es técnicamente posible, pues eso es lo que aconseja la prudencia y la diligencia exigible. El Tribunal consideró que estaba al alcance de esta empresa conseguir una mayor igualdad entre el nivel del ascensor y el de los pisos, pues la experiencia muestra que imperfecciones en la nivelación son normalmente corregidas por las compañías de mantenimiento. Estimó la demanda del usuario y condenó a la compañía de mantenimiento a indemnizarle con la cantidad reclamada.

T E N C I A S

La alumna no era responsable de los daños causados a su profesora de golf

Una profesora de golf enseñaba a una alumna a manejar los palos en un mini-golf. Se ubicó inmediatamente detrás de la jugadora, de tal modo que ésta última levantó el palo más de la cuenta y lesionó a la profesora. Por los daños causados, la profesora demandó a su alumna pero perdió el pleito. Considera el Tribunal Supremo, en sentencia de 27 de septiembre de 2001, que no hay culpa alguna en una jugadora inexperta o poco entrenada en el manejo del palo reglamentario, que lo levanta más de la cuenta, porque es parte del juego y no cons-

taba que se le hubiese advertido o instruido sobre limitaciones de altura y distancia. El golf en un campo mini no es, para el Tribunal, un juego peligroso, por lo que la ausencia total de negligencia de la alumna, sobre todo cuando actúa siguiendo instrucciones de la profesora, impide la imputación de responsabilidad.

La causa de los daños fue una acción imprevisible, por lo que el Supremo exculpa de responsabilidad a la alumna, al dueño de las instalaciones y a la entidad aseguradora.



El concesionario tuvo que devolver al comprador el dinero que costó un vehículo nuevo defectuoso

Un consumidor adquirió en agosto de 1999 un vehículo nuevo de la marca Nissan. Desde un principio presentó averías reiteradas, siempre relacionadas con la dirección. Los talleres del concesionario, en vista de que la avería no se solucionaba, derivaron el problema al fabricante, que negó cualquier disfunción en el vehículo. Finalmente, el consumidor demandó al vendedor, solicitando la devolución del precio abonado y devolviendo el vehículo. Para la Audiencia Provincial de Lleida, en sentencia de 20 de junio de 2001, era evidente que el funcionamiento del vehículo distó de ser óptimo ya que se acreditó que se desviaba hacia la derecha de modo suficientemente notorio como para que no fuese aceptable en un vehículo de nueva adquisición.

Estimó, por tanto, la demanda del usuario y aplicó el artículo 11 de la

Ley General de Consumidores y Usuarios, que dice que si la reparación efectuada no fuera satisfactoria y el objeto no cumpliera las condiciones óptimas para su utilización, el usuario del producto defectuoso tiene derecho a la sustitución del objeto adquirido por otro de idénticas características o a la devolución del precio pagado. Así, condenó al vendedor a devolver el precio del vehículo y al pago de las costas del juicio.



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.

La familia estaba advertida del riesgo que presentaba el calentador que provocó la muerte del hijo

Una inspección de Repsol detectó en una vivienda particular la defectuosa instalación de un calentador de gas butano. Se advirtió de ello a los usuarios y se levantó un acta especificando los defectos, dándoles un plazo de 30 días para que repararan el problema, cosa que los usuarios no hicieron. A consecuencia de la deficiente combustión del calentador falleció uno de los residentes en el domicilio, el hijo concretamente, por inhalación. Sus padres demandaron a Repsol Butano, pero el Tribunal Supremo, en sentencia de 11 de septiembre de 2001, excusó a la empresa de cualquier responsabilidad, ateniéndose al artículo 25 de la Ley General de Defensa del Consumidor y Usuario. Afirma el fallo que si bien existe la obligación de indemnizar a los consumidores y usuarios por los daños y perjuicios que el consumo de bienes o la utilización de servicios les irroguen, cuando estos daños y perjuicios están causados por su culpa se les anula el derecho. El alto Tribunal estimó que así sucedía en este caso, ya que los ocupantes de la casa, advertidos del riesgo, continuaron utilizando el calentador, por lo que asumieron el riesgo libre y conscientemente.

Espectáculo no apto para niños

EL PASADO DÍA 3 DE NOVIEMBRE de 2001 acudí con mi mujer y mi hijo de cuatro años y medio al parque temático Terra Mítica (Alicante). Desde un principio sabíamos que las atracciones mecánicas del parque no son aptas para todo el público. Sin embargo, ¿quién garantiza la seguridad psicológica dentro del parque? Hago esta reflexión por la situación que se nos presentó. Dentro del parque se celebran distintos espectáculos en recintos habilitados al efecto. Decidimos asistir a uno de ellos, al que no impedían la entrada de niños; de hecho, las graderías estaban abarrotadas de familias como la mía, con niños de corta edad. El espectáculo consistía en un ataque pirata a un pequeño pueblo. Durante el mismo se presenciaban peleas, latigazos, cómo arrojaban personas desde lo alto de una montaña para caer en el lago, asesinatos con sables... También se veía que dejaban en ropa interior a una de las ac-



trices, que hacía el papel de narradora de la historia, y que el pirata le hacía insinuaciones sexuales... Todo ello acompañado de diálogos agresivos, efectos especiales de ruido, fuego, cañonazos, etc. Para una persona adulta ese espectáculo pudo resultar entretenido, pero no para un niño, ya que no sabe diferenciar entre realidad y ficción. A mi hijo le dio miedo lo que estábamos presenciando, de modo que salimos del recinto. Así, los dos días que pensábamos pasar en el par-

que temático se redujeron a tan sólo 3 horas, ya que los escasos 20 minutos de espectáculo que vimos nos cambiaron los planes. Mi hijo jugaba a diario en casa con un barco pirata y desde el día que presencié el comentado espectáculo ni lo toca. Espero que esta carta sirva de advertencia para quien visite Terra Mítica con niños pequeños.

Nicolás Ortega
Cullera (Valencia)

Las aseguradoras retrasaron el abono de la indemnización

CAUSA DE UNAS OBRAS REALIZADAS por un vecino de mi suegro, la vivienda de éste resultó seriamente dañada. A medida que aparecían los desperfectos, fueron comunicados al propietario, que aseguró desde un principio que serían reparados. El director de la obra también aseguró que se arreglarían los daños y hasta envió un perito para cuantificarlos. Los trabajos finalizaron y el vecino de mi suegro y el arquitecto de la obra remitieron información sobre los daños sufridos a Seguros Vitalicio. Dos años después, sin haber recibido ninguna comunicación por parte de esta aseguradora, mi suegro demandó a la entidad. El fallo fue favorable para él y se produjo cuando se iban a cumplir tres años desde el inicio de los problemas. Pero no acaban aquí las contrariedades. La aseguradora del arquitecto ingresó su parte con rapidez, pero no así la compañía de seguros del vecino. Que tardó seis meses en pagar su parte, y no abonó los intereses de la demora, y ya han pasado diez meses. Tampoco la entidad aseguradora de mi suegro, Generali/Estrella se portado mejor. Se negaron a correr con los gastos de la defensa jurídica, tras asegurar que lo harían, hasta que mi suegro les demandó y el fallo fue favorable a él. Esta visto que tanto Seguros Vitalicio como Estrella han intentado que el tiempo transcurriera para que el hecho prescribiera, y cuando no han tenido más remedio que afrontar el pago lo han hecho con retraso, a pesar de que les costaba más dinero en concepto de intereses, sólo para fastidiar. Con el agravante de que la compañía de mi suegro no avisó de que estos casos tienen fecha de caducidad.

José Fermín Goñi
Pamplona



El talón no llegó a su destino

EN JULIO DE 2001 COMPRÉ un reloj por el catálogo que me envía periódicamente Armería Álvarez, de A Coruña. Recibí el reloj en septiembre y pagué por él 8.500 pesetas. Sin embargo, al abrir el paquete comprobé que el reloj estaba defectuoso, por lo que, acogiéndome a mis derechos como consumidor, decidí devolverlo al día siguiente por correo certificado. Pasado un mes, contacté por teléfono con Armería Álvarez para averiguar qué pasaba con mi dinero. Me respondieron, con muy buenas palabras, que me habían enviado un talón por correo ordinario, cosa que todavía sigo dudando. En Correos me indican que no es posible saber con seguridad nada, al no tratarse de un envío certificado. El caso es que me he quedado sin reloj y sin dinero.

Enrique Duarte
Olivares (Sevilla)



Crítica a los planes de enseñanza actuales

AMENUDO ME HE PREGUNTADO por qué a mi hijo le debía costar un año más de lo que me costó a mí, sin repetir curso, estudiar Primaria, Secundaria y Bachiller (en mi caso, Párvulos, Preparatorio, Bachiller y COU) para posteriormente acceder a la universidad. Excepto alguna hora de informática y de nuevas tecnologías, el resto de materias no han cambiado mucho en los 28 años de diferencia que hay entre nosotros, al margen de que ya no estudian ni latín ni filosofía, anteriormente materias obligatorias. Pues bien, la anécdota que días atrás me contaba mi hijo a modo de broma me ha hecho reflexionar. Me mostró varias páginas de un libro que estaba dando en el curso, que resulta son iguales a las de un libro que había utilizado tres años atrás. Se trata de los siguientes textos: Vicens Vives, Tiempo 1, Educación Secundaria, primer ciclo, pri-

mer curso, opción B. Las páginas son: 116, 117, 118, 119, 120, 121, 124, y 125. El otro libro es también de Educación Secundaria y del mismo autor, pero pertenece al segundo ciclo, opción A. Las páginas en este caso son: 22, 23, 24, 25, 26, 27. Y también he encontrado páginas iguales entre el primer libro y otro del mismo autor pero cuya materia esta vez era Geografía Descriptiva, en segundo ciclo. Es decir, en 4º de la ESO deben estudiar temas ya vistos tres años atrás. Así se podrían prolongar los cursos preuniversitarios todo el tiempo que interesase -no sé a quién- para que no falten libros que comprar, profesores para enseñar o políticos para implantar nuevos planes de enseñanza... Y es que, tratándose de la enseñanza, ¿quién defiende al consumidor?

Pedro J. Fernández
Miranda de Ebro
(Burgos)



Servicio que no se prestó

EN AGOSTO DE 2000 CONTRATAMOS en Retevisión un Bono Flexible Voz por el que a cambio de 1.500 pesetas al mes podíamos hablar 450 minutos en llamadas al territorio nacional (excepto metropolitanas y móviles) y a la UE. Por circunstancias que Retevisión no llegó a explicarnos, nunca se nos ha aplicado este servicio. Así que en julio del año 2001 decidimos, tras comunicar el caso en reiteradas ocasiones a los teléfonos de atención al cliente de Retevisión, devolver dos recibos por importe de 10.826 pesetas, ya que hasta la fecha estuvimos pagando las llamadas a precio de tarifa oficial porque Retevisión no nos aplicaba el bono. Confiábamos en que Retevisión tomaría cartas en el asunto, enmendaría todas las facturas desde agosto de 2000 y calcularía el saldo a nuestro favor, para devolvernos el dinero que nos debía por los cobros indebidos y erróneos. Además, seguimos realizando reclamaciones a los teléfonos de atención al cliente y enviando sendos faxes comunicando el error. En noviembre de 2001, Retevisión todavía no había solucionado el problema y, además, nos inscribió como morosos en la Asociación Nacional de Entidades Bancarias por adeudarles 10.826 pesetas. Vamos a solicitar un préstamo hipotecario para compra de vivienda y el banco nos comentó esta incidencia. Esperamos que esto no nos cause ningún problema en este trámite.

Los operadores de Retevisión nos atienden muy amablemente, pero nadie nos ha dado una solución ni podemos hablar con un responsable directo.

Si Retevisión enmendara todas las facturas desde agosto de 2000 el saldo resultante nos sería favorable. Retevisión tendría que devolvernos el dinero. ¿Podríamos inscribir a Retevisión en algún registro de empresas que hacen publicidad engañosa, emiten información errónea sobre la solvencia y seriedad de cualquier persona sin ninguna causa, reclaman deudas que no existen y no saben corregir sus errores?

José Casal y M^ª Jesús Gudín
A Coruña



Ideas v Principios

CONSUMER es una revista de consumo editada por 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.

Sillitas de seguridad para vehículos



Recientemente hemos tenido nuestro tercer hijo, siendo los dos anteriores muy pequeños todavía. Debido a la necesidad de acomodarnos los cinco en nuestro vehículo, he tenido que pasar toda una mañana para colocar correctamente la última de las sillitas de seguridad, y creo que el tema tiene la suficiente entidad como para ser estudiado exhaustivamente. Además, el convencimiento de que la mitad de las sillitas de seguridad que circulan no están del todo bien instaladas me anima aún más a escribirles sugiriéndoles que aborden la cuestión en todos sus aspectos. Les propongo unos puntos: tipos de sillitas y orientación según edad y peso del niño, posibilidad y conveniencia de instalarlos en el asiento del copiloto o en los traseros (laterales y central), recomendaciones de colocación en el sentido de la marcha del coche o en el opuesto, sistemas de sujeción y anclaje, comportamiento de las sillitas en impacto frontal, lateral y trasero...

Ángel Mardones
Bilbao

CONSUMER responde:

La sección Consejos del número de julio-agosto de 2001 de CONSUMER incluía información y recomendaciones sobre sistemas de retención infantil en automóviles por edades y pesos. Si bien el criterio de brevedad que rige en esta sección impidió profundizar en cada uno de los aspectos relacionados con las sillitas de seguridad, su lectura ofrece pautas para elegir el sistema de retención más apropiado –cuco para recién nacido, silla-cesta, cojín elevador con respaldo...- para cada niño.

No obstante, trataremos de elaborar una información más extensa centrándonos en las sillitas de seguridad, ya que hemos comprobado que este tema interesa sobremanera a numerosos padres y madres.

Leche en polvo

Soy asidua lectora de su revista, sobre todo de los análisis comparativos. Les escribo esperando me puedan resolver una duda sobre la leche en polvo, ya que no he encontrado ningún comparativo sobre este producto. Si a la leche en polvo se le añade lactosa, ¿es necesario indicarlo en el etiquetado? Y en caso de que se le adicione lactosa, ¿qué cantidad es el límite permitido?

Carmen Manjón Torres
Correo electrónico

CONSUMER responde:

Hoy el mercado ofrece leche en polvo entera y total o parcialmente desnatada. También podemos encontrar algunas leches en polvo libres de lactosa (azúcar que proporciona a la leche su ligero sabor dulce), consideradas "productos dietéticos", especialmente indicadas para quienes padecen intolerancia a la lactosa.

La leche en polvo se obtiene, tal y como marca la legislación vigente (Código Alimentario Español), a partir de leche natural (entera o desnatada), higienizada al estado líquido por acción de altas temperaturas, antes o durante su proceso de fabricación y sin adición de neutralizantes, conservadores o de cualquier otra sustancia ajena a la leche. Una vez reconstituida con agua, tal y como indican los fabricantes, su composición nutritiva es igual a la de la leche de la que se parte (entera o desnatada). La leche -sea líquida o condensada, en polvo, etc.- contiene lactosa de forma natural, pero **no se le añaden cantidades extra de este azúcar**. En cambio, sí puede reducir su contenido de lactosa mediante diversas técnicas, con el fin de obtener un producto apto para quienes padecen intolerancia a la lactosa.

Composición de la leche en polvo:

- Humedad máxima: 5%.
- Materia grasa: mínimo 26% para la entera y máximo 1,5% para la desnatada.
- Proteína: en torno al 26% en la entera y al 35% en la desnatada.
- Lactosa: alrededor del 37,5% en la entera y del 52% en la desnatada.
- Sales minerales: 6-7%.

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