

la nueva revista del consumidor de hoy

¿Por qué este cambio?

La información al consumidor interesa cada día más. Prueba de ello es tanto la gran audiencia de esta revista en Internet (www.consumer.es) como la frecuente aparición de lo más llamativo de nuestras investigaciones en los medios de comunicación generalistas, que dedican cada vez más atención a la información sobre temas de consumo. Una información que tradicionalmente habían tratado casi en exclusiva revistas especializadas como CONSUMER EROSKI.

Número a número, desde hace ya 32 años y con esporádicos cambios de mayor calado, hemos ido adaptándonos paulatinamente a las expectativas de los lectores, tras preguntarles qué opinaban de la revista, modernizando su diseño y añadiendo al repertorio habitual temas emergentes como Psicología o Nuevas Tecnologías. Pero había llegado el momento de cambiar de un modo más radical. Y lo hemos hecho. Tiene en sus manos una revista más grande (ha pasado de 48 a 68 páginas), con más información y con una imagen más amena y atractiva. Apostamos por el futuro ofreciendo una estructura que responde a la evolución de nuestros lectores actuales y a los nuevos lectores que se suman año tras año. También percibirá que hemos agrupado las informaciones en cuatro grandes bloques, Actualidad y ocio, Bienestar, Investigación y Lo más práctico, que confiamos le ayuden a organizar mejor su lectura. Cambios, los citados y otros que advertirá conforme lea la revista, que hemos realizado para modernizarla y para que le resulte más agradable su lectura.



Todo en 4 grandes bloques

ACTUALIDAD Y OCIO

Estas páginas recogen las noticias que se producen en el entorno en el que vivimos. Los lectores se encuentran con retazos de actualidad y de nuevas ideas, pinceladas de una vida cotidiana. También se propone, en la entrevista, la reflexión a que nos conducen las opiniones de una persona que, en la mayoría de las ocasiones, puede ayudarnos a comprender un poco mejor el mundo en que vivimos. Las Nuevas Tecnologías se nos hacen, en este bloque temático, cercanas y comprensibles, como herramientas que han pasado a formar parte del día a día.

INVESTIGACIÓN

Las investigaciones y los estudios exclusivos, seña de identidad de esta revista, se encuentran ahora en sus páginas centrales. Junto con el trabajo minucioso y a pie de calle que representa el tema de portada, se mantienen y mejoran los dos análisis comparativos, uno de un producto alimenticio, otro de un artículo no relacionado con la alimentación. Cierra el bloque un informe, asimismo exclusivo, que examina a fondo un producto o servicio, o una necesidad de los consumidores.



LO + PRÁCTICO

El último gran bloque agrupa informaciones que aspiran a ser interesantes, sencillas de entender y fáciles de trasladar a la práctica. Estas páginas asumen el reto de hacer comprensibles e incluso entretenidos temas normalmente *ladridillos*, como los productos financieros, las cuestiones legales o los derechos del consumidor. En definitiva, cosas que afectan a nuestra vida de cada día y con las que conviene estar siquiera un poco familiarizados.

BIENESTAR

Este bloque quiere ayudar a que nos sintamos bien, por dentro y por fuera. Nos acerca a la alimentación dándole la importancia estratégica que tiene y descubriendo enfoques originales. Se habla, y mucho, sobre salud; se explican pormenorizadamente las enfermedades más comunes y se proporcionan consejos. Encontraremos también temas de psicología, crecimiento personal y relaciones humanas. Cierra estas páginas el medio ambiente, al que cada día más se vincula con el bienestar de las personas.