Viernes 21 de Noviembre del 2008 - EL NORTE CONSUMIDO R

> Ex alumnos del ITESM

diseñan producto

en spray que combate

al microorganismo

Luis Domínguez

Con la llegada del frío, un inquilino
puede invadir aun más su hogar y es-
tar presente en muchos rincones: el
acaro doméstico.

Ser prácticamente invisible a la
vista le permite alojarse en colcho-
nes, sillones, cortinas, sábanas y otros
objetos.
En esta temporada, las alergias
provocadas por este microorganis-
mo y otros factores ambientales au-
mentan hasta en un 40 por ciento en
comparación con el resto del año.
"Debido a los cambios bruscos
de temperatura, la incidencia de sín-
tomas alérgicos aumenta considera-
blemente en esta temporada
"Debido al frío, las personas pa-
san más tiempo dentro de la casa, y
a mayor exposición, más molestias",
señala Luis Antonio Zúñiga Silva.
El especialista en enfermedades
alérgicas destaca que este tipo de aca-
ro es el principal causante de alergias
respiratorias y de algunas en la piel.
Con él coincide Gustavo Villa-
rreal de la Fuente, miembro del Co-
legio Americano de Alergias, al ase-
gurar que estos seres son causantes
de hasta el 98 por ciento de las aler-
gias respiratorias.
Se encuentran, dice, en alfombras,
cortinas, monos de peluche, almoha-
das, e incluso la ropa, provocando sín-
tomas típicos de alergia como estoinu-

En invierno aumentan alergias provocadas por el bicho

¡Mueran los ácaros!

dos, ojos llorosos y tos.
Para librarse de ellos, usted pue-
de recurrir a opciones existentes en
el mercado, que van desde sábanas
o Rindas protectoras antíácaros, que
tienen un costo de entre 250 y 500
pesos, hasta colchones de goma de
espuma de látex o material acrílico
que prometen acabar con este micro-
organismo de una vez por todas.
Para sumarse a esta oferta, ex
alumnos del ITESM acaban de lan-
zar el Acarfree, un spray con el que
aseguran combatir ácaros y repeler-
los hasta en un 99 por ciento.
"La idea salió inocentemente de
una clase donde promueven la inven-
ción de nuevas cosas.

"A nosotros nos tocó el princi-
pio activo del producto, empezamos
a hacer investigaciones y nos dimos
cuenta de que era un químico efecti-
vo contra los ácaros", señala Gerardo
Cañamar Garza

Ix> que hace este spray, dice Ca-
ñamar, es que deja una capa protec-
tora. Tiene algunos jabones que en-
capsulan los alérgenos y desechos de
los ácaros que son los que provocan
las alergias y los elimina.
El spray se puede aplicar en si-

llones, colchones, alfombras, tapetes
y cortinas, entre otros artículos, y tie-
ne la ventaja de que no mancha la su-
perficie donde se rocíe.
El producto, creado también por
Diego González T-ópcz, Carlos Vlesca
Luca y José Hernández Vfllarreal, se
consigue en tiendas especializadas en
colchones y próximamente en súpers
a un precio de entre 130 y 150 pesos.
El contenido por bote es de 500
mililitros y se aplica cada 3 semanas.
Junto con estos productos exis-
ten recomendaciones que puede se-
guir en casa para evitar la presencia
del microorganismo, como mantener
las habitaciones limpias y ventiladas
durante el día, además de aspirar al-
fombras y cortinas semanalmente.
De igual forma conviene evitar
acumular monos de peluche, ya que
guardan mucho polvo.
Es importante forrar los col-
chones con alguna funda antiáca-
ros, además de ventilarlos y expo-
nerlos a la luz solar el mayor tiem-
po posible, pues ahí pueden habitar
hasta cinco millones de ácaros, ad-
vierte José Antonio Buenfil Tx>pez,
catedrático de la facultad de medi-
cina de la UANL.

CONTROLE LO QUE OYE

Un discreto control remoto que manipula un sistema de auxilio auditivo

es una innovación inalámbrica que llegará a México a finales de mes.

Indica el volumen que se utiliza, la batería que tiene y ofrece un metro

de distancia de funcionamiento, asegura

Raúl Vera, gerente del centro
auditivo de Costco Valle. ^^íS í

Costará alrededor

de mil pesos.

Luis Domínguez

Yo consumidor opino e-mail: consumidor@elnorte com

Le cancelan línea

Sr. Director
Mi inconformidad es hacia Telcel,
debido a que canceló la línea que tengo
con ellos. Poruña confusión de mi parte
no se pagó el total de las facturas duran-
te 3 meses, aunque excepto en un mes,
en los otros dos sí realicé pagos parda-
les y nunca suspendí los pagos por com-
pleto, pero aun así cancelaron mi líneay
se apoderaron de mi número.
Sin embargo, aun teniendo sus-
pendido mi celular continué reali-
zando pagos parciales, pues además
de pagar el adeudo, quería coaservar
mi número.

Lo único que pido es el restable-
cimiento de la línea o que respeten
mi número, pues con el nuevo regla-
mento de portabilidad numérica con-
sidera que no pueden disponer de los
números ya asignados sólo por adeu-
dos que no llegan a 3 meses.

Ramiro Tello Segundo

R Del 2007 a la fecha, en la que la
línea del señor Ramiro fue cancela-
da (5 de julio del 2008), se han omi-
tido 7 mensualidades, lo que ha ge-
nerado que al cliente se le envíen
mensajes recordatorios por dicho
adeudo e invitándole a pagar.
Los pagos parciales que lia reali-
zado el cliente han ayudado a que su
adeudo disminuya, pero el no pagar
sus consumos al 100 por ciento le ha
generado que no pueda disfrutar de
su servicio plenamente, pues ha esta-
do con recordatorio de cobranza. Es-
ta acción se realiza con todos los usua-
rios que han presentado adeudo.

La forma en la que el cliente pue-
de reactivar su servicio es acudiendo
aun centro de atención a clientes pa-
ra liquidar su adeudo y regularizar su
situación crediticia con Telcel.

Comunicación Corporativa y RRPP

Ramiro Tello Segundo expresó que
no está de acuerdo con la respues-
ta de Telcel, ya que en diversas oca-
siones ha acudido a los centros de
atención, donde le dicen que su nú-
mero de celular ya está asignado a
otro cliente.

Sin servicio

Sr. Director:
Mi queja es hacia Multimedios,ya
que prometieron instalarme un servi-
cio de televisión de paga, pero a la fe-
cha no he obtenido respuesta alguna.

Me quedé esperando a los técni-
cos a que me instalaran el servicio se-
gún me había prometido la señorita
Eliana Villarreal Garza, pero el pro-
blema es que nunca llegaron.
Al volverme a comunicar con ella
(después de esperar más de 20 mi-
nutos en la línea) y comentarle mi
inconformidad, me aseguró que ha-
rían la instalación entre tres y cinco
de la tarde, pero es fecha que no he
tenido el servicio.

Además, no hay forma de levan-
tar alguna queja o comunicarse con
alguien que de verdad se preocupe
por este problema.

Américo González Palacio
y Alejandra López Ortiz

R. Se contactó con nuestro cliente,
agendando su entrega de servicio y
quedó éste a su entera satis (acción.

Atención al Cliente,
Muitimedios Redes

Alejandra López confirmó la res-
puesta de Muitimedios.

Pide que le entreguen
su automóvil

Sr. Director:
El 1 de septiembre llevé mi ca-
rro a Varant Automotriz debido a que
fui afectado en un accidente vial, en
el cual la persona que me chocó está
asegurada con ANA.
El problema es que es fecha que
el vehículo le falta mucho por arre-
glarse, siendo que sólo se dañó par-
te del costado y la guantera.
Lo preocupante es que he escu-
chado muchas versiones acerca de
mis piezas, que las van a traer de Ale-
mania, de Estados Unidos (la puerta
que ya se la pusieron y es usada), lo
que no cuadra nada.
Lo único que pido es que me en-
treguen mi carro lo antes posible y con
un trabajo profesional. Llevo casi 2 me-
ses sin coche y alrededor de 6 semanas
que me dicen que me lo entregan "la
siguiente semana", lo cual han sido pu-
ras mentiras por parte del taller.

Marcelo Taños Marcos

R- Por lo general, los talleres que
trabajamos en convenio con asegu-
radoras no asignamos proveedores
que surten las piezas. Las empresas
de seguros cuentan con un "pool"
de proveedores que le cotizan y re-
portan directamente a ellas y no al
taller. En el "pool" de proveedores
están agencias, importadores, pro-
veedores de refacciones seminuevas
originales, etc.

Son las aseguradoras, a través de
la figura del valuador de daños, las
que determinan qué se cambia, qué
se repara, así como el origen de las
refacciones y el proveedor que las
surtirá; todo ello en base a las polí-
ticas de reparación establecidas en
sus cláusulas.

Los talleres no interferimos en
dicho proceso y estamos sujetos a los
tiempos y formas de los proveedores
designados y a la disponibilidad de
refacciones en el mercado.

En el caso del señor Taños, nos
ocupan las situaciones anteriormen-
te descritas. La aseguradora deter-
minó el origen de las piezas a utili-
zar en la reparación y mantuvo con-
tacto con el proveedor designado,
que. a versión del mismo, son piezas
de muy escasa disponibilidad en el
mercado y, por lo tanto, se pidieron
a una planta en Alemania, situación
que generó la demora por espacio de
un mes y medio en la reparación, así
como las fechas de promesa de en-
trega que no se pudieron cumplir y
que fueron notificadas al cliente.

Durante este tiempo se le envia-
ron diversos correos al proveedor con
copia al valuador, apremiando la en-
trega de las piezas
El señor Taños ha sido informa-
do de esta situación, pues el tiempo
de reparación estimado para el si-
niestro era de una semana, contan-
do con todas las piezas necesarias, ya
que ningún taller puede concluir al-
go a falta de refacciones.

Varant Automotriz

Se contactó a Macelo Taños, quien
dijo que le entregaron su automó-
vil aunque faltan cuatro piezas a re-
parar, pero no influyen en el funcio-
namiento del vehículo. El taller se
comprometió a notificarle en cuan-
to las tenga.

Envíesus q jejas o comentarios sobre un .servicio o producto
a consumidor@elnorte.com. Sea breve. Nos resolvamos el derecho a editar
lo recibido. .Sólo se publicarán cartas con nombre, dirección y teléfono.

Aman a Sony en México
> Revela estudio

que la marca

de electrónicos

es de las preferidas

de los mexicanos

Violeta Montes de Oca

Regalar un ramo de rosas rojas, llevar
serenata y escribir un poema a aque-
lla persona especial son algunas acti-
vidades que motiva uno de los senti-
mientos más grandes: el amor.
Pero en cuanto a marcas sólo
Sony provoca una voz temblorosa,
manos sudadas y gran emoción, de-
talló un estudio realizado por la con-
sultora Milhvard Brown y HSM Glo-
bal.

Pues de un total de 310 etiquetas
en 21 categorías, la firma de electro-
domésticos obtuvo una puntuación
de 72 por ciento, seguida por Coca-
Cola, Johnnie Walker, Nokia y Liver-
pool, en las categorías de refrescos,
whisky, celulares y tiendas departa-
mentales, respectivamente.
"Es la primera vez que se hace un
estudio poniéndole voz al consumidor,
porque normalmente se calificaba su
valor financiero", explica Julio Gómez,
director editorial de HSM Global.

Por ello esta vez se premió a las
empresas que con su marca crearon
un mayor vínculo con el consumi-
dor, agrega.
Pero también se calificaron otros
puntos básicas: presencia, relevancia,
desempeño y ventajas competitivas.
"Hay cuatro puntos fundamenta-
les que llevan a las marcas más ama-
das a estar en la mente de las perso-
nas: sólidos fundamentos de la em-
presa, creación de gran experiencia al
adquirir un producto, cómo se dan a
conocer con el público y liderazgo en
posicionamiento", dice Gómez.
Bastaron 9 mil 901 entrevistas
realizadas entre junio y agosto del

presente año para que también se va-
lorara la mejor publicidad, aquellas
con mayor impulso y las mejores en
cuanto a responsabilidad social.
Los anuncios de Coca-Cola, Sony,
Johnnie Walker, El Palacio de Hie-
rro y Sabritas obtuvieron notas ca-
si perfectas, ya que el 91 por cien-
to de los interrogados reconoció co-
mo buena la propaganda del refresco
de cola, mientras que la de las papas
fritas fue considerada por sólo el 81
por ciento.
Apple, Starbucks, iPhone, Bose y
El Palacio de Hierro obtuvieron las
mejores posiciones en cuanto a pro-
nóstico de crecimiento futuro.

Mientras que UNAM, Coca Co-
la, Sabritas, Corona y McDonald's
fueron las líderes responsables so-
cialmente.

"Para el consumidor, lo que tiene
más peso son los beneficios que reci-
be y para los accionistas de la marca
liderazgo, estabilidad, mercado, ex-
pansión geográfica y tendencia, pues
esto se traduce en ventas", opina Ja-
vier Welsh, de la consultora Marte
Brand Experts.
Coca-Cola también sobresalió en
el estudio publicado por Interbrand,
pues se colocó en el primer lugar de
las marcas más valiosas a nivel mun-
dial en el 2008.

COMPARE Y COMPRE...

MEDICINAS PARA IOS Y GRIPE

Malestares como gripe y tos pueden ser más frecuentes durante esta tempo-rada de frío, así que si planea comprar algún medicamento para sentirse me-jor, considere las enormes diferencias en precio que puede encontrar de un lugar a otro.
Un ejemplo es el Sedalmerck-flu con 20 tabletas, el cual presentó una di-ferencia del 76 por ciento entre el establecimiento más caro y el más barato. Otros productos verificadas fueron el Histiacil-flu con 20 tabletas y las pastillas Broncolín con 40 gramos.

Luis Domínguez

HEB
Sanboms

S*Mart
Wal-Mart

Bodeqa Aurrerá
Farmacias Benavides
Soriana

Farmacias del Ahorro
Farmacias Guadañara

Sedalmerck-flu

$49.50
$49.50

$47.52
$39.20
$38.50
$37.50

$36.90
$36.00
$28.10

Pastillas Broncolín

$13.20
$22.00
$15.69
$13.20
$12.80
$16.50
$14.49
$15.95

ND

Diferencia 76.15% 76.00%

Precios al 19 de nOViembie 2008. fmntK los mismos establecimientos.

Histiacil-flu

$38.70

$54.00
$35.99

$39.00
$38.00

$42.90
$38.90

$40.50
$32.10
68.22%

De Compras

Roclo Díaz

e-mail: rocio.diaz@elnorte.com

UN A LOCURA

El puente que acaba de pasar fue
una verdadera revolución anticipa-
da, ¡pero en las tiendas! Tx>s regios
guardaron la sonada y poco sentida
crisis en un cajón y pusieron el con-
sumismo en "nigh". Que conste que
yo sólo veo y te cuento.
The Home Depot era una lo-
cura en donde la gente se arrebata-
ba las luces LED, y todo estaba muy
escogido, es más, hasta las palmas
con luces que puedes usar en lugar
de arbolito volaron.

Eso sin contar que muchas per-
sonas aprovechan la temporada pa-
ra redecorar su casa y los gastos han
de estar por las nubes. Se prevé que
este fin de semana vuelva á estar
iguaL Yo sólo digo que las compras
se disfrutan mucho, pero más se
disfruta necesitar cada vez menos.

Pasando al pasillo de las nove-
dades, me llamó la atención ver en
Wal-Mart un tren navideño de es-
tilo antiguo, pero con el corazón tan
de avanzada que se le puede conec-
tar el MP3.

NUGGETS JUNÓLA
Estos bocados de pollo tienen for-
ma de animales y por eso merecen
su mención aquí, porque sólo había-
mos sabido de los de forma de di-
nosaurio.

Lo mejor es que están total-
mente cocinados, son de la mar-
ca Bachoco, tienen sello TIF y son
de carne blanca. Una nueva adición
a la ya importante variedad de nu-
ggets de pollo con las que cuenta el
mercada Los consigues en Soriana.

W0RDL0CK
Me llamó la atención este candado
de combinación que en lugar de nú-
meros utiliza letras. Es que ahora
con el internet todo es password y
francamente el cerebro ya no da pa-
ra tantos números, y una combina-
ción de palabras suena requetebién.
Lo vi en Target, no lo he visto
todavía a la venta en Monteirey, pe-
ro no creo que falte mucho para que
lo traigan, ya sea éste o alguna mar-
ca parecida.
"Nunca olvidarás la combina-
ción" es la forma en que se pro-
mociona el producto, pero bueno,
es que ese candado no se ha topa-
do con mi memoria, pero bueno, al
menos hay que agradecer que no
sean números.

DESLACT0SAD0
AJÍ Bran tie-
ne su bebida
con fibra so-
luble líquida
y hasta ahí
todos está-
bamos con-
tentos, pero
ahora la cosa
se pone me-
jor: resulta
que los into-
lerantes a la
lactosa pue-
den tomar

All Bran para beber con todo el sa-
bor deliciosa de esüi bebida.

Y lo digo en serio, realmente
me encanta el de sabor nuez. Pue-
do tomarlo siempre y no me cansa,
sólo aumento un poco de peso, pero
eso ya es irremediable.
Lo encuentras en cualquier su-
permercado, especialmente en Wal-
Mart de Valle Oriente.

LA FINA CON CHILE
Para los adorado-
res de los chili-
tos, salsitas y pico-
sitos, la marca La
Fina ahora está
pensando en otras
formas de ven-
der más sal con su
nuevo producto
de chile y limón
que está delicio-
so, muy parecido
alTajín.
Esta misma
marca también i
está manejando
otros productos,
como la sal baja
en sodio y el sus-
tituto de sal en simpáticas presenta-
ciones. Esta presentación la encon-
tré en el HEB de Contrv.