

Los ladrones trabajan en verano

Cada minuto se produce un asalto en los domicilios españoles, según la patronal de las aseguradoras Unespa

TATIANA NOGUERAS Madrid

Cuando la mayoría de la población comienza sus vacaciones, los ladrones inician su jornada intensiva. Según el reciente estudio de junio de 2007, Hábitos y Actitudes hacia la Seguridad, patrocinado por ADT en colaboración con el Centro Universitario Villanueva, el 64% de los españoles considera que la inseguridad ha aumentado en los últimos cinco años. Sin embargo, la percepción no siempre refleja la realidad, ya que el índice de delitos en España está por debajo de la media europea.

Los hogares se convierten en esta época en uno de los lugares más vulnerables a los ojos de los atracadores. Según un estudio de la patronal de las compañías aseguradoras, Unespa, los domicilios españoles sufren unos 425.000 robos cada año, es decir, cada minuto se produce un asalto. En concreto, ciudades como Madrid y Barcelona concentran una cuarta parte del total de los robos, unos 51.668 en la capital y 46.424 en la ciudad condal.

En consecuencia, la población opta por instalar sistemas de seguridad en sus viviendas, lo que contribuye al aumento del 14% en la venta de estos dispositivos. Y es que, según el estudio de ADT,

para la mayoría de los españoles, el 84% de la población, su casa es el espacio en el que más seguro se siente, en comparación con otros lugares como son el trabajo, las urbanizaciones o los parques.

Sin embargo, con la llegada del calor los hogares no son los únicos afectados por la oleada de robos. Cuando los pequeños negocios bajan la persiana, pasan a colocarse en el punto de mira de los atracadores, convirtiéndose así en uno de sus principales objetivos.

El problema de estos sucesos no radica sólo en el trastorno que ocasionan, sino que, además, suponen un aumento en la prima del seguro. Estos costes extraordinarios pueden suponer un gran problema para un pequeño o mediano negocio, cuyos márgenes de actuación y, por lo tanto, de capital, son considerablemente más reducidos que los de las grandes compañías.

Sistemas como la televidencia, los detectores de infrarrojos, volumétricos (que detectan cuerpos en movimiento), sísmicos (que localizan las vibraciones en las paredes) o de rotura de cristal ofrecen una solución ante el aumento de los robos. Estos dispositivos, conectados a una central de alarmas, avisan de cualquier intento de intrusión a la central re-



Los ladrones aprovechan las vacaciones para asaltar hogares y negocios.

CONSEJOS PARA AUMENTAR LA SEGURIDAD

1 Reducir al máximo los signos externos de abandono del inmueble. Deje las cortinas entreabiertas, las persianas a medio cerrar, la ropa tendida o instale temporizadores que enciendan o apaguen las luces. Esto dará a los ladrones la impresión de que hay alguien dentro y se lo pensarán dos veces antes de planificar el robo.

2 Pídale a alguien de confianza que recoja la correspondencia del buzón para que no se acumule y solicite a algunos vecinos que vigilen su hogar o negocio de vez en cuando. De

ceptor de alarmas del proveedor de los sistemas y ésta, a su vez, a la policía.

Las empresas dedicadas a la seguridad también se han puesto las pilas para proteger a sus clientes de posibles

esta forma, ganará en seguridad durante sus vacaciones estivales.

3 Instale un sistema electrónico de seguridad o, si ya tiene uno, compruebe el correcto funcionamiento del mismo. Asimismo, se deberán examinar las zonas con más riesgo para adaptarlo a las diferentes tipologías. Estos dispositivos son muy efectivos y tienen un gran efecto disuasorio para los atracadores.

4 Proteja con rejas las ventanas y terrazas de fácil acceso desde el exterior,

sin descuidar aquellas a las que se pueda llegar de forma sencilla, como las que se ubican en los patios inferiores.

5 No comentar en público cuánto tiempo va a permanecer cerrado el inmueble ni hable de su proyecto de vacaciones con personas desconocidas.

6 No dejar joyas, objetos de valor o dinero en metálico en la vivienda o negocio. Además, procure no guardar nunca el talonario de cheques con documentos en los que esté su firma.

imprevistos y proporcionarles así unas tranquilas vacaciones. Desde Prosegur se explica que la compañía ha adaptado sus servicios a diferentes tipos de necesidades personales, "ofertando al

público sistemas como Prosegur Premium, Elite o Exclusive, que comprenden diferentes mecanismos de seguridad adaptados a las tipología de cada vivienda o negocio".

Zapatos más que imposibles

La patronal riojana del calzado premia la originalidad de los diseños

ARTURO CENZANO. Logroño

La patronal riojana del sector del calzado ha organizado el Concurso Internacional, que ha premiado los denominados *zapatos imposibles*, un auténtico reto a la imaginación más atrevida.

El primer premio del certamen, que acaba de fallarse en Arnedo (La Rioja), segunda productora nacional de calzado, ha sido para el zapato *El sillón de la abuela*, obra de la arnedana

Lidia Royo. Se trata de una bota inspirada en los tradicionales sillones artesanos de mimbre y ha reportado a la creadora 3.000 euros con el título de ganadora.

Pero si revolucionario es el modelo ganador, los zapatos que han obtenido los premios del público y del jurado no le van a la zaga. El primero de ellos ha sido para la obra del también arnedano Miguel Pérez Aladros *Logremos evitarlo*, una alegoría que consta de un zapato con patas de araña, que

rodea a otro más pequeño con aspecto de mosca, realizada con alambre trenzado en hilo en las patas a modo de alas. Según su autor, "refleja las consecuencias de la invasión del mercado por fabricantes que, obsesionados por la reducción de costes, se olvidan de la calidad del producto".

Finalmente, el Premio del Público ha sido para el modelo *Asceta* de Sara del Campo y Melissa Elizábal, de Pradejón (La Rioja), una sandalia inspirada en los fa-

quires recubierta de clavos por el exterior y el interior.

Basilio García, presidente de Aiccor, ha mostrado su satisfacción por el copo de los diseñadores locales "que demuestra la categoría de la industria riojana, avalada en los mercados internacionales". La patronal riojana ha creado también un zapato de oro macizo, valorado en 7.000 euros, para premiar al novillero sevillano José Moral, por su espectacular faena torera en la plaza de Arnedo.



Modelo ganador *El sillón de la abuela*.

TURISMO

Lonely Planet lanza su revista en España

CINCO DÍAS Madrid

La editorial australiana de guías de viaje Lonely Planet prepara el lanzamiento en España de su revista de viajes *Lonely Planet Magazine*. La publicación, que tendrá periodicidad mensual, aparecerá el próximo 28 de agosto con una tirada de 60.000 ejemplares.

La editorial de revistas Sàpiens Publicacions, del Grup Cultura 03, será la responsable de editar desde Barcelona la nueva publicación con la colaboración de Geoplaneta, del Grupo Planeta, que gestiona la marca Lonely Planet en España y América Latina.

En la nueva revista participarán los autores de las guías Lonely Planet y otras firmas reconocidas del periodismo de viajes, saldrá al mercado con un precio de 5,95 euros y 164 páginas a todo color.

Lonely Planet Magazine estará dividida en tres partes. La primera, denominada *Miradas del mundo*, ofrecerá propuestas de viajes a lugares cercanos y lejanos que por sí solos justifican un desplazamiento.

La parte central de la revista -y la más extensa-, tendrá un tratamiento monográfico, dedicado a un país, una ciudad o una región, con artículos a fondo y un tratamiento fotográfico exclusivo.

La tercera parte estará dedicada al universo Lonely Planet y bajo el título *Bloc Lonely Planet* ofrecerá 24 páginas de contactos, consejos e intercambios de información entre los viajeros que quieran descubrir el mundo.

El primer número de la revista incluirá un artículo de presentación del fundador de la compañía internacional, Tony Wheeler.

'Time Out' en español

Lonely Planet, una empresa nacida en Australia hace más de 30 años, vende actualmente una cifra de alrededor de más de 6 millones de guías turísticas al año. La empresa editorial de la publicación se llama Sàpiens Publicacions y pertenece al Grup Cultura 03, formado por seis empresas editoriales y de la comunicación, con más de 20 millones de euros de facturación en 2006 y 1,5 millones de beneficios.

La empresa lanzará próximamente la edición española de la revista londinense *Time Out*.