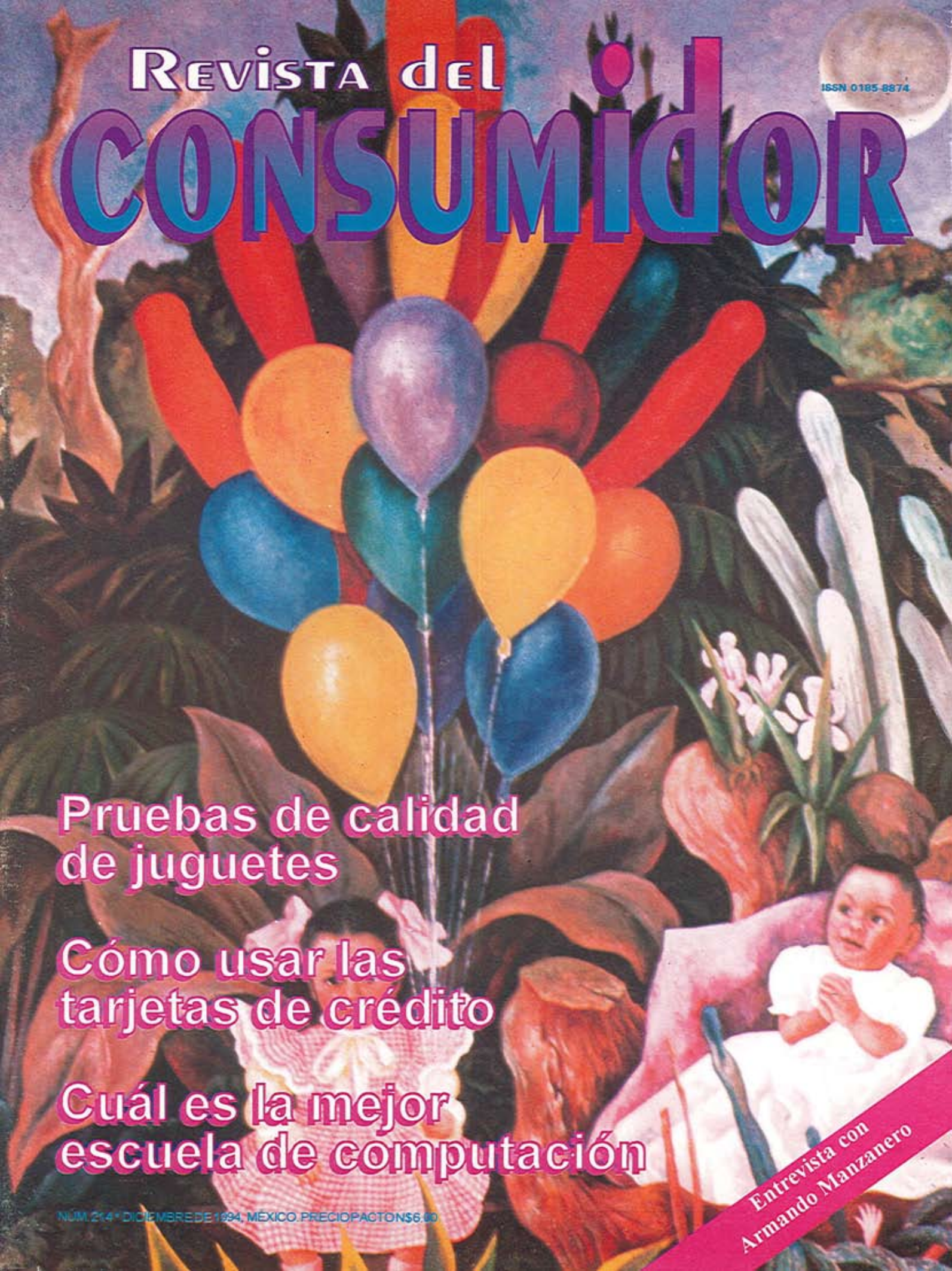


Revista del CONSUMIDOR

ISSN 0185-8874

Pruebas de calidad de juguetes

Cómo usar las tarjetas de crédito

Cuál es la mejor escuela de computación

Entrevista con Armando Manzanero

NUM. 214 • DICIEMBRE DE 1994. MÉXICO. PRECIO PACTON $6.00

DISFRÚTELA...



LE DEJARÁ
UN BUEN
SABOR...

Suscríbase a la REVISTA DEL CONSUMIDOR

12 meses por sólo N$ 60.00; llame al 568-87-22
o acuda a la oficina de la Profeco más cercana.

Sumario

Diciembre 1994





Editorial 2

Una nueva etapa al servicio de México

Orgullosamente mexicano 3

Hablando en plata...

Servicios de la Profeco 11

La información: ¡Su seguro de viajero!

Todo sobre... 13

Cine, competencia y video
CVC: ¿un centro comercial en su casa?
Los alebrijes
Las bondades del pescado
Escuelas de computación
Tarjetas de crédito
Pan de caja

El carrusel de los signos 41

El consumo al son de la rumba

La entrevista del mes 51

Armando Manzanero

Los pequeños consumidores 59

Foro del consumidor 63

***Reporte especial* I**

Juguetes

Directorio

Director:
Marco Antonio López Gallo

Editor: Marco Antonio López Gallo; **Director Editorial:** Oscar Romero Rojas; **Jefe de Redacción:** Guillermo Torales Caballero; **Jefe de Información:** Enrique Parada García; **Jefa de Corrección**: Dora Torres Ponce; Reporteras: Ma. Guadalupe Cruz, Graciela Muñoz; Tipografía: Ana S. Chio; Fotografía: Francisco Alatriste Torres, José Ángel Gutiérrez.
Director de Arte y Diseño: Alejandro Lobato Rosales; **Jefe de Diseño Gráfico**: Víctor M. Gutiérrez G.; Diseñador: Pedro Octavio Castellanos G.; Ilustración: Mónica Miranda.

Portada: **La niña de los globos o Las hijas de Santiago Riavori.** Autor: **Diego Rivera**. Proporcionada por: Instituto de Investigaciones Estéticas, U.N.A.M.

El contenido de los anuncios comerciales publicados en la Revista del Consumidor es de la exclusiva responsabilidad de los anunciantes. Su publicación no implica, en modo alguno, por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor, juicio de valor ni acto de autoridad, ni aval de los bienes o servicios que se anuncian. Asimismo, estas condiciones forman parte de los acuerdos que al respecto se suscriben con los anunciantes.

Teléfono de la revista: 559-72-96 exts. 262 ó 263. Para correspondencia, diríjase al editor de la Revista del Consumidor en Insurgentes Sur núm. 1228, 5º piso, c.p. 03200, o al A.P. 20600, México, D.F.

Una nueva etapa al servicio de México

En diciembre aumentan notablemente las relaciones de consumo en el país. La abundancia y diversidad de las compras de bienes y de la contratación de servicios obligan a la Procuraduría Federal del Consumidor a intensificar sus tareas de orientación, información y atención al público, con objeto de vigilar que estos actos se lleven a cabo con equidad y seguridad jurídica.

En esta ocasión, el último mes del año coincide con el inicio del nuevo gobierno. Este hecho fortalece el proceso de transformación de la Profeco, pues así lo exigen la atención eficaz y oportuna de los requerimientos de los consumidores y el desarrollo previsible del mercado mexicano. Los cambios puestos en marcha aparecen hoy como los cimientos sobre los que deberá levantarse una Procuraduría cada vez más cercana a la población. La modernización de la institución es un imperativo para eliminar los espacios de indefensión que aún subsisten en las relaciones de consumo.

Destaca, sobre todo, la vigencia de profundizar la desconcentración hasta lograr que las políticas de protección a los consumidores se inscriban, de modo directo, en los programas de bienestar de las entidades federativas y sus municipios. Ésta es preocupación central de la nueva administración, porque alcanzar tal objetivo permitirá brindar a la sociedad servicios especializados, próximos y oportunos, tal como exige la dinámica social de México.



Asimismo, es indispensable vigilar la evolución de las nuevas formas de comercialización, en especial las compras a través de los medios electrónicos y del teléfono, valiéndose para ello de los novedosos métodos de conciliación en esos mismos espacios, previstos ya en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Sin duda se requiere privilegiar las tareas preventivas mediante el uso integral y combinado de los medios informativos. Frente a los acelerados cambios en las relaciones de consumo, la información es el mejor instrumento para orientar a la población y hacer transparentes los mecanismos de operación del mercado. Esta labor se dirigirá hacia la difusión de mensajes de carácter particular, que respondan a las necesidades concretas de las distintas comunidades del país. Para ello, la Procuraduría se propone consolidar y ampliar sus ámbitos de colaboración con televisoras y radiodifusoras a nivel estatal y regional.

En el México de hoy sólo las instituciones activas, con un profundo compromiso social, podrán participar en la construcción de la nueva sociedad mexicana. En el caso de la Profeco, la responsabilidad radica en promover el trabajo institucional para afirmarse como un instrumento eficaz de la reforma social que reclaman los mexicanos y propiciar, con su trabajo resuelto y pertinaz, la mejor defensa de los consumidores por medio de la equidad y la certidumbre jurídica en un mercado que anticipa ya las nuevas realidades del siglo venidero.

Somos los mejores

Hablando en plata...

En México, la platería es una industria y una tradición artística que "vale oro", porque aquí, "hablando en plata", para eso de la extracción, el trabajo artesanal y la comercialización de la plata a nivel global, somos los mejores. Y si no lo cree, considere estos datos: continuamos siendo el **primer productor mundial** de este metal -seguidos por E.U. y Perú-, con un volumen anual de 2 mil 415.805 toneladas (cifra registrada en 1993), cantidad que tiende a aumentar cada año y que representa el 18.5 por ciento del total de plata que se extrae en todo el mundo.



Gracias a su pureza de 99.99 por ciento, misma que rebasa el índice de calidad establecido internacionalmente -99.90%-, por muchos años la plata mexicana ha dado "brillo" a nuestro país y muy especialmente a regiones como Taxco, Guerrero, que se ha convertido en el mayor centro artesanal donde se elaboran centenares de productos únicos en el planeta.

Por todo ello, nuestra plata es reconocida internacionalmente como un producto orgullosamente mexicano.

Todo tiene una historia

La trascendencia de la plata en nuestro país no es reciente. En tiempos prehispánicos era un metal escaso y por lo mismo se le apreciaba mucho más que al oro. Los aztecas lo llamaban *iztacteocuitlatl*, que significa "excremento blanco de los dioses". En aquella época, la plata se obtenía en estado natural y probablemente también a partir del mineral de galena de alta ley, pues los mineros indígenas sabían horadar la roca utilizando fuego y agua (torrefacción).

Dadas las limitaciones existentes en lo que se refería a la explotación de las minas, la extracción sistemática de plata fue consecuencia de la fiebre del oro que se desató a raíz de la Conquista. Paradójicamente, en la Nueva España casi no había yacimientos de oro: lo que abundaba era plata. Como un dato interesante tenemos que, durante la época de la Colonia, en la Nueva España se produjeron 292 kilogramos de plata por cada kilogramo de oro.

Según el historiador Carlos Prieto, las primeras minas de plata que explotaron los españoles en México fueron la de Morcillo, en Jalisco, y la de Villa del Espíritu Santo, en Nayarit, ambas en 1524.

Años más tarde, hacia 1534, los colonizadores descubrieron las vetas de plata de Taxco, donde incluso Hernán Cortés explotó minas. Las principales vetas de las minas de Guanajuato fueron descubiertas en 1548 por Juan de Tolosa y el arriero Juan de Rayas.

El mineral de Nuestra Señora de los Zacatecas se dio a conocer en 1546; por otro lado, las minas de Pachuca y Real del Monte -distantes no más de 100

kilómetros de la ciudad de México- se abrieron en 1552, y fue precisamente ahí, en la hacienda llamada "Purísima Grande", donde el sevillano Bartolomé de Medina inventó y ensayó, en 1555, su célebre método de amalgamación de los minerales de plata, gracias al cual fue posible hacer un poco menos pesado el trabajo humano, pues hasta entonces la explotación de las minas había sido una labor esclavista o de forzados, no sólo en la Nueva España, sino en todo el mundo.

Con el nuevo procedimiento se pudo acabar con el costoso método de fundición que en poco tiempo arrasó los bosques y marcó las ciudades mineras con una aridez que hoy es característica de su paisaje.

"El oro blanco", nombre que le dieron los españoles a la plata, era tan abundante que sólo se explotaban los crestones superficiales y se abandonaban las minas.

Según datos estadísticos publicados por el Consejo de Recursos Minerales, entre 1521 y 1800 se produjeron en nuestro territorio casi 45 mil toneladas de plata, que correspondían a un promedio anual de producción de 160 mil kilogramos.

La exuberancia natural de este metal provocó que en poco tiempo su producción aumentara. Para el siglo XIX, la extracción de plata en la nación recién independizada se incrementó en alrededor de

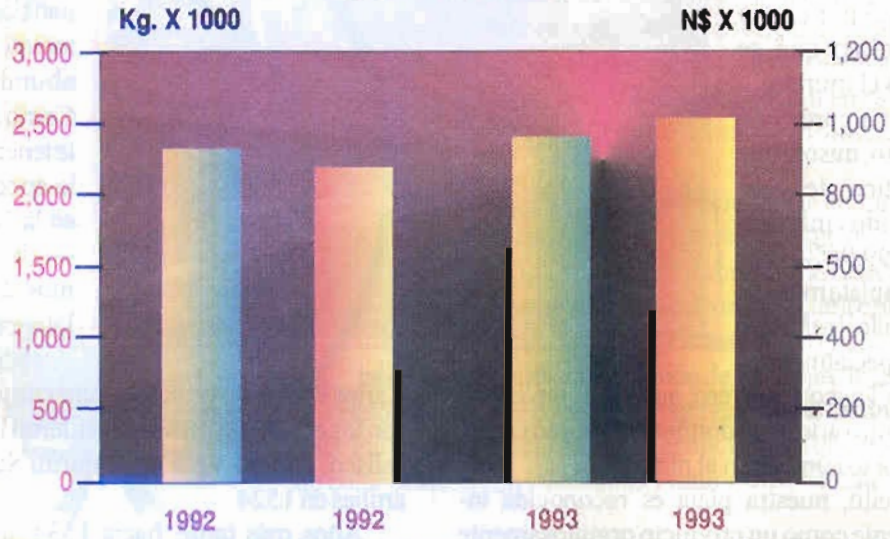


58 mil toneladas, lo que equivalía a 577 mil 823 kilogramos por año.

En los 90 años que han transcurrido de este siglo, la producción de plata mexicana alcanzó las 171 toneladas, lo que da por resultado una producción promedio anual de un

Variación volumen-valor en la producción nacional de plata

(Periodo 1992 - 1993)



VOLUMEN	2,317.381		2,415.805	
VALOR		906,392		1,045.651

Fuente: Dirección General de Minas; SEMIP.

Tane: el lenguaje de la plata

La empresa **Tane** nace en 1953 cuando la familia Leites, compuesta por inmigrantes franceses, decide cambiar de giro comercial, de tabaquería a platería.

En un principio, **Tane** se dedicó a hacer objetos comunes utilizados en los talleres de otros fabricantes de objetos de plata. Pero al correr del tiempo empezaron a realizar sus propios diseños, a veces inspirados en piezas clásicas, a veces en objetos precolombinos, o combinando varias técnicas y formas; asimismo, pronto desarrollaron el uso de la plata *vermeil* -baño de oro de 23 kilates sobre la plata-, pero siempre buscando que sus piezas tuvieran un estilo muy mexicano.



En los años sesenta **Tane** crece y obtiene gran reconocimiento; de esta manera empieza a competir con los grandes de la platería que existían en el país: Castillo, Pineda, Spratling, Ortega, y otros.

La calidad de sus piezas tiene su origen en la materia prima con la que se trabaja, la fundición, el cincelado, el forjado y el pulido, así como el control final, que en conjunto crean un lenguaje: el de la plata, el cual le ha dado fama internacional a **Tane** a través de sus creaciones únicas: aves, piezas inspiradas en el arte prehispánico y popular, joyas clásicas con signos de modernidad y esculturas excepcionales por su forma y terminado.

Y no sólo eso; las piezas de **Tane** han estado presentes en todo tipo de ceremonias, desde bodas -con vajillas y adornos-, hasta la incineración de la mano de Obregón, cuyas cenizas fueron depositadas en una urna fabricada por esta renombrada empresa. También fue muy significativo el obsequio realizado al Papa Juan Pablo II durante la última visita que hizo a nuestro país, consistente en cinco piezas de **Tane**.

Actualmente, dicha compañía forma parte de una asociación denominada **Promisilver**, dentro de la cual se encuentran los mejores plateros de Francia, Italia, Alemania y Suiza.

Tane es una empresa mexicana que trabaja con artesanos mexicanos y diseños con un sello también muy nacional.

Fuente: Revista Artes de México, "Tane: El lenguaje de la plata", número especial, 1990.

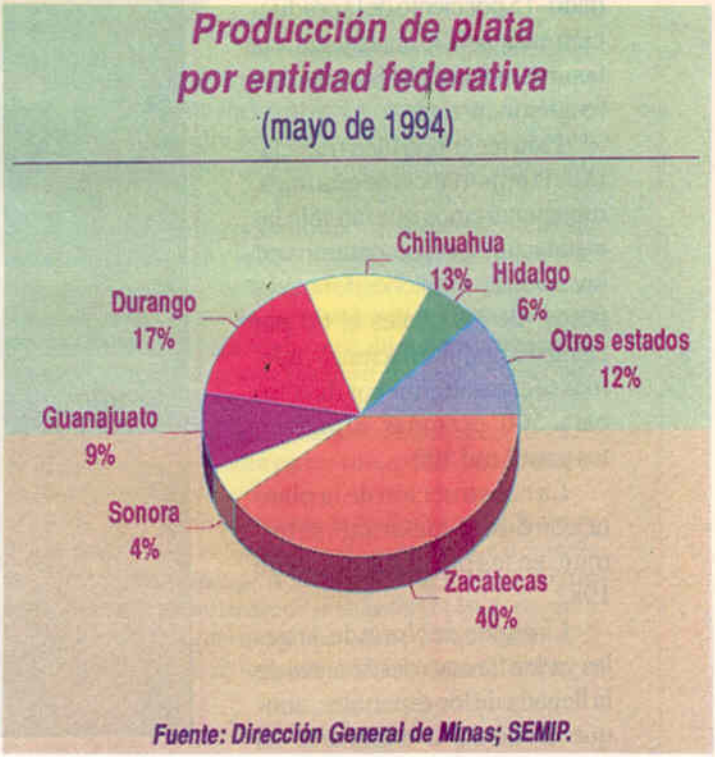
millón 899 mil 394 kilogramos, es decir, casi 2 toneladas por año, cantidad cuatro veces mayor a lo que se producía en tiempos de la Colonia.

A 500 años del auge de su explotación, la plata mexicana continúa el camino de la "luz" con el fin de consolidar día tras día una industria que siga siendo la número uno.

Lo sólido de la plata mexicana

Actualmente, los sólidos cimientos de la industria de la platería son las empresas **Industrias Peñoles**, **Industria Minera de México, S. A. (IMSA)**, **Frisco** y **Corporación Industrial San Luis**, que conforman la gran minería mexicana con cerca del 80 por ciento de la producción total del país, mientras que el resto corresponde aproximadamente a 180 grupos mineros de mediano y pequeño nivel.

Dichas industrias tienen como base de su capital a mexicanos comprometidos en la difícil tarea de explotar este metal no renovable, aunque también cuentan con una participación importante de capital extranjero que les ha permitido, en gran medida, modernizar sus operaciones con maquinaria de vanguardia y una mejor



Variación de la producción minero-metalúrgica nacional por producto y forma de presentación
(Periodo enero de 1993 a julio de 1994)

Productos	FORMA DE PRESENTACIÓN	VOLUMEN DE PRODUCCIÓN (toneladas)		Variación 94/93 %	% Part. 93	% Part. 94
Plata (kg)		1993 1,354,008.7	1994 1,300,371.0	(4.0)	100.0	100.0
	Afinada	974,704.6	939,088.3	(3.7)	72.0	72.2
	Bismuto metálico impuro	0.0	0.0	- - -	0.0	0.0
	Plomo con liga de plata	1,943.7	1,262.5	(35.0)	0.1	0.1
	Sulfato de plomo	356.4	0.0	(100.0)	0.0	0.0
	Contenidos metálicos en:					
	1. Ventas nacionales					
	En barras de Cu	17,450.2	21,366.6	22.4	1.3	1.6
	Ánodos de cobre	3,535.0	6,344.0	79.5	0.3	0.5
	Barras mixtas de oro y plata			- - -	0.0	0.0
	Polvillos de fundición	0.0	0.0	- - -	0.0	0.0
	2. Diferentes productos exportados					
	Metal Doré	5,975.5	76.3	(98.7)	0.4	0.0
	Lodos anódicos	18,288.9	0.0	- - -	1.4	0.0
	En barras de Cu	207,947.6	218,284.2	5.0	15.4	16.8
	Mata cobriza	0.0	0.0	- - -	0.0	0.0
	Barras mixtas de oro y plata	67,279.9	64,387.4	(4.3)	5.0	5.0
	Anódos de cobre	25,903.0	23,531.0	(9.2)	1.9	1.8
	Productos secundarios cobrizos	0.0	0.0	- - -	0.0	0.0
	Plomo auro-argentífero	0.0	0.0	- - -	0.0	0.0
	Concentrados	30,582.1	25,949.5	(15.1)	2.3	2.0
	Residuos de fundición de Zn	0.0	0.0	- - -	0.0	0.0
	Precipitados	41.8	81.4	94.9	0.0	0.0

Fuente: Dirección General de Minas; SEMIP.

capacitación del personal minero, condiciones que han propiciado la generación de nuevos empleos y menores daños al ambiente.

Sin duda, nuestro país afianzó su liderazgo en la explotación de la plata en 1980 con la construcción de la mina de plata más grande del mundo, obra que se inició el 20 de julio de 1980 en el municipio de Noria de Ángeles, Zacatecas. La planta, denominada "Real de Ángeles", produciría 7 millones de onzas anuales de metal refinado -15 por ciento de la producción nacional-, lo cual aseguraría la supremacía de México en este renglón industrial.

Para tener una idea más clara de la importancia de esta mina, mencionaremos que tan sólo las instalaciones representaron una inversión de 4 millones de nuevos pesos -de los cuales el 60 por ciento fue capital nacional-, además se crearon empleos directos para 500 personas e indirectos para 2 mil 500.

La construcción de la planta, con diseño mexicano, se terminó en los primeros meses de 1982.

La región de Noria de Ángeles ya era famosa desde antes de la llegada de los españoles; aunque comenzó a explotarse en forma sistemática a partir del siglo XVI y se calcula que en el transcurso de 400 años se extrajeron 600 mil toneladas de mineral. Sin embargo, fue hasta 1969 cuando se decidió averiguar si aún existía una cantidad suficiente de plata para intentar una nueva explotación; se formó entonces la empresa explotadora **Explomin**, que dio origen a la compañía minera **Real de Ángeles**, nacida de la unión de otras tres: **Frisco**, **Comisión de**



Algo sobre la plata

La plata es un metal que en ocasiones posee un grado de pureza de 100 por ciento en estado natural. Sin embargo, la mayoría de las veces está mezclada con minerales de cobre, plomo y zinc, principalmente. Su uso tradicional más importante ha sido en la acuñación de monedas y en la manufactura de vajillas y joyas, aunque también se le emplea (nitrato de plata) en la elaboración de papel fotográfico, aparatos eléctricos, aleaciones, soldaduras y en la industria electrónica. Recientemente se ha utilizado en la fabricación de aviones *jet* y cristales fotocrómicos.

La producción de plata en nuestro país se obtiene como un subproducto del beneficio de sulfuros de plomo, cobre y zinc, que la contienen en proporciones variables. Dadas estas condiciones no se ha podido precisar el monto de las reservas nacionales, pero se estima en 23 millones de toneladas con leyes promedio de 250 gramos.

Gracias a su abundancia, durante mucho tiempo, especialmente a lo largo del dominio colonial, la plata constituyó el principal medio de cambio, sin embargo, es en la acuñación de monedas en el área donde ha sido desplazada casi por completo; hoy día, la aleación cobre-níquel es ampliamente aceptada en la elaboración de monedas fraccionarias.

No obstante, la plata sigue siendo un metal muy apreciado en la joyería, la fotografía y la electrónica; en la India se le considera, por tradición, como un metal afrodisiaco, y aunque parezca increíble se incluye en muchos alimentos.



Taxco y su artesanía en plata

Taxco es el centro artesanal más grande del país y quizás del mundo. Esta pintoresca ciudad se encuentra en el estado de Guerrero, sobre la carretera México-Acapulco. Sus orígenes se remontan a los días posteriores a la caída de Tenochtitlán, cuando Hernán Cortés se enteró de que en las minas que explotaban los indios de Tetelcingo había estaño, mineral indispensable en la producción de cañones. En 1534 se empezaron a aprovechar las primeras vetas de plata, dando pie al desarrollo de la actividad minera que más tarde causaría que el lugar fuese denominado "Real de Minas de Taxco".

El auge de la platería en la región comenzó con la presencia del norteamericano William Spratling, arquitecto de profesión que llegó a México en la década de los años treinta con la finalidad de escribir un libro costumbrista que no le redituó muy buenos ingresos, lo cual lo obligó a buscar una actividad que le permitiera sobrevivir en ese lugar. Así, organizó a varios maestros joyeros de Iguala, como Alfonso Mondragón, para que realizaran objetos más elaborados que los sencillos anillos y "milagritos" que los taxqueños solían hacer.

El señor Spratling instaló el primer taller de plateros en una casa y lo bautizó con el nombre de "La Aduana"; después se trasladó a otro más grande, en el que laboraban 40 trabajadores, denominado "Las Delicias".

A partir de aquel momento los establecimientos de venta y talleres de platería comenzaron a proliferar en la región. Actualmente hay cerca de 400 lugares que se encargan de comercializar la plata, y 5 mil personas se dedican a trabajar este metal en exclusiva.

Prácticamente a cada paso, por todos los rincones de sus calles, en Taxco es posible hallar toda clase de trabajos de metal. La diversidad de piezas va desde el sencillo y bello dije, hasta las impresionantes figuras de decoración y orfebrería realizadas con varias técnicas: vaciado en cera, repujado, filigrana, calado, o metales "casados" (cobre, latón, plata).

La ciudad parece tener un sello enigmático: es muy difícil asegurar lo que el visitante encontrará y cuál será su precio, pues la competencia entre productores y comerciantes permite "rascar" el mercado y encontrar múltiples ofertas. Por ejemplo, un brazalete calado -que es un pieza sencilla- de 150 gramos de peso aproximadamente, puede tener un precio que oscile entre los 80 y los 160 nuevos pesos. Pero lo que sí es seguro es que Taxco resplandece con sus cientos de platerías -cerca de 2 mil talleres- donde se pueden adquirir maravillas de labrado: anillos en forma de serpiente, dijes con motivos precolombinos, collares propios de cualquier princesa, cadenas, brazaletes, pulseras, prendedores, charolas, juegos de té, cigarreras, encendedores, esclavas, aretes, cubiertos, ensaladeras, llaveros; en fin, todo lo que nos rodea parece susceptible de ser transformado en plata.

Hace poco surgió una oleada de productos que se promueven como artesanías de Taxco sin serlo en realidad. Al respecto, le sugerimos que distinga la plata auténtica localizando tres sellos: la marca del taller donde se elaboró, el país de origen, y los grados de pureza del metal, que van desde .925 hasta .975, límites que disponen las leyes nacionales e internacionales.



Fomento Minero y **Placer Development Ltd.**, de Canadá. La investigación efectuada durante 1971 y 1972 reveló la existencia de reservas hasta por 85 millones de toneladas, además de que el material encontrado contenía plata -70 gramos por tonelada-, plomo, zinc y cadmio.

La consolidación de la industria minera de la plata también se vio reforzada en 1985 con la realización de otros proyectos: la nueva planta de Sultepec -en el estado de México-, con capacidad para producir 750 toneladas diarias de oro, plata, plomo y zinc; y la expansión de la unidad de Charcas -en San Luis Potosí-, para obtener de mil 500 a 3 mil 450 toneladas por día, no sólo de plata, sino también de oro y plomo.

Paralelamente se comenzaron los trabajos de ampliación de la mina y la planta de Toyoltita -en Durango-, para producir 900 toneladas por día, y los de construcción de la nueva refinadora de oro y plata en Durango.

La industria de la platería en el país se ha hecho merecedora del lugar que tiene, pues son las empresas mexicanas las que se encargan de extraer, procesar y exportar "el oro blanco" a países como Francia, Estados Unidos y Japón, principalmente.

Industria con "brillo" mexicano

Sin duda, la más sólida de las industrias plateras en el país es la empresa **Peñoles**, la cual produce actualmente más del 60 por ciento del total nacional. La segunda en importancia es **Frisco**, con un 16 por ciento, seguida de **Industrial Minera de México**, con un 14 por ciento; finalmente tenemos a **Real del Monte** y **Pachuca** con 3 por ciento, y **Corporación Industrial San Luis** con un 2 por ciento.

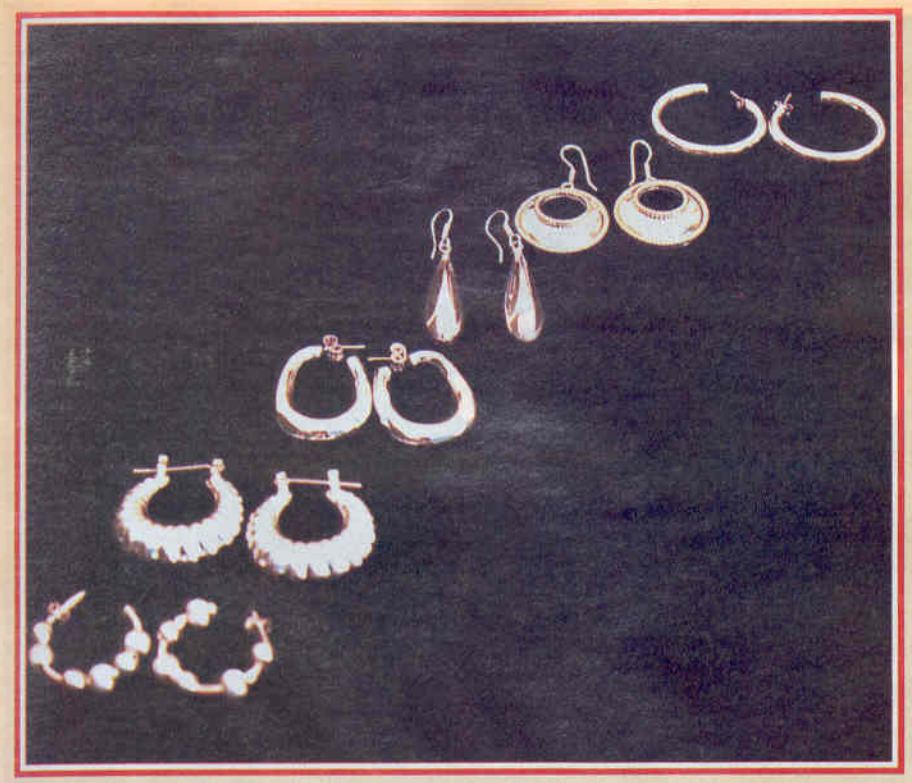
Industrias Peñoles extrae el mineral de sus minas en Durango y lo envía a refinar a Torreón,

Volumen de la producción mundial de plata (periodo 1987 - 1992)

PAISES SELECCIONADOS	1987	1988	1989	1990	1991	1992 P/
Total en toneladas	13432	13781	14452	15084	14734	14025
México	2415	2359	2306	2324	2207	2325
Estados Unidos	1241	1661	2007	2170	1848	1800
Perú	2053	1552	1840	1725	1770	1500
Canadá	1250	1371	1285	1380	1400	1200
U.R.S.S.	1499	1493	1490	1400	1300	1200
Otras economías de mercado	3736	4089	ND	ND	ND	ND
Otras economías centralizadas	1238	1256	ND	ND	ND	ND
Otros países	ND	ND	5524	6085	6209	6000

a/ Contenido metálico.

Fuente: Para México: INEGI, DGE. Boletín Mensual de la Industria Minerometalúrgica, (varios años).
Para el resto de los países: Bureau of Mines, U.S. Department of the Interior. "Mineral Commodity Summaries", (varios años).



Coahuila, donde se localiza la planta **Met-Mex Peñoles**, la metalúrgica no ferrosa más importante en América Latina y la segunda más grande del mundo en su género.

Por su parte, **Industrial Minera de México** extrae la plata como subproducto de las minas de plomo y cobre, y lo envía a sus refinerías que se localizan en Monterrey, Nuevo León.

Aproximadamente un 70 por ciento del suministro anual de plata proviene de la minería y el 30 por ciento restante de la fundición de monedas y chatarra. De la primera fuente, sólo el 20 por ciento del metal tiene su origen en minas cuyo producto primario es la plata, la otra parte se obtiene como subproducto de extracciones donde el material primario puede ser cobre, oro, zinc, plomo u otro metal.

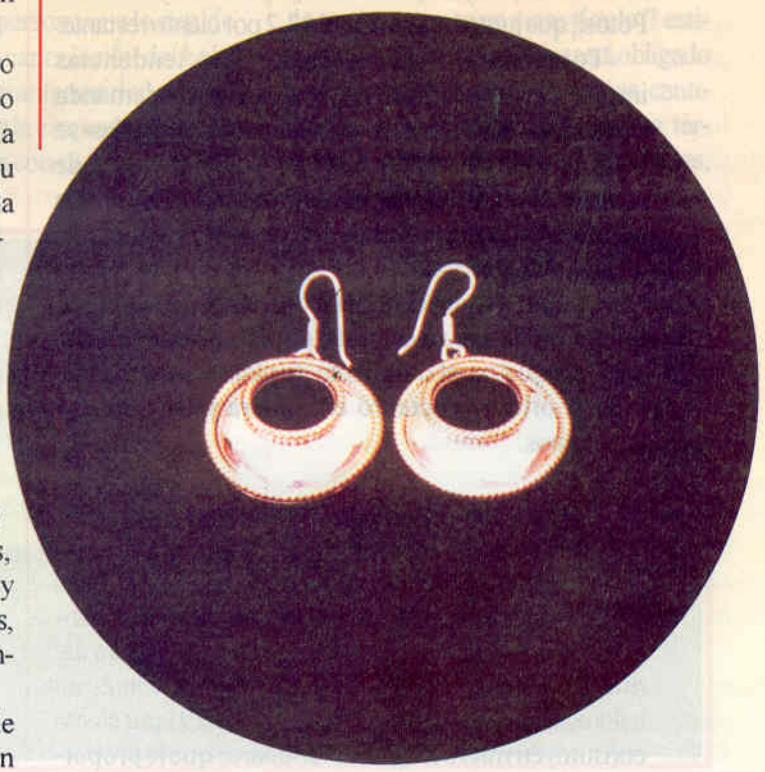
De ahí que las diversas presentaciones de la plata sean: afinada, bismuto metálico impuro, plomo con liga de plata, sulfato de plomo (las cuatro variedades anteriores se comercializan en barras de cobre), ánodos de cobre, barras mixtas de oro y plata, y polvillos de fundición; así como diferentes productos de exportación, como el metal dore, lodos anódicos, barras de cobre, mata cobrizas, barras mixtas de oro y plata, ánodos de cobre, productos cobrizos secundarios, plomo auro-argentífero, concentrados, residuos de fundición de zinc y precipitados.

Cabe advertir que en la exportación mayoritaria de plata, el metal ya se encuentra refinado y purificado en barras; los minerales y concentrados apenas llegan a 76 toneladas (cifra registrada en 1993).

Supremacía mundial

Con la modernización de las empresas nacionales y el trabajo de los mineros mexicanos, desde hace 14 años nuestro país ha mantenido la supremacía mundial en producción de plata. Y no es la primera vez en la historia: en el siglo XVIII, México desplazó al Alto Perú -hoy Bolivia- como primer productor mundial de dicho metal -exceptuando un par de años a finales del siglo XIX, cuando Estados Unidos ocupó este lugar-, y siguió siendo el primero hasta 1967, momento en que fue superado por Canadá; 13 años más tarde volvió a recuperar su sitio, mismo que mantiene hasta hoy para orgullo de todos los mexicanos.

De 1980 a la fecha, el volumen de producción de este metal grisáceo ha tenido una tasa promedio de crecimiento del 3.9 por ciento anual. En 1980 alcanzó la cima con mil 472. 600 toneladas; diez años más tarde llegaría a las 2 mil 351.561 toneladas, y para 1993 alcanzó la cifra de 2 mil 415.805 toneladas.





Estas cantidades son resultado de la producción obtenida en los estados mineros por excelencia: Zacatecas, Sonora, Chihuahua, Durango, Guanajuato e Hidalgo, que en mayo de 1994 aportaron el 41, 4.2, 13.5, 17.1, 9.0 y 3.0 por ciento, respectivamente. Sin soslayar la participación de Coahuila, Jalisco, México, Michoacán, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca y San Luis Potosí, que juntos aportaron el 12.2 por ciento restante.

Tomando en consideración las tendencias imperantes en las últimas tres décadas, la demanda manufacturera de la plata -excluyendo las monedas- se ha duplicado, incrementándose de 235 millones de onzas en 1960, a 480 millones de onzas en 1990, y siendo las principales industrias de consumo la fotografía, la joyería y la electrónica.

Como dato adicional mencionaremos que las minas que han dado mayor cantidad de plata al mundo están en Guanajuato y el fragmento de plata más grande de todo el orbe se encontró en Sonora y pesó mil 15 kilogramos.

Pureza que se exporta

De la misma manera que la producción de plata le ha conferido a México fama mundial, los talleres familiares de Taxco, Guerrero, han convertido a la entidad en el mayor centro artesanal del país y acaso del mundo. La mencionada localidad cuenta con 2 mil talleres aproximadamente, de los cuales el 95 por ciento constituyen microempresas familiares que le proporcionan vida propia a este metal mediante la elaboración de figuras únicas.

En cuanto a la "platería fina", la firma **Tane** es otro orgullo mexicano gracias a sus diseños inigualables y de gran calidad.

Finalmente, en lo que se refiere a la pureza del metal mexicano, sólo resta subrayar que a nivel internacional se manejan "tres nueves" para la comercialización de la plata, es decir, **99.90** por ciento de calidad o pureza. Y en este aspecto, México también tiene el primer lugar, pues **Industrias Peñoles** mantiene una calidad de cuatro nueves en su plata, es decir, **99.99** por ciento, en tanto que **Industria Minera de México** comercializa material 99.97 por ciento puro, sólo por mencionar dos ejemplos.

Ante tales virtudes, ¿quién puede negar que la plata producida en nuestro país es un producto **orgullosamente mexicano**?

Ma. Guadalupe Cruz

Fuentes: -Secretaría de Energía, Minas e Industria Paraestatal (SEMIP).
-Dirección de Estadística y Análisis Minero.
-La minería en México, edición 1993, INEGI.
-Avance de Información Económica. Industria Minero-Metalúrgica, agosto de 1994, INEGI.
-Enciclopedia de México, tomo 11.
-Cámara Minera de México.

En estas vacaciones

La información: ¡su seguro de viajero!

Llegaron los fríos días de diciembre, época en que nuestros pensamientos inevitablemente viajan hacia doradas y cálidas playas donde la fresca brisa acaricia nuestros rostros, o bien, a las fantásticas zonas arqueológicas que a través de murmullos lejanos nos hablan de nuestro pasado, o a los típicos rincones de nuestras ciudades coloniales.

Si usted ha decidido hacer realidad estas fantasías durante sus vacaciones de invierno, ¿ya sabe cuáles son sus derechos y obligaciones como turista? No olvide que en este periodo vacacional de fin de año la ley y la Profeco lo acompañan, y que la información es su seguro de viajero.

Viajando y ahorrando

¿Es usted profesor, estudiante o tiene más de 60 años y está afiliado al Instituto Nacional de la Senectud (Insen)? Si es así, ¡ya la hizo!, porque por disposición oficial, durante las vacaciones de verano, invierno y Semana Santa, el servicio público de autotransporte federal de pasajeros debe otorgar un descuento del **25 por ciento a maestros** y del **50 por ciento a estudiantes y miembros del Insen**. Para obtener este descuento, los interesados deberán identificarse con una credencial vigente; además, los estudiantes y los maestros mostrarán una constancia expedida por la escuela a la que pertenecen.

Sólo serán válidas las credenciales expedidas por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Instituto Politécnico Nacional (IPN), Secretaría de Educación Pública (SEP) y escuelas incorporadas a estos organismos. También tendrán validez las credenciales de las direcciones o departamentos de educación de los estados, universidades de la República Mexicana, institutos y escuelas libres de derecho, comercio y homeopatía.

Le aclaramos que esta reducción del precio no se aplica en autobuses de "lujo" o categoría *Plus*.

En lo que se refiere al autotransporte le brindamos algunos consejos que le pueden ser de mucha utilidad:

* Cuando compre su boleto de viaje verifique que la fecha sea la elegida, así como el número de asiento, clase, precio, origen, destino y la denominación de la empresa o persona que lo expide.

* En caso de cancelación del boleto, infórmese con anterioridad sobre la política que tiene la empresa al respecto, para que sepa con precisión cuál es el tiempo límite para cancelar y si tendrá que cubrir un costo adicional.

* Si coloca su equipaje en el compartimiento inferior del autobús, exija su comprobante, ya que éste será su aval para recuperarlo.

¿Hotel?, ¿bungalow?, ¿tiempo compartido?

Si al llegar a su destino turístico se encuentra con la desagradable sorpresa de que no le respetaron su reservación de hospedaje -ya sea en un hotel o en un sistema de tiempo compartido-, o las condiciones en que se lo ofrecen no son las originalmente pactadas, no se preocupe, usted no está solo.

En estos casos, la **Ley Federal de Protección al Consumidor** (LFPC) lo protege, pues en su **artículo 7** estipula que "todo proveedor está obligado a respetar los precios, garantías, cantidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades,



reservaciones y demás condiciones conforme a las cuales se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor".

Por su parte, la **Ley Federal de Turismo** indica en su **artículo 38** que "en caso de que el prestador del servicio turístico incumpla con uno de los servicios ofrecidos o pactados o con la totalidad de los mismos, tendrá la obligación de reembolsar, bonificar o compensar la suma correspondiente al servicio incumplido, o bien, podrá prestar otro servicio de la misma calidad o equivalencia al que hubiere incumplido, a elección del turista".

Asimismo, si está interesado en contratar un tiempo compartido es pertinente verificar que el contrato incluya, según lo establece el **artículo 65** de la **LFPC**, los siguientes datos:

I. Nombre y domicilio del proveedor;

II. Lugar donde se prestará el servicio;

III. Determinación clara de los derechos de uso y goce de bienes que tendrán los compradores, incluyendo periodos de uso y goce;

IV. El costo de los gastos de mantenimiento para el primer año y la manera en que se determinarán los cambios en este costo en periodos subsecuentes;

V. Las opciones de intercambio con otros prestadores del servicio y si existen costos adicionales para realizar tales intercambios; y

VI. Descripción de las fianzas y garantías que se otorgarán en favor del consumidor.

De esta manera podrá evitarse "tragos amargos" y malos entendidos al contratar el servicio.

Restaurantes, bares y diversión

Además de descansar de la rutina y el ajetreo cotidianos, en estas vacaciones seguramente desea divertirse yendo a bailar, a ver un espectáculo, a degustar en algún restaurante los platillos regionales acompañados de un buen vino, o bien, a realizar esos paseos con



guías de turistas que nos relatan la historia de cada lugar y sus leyendas.

En materia de esta clase de servicios, la **Ley Federal de Turismo**, en su **artículo 35**, nos señala las obligaciones a las que están sujetos los proveedores:

I. Anunciar ostensiblemente en los lugares de acceso al establecimiento sus precios y tarifas, y los servicios que estos incluyen;

II. Cuando se trate de la prestación del servicio de guías de turistas, informar su precio en el momento de la contratación con los usuarios;

III. Cumplir con los servicios, tarifas y promociones, en los términos anunciados, ofrecidos o pactados; y

IV. Contar con los formatos foliados y de porte pagado en el sistema de quejas de turistas en los términos de la forma oficial mexicana respectiva.

Por su parte, el **artículo 58** de la **LFPC** menciona que "los proveedores de bienes y servicios que ofrezcan estos al público no podrán establecer preferencias o discriminación alguna respecto a los solicitantes del servicio, tales como selección de clientela, reserva del derecho de admisión y otras prácticas similares, salvo por causas plenamente justificadas en cada caso o que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento, o se funden en disposiciones expresas de otros ordenamientos legales".

La Profeco, en su ayuda

Si durante el presente periodo vacacional usted fuera víctima de maltrato por parte de algún prestador de servicios turísticos, o bien, viese afectados sus derechos como consumidor, no olvide que la Profeco atiende su queja, ya sea que la interponga en forma escrita, oral, o por cualquier otro medio idóneo, siempre y cuando cumpla con los siguientes requisitos (**artículo 99** de la LFPC):

- Proporcionar nombre y domicilio del reclamante;
- Descripción del bien o servicio objeto de la queja y relación sucinta de los hechos; y
- Señalar el nombre y domicilio del proveedor que aparezca en el comprobante o recibo que ampare la operación materia de la reclamación o, en su defecto, el que proporcione el reclamante.

Además, a continuación ponemos a su disposición los números telefónicos de la Profeco a los cuales usted puede comunicarse: 568-87-22, 211-99-66 ó 761-38-11 en el Distrito Federal; si vive en el interior de la república marque el 91 800 90 313 sin costo. Los horarios de atención al público son de 8:00 a 18:30 en las entidades y de 8:00 a 20:00 en la ciudad de México.

Asimismo, la Profeco cuenta con módulos de orientación, asesoría y recepción de quejas en los principales centros turísticos de la República Mexicana. Ahora sí, emprenda la partida y ¡felices vacaciones!

Graciela Muñoz

Fuentes: -Ley Federal de Protección al Consumidor.
-Ley Federal de Turismo.

Cine, competencia y video



En la película mexicana *A toda máquina* (ATM), los protagonistas (Pedro Infante y Luis Aguilar) se la pasaban en constante disputa: como perros y gatos. La esencia de la trama era que en el fondo existían afecto y estimación mutuos, los cuales se manifiestan al final de la cinta, después de haberse hecho la vida imposible, y tal demostración surge de manera tardía, al encontrarse maltrechos y al punto de la agonía, debido a un accidente provocado por ellos mismos.

Guardando las debidas proporciones, tal parece que esta misma relación existe entre el cine y el video, que originalmente se habían demostrado mucha desconfianza y vivían en una competencia constante. En este rollo (de película, por supuesto), los papeles estelares se asignaban de la siguiente manera: el bueno (el cine), que tenía casi un siglo de existencia, era desplazado "de golpe y porrazo" por un advenedizo (el video) que desempeñaba el rol de villano.

Actualmente nos encontramos en la escena en que ambos se sinceran con un apretón de manos y prometen "borrón y cuenta nueva". También están maltrechos como Pedro Infante y Luis Aguilar, pero ojalá no ocurra la fatal colisión de ATM, porque en el caso que nos ocupa, aquí en la vida real, no habrá un guionista que los ponga como nuevos, listos para la secuela *¿Qué te ha dado esa mujer?*

Le invitamos a comprar unas palomitas y escoger el mejor asiento para dar inicio a este melodrama con previsible *happy end*. O tal vez prefiera preparar sus propias palomitas, conectar su video y oprimir el botón *play*.

Cuando los hijos se van

El video, como mercancía, aparece en la década de los ochenta. Su nacimiento obedeció a la necesidad de apoyar a la industria disquera que se iba a pique y buscaba su tabla de salvación en los videos musicales. En 1964, en Estados Unidos era posible ver y escuchar a **Los Beatles** -en especial al dúo Lennon y Mc Cartney- interpretando *"A hard day's night"*. Por otra parte, el video se empleaba en las compañías televisoras para grabar y retransmitir las series. Es en 1975 cuando Sony Corporation crea el formato Beta y sale al mercado la primera videograbadora doméstica: la Sony Betamax. A partir de ahí comienza la lucha entre diversas empresas por cúbrir el mercado de videograbadoras. Un año después surge el formato VHS (*Video Home System*).

En México se registra una presencia importante de videocaseteras hasta 1980, aunque ya había algunas desde 1976. En 1985, el 9 por ciento de los hogares mexicanos contaban con videocasetera; en 1990 se calculaba que 3 millones 800 mil familias poseían una; y dos años después se establece que existen 5 millones de aparatos, lo que equivaldría al 35 por ciento de telehogares. Esto significa que en 1992,

alrededor de 25 millones de mexicanos tenían acceso al videocasete.

A mediados de la década de 1980 -paralelo al *boom* de los aparatos- surgen los videoclubes. Al principio se abastecían de películas adquiridas en Estados Unidos y reproducidas aquí, o de material grabado a partir de las transmisiones de televisión. El Canal 16 de **Cablevisión**, llamado Cablepelícula, presentaba un suculento programa para quienes se dedicaban a grabar con el fin de rentar o vender dichas grabaciones. Las películas tenían subtítulos en español y se transmitían sin cortes comerciales.

Los videos se conseguían en el populoso barrio de Tepito, en el Distrito Federal, y en los 300 videoclubes existentes, donde se abastecían los dueños de los aproximadamente 300 mil aparatos de formato Betamax.

En 1985 aparece oficialmente la industria del video, la cual ha pasado por dos fases, según lo señala el comunicólogo Fernando Mejía Barquera en un ensayo publicado en la revista *Intermedios*, quien explica que la primera -que duró prácticamente todo el segundo lustro de los años ochenta- constituyó un negocio para todas las personas que decidieron participar en ella, muchas de las cuales lograron reunir verdaderas fortunas. La segunda, al iniciar la actual década, se caracteriza por una fuerte crisis de liquidez que ha causado la desaparición de muchas empresas y amenaza de muerte a otras tantas.

En 1990 se tenían registrados 8 mil 300 videoclubes en toda la república; dos años después el cálculo era de 13 mil establecimientos de este tipo en el país.

Las estadísticas de 1993 señalan que **Videovisa** -la empresa puntal de estos centros- tiene mil 534 tiendas, **Blockbuster** 56 y **Multivideo** 32; por su parte, los videoclubes independientes suman 9 mil 500, lo que proporciona un total global de 11 mil 122. Estos datos reflejan un aumento en el número de comercios. Sin embargo, a excepción de los grandes establecimientos como **Macrovideocentro** y **Blockbuster**, los clubes de video enfrentan una crisis que los puede llevar a su extinción.

El comunicólogo Mejía Barquera apunta, en el trabajo citado anteriormente, que la situación es crítica para un gran número de empresas pequeñas y medianas que muy probablemente desaparecerán durante este primer lustro de los noventa. Es decir, en la industria del video, al igual que en varios rubros de la economía mexicana, el dominio del mercado tiende a centralizarse en un número muy reducido de empresas que, con seguridad, serán las únicas que podrán sostener el ritmo de

Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica

Cines inscritos de 1987 a 1993

Estado	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Aguascalientes	22	21	18	17	15	18	15
B.C.N.	47	48	43	43	37	35	27
B.C.S.	9	10	4	4	2	3	3
Campeche	22	26	23	22	20	21	21
Coahuila	84	83	65	67	47	47	37
Colima	22	23	20	20	22	22	16
Chiapas	75	73	55	55	46	42	37
Chihuahua	84	87	67	66	48	53	42
Durango	48	47	41	42	35	33	25
Guanajuato	77	74	61	63	66	65	55
Guerrero	75	72	61	62	47	45	31
Hidalgo	29	34	22	22	30	29	22
Jalisco	198	204	180	180	144	152	145
Edo. de Mex.	0	0	0	0	0	0	0
Michoacán	178	173	128	128	94	90	81
Morelos	34	37	32	31	22	22	18
Nayarit	81	79	60	60	49	39	29
Nuevo León	144	145	117	106	110	110	99
Oaxaca	65	62	31	32	29	28	26
Puebla	124	122	62	62	63	62	56
Querétaro	17	19	16	16	15	18	18
Quintana Roo	12	13	13	13	18	18	19
San Luis Potosí	46	46	36	36	34	34	29
Sinaloa	108	110	92	91	49	50	37
Sonora	45	47	43	42	26	25	12
Tabasco	35	35	29	29	27	32	30
Tamaulipas	94	99	88	87	80	80	70
Tlaxcala	13	13	10	10	8	8	7
Veracruz	121	129	107	105	105	109	94
Yucatán	62	59	49	49	37	37	32
Zacatecas	59	57	41	41	25	27	22
D.F.	192	176	162	160	153	124	124
Área Metro.	169	161	137	135	108	138	142
Total	**2,391**	**2,384**	**1,913**	**1,896**	**1,611**	**1,616**	**1,421**

competencia que se prevé para el resto de la década, el cual exigirá enormes inversiones en instalaciones, pago de derechos de explotación de videogramas, adquisición de equipo y material de grabación, reproducción o copiado de videogramas y publicidad.

La cadena de videos más grande del mundo, **Blockbuster**, tiene planeado instalar 280 tiendas en México en los próximos dos años. Cabe señalar que las grandes cadenas como **Macrovideocentro** y **Blockbuster** manejan un catálogo de 10 mil copias.

En 1994, el panorama para los videoclubes, sobre todo los independientes, es desalentador, pues en el primer semestre empezaron a caer las ventas hasta en un 30 por ciento a nivel nacional, así lo señala Juan Ramón Hernández Bautista, jefe del Grupo Especializado en Videoclubes de la Cámara Nacional de Comercio (Canaco) de la ciudad de México.

De acuerdo con datos de la empresa **Videovisa**, ésta maneja el 45 por ciento del mercado de renta de videos, contra sólo un 10 por ciento de las otras dos compañías del ramo (**Blockbuster** y **Multivideo**); el resto del mercado estaría cubierto por los videoclubes independientes.

¡Ay, qué tiempos, señor don Simón!

Aunque muchos pensamos que las tramas de las cintas son únicamente ficción, muchas de ellas se basan en hechos reales. Tal es el caso de los filmes *Esplendor* y *Cine Paraíso*, los cuales plantean la nostalgia por las salas cinematográficas y su inminente desaparición.

Además, el cine cumplirá un siglo de vida el próximo año, y es que se ha logrado establecer que fue precisamente el "Día de los Inocentes" -28 de diciembre- de 1895 cuando se organizó la primera proyección pública de los cortos de los hermanos Lumière en la cual se cobró la entrada.

En nuestro país esto sucedió aproximadamente en 1905 en la calle de Plateros, hoy Francisco I. Madero, cuando la capital contaba con tres salas de cine.

De acuerdo con estadísticas de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica, de seis años a la fecha el número de cines de la República Mexicana se redujo a la mitad: en 1987 había 2 mil 391 y para 1993 sólo mil 421 salas; asimismo, el número de asistentes en ese periodo descendió aproximadamente en un 300 por ciento.

Así, la industria cinematográfica reconoce que la situación de la exhibición de películas es mala.

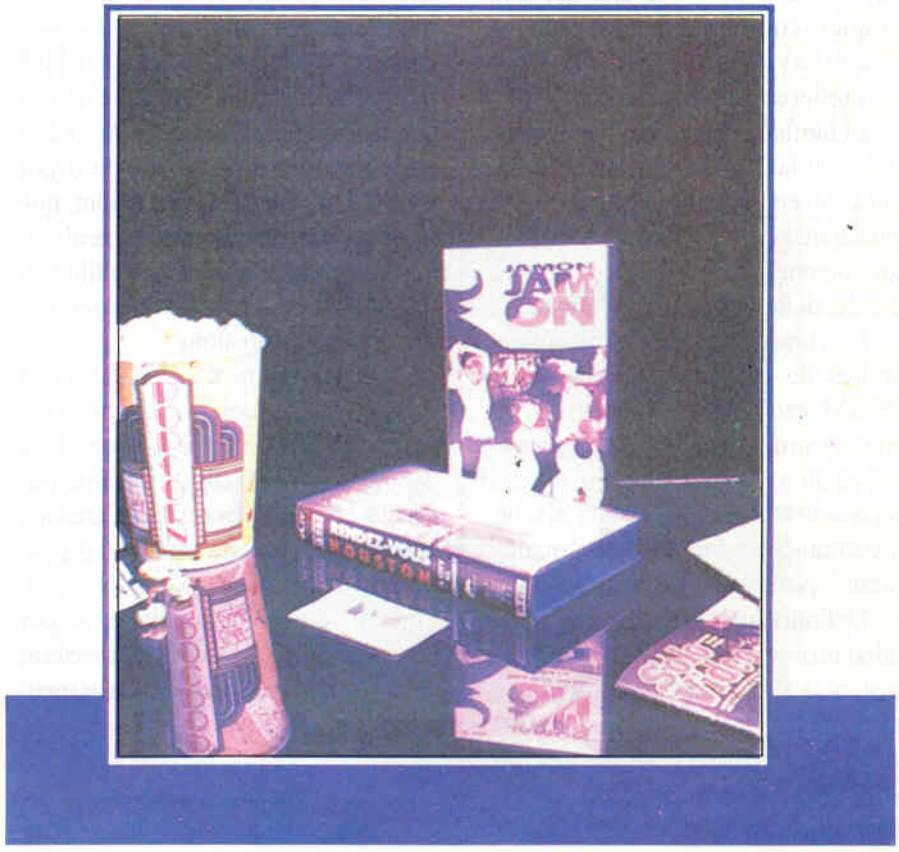
"Hasta 1993, lo único que vimos fue el descenso pavoroso de la asistencia a las salas. Pero a partir de 1994 empezamos a notar un cambio de 180 grados; si bien es cierto que se siguen cerrando cines, también se están empezando a abrir otros", señala la señora Patricia Millet de Fuentes de Senderos, presidenta de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (Canacine).

Tiburón

Las causas que han provocado la crisis en la exhibición cinematográfica y en las ventas de videos son diferentes.

Mientras los videoclubes independientes han llegado a la conclusión de que los orígenes de la disminución de sus ventas son el bajo poder adquisitivo del público y la proliferación de la piratería, el investigador Fernando Mejía Barquera opina que el mercado del video está penetrando de manera acelerada en un proceso de concentración en el que sólo unas cuantas empresas están acaparando, merced a grandes inversiones y una enorme publicidad, las actividades de copiado y venta o renta de videos, e incluso la producción de casetes vírgenes, insumo vital para esta industria.

Además puntualiza que los **Blockbuster** y los **Macrovideocentros**, especie de grandes supermercados, entablarán entre sí una competencia fuertísima que indirectamente dará el "tiro de gracia" a muchos



videoclubes pequeños, incapaces de ofrecer al público la enorme cantidad de títulos que se manejan en esta industria.

Ramón Hernández Bautista, jefe del Grupo Especializado de Videoclubes de la Canaco ciudad de México, señala que los videoclubes independientes son como los estanquillos de la esquina, necesarios para atender el requerimiento inmediato de los consumidores, tal como los supermercados y las tiendas de abarrotes.

El exorcista

Hace algún tiempo, a fin de explicar la ausencia de espectadores en los cines, se buscó un chivo expiatorio: el videocasete.

Muchos se "fueron con la finta", hasta los especialistas en crítica cinematográfica achacaban la situación prevaleciente al video.

En este sentido, Emilio García Riera había señalado: "Aunque en el cine la imagen es más clara y el sonido más nítido, creo que el video está ganando la partida; actualmente (1991) la gente duda en salir para ver una película porque es común que la exhibición sea desastrosa y los locales inmundos, por eso prefieren quedarse en casa".

El también crítico de cine y catedrático de la UNAM, Gustavo García, coincidió con la referencia anterior al señalar que "el espectador busca nuevas opciones, como el video, ante las grandes deficiencias de la exhibición".

Con una respuesta más filosófica, Andrés de Luna, catedrático de la UNAM, escritor y también crítico de cine, opinó que la cultura contemporánea es inmovilista, porque a la gran masa no le interesa la dinámica, ni salir, ni comunicarse fuera de su "madriguera", por ello prefieren el video.

Definitivamente, la aparición del video provocó una disminución en la asistencia a los cines, pero esto fue a nivel mundial, refiere la señora Patricia Millet de Fuentes, y añade que los primeros afectados fueron los exhibidores de Estados Unidos, que empezaron a notar un descenso importante en las salas y un crecimiento del video, a un ritmo del 20 por ciento anual hasta 1991.

De pronto -continúa la presidenta de Canacine-, de una manera un tanto absurda, se consideró al video como el enemigo a vencer, sin tomar en cuenta que la tecnología llega para quedarse. Actualmente "esta visión ha cambiado muchísimo en varios aspectos, por ejemplo, como toda nueva tecnología, el video ha tenido su arranque, auge y estabilización, es decir, su justo nivel", finaliza nuestra entrevistada.

Por otra parte, la representante de los industriales del cine enumera dos factores que orillaron al sector de exhibición a cerrar varias salas: altos impuestos que ascendían hasta el 35 por ciento del ingreso bruto, y el control del precio de entrada que descapitalizó a los exhibidores y que impedía darle mantenimiento a los locales.

Con la Nueva Ley Federal de Cinematografía, que entró en vigor el 1° de enero de 1993, se alienta la inversión y deja de controlarse el precio de entrada. Además, desde 1992 se reducen los impuestos de manera importante, llegando al 6 por ciento en la capital del país; con base en este acuerdo se concertó que en el interior de la república el máximo a pagar sea de 8 por ciento, enfatiza la señora Millet, que lamenta la tardanza en estos cambios: "Si la situación se hubiera modificado hace dos o tres años, posiblemente el panorama sería distinto".

La presidenta de Canacine está convencida de que en estos momentos la gente acude al cine y además ve películas en video en su casa. Precisamente en 1992, la propia Canacine realizó una encuesta entre 400 espectadores de ocho salas *plus* del Distrito Federal, la cual indicó que el 53 por ciento del público posee videocaseteras y en promedio ven ocho películas mensuales por este medio.

La ventana indiscreta

En la relación cine-video podríamos parafrasear a Sor Juana con aquello de "hombres necios que acusáis a la mujer sin razón, sin ver que sois la ocasión de lo mismo que culpáis", sencillamente porque la principal mercancía de los videos es el propio cine y es casi imposible que el video prospere por sí mismo.

Para reforzar el hecho de que no existe competencia entre ambos medios, la señora Patricia Millet de Fuentes nos explica:

"La primera ventana para la comercialización del material cinematográfico es la sala de cine. Una vez explotada allí, después de seis meses pasa al video, que es la segunda ventana; posteriormente se transmite por televisión de pago por evento, de ahí va a la televisión por cable y finalmente a la televisión abierta. Entre cada ventana deben transcurrir seis meses, aunque estos tiempos se acortan cada vez más para combatir la piratería".

Sin embargo, a veces los tiempos de exhibición tienden a empalmarse en los cines de ciudades pequeñas -explica la representante de los industriales-, a diferencia de lo que sucede en los Estados Unidos, donde los estrenos se hacen de manera masiva con

Espectadores en la República Mexicana

Año	Núm. espec. (millones de personas)
1984	410,100
1985	450,200
1986	389,200
1987	350,700
1988	302,200
1989	246,560
1990	197,480
1991*	170,000
1992*	134,000
1993*	103,000

**Datos estimados, no estadísticos.*

cerca de 2 mil 500 copias (para sus 25 mil cines, con varias pantallas cada cine) que les permiten cubrir todo el mercado en un tiempo relativamente corto (de dos a tres meses). En México, una cinta como *El Rey León*, por ejemplo, se estrena con 250 copias aproximadamente, y para cubrir las mil salas que tenemos pueden pasar seis u ocho meses, tiempo suficiente para que aparezca en video.

En estos momentos es cuando se podría presentar una forma de competencia entre el cine y el video.

Respecto a la presencia del cine en la televisión por cable (**Multivisión** y **Cablevisión**, incluyendo su modalidad de pago por evento) y la televisión abierta, un monitoreo de un día puso de manifiesto que se transmiten ocho películas diarias en pago por evento y 36 por cable, mientras que en televisión abierta pasan seis películas diarias.

En 1993 el número de suscriptores en ambas empresas de televisión por cable ascendía a 420 mil usuarios a nivel nacional. Para los videoclubes, el cine por cable y el pago por evento no representa competencia alguna, porque las cintas primero deben comercializarse por video antes de aparecer en la pantalla televisiva, señala Juan Ramón Hernández Bautista.

Una de piratas

Las estadísticas y los entrevistados señalan con un dedo flamígero al principal competidor desleal y real de la cinematografía, en sus modalidades de cine y video: la piratería.

Datos recabados señalan que por cada tres casetes piratas existe uno original; además se sabe que en 1991 en Tepito se obtenían de 8 a 9 mil videocasetes diarios en los 80 ó 90 centros ilegales de reproducción existentes, en contraparte con los aproximadamente 25 mil que producía diariamente **Videovisa**, la empresa puntal en la reproducción, distribución y venta de videos en México.

La piratería, opinan los dueños de los videoclubes independientes afiliados a la Canaco, es una de las causas que provocan bajas sustanciales en la comercialización de los videos.

La habilidad de los "piratas" llega al grado de que tienen el video antes del estreno de la película, tal como sucedió con *La Risa en Vacaciones 4*, que se vendía afuera del cine donde se estrenaría, con una quincena de anticipación, ilustra la dirigente de los industriales de la cinematografía.

Cambio de hábito

En el rubro de la exhibición cinematográfica, se preve la instalación de más cines con lo más avanzado en tecnología. Además ha comenzado a llegar la inversión extranjera en el sector de la exhibición, por ejemplo, **Cinemark** ya estrenó tres conjuntos de salas (diez en Aguascalientes, 16 en Chihuahua y 12 en Monterrey). Se trata de una empresa norteamericana que en su país tiene mil conjuntos de salas. De igual manera, otras dos grandes empresas estadounidenses tienen planes para abrir más salas, comenta la presidenta de Canacine.

Por su parte, la empresa mexicana **Cadena Real** tiene actualmente 38 salas y tendrá un total de 100 cines a lo largo del país en dos años más.

Asimismo, **Universal International Pictures** diagnosticó que "el cine en México está al borde de un *boom*; dentro de algunos años veremos el país lleno de pequeñas salas de cine, bien cuidadas y con precios que las harán rentables".

Mientras tanto, el sector del video ha trabajado para mejorar su servicio y ofrecer promociones interesantes a sus suscriptores. Por ejemplo, cada miércoles -como en el cine- lanzan su promoción de "dos por uno". Algunos lugares, como **Blockbuster**, ofrecen un tiempo de préstamo más prolongado; otros, como los **Macrovideocentros**, brindan películas sin pago de renta a los nuevos suscriptores, además se lanzó el sistema de "*videochecks*" para rentar películas adicionales con un pago de 5 nuevos pesos solamente.

Al mismo tiempo han salido a la venta algunas revistas sobre los títulos de videos que se promueven. Entre éstas se encuentra *Cine en Video*, *Sólo Video* y *Cine Premiere*, cuyos precios fluctúan entre los 8 y 10 nuevos pesos, editadas en papel *couché* y selección a color. En tanto, **Block-**





buster obsequia a sus socios un boletín mensual a color sobre los títulos que ofrece.

De igual manera, han surgido nuevos servicios en la renta de videos, destacando **Cinexpress**, el cual proporciona servicio a domicilio de videos, cobro, refrescos, dulces y pizzas. En la ciudad de México cuenta con una central telefónica con 90 operadoras que atienden las llamadas y las canalizan a una de sus 30 sucursales para enviar de inmediato el título y las golosinas deseadas.

Estas innovaciones en la comercialización, aunadas a la publicidad espectacular que se aprecia en los medios de comunicación, han servido como atractivos entre los consumidores.

Happy end?

Como en las historias convencionales, al final se aclaran las cosas y se reivindica a los ''buenos'' que han padecido durante toda la cinta. Y los ''malos'', o se arrepienten de sus nefastas acciones o desaparecen del mapa ante la complacencia de los espectadores.

En la relación sala de exhibición y videocasete todo ha terminado con un apretón de manos y es que ya no se considera al video como competencia, en la medida en que la gente vaya primero al cine a ver la película. Si le gustó después acudirá al video para volverla a ver. Tal como pasó con *Como agua para chocolate*, acota la presidenta de Canacine, y agrega que el área del videograma se integra a la industria cinematográfica de lleno, a través de la Sección VIII, con el nombre de Productores, Reproductores y Distribuidores de Videogramas.

Además, existe un proyecto viable para unir al cine con el video, en lo que se llamará **videosala**. Al respecto, la representante de los industriales explica que éste será el nuevo enfoque a futuro de las pequeñas salas cinematográficas del país, mismas que sustituirán al cine de 16 milímetros que se usaba hace 10 ó 15 años en las poblaciones pequeñas. Obviamente se emplearán videos codificados con un equipo de computación para evitar la piratería y, al igual que en las salas actuales, se proyectarán estrenos.

Las videosalas serán pequeños recintos en conjuntos múltiples, de dos a cuatro, con una capacidad máxima para 150 espectadores cada una. A fin de evitar la competencia con el cine de 35 milímetros se establecerán en ciudades con un máximo de 350 mil habitantes, donde no exista un cine en un radio de diez kilómetros. Preferentemente se ubicarán donde los cines hayan desaparecido. Posiblemente para 1996 ya existan las videosalas.

El apretón de manos entre el cine y el video es idéntico al de Pedro Infante y Luis Aguilar al final de *A toda máquina*; sin embargo, a lo lejos se divisa un veloz camión materialista que va directo a arrollarlos; **TCI Communications Inc.**, firma que adquirió el 49 por ciento de **Cablevisión** y que es la empresa innovadora y pionera en *communications highways*, a partir de este 1994 ofrecerá a sus suscriptores estadounidenses las opciones de una videoteca de 2 mil películas vía señal digital; lo que hoy se llama en México ''pago por evento'', en sus opciones cablevisivas, promete adquirir nuevo significado en el futuro.

Posiblemente éste sea el desenlace de la cinta o el principio de otra secuela, que apreciaremos tal vez en las confortables salas de los ecocinemas, en una videosala, o en la comodidad de nuestra casa, ya sea vía cable o videocasete.

Usted, ¿cómo la ve?

Enrique Parada

Fuentes: -Revista Mexicana de Comunicación núm. 33, mayo de 1994. ''Ecos de los medios'', Fernando Mejía Barquera.
-Revista Abcdebra núm. 10, octubre de 1993. ''Estrategias y Alianzas''.
-Revista Intermedios núm. 3, agosto de 1992. ''El mercado del video en México'', Fernando Mejía Barquera.
-Revista Sólo Video núm. 8, agosto de 1994. ''Cinexpress... las imágenes del video a domicilio''.
-Resultados de la encuesta realizada a videoclubes, enero de 1994. Dirección de Comercio Exterior, Canaco ciudad de México.
-Canacine en Acción núms. 9, 10, 11 y 12, julio a septiembre de 1994. Publicación de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica.
-Revista Cine Premiere núm. 0, septiembre de 1994. Videovisa.
-Revista del Consumidor núms. 98, 100, 153, 156, 159, 173, 181 y 182, abril y junio de 1985, noviembre de 1989, mayo de 1990, julio de 1991, marzo y abril de 1992.

El telemercadeo

Su casa, un centro comercial

La popularidad y omnipresencia de la televisión cambió radicalmente la forma de vida de todas las sociedades. Su alcance la convirtió en el medio ideal para comercializar infinidad de bienes y servicios. El ingenio del hombre, aunado a los avances de la ciencia y la tecnología, hicieron posible combinar este medio electrónico con el teléfono. Así surge una nueva forma de vender: el telemercadeo.

Este nuevo estilo de comercialización nace en los Estados Unidos, de donde se ha extendido a Europa y recientemente a nuestro país. Y aun cuando las televentas no son nuevas en México, CVC -programa de telemercadeo transmitido por el canal 4- es el primero en su género gracias a su extenso horario de transmisión.

Las televentas comenzaron a desarrollarse en México en la década de los ochenta. Recordemos el **Telebazar** que se transmitía por el canal 4; **TV Shop**, por el canal 9; **Teleoportunidades**, que hasta hace unos meses todavía era parte de la programación matutina del sábado en el canal 9. El canal 7 transmitió en 1988 una barra matutina llamada **Videoventas**, con un formato similar al de CVC; actualmente, este último canal incluye en su programación de los domingos dos horas dedicadas a la venta de automóviles y accesorios (**Telecasa**), además de los constantes *spots* que la compañía **Ventel** transmite a lo largo del día en canal 7 y canal 13.

El telemercadeo en México

El 15 de noviembre de 1993 da inicio la transmisión continua de CVC, "el cual nace de un convenio entre la empresa Televisa y QVC Network, el canal de televentas más grande de los Estados Unidos", explica el ingeniero Víctor Chauvet, director de Atención a Clientes de CVC.

Las siglas QVC (*Quality, Value and Convenience*) sólo se tradujeron al español para formar las iniciales y la frase publicitaria de CVC: Calidad, Valor y Conveniencia.

"En la República Mexicana, el telemercadeo no es una forma de comprar tan popular como lo es en los Estados Unidos, donde constituye una industria generadora de enormes ganancias", comenta el investigador de comunicación, periodista y catedrático de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Fernando Mejía Barquera.

"Este tipo de ventas ha tenido tanto éxito entre los estadounidenses -continúa el comunicólogo-, que inclusive el *Public Broadcasting Service* (PBS), sistema de televisión y radio manejado por el gobierno, desde octubre del año pasado destina exclusivamente para esta actividad a su canal WTTW de Chicago, el cual se distribuye por 220 sistemas de cable con una audiencia aproximada de 6 millones de televidentes".

La transmisión más grande de televentas

El éxito de las televentas en los Estados Unidos y en Europa ha llevado a sus creadores a buscar nuevos mercados que les ayuden a ampliar sus expectativas comerciales.

En nuestro país la situación es otra. A los siete meses de su lanzamiento, CVC informó que había logrado una amplia penetración en el mercado mexicano, con un total de 225,000 membrecías (lista de personas que solicitan alguno de los productos que se anuncian) y un flujo promedio de 9 mil llamadas, que llegaron hasta 22 mil al día cuando se ofrecían promociones especiales, como en el caso de las ofertas de ropa *sport* durante el Mundial de Futbol.

Al respecto, Mejía Barquera comenta que sería necesario observar concretamente los *ratings* para determinar qué tan popular es entre la gente este tipo de transmisiones, pues



la cantidad de llamadas no refleja necesariamente el número de ventas. Según la revista *Abcdebra* -que cada mes publica una lista del *rating* de los programas televisivos-, el de CVC es bastante bajo porque apenas rebasa el 1 por ciento.

El investigador Mejía Barquera opina que CVC es un proyecto a largo plazo, con posibilidad de extenderse a otros países de habla hispana. Televisa está pensando en el futuro y CVC es parte de un proyecto de crecimiento de la televisión norteamericana hacia Latinoamérica. CVC es un negocio dentro de lo que caracteriza a la economía de fin de siglo: la globalización.

Como televidente, el catedrático de la UNAM indica: "Las televentas para mí son insufribles; como negocio resultan espléndidas, por lo menos en Estados Unidos y Europa".

La forma de vender

Los programas de CVC se transmiten por vía satélite desde Tijuana, Baja California (canal 12 de Televisa), donde se realiza la producción de 14 horas en vivo y 10 horas en *video tape* (pregrabadas).

La programación en el país comienza a las 0:30 horas y continúa hasta las 18:00 horas sin interrupción. Los productos se presentan en bloques de media hora: "magia en electrónicos", "salud y belleza", "muestrario CVC", "brillos en oro", "solamente esparcimiento", "plata combinada", "para una vida más agradable".

En cada segmento aparecen los diversos artículos en pantalla por espacio de dos a tres minutos, acompañados de una clave, el precio regular y el de CVC, el costo del envío, el teléfono al que debe comunicarse para solicitarlos y una descripción del bien. En el caso de joyería o aparatos para hacer ejercicio, un grupo de modelos o edecanes lucen las piezas o muestran la forma correcta de utilizarlos respectivamente.

"CVC opera con un sistema llamado *International Shopping System* (Sistema Internacional de Compras) -afirma el ingeniero Chauvet- que cuenta con: sistema de transmisión a todo el país, red telefónica para atender al consumidor y centro de almacenamiento de mercancías para distribuir todos los pedidos".

Los derechos del consumidor

Las televentas se consideran ventas a domicilio inmediatas o indirectas, según lo estipulado en el artículo 51 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC).

Como este servicio se brinda por medio del aparato televisor y el teléfono, el proveedor -llámese CVC u otro- deberá cerciorarse de que la entrega del bien que se solicita se haga efectivamente en el domicilio del consumidor.

Además deberá aceptar reclamaciones y devoluciones en caso de inconformidad, por medios similares a los utilizados para la venta; así como cubrir los costos de transporte y envío de la mercancía en caso de haber devoluciones o reparaciones amparadas por la garantía, salvo que se haya pactado lo contrario.

Si el cobro por el bien o el servicio aparece en forma automática en el recibo telefónico, en la cuenta de su tarjeta de crédito, o en cualquier otro recibo o cuenta, el proveedor y el agente deben notificarle esto en forma clara, ya sea en la publicidad, durante las transmisiones, o en el propio recibo.

Si usted desea pagar con tarjeta de crédito, antes de cerrar cualquier trato infórmese si el cargo se hará en el momento de solicitar el producto o hasta la entrega.

La LFPC, en su artículo 15, indica que el cargo debe realizarse hasta el momento en que el bien sea entregado, salvo que se informe lo contrario al consumidor.

Aun después de haber cerrado una transacción, el contrato de compraventa se perfeccionará en los cinco días hábiles posteriores, contados a partir de la entrega del bien o la firma del contrato. Durante ese lapso usted, como consumidor, tiene la facultad de revocar su consentimiento sin responsabilidad alguna (artículo 56 de la LFPC).

La revocación hecha deja sin efecto la operación. En estos casos, los costos de flete y seguro correrán a su cargo.

En el caso de promociones y ofertas -de acuerdo con lo estipulado en el artículo 48 de la ley- deberán indicarse las condiciones, así como la duración o el volumen de los bienes o servicios ofrecidos. Si no se fijan plazos ni volúmenes, se entenderá que son indefinidas hasta que se haga del conocimiento público la revocación de las mismas, de modo suficiente y por el mismo medio de difusión.

Antes de comprar

Ahora que conoce sus derechos, solamente a usted le corresponde ponderar las ventajas reales de comprar por este medio y decidir si contrata o no dicho servicio.

Antes de decidirse, compare el precio del producto que piensa adquirir con otro de las mismas características en el mercado, pida que le informen detalladamente cómo se llevará a cabo la transacción y, sobre todo, no permita que le hagan cargo alguno a su cuenta hasta que no le hayan entregado el bien. Una sugerencia es elegir la forma de pago a la entrega del producto.

Ma. Guadalupe Cruz

Fuente: -CVC.

Arte mexicano

Los alebrijes: visiones e imágenes hechas en cartón



Alebrije, palabra cuya definición no aparece en el diccionario, figura hecha a base de ideas, sueños, formas, colores e imágenes diablescas, creada por manos hábiles y expertas para elaborar objetos que constituyen todo un arte dentro de la imaginería mexicana.

Un arte en el que abundan gallos con cabeza de calavera y cuatro patas, diablos con retorcida sonrisa, "cocos" para asustar a los niños, que ostentan cornamenta cabría, mandíbulas de fiera, ojos de batracio y cola larga, mariposas con cabeza de gallo y cola de lagarto, cuerpos de caballo con alas y cabeza de diablo o cualquier otro animal provisto de adornos fantásticos y colores casi mágicos que no pueden pasar desapercibidos.

Fantasía convertida en arte, la cual, a diferencia de otras artesanías populares, como las de barro, telar, lacas, metales o fibras, no tiene unas raíces tan profundas ni es tampoco un legado de nuestros antepasados, pero hoy se erige como orgullo e identidad.

Cómo nacen los alebrijes

Los alebrijes comenzaron a elaborarse en los años cuarenta en la ciudad de México, en el taller del señor Pedro Linares (q.e.p.d.), cartonero de oficio que revolucionó los famosos "judas" de cartón para crear una nueva forma de vida a partir de los elementos más sencillos que existen.

Acerca del nombre con el que el señor Linares bautizó a sus figuras, el maestro Miguel Ángel Tinoco, museógrafo, restaurador y dibujante del Museo Nacional de Artes e Industrias Populares, comenta a la **Revista del Consumidor**:

"El creador de este trabajo, don Pedro Linares, platicaba que estando muy enfermo se quedó dormido y en su sueño vio unas cuevas muy oscuras y grandes de donde salían animales en forma de

monstruos que lo querían atacar, y él, para alejarlos, les decía, 'ale, ale'; de ahí surgió la palabra alebrije.

"Otra versión es la de su hijo Felipe -continúa el señor Tinoco-, quien explica que hace tiempo, cuando nada más se dedicaban a hacer 'judas' -que es su tradición cartonera real-, se les ocurrió decir que los iban a 'alebrijar', o sea, que los alegrarían".

Una definición del propio Pedro Linares era: "lo que está uno viendo y lo que está uno pensando".

Ideas que coinciden con lo que afirmó a la **Revista del Consumidor** el heredero de este arte, el señor Felipe Linares:

"Los alebrijes, como palabra y forma, nacieron de un desvarío que tuvo mi papá cuando enfermó de gravedad. Él nos contó que en su delirio vio monstruos muy feos en forma de nubes, y se le quedaron tan grabados que se le ocurrió 'alebrijar' a los 'judas' poniéndoles cabeza de monstruo y agregándoles alas, patas o colas. Los primeros alebrijes no eran como hoy los hacemos, aquellos tenían cuerpo de hombre, cabeza de animal, alas, patas o colas; con el tiempo fuimos dándoles las formas de animal que hoy son conocidas, pero no eran iguales. Ninguno es igual".



Felipe Linares: hacedor de arte

Sea cual sea el origen de la palabra, los Linares fueron quienes le dieron vida a los alebrijes, mismos que hoy les retribuyen reconocimiento y prestigio como creadores de una nueva forma de arte popular.

La familia Linares vive actualmente en el barrio de San Agustín Zoquipa (Merced Balbuena), en la ciudad de México, donde el heredero de don Pedro Linares, su hijo Felipe, tiene su pequeño taller de cartonería, en el cual, además de hacer los alebrijes reconocidos internacionalmente, continúa elaborando "judas" para la Semana Santa, calaveras "vaciladoras" para el Día de Muertos y máscaras para los festivales escolares.

"Yo comencé a trabajar la cartonería desde los ocho años -nos platica Felipe Linares-; mi papá nos ponía a mis dos hermanos, Enrique y Miguel, y a mí, a hacer cosas sencillas. A forrar mascaritas, a hacer piñatas con la figura de personajes de la época como 'Filemón', 'Mamerto', 'Chon Peneques', 'El Adelaido' y otras caricaturas de las que mi papá ya tenía moldes.

"Con el tiempo, como dicen por ahí, le tomé amor al arte y es lo que he hecho toda mi vida. Me gusta hacer de todo con el cartón, pero sobre todo el alebrije, porque permite una mayor creatividad, ahí deja uno volar más la imaginación. Por eso es que nunca sale una pieza igual, cada figura es única".

Como la elaboración de los alebrijes se efectúa sin seguir ningún molde o patrón, las piezas de los Linares son realmente únicas en el mundo.

Sobre la forma en que va surgiendo cada figura y el material que se utiliza, el señor Linares nos dice:

"Las formas son las que se me ocurren: de lagarto, hombre, mariposa, gusano... de ahí comienzo a idear qué cabeza le voy a poner, de perro, caballo, gallo... nunca hacemos un dibujo para crear el alebrije, sólo trabaja la imaginación y se moldea el papel.

"El material que utilizamos es la harina de trigo (engrudo), papel de estraza o manila, alambre y pinturas vinílicas. Claro que al último le ponemos una capa de laca".

Elaborar una figura toma de 8 a 15 y hasta 20 días, según estén "inspirados", comenta el señor Linares.

Lo importante es que le guste al cliente y que tenga un buen terminado.

Sobre su comercialización

El arte de crear los alebrijes cobró fama en poco tiempo y hoy tiene un lugar preponderante dentro de la imaginería mexicana.

"El descubrimiento de los alebrijes como una nueva forma de arte cartonero -comenta Felipe Linares- se dio gracias a que un cliente de mi papá era director del museo que está en la avenida Juárez; una vez le compró un alebrije y lo exhibió. La pieza gustó y al poco tiempo comenzaron a llegar pedidos de hasta 12 alebrijes".

Los alebrijes han adquirido tal prestigio que hoy es muy difícil que se comercialicen al mayoreo. Los Linares producen nada más 25 figuras al año, que en su mayoría se venden en el extranjero, pues su costo es muy alto: va de los 300, 400 y hasta mil nuevos pesos.



"Estas piezas tienen amplia demanda -afirma el museógrafo de Artes e Industrias Populares-, las hay en todo el mundo y en muchos museos. Nuestro museo ha montado varias exposiciones de alebrijes, las cuales han sido compradas íntegramente por museos extranjeros. En México no se ha reconocido mucho este trabajo y es muy difícil de comercializar debido a sus precios".

Esto lo pudimos comprobar al visitar varias tiendas de artesanías donde los alebrijes sólo se conocían de nombre, o apenas si llegaban a mostrar dos o tres figuras.

La señora Martha T. López, locataria del Centro de Curiosidades Mexicanas del mercado de San Juan, de la ciudad de México, comenta: "Nosotros ofrecemos productos de los Linares, pero se venden poco porque mucha gente no los conoce, o les resultan muy caros; a veces las figuras duran mucho tiempo en exhibición, pero sí se venden.

"Los consumidores no los adquieren en las tiendas porque muchos de ellos acuden directamente al taller a hacer sus pedidos".

Futuro alebrijero

Pese a las posibles desventajas ante otras artesanías populares, los alebrijes han traspasado nuestras fronteras y son reconocidos mundialmente.

Francia, Inglaterra, Holanda, Alemania y Estados Unidos son sólo algunos de los países donde los alebrijes tienen un sitio especial como arte mexicano.

"Al ser considerados como obras de arte -afirma el señor Tinoco- han surgido muchas polémicas, pues hay quienes sólo los ven como piezas menores de arte popular, pero creo que también tienen su mérito porque en ellos va plasmada la habilidad de la persona para crear una figura".

Los alebrijes han cobrado tal popularidad que hoy se han detectado objetos "alebrijados" en otras regiones de nuestro país. Una de ellas es San Martín Tilcajete, en Oaxaca, donde realizan figuras de madera de copalillo parecidas a los alebrijes de cartón. En ese mismo lugar hacen sillitas con muchos adornos, que ellos mismos han llamado "sillas alebrijadas".

Por todo ello, el alebrije es un arte que ha proliferado presentando una nueva forma de moldear el cartón. Un arte que los Linares hacen único: sueños, imaginación, color y pasión por continuar desarrollando una creatividad plástica que ha caracterizado por siglos al mexicano, hacedor de cosas bellas.

Ma. Guadalupe Cruz

Fuentes: -Museo de Artes e Industrias Populares.
-Enciclopedia de México. Tomo 1.

Todo sobre...

Las bondades del pescado



Somos lo que comemos. Comemos para vivir, crecer, mantenernos sanos y tener la energía suficiente para trabajar, estudiar y divertirnos. Por ello debemos poner especial atención en los alimentos que ingerimos todos los días, procurando seleccionar los que están al alcance de nuestro presupuesto y que al mismo tiempo sean los más nutritivos. Las posibilidades son múltiples, sin embargo, queremos decirle que el pescado representa una opción nutritiva, variada y muy barata.

Desde la formación de las primeras comunidades humanas, el hombre descubrió la gran diversidad de alimentos que proporcionaba el mar, y desde entonces el pescado ha formado parte fundamental de su dieta. Desgraciadamente, hoy día, debido a la infinidad de productos comestibles que existen en el mercado, el consumo de pescado ha disminuido considerablemente.

A nivel mundial, la ingestión de pescado varía de un país a otro; las naciones con litoral son las que consumen mayor cantidad de productos del mar, sin que ello sea una regla.

China, por ejemplo, es el país con mayor actividad pesquera del mundo, según el anuario estadístico de pesca de la FAO correspondiente a 1991, con 13 mil 065 toneladas, de las que 8 mil 574 fueron para consumo doméstico, lo cual equivaldría a ocho kilogramos por habitante.

Japón, por su parte, pese a ser un país más pequeño, tuvo una captura de 11 mil 968 toneladas y un consumo per cápita de 71 kilos 20 gramos.

Nuestro país, a pesar de contar con uno de los litorales más extensos en el mundo (11 mil kilómetros), ocupa el décimo séptimo lugar y su consumo per cápita es de 15.6 kilogramos.

Beneficios nutricionales y opciones de compra

El pescado, por ser un alimento rico en proteínas, se considera un producto indispensable en la dieta humana, pues además es altamente digerible, posee un mínimo de calorías, y se puede preparar fácil y rápidamente.

El contenido de proteínas no difiere significativamente de una especie a otra, por lo general, cada 100 gramos de porción comestible contienen aproximadamente 20 gramos de proteína y 100 calorías (excepto el bagre que es una especie grasosa).

En relación al contenido de lípidos, la mayoría de las especies son consideradas como magras por su baja proporción de grasas, incluso en el caso del bagre, arenque macarela, salmón y sardina. Se afirma que los pescados frescos aportan muy pocos lípidos, lo cual contrarresta el desarrollo de las enfermedades cardiovasculares.

Aunado a los múltiples beneficios nutricionales, el pescado presenta diversas opciones de compra en el merca do: entero, limpio, en rebanadas, filetes, trozos, enlatado, congelado y seco, según el gusto y las posibilidades.

El pescado entero se vende tal y como se pescó, por lo tanto debe desescamarse y limpiarse perfectamente por fuera y por dentro, después de sacarle las vísceras. Si usted opta por esta presentación, la cantidad que necesita para preparar seis porciones es de aproximadamente un kilogramo.

El pescado limpio ya se encuentra sin escamas, vísceras, aletas y cola. De él puede aprovechar la cabeza, las aletas y la cola para hacer caldos y sopas.

En filetes o rebanadas, el pescado está listo para ser consumido.

En el caso del pescado seco-salado, sólo es necesario remojarlo por varias horas para retirar el excedente de sal. Para cocinar ocho porciones necesita 1/4 de kilo.

Otra opción de compra es el producto deshuesado (sin espinazo), que está listo para rellenarse, asarse o capearse.

Antes de adquirir pescado

Al decidirse por alguna presentación, observe muy bien lo que está comprando: el pescado fresco debe tener un olor fresco y suave, piel lustrosa, escamas brillantes y pegadas a la piel. Si a pesar de verificar estos signos le quedan dudas acerca de la frescura del producto, póngalo en un recipiente con agua fría. Un pescado fresco se hunde en el agua: ¡si flota no lo consuma!

Si son filetes, tajadas o porciones asegúrese de que tengan aspecto fresco, firme y limpio, olor fresco, suave y moderado.

En el caso del pescado envuelto, éste debe estar herméticamente cerrado, con escasa ventilación y no gotear.

Al seleccionar el enlatado, compruebe que la lata no esté abollada, abombada u oxidada.

Si adquiere el producto en el mercado o tianguis, vigile que el puesto cuente con techo que proteja al pescado del sol y del aire, además ya debe estar listo y sin vísceras dentro de una vitrina.

Si el pescado ya se encuentra cortado, debe estar cubierto con papel celofán, plástico o encerado, para evitar que el agua reblandezca la carne y le reste sabor y apariencia.

En el caso de las tiendas de autoservicio, los exhibidores o vitrinas deberán tener cápsula de cristal; los pescados enteros deben estar separados unos de otros y sin vísceras.

Las rebanadas, filetes y retazos deben mantenerse por separado, en charolas de plástico con hielo.

La temporalidad del pescado

Existen casi 200 especies de pescado comestibles, de las cuales 28 son altamente populares.

Dada la amplia disponibilidad de especies podemos saborearlas durante todo el año a buen precio, pero algunas tienen su propia temporalidad y gracias a ello resultan todavía más económicas.

Durante enero disponemos de jurel, mero, lisa, sierra, carpa, pargo y almeja de río.

En febrero hay cojinuda, mero, sierra, robalo, mojarra, sábalo, pámpano del Golfo, jurelito, carpa y almeja de río.

Marzo y abril ofrecen pámpano del Golfo, jurelito, sierra, mero, robalo, lisa, corvina, ronco, huachinango blanco, peto, cazón, anchoa y almeja de río.

Mayo y junio se caracterizan por la oferta de buzo, mero, carpa, huachinango, berrugata, baqueta, pargo y almeja de río.

En julio y agosto abundan carpa, robalo, mero, lisa, huachinango, pámpano del Pacífico, ronco, jurel y almeja de río.

Para septiembre y octubre tenemos sierra, gurrubata, peto, anchoa, pámpano del Golfo, cazón, pulpo, cojinuda, mero, robalo, jurelito, calamar y almeja de río.

Y para finalizar el año, noviembre y diciembre nos proporcionan gurrubata, sierra, mero, lisa, pargo, pámpano del Golfo, huachinango, anchoa, pulpo y almeja de río.

No olvide

Por su calidad, variedad y precio, incluya al pescado en su próxima comida. Con él podrá preparar deliciosos platillos como tacos dorados, croquetas, pescados fritos, asados, al horno, con verduras y en sopas.

Si desea conocer más formas de preparar el pescado solicite folletería al respecto en la delegación de la Procuraduría Federal del Consumidor de su entidad.

Ma. Guadalupe Cruz

Fuente: Secretaría de Pesca.



Publi-
RREPORTAJE

Agradecimiento de Procter & Gamble

Una realidad "Una escuela en cada rincón"

El programa "Una escuela en cada rincón" surgió a raíz de la preocupación de la iniciativa privada y el gobierno por promover proyectos sociales enfocados a satisfacer las necesidades educativas de los niños que viven en zonas rurales y que no cuentan con aulas de estudio.

Este proyecto se formalizó el 24 de agosto del presente año, cuando **Procter & Gamble** y el Comité Administrador del Programa Federal de Construcción de Escuelas (CAPFCE) firmaron un convenio para poner en marcha el programa "Una escuela en cada rincón", teniendo como testigo de honor a la Secretaría de Educación Pública (SEP).

Durante el programa se lograron construir 17 escuelas primarias rurales y cuatro jardines de niños rurales, ubicados en Guanajuato, Hidalgo, Coahuila y Sonora.

Dichas escuelas rurales son sencillas y funcionales, pero cumplen con los requerimientos de las localidades para asegurar su estricto apego a la reglamentación gubernamental. Para ello se contó con la supervisión detallada del Comité Administrador del Programa Federal de Construcción de Escuelas (CAPFCE).

Por su parte, la SEP será la encargada de integrar estas escuelas al sistema educativo nacional.

Cientos de niños tendrán acceso a la educación gracias a su amable colaboración. **Procter & Gamble** agradece al público su participación al hacer realidad el programa "Una escuela en cada rincón".

Programa "Una escuela en cada rincón"
14 de septiembre de 1994

Estado	Localidad	Municipio	Tipo de escuela
Guanajuato	Los Arcos	Dolores Hidalgo	Jardín de niños
Guanajuato	Sosnavar	San Miguel de Allende	Jardín de niños
Guanajuato	Dulces Nombres	Santa Cruz de Juv. Rosas	Primaria
Guanajuato	San Francisco	San Felipe	Jardín de niños
Guanajuato	Rancho Viejo	Apaseo El Grande	Jardín de niños
Hidalgo	Félix Olvera	Chapantongo	Primaria
Hidalgo	Xuchitzintla	Huejutla	Primaria
Hidalgo	Lindavista II	Huehuetla	Primaria
Hidalgo	La Tortuga	Huehuetla	Primaria
Hidalgo	Coatzatzas	Jaltocan	Primaria
Coahuila	Torreón	Col. Jesús García	Primaria
Coahuila	Venustiano Carranza	Lamadrid	Primaria
Coahuila	Cuatrociénegas	Ejido Sta. Tecla	Primaria
Coahuila	Múzquiz	Ejido Barroterán	Primaria
Coahuila	Múzquiz	Ejido San Carlos	Primaria
Sonora	El Guaytana	Etchojoa	Primaria
Sonora	La Uvalama	Álamos	Primaria
Sonora	Bacapaco	Huatabampo	Primaria
Sonora	Kutantaca	Navojoa	Primaria
Sonora	El Rancho Feliz	Agua Prieta	Primaria

Fuente: Procter & Gamble de México, S. A. de C. V.

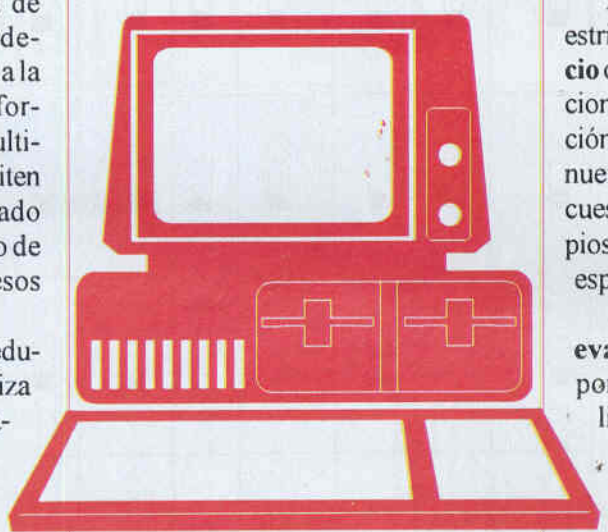
Estudio de calidad

Quién es quién en escuelas de computación

Hace algunos años nadie se atrevía a predecir que invertir en escuelas independientes de capacitación en cómputo sería un buen negocio. Sin embargo, aquellos centros de capacitación que se establecieron en el pasado, hoy día experimentan un crecimiento acelerado y aprovechan un numeroso y promisorio mercado de clientes, el cual se espera que prolifere durante los próximos cinco años gracias al desarrollo en el área de servicios en general, al reordenamiento de nuestra economía y a la consolidación de la "cultura informática", pues la diversidad y multiplicidad de aplicaciones que permiten los equipos de cómputo ha causado un gran impacto en el desempeño de actividades cotidianas y en procesos de producción y control.

En nuestros días, la oferta de educación computacional se caracteriza por la homogeneidad en la prestación del servicio, tanto en lo referente a precios como a calidad; empero, se presenta una alta movilidad, pues aunque hay una serie de escuelas que se han mantenido desde hace más de 20 años, el incremento de este tipo de servicios continúa, dando como resultado un mercado variado y competido donde el beneficiado puede ser el consumidor, toda vez que cuenta con una enorme gama de posibilidades en lo que se refiere a precios, métodos de enseñanza, horarios, carreras, cursos y demás aspectos administrativos que, en conjunto, constituyen la base técnica de la calidad del servicio que cada escuela brinda al consumidor.

Por lo anterior, la Coordinación General de Investigaciones de la Profeco decidió llevar a cabo un minucioso estudio de mercado sobre las características, condiciones y calidad del servicio de capacitación en computación en diez escuelas y centros educativos especializados, ¿nos acompaña?



¿Cómo se evaluaron las escuelas?

Tomando en cuenta que medir la calidad de un servicio de enseñanza es algo difícil por tratarse de un elemento intangible, el criterio más importante en dicha evaluación fueron las opiniones de los propios estudiantes en lo que respecta al grado de enseñanza y satisfacción de las expectativas, elementos determinados por una serie de indicadores básicos (año de inicio de actividades, número de planteles, cursos y/o carreras que se imparten, métodos de enseñanza, horarios, capacidad del personal académico, inscripción a la Secretaría de Educación Pública (SEP), precios y promociones) para obtener la calificación final por escuela.

Asimismo, en lo que se refiere estrictamente a la **calidad del servicio** ofrecido por cada una de las instituciones elegidas, se realizó una evaluación general a través del análisis de nueve dimensiones, apoyada en encuestas de opinión aplicadas a los propios estudiantes, y en la información específica aportada por cada plantel.

Los **indicadores básicos** y las **evaluaciones de calidad** correspondientes a las diez escuelas analizadas se muestran en las siguientes tablas. Si usted requiere mayor información sobre el presente estudio, llámenos al teléfono 559-72-96 extensión 242, o bien, visítenos en nuestras oficinas en el Distrito Federal: Insurgentes Sur núm. 1228, 7º piso, colonia Tlacoquemécatl del Valle, donde con gusto lo atenderemos.

Fuente: Coordinación General de Investigaciones, Profeco.

EVALUACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN ESCUELAS DE COMPUTACION
(JUNIO DE 1994)

INDICADOR / INSTITUCION	INSTITUTO MEXICANO DE INFORMATICA Y COMP. ELECT. (IMICE) (1)	INSTITUTO DE COMPUTACION Y METODOS (ICM) (2)	INSTITUTO METROPOLITANO DE EST. EN INFORMATICA Y ASESORIAS (IMEI) (3)	INSTITUTO TECNOLOGICO DE COMPUTACION (ITC) (4)	COMPU COLLEGE CAMPUS MEXICO (5)	DATAMEX (6)	INSTITUTO LONDRES (7)	CENTRO DE COMPUTACION PROFESIONAL DE MEXICO (8)	INSTITUTO PARIS (9)	INSTITUTO DE COMPUTACION ASPE (10)
I. ACCESO * a) Ubicación de las instalaciones (incluye núm. de planteles y carreras y/o cursos que se imparten)										
b) Horario de los cursos (incluye horario de servicio)										
II. CAPACIDAD * a) Conocimientos y habilidad de los profesores (incluye núm. de profesores y nivel académico)										
b) Evaluación del sistema de enseñanza (incluye evaluación del método de enseñanza del cuadro 1)										
III. COMUNICACION Información sobre costo y contenido de los cursos										
IV. CORTESIA Amabilidad del personal para con los usuarios										
V. RECONOCIMIENTO AL CLIENTE Atención individualizada (incluye tamaño de los grupos)										
VI. CREDIBILIDAD Honestidad de la escuela										
VII. RECEPTIVIDAD Disposición de los profesores para atender las necesidades del usuario										
VIII. CONFIABILIDAD * La institución cumple con las instalaciones y planes de estudio prometidos (incluye capacidad instalada, material de apoyo y servicios adicionales)										
IX. ASPECTOS TANGIBLES * Las instalaciones son adecuadas y están limpias										
EVALUACION GENERAL (máximo 100 puntos)	88	88	86	84	82	82	82	82	80	80

Nota: El Instituto Herman Hollerith no proporcionó información por lo cual no fue considerada en esta evaluación general.

Fuente: Coordinación General de Investigaciones, Encuesta evaluativa "Escuelas de Computación", junio de 1994.

* Estas dimensiones fueron ponderadas mediante un análisis específico de la información proporcionada por cada escuela, así como una observación directa en los planteles.

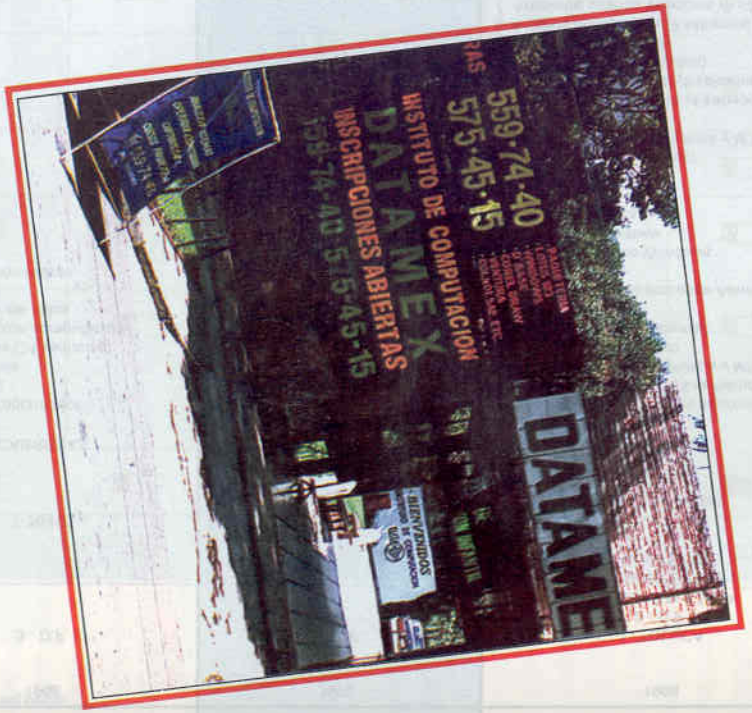
INDICADORES BÁSICOS DE LAS ESCUELAS DE COMPUTACIÓN

INDICADOR / ESCUELA	CENTRO DE COMPUTACIÓN PROFESIONAL DE MEXICO	COMPUCOLLEGE CAMPUS MEXICO	DATAMEX	INSTITUTO DE COMPUTACIÓN ASPE	INSTITUTO DE COMPUTACIÓN Y MÉTODOS (ICM)
AÑO DE INICIO DE ACTIVIDADES	Plantel I - 1977 II - 1989	1992	1968	1970	1966
No. DE PLANTELES (ACCESO)	2 - D.F.	1 - D.F. 39 - CANADÁ	3 - D.F.	2 - D.F.	1 - TOLUCA 2 - D.F. 2 - GUADALAJARA 1 - MONTERREY 1 - QUERÉTARO
REGISTRO ANTE LA S.E.P.	SEP. 78218	SEP 1-933640 STPS EN TRÁMITE	T-86495	T-891442	T-81242 (Sucursal Berlin)
CARRERAS Y CURSOS QUE SE IMPARTEN	CARRERA * Analista programador (78 semanas) CURSOS Se pueden tomar todos los cursos de las fases que se incluyen en la carrera y son: 1. Aplicación práctica de la computadora 2. Procesador de palabras avanzado 3. Hoja electrónica avanzada 4. Base de datos aplicada 5. Presentaciones efectivas 6. Lógica computacional de programación 7. Análisis de sistema y diseño computacional 8. Seminario integrador	CARRERAS 1/ Aplicación de las computadoras en los negocios (Sus planes de estudio están registrados ante la SEP y STPS) 1. Fundamentos de microcomputación (40 hrs) 2. Teoría de contabilidad (80 hrs) 3. Contabilidad computarizada (40 hrs) 4. Base de datos (80 hrs) 5. Lotus 123 (80 hrs) 6. Procesador de palabras (80 hrs) Nota: Este colegio imparte ocho carreras técnicas con computación, sin embargo, por no corresponder al área aquí analizada no se desarrollan	CARRERAS 1. Analista programador (92 semanas) 2. Operador de computadoras (24 semanas) 3. Secretaria con computación 4. Capturista de datos (16 semanas) 5. Computación infantil	CARRERAS 1. Operador de computadoras (1 año) 2. Técnico operador (8 meses) 3. Programador analista (2 años)	CARRERAS * Administrador de sistemas de cómputo (duración total: 48 sábados o 34 semanas): 1. Introducción a la informática y MS-DOS 2. Herramientas de apoyo 3. Introducción a los sistemas contables y CDI 4. Introducción a los procesos Administrativos y SAR 5. Ambiente Gráfico Windows 6. Excel para Windows 7. Harvard Graphics * Programador analista (48 semanas o 54 sábados) 1. Introducción a la informática y MS-DOS (6 sábados) 2. Herramientas de apoyo (4 sábados) 3. Lógica computacional (8 sábados) 4. Turbo Pascal (14 sábados) 5. Clipper (14 sábados) 6. Análisis de sistemas (8 sábados) 7. Ambiente Gráfico Windows (8 sábados)
MÉTODO DE ENSEÑANZA	Se aplica un método en el que varían las horas de teoría y práctica de acuerdo con la fase en la que se encuentran los alumnos. Se cuenta con tiempo extra en la computadora que permite el 100% de práctica si el alumno lo desea	El método que se utiliza es un sistema modular en el que los alumnos cursan una materia a la vez, lo cual permite que las cargas de trabajo sean menores que llevando 6 ó 7 materias al mismo tiempo	En promedio, el método se basa en 70% de práctica y 30 % de teoría	El método de enseñanza se estructura con 50 % de práctica y 50 % de teoría	El método está basado en dos horas diarias de clase, con sesiones de práctica de una hora diaria en computadoras conectadas a una red
PRECIOS Y PROMOCIONES	Inscripción única: N$ 100.00 Costo de los cursos: N$ 80.00	Inscripción única: N$ 180.00 Costo de los cursos. N.D.	Inscripción: de N$ 50.00 a N$ 90.00 Costo de los cursos: N.D.	Inscripción única: N$ 80.00 Costo de los cursos: N$ 80.00	Lunes a viernes Inscripción: N$ 180.00 Colegiatura: N$ 180.00 Sábado Inscripción: N$ 150.00 Colegiatura: N$ 150.00 Descuento en inscripción previa de 100 % y 50 %. Inscripción gratis presentando un volante que contenga la leyenda "Inscripción gratis"
CAPACIDAD INSTALADA A) COMPUTADORAS B) PAQUETES Y LENGUAJES C) PROGRAMAS	A) 171 computadoras (286-386) B) MS DOS 6.0, Dbase IV, Word, Page Maker, Excel, Windows, Lotus 123, Harvard Graphics, Power Point, Lenguaje Q. Basic	A) 80 computadoras personales conectadas a un sistema red Novell 311 B) Sistema Operativo MS-DOS, Windows, Word Perfect, Lotus, Dbase, Excel, Power Point. Y de Aspell: Col. Nol. SAR, Bancos	A) 75 computadoras (286-386)	N.D.	A) 230 computadoras PC 386 96 computadoras PC 286
MATERIAL DE APOYO	Retroproyectores, videos, rotafolios y computadoras	Videos, rotafolios, proyector de acetatos	Retroproyector, videos, rotafolios, notas, láminas	N.D.	Videos, ejercicios tipo Data Show (proyecta de la computadora a un pizarrón)
TAMAÑO DE LOS GRUPOS	20 alumnos en promedio	16 alumnos por salón y no más de 25 en Canadá	6 - 8 alumnos	10 - 12 alumnos	Mínimo 6 alumnos Máximo 20 alumnos

NÚM. DE PROFESORES Y NIVEL ACADÉMICO CON QUE CUENTAN	Licenciatura: 25 Técnicos: 11 Total: 36	Licenciatura: N.D. Técnicos: N.D.	10 profesores (50% licenciatura y pasantes, 50% técnicos)	Técnicos en informática - 4	Maestría - 3, Licenciatura - 74 Pasantes - 24, Técnicos - 56 Total: 157
HORARIO DE LOS CURSOS	De lunes a viernes 1) 7:30 - 9:00 2) 9:00 - 10:30 3) 10:30 - 12:00 4) 12:00 - 13:30 5) 15:30 - 17:00 6) 17:00 - 18:30 7) 18:30 - 20:00 Sábado 8) 8:00 - 13:00 9) 13:00 - 18:00	De lunes a viernes 1) 7:00 - 9:00 2) 9:30 - 13:00 3) 18:00 - 20:00	De lunes a viernes 1) 7:00 - 13:00 2) 15:00 - 21:00 Sábados 3) 9:00 - 14:00	De lunes a viernes 1) 7:00 - 9:00 2) 9:00 - 11:00 3) 11:00 - 13:00 4) 15:00 - 17:00 5) 17:00 - 19:00 6) 19:00 - 21:00 Sábado 7) 7:00 - 12:00	De lunes a viernes 1) 7:00 - 9:00 2) 9:00 - 11:00 3) 11:00 - 13:00 4) 16:00 - 18:00 5) 18:00 - 20:00 6) 20:00 - 22:00 Sábado 7) 9:00 - 14:00
REQUISITOS DE INGRESO	* 15 años de edad como mínimo * Secundaria terminada * Copia del certificado de secundaria * Copia del acta de nacimiento * 2 fotografías t/credencial * Comprobante de domicilio	* Acreditar el examen de admisión * Secundaria terminada * Acta de nacimiento * 4 fotografías t/infantil * Comprobante de domicilio * Identificación oficial	* Acta de nacimiento c/copia * Copia de comprobante de estudios * 4 fotografías t/infantil * Examen médico	* Acta de nacimiento (original y copia) * Certificado de secundaria (original y copia) * 3 fotografías t/infantil	* Nivel mínimo secundaria * Pago de inscripción * Pago de colegiatura
SERVICIOS ADICIONALES	- Capacitación empresarial acorde con los requerimientos de cada compañía	- Cursos empresariales de acuerdo con las necesidades de las compañías	- Cursos para niños - Capacitación empresarial según los requerimientos de las compañías	N.D.	- Capacitación empresarial - Cursos adaptados a las necesidades del cliente.

Nota: El Instituto Herman Hollerith no proporcionó información por lo cual quedó fuera del estudio.
N.D.: No Disponible.
1/ Todas las carreras incluyen la materia de aplicación de la computadora.





INDICADOR / ESCUELA	INSTITUTO LONDRES	INSTITUTO METROPOLITANO DE ESTUDIOS EN INFORMÁTICA Y ASESORÍAS, S. C. (IMEI)	INSTITUTO MEXICANO DE INFORMÁTICA Y COMPUTACIÓN ELECTRÓNICA, A. C. (IMICE)	INSTITUTO PARÍS	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE COMPUTACIÓN (ITC)
AÑO DE INICIO DE ACTIVIDADES	1972	1983	1982	1980	1981
NÚM. DE PLANTELES (ACCESO)	9 - D.F. 1 - GUANAJUATO 1 - EDO. DE MÉXICO	4 - D.F.	1 - D.F.	1 - D.F.	34 - D.F.
REGISTRO ANTE LA SEP	09 PBT 0698Z	T - 84383	T-82027	SEP. 09 PBT 0763J	T-86459
CARRERAS Y CURSOS QUE SE IMPARTEN	CARRERAS * Técnico en informática (3 semestres) 1. Introducción 2. Organización de archivos 3. Arquitectura de computadoras 4. Sistemas operativos 5. Diagramación (lógica) 6. Lenguaje GW Basic 7. Lenguaje Cobol 8. Dbase III Plus (programación) 9. Lotus Quattro (Macros) 10.Flow 11. Word Star 12. Análisis y diseño * Técnico operador de computadoras (2 semestres) 1. Principios e introducción 2. Organización de archivos 3. Práctica de velocidad 4. Sistemas operativos 5. Dbase III Plus 6. Word Star, Word Process 7. Lotus Quattro 8. Flow	CARRERAS TÉCNICAS * Técnico en informática (4 semestres) * Técnico en mantenimiento de computadoras (2 semestres) * Técnico en diseño gráfico (2 semestres) * Técnico en paquetería computacional (3 semestres)	CARRERA * Programador analista (72 semanas) - Herramientas básicas de productividad 1. Estructuras de las PC's 2. Sistema Operativo y PC Tools 3. Procesador de palabras Word 4. Word Perfect 5. Lotus 123 6. Programa multitareas Works - Ambientes Gráficos de Aplicación 1. Sistema Operativo Windows 2. Procesador de palabras Word 3. Excel 4. Power Point 5. Corel Draw 6. Page Maker - Herramientas avanzadas de programación 1. Diagramación y técnicas de programación 2. Base de datos Dbase 3. Análisis y diseño de servicios 4. Datos Clipper 5. Contabilidad Col. 6. Nol. 7. Programa de administración SAE	CARRERAS * Técnico en sistemas computacionales (10 meses) 1. Introducción 2. Sistema Operativo 3. PC Tools, Norton y dos vacunas 4. Windows 5. Winword 4.0 6. Excel 7. Dbase IV DIPLOMADOS * Programación avanzada (8 meses) 1. Sistema Operativo 2. Lógica computacional 3. Turbo Basic 4. Clipper 5. Turbo * Diseño Gráfico (8 meses) 1. Sistema Operativo 2. Windows con Page Maker (Write, Paint Brush) 3. Page Maker 4. Harvard Graphics 5. Corel Draw	CARRERAS * Técnico programador analista 1. Windows 2. Excel 3. Clipper 4. Paradox 5. Redes (Novell) 6. Análisis de sistemas * Técnico en Computación Gráfica 1. Word Perfect 2. Windows 3. Ventura Publisher 4. Page Maker 5. Story Board Plus 6. Auto Cad * Computer Manager 1. Sistema Operativo 2. Windows 3. Word Perfect 4. Lotus 123 5. Dbase 6. Redes (Novell) 7. Page Maker * Técnico en mantenimiento de computadoras 1. Sistema Operativo 2. Electricidad y electrónica 3. Unidad Central de Proceso (CPU) 4. Monitores 5. Impresoras 6. Introducción a redes locales
MÉTODO DE ENSEÑANZA	N.D.	En términos generales, en todas las carreras se imparten alrededor de 50 materias diferentes en las que se incluyen lenguajes de programación, paquetería y electrónica. En el 95% de las materias se proporciona el 50% de prácticaen el laboratorio (por lo menos)	Curso interactivo y práctico al 100%; una computadora para cada alumno desde el primer dia	En la carrera de técnico en sistemas computacionales se imparte 50% de práctica y 50% de teoría En diplomados el 60% es práctico y el 40% teórico	- Prácticas desde el primer día. Las sesiones están diseñadas de modo que se pueda otorgar el 50% de práctica y 50% de teoría. Cada alumno trabaja individualmente en su computadora; seguro de calidad que consiste en repetir sin costo alguno 2 módulos en los que se desee reafirmar los conocimientos, o bien, cursar un módulo de las carreras avanzadas al término de la carrera.
PRECIOS Y PROMOCIONES	Colegiatura semanal: N$ 70.00	Inscripción: N$ 70.00 Colegiatura semanal: N$ 70.00	A) N$ 130.00 B) N$ 70.00 semanales C) Descuentos en cursos empresariales de acuerdo con el núm. de alumnos inscritos	A) N$ 100.00 B) N$ 70.00 semanales C) Medias becas	A) Desde N$ 70.00 semanales B) No se cobra inscripción
CAPACIDAD INSTALADA A) COMPUTADORAS B) PAQUETES Y LENGUAJES C) PROGRAMAS	A) 3 laboratorios con 378 computadoras PC 286 y 386 1 laboratorio de cursos empresariales B) Lotus 123, Lotus Quattro Word Perfect, Word 5.0, Windows, Norton, Corel Draw, Dbase IV, Excel, Harvard Graphics, Col. Nol. See., Page Maker, Clipper 5.0, Autocad 110 -Lenguajes: Dbase, Turbo Basic, Turbo Pascal, Turbo C, Cobol, Lenguaje X, Base	A) 190 computadoras tipo AT, de las cuales 100 están conectadas a una red B) Los lenguajes y paquetes son versiones para Windows y Red Turbo Basic, Turbo Pascal, Cobol, Word Perfect, Sistema Operativo Ver. 6, Lotus, Windows, Nol. Col. See., Paint Brush, Page Maker, Harvard Graphics, Corel Draw, Autocad, Word, Lotus Quattro, Excel, Dbase, Diseño Lógico, Sistemas Digitales, Microprocesadores, Clipper, Análisis y Diseño de Sistemas	A) 100 computadoras PC compatibles 286, 386, 486, Macintosh 15 impresoras (matriz y láser)	A) 30 computadoras 286 y 386	A) 1100 computadoras 486 monitor color 386 monitor color 286 monitor color y blanco y negro

MATERIAL DE APOYO	N.D.	Videos, rotafolios, retroproyectores, proyector de transparencias, una computadora "viajera" en los salones de clases	Videos, resúmenes y notas ya elaboradas por la institución	Transparencias y 2 horas diarias de práctica adicional	Libros elaborados por la propia institución en un 60%
TAMAÑO DE LOS GRUPOS	12-15 alumnos en promedio	15 alumnos en promedio	Máximo 10 alumnos	10 - 15 alumnos	Máximo 18 alumnos
NÚM DE PROFESORES Y NIVEL ACADÉMICO CON QUE CUENTAN	Licenciatura - 182, Técnicos - 50 Total: 241	30 profesores (ingenieros, técnicos y pasantes)	7 con nivel licenciatura	12 profesores (licenciados, pasantes, técnicos)	Licenciatura - 70, Pasantes - 126 Técnicos - 60 Total: 256
HORARIO DE LOS CURSOS	De lunes a viernes 1) 7:00 - 21:00 hrs (Clases de 1:30 hrs diarias) Sábado 2) 9:00 - 14:00	De lunes a viernes 1) 8:00 - 10:00 2) 10:00 - 12:00 3) 12:00 - 14:00 4) 15:00 - 17:00 5) 17:00 - 19:00 6) 19:00 - 21:00 Sábado 7) 9:00 - 14:00	De lunes a viernes 1) 7:30 - 9:00 2) 9:00 - 10:30 3) 10:30 - 12:00 4) 16:00 - 17:30 5) 17:30 - 19:00 6) 19:00 - 20:30 Sábado 7) 8:30 - 14:00	De lunes a viernes 1) 7:00 - 8:30 2) 9:00 - 10:30 3) 10:00 - 11:30 4) 11:30 - 13:00 5) 17:00 - 18:30 6) 18:30 - 20:00 7) 19:30 - 21:00 Sábado 8) 9:00 - 14:00	De lunes a viernes 1) 7:00 - 9:00 2) 9:00 - 11:00 3) 11:00 - 13:00 4) 14:00 - 16:00 5) 16:00 - 18:00 6) 18:00 - 20:00 7) 15:00 - 17:00 8) 17:00 - 19:00 9) 19:00 - 21:00 Sábado 10) 9:00 - 13:00
REQUISITOS DE INGRESO	* Acta de nacimiento (original y copia) * Certificado de secundaria o últimos estudios (original y copia) * Certificado médico * 6 fotografías t/infantil * 6 fotografías t/diploma	* Certificado de secundaria * Acta de nacimiento * 4 fotografías t/infantil	* Secundaria terminada (en el caso de personas extranjeras, comprobante de estancia legal en el país) * Identificación * Acta de nacimiento * 2 fotografías t/infantil	* Certificado de secundaria (original y copia) * Acta de nacimiento (original y copia) * 3 fotografías t/infantil	* Secundaria (certificado) * Copia del acta de nacimiento * 3 fotografías t/infantil
SERVICIOS ADICIONALES	*Capacitación empresarial - Cafetería - Material de enseñanza gratuito - Asesoría de tesis - Bolsa de trabajo - Diploma y certificado	- Capacitación empresarial mediante cursos diseñados de acuerdo con sus requerimientos. - Los cursos pueden impartirse a domicilio o en las instalaciones del IMEI	- Cursos intensivos y especiales, adaptados a las necesidades del usuario - Capacitación empresarial en las instalaciones del IMICE o a domicilio	- Asesoría a empresas, desde el área secretarial hasta los sistemas de cómputo acordes con sus necesidades	- Bolsa de trabajo - Seguro de calidad ITC que da derecho a terminar la carrera y a repetir sin costo alguno 2 módulos para reafirmar conocimientos.

Nota: El Instituto Herman Hollerith no proporcionó información por lo cual quedó fuera del estudio.
N.D.: No Disponible.





Tarjetas de crédito

Cómo utilizar el dinero plástico

Dinero plástico multicolor con indiscutible presencia en el mercado, las tarjetas de crédito prácticamente se han convertido en una especie de "amuletos" que constantemente siembran la duda en el consumidor: ¿Son fieles compañeras y "no hay que salir sin ellas"?, o bien, ¿son aves de "mal agüero" que pueden acarrear los peores desastres a nuestra economía? Al margen de maniqueísmos, usted puede tomar en cuenta algunas recomendaciones para aprovechar esta común forma de financiamiento.

El éxito de las tarjetas de crédito es tal que, mensualmente, los consumidores adquieren con ellas productos o servicios por un total de ¡25 mil 500 millones de nuevos pesos! en promedio.



Quién es quién en tarjetas

Desde 1967 surgieron en México dos tarjetas de crédito, también llamadas "dinero plástico", como derivación de los cheques de viajero y a raíz del éxito obtenido por las tarjetas internacionales como American Express, Carte Blanche y Diner's Club.

A partir de entonces, las tarjetas de crédito empiezan a imponerse como un medio de pago que cada vez agrupa a más comercios en nuestro país.

Actualmente, en México existen más de 13 millones de tarjetahabientes. Banamex domina por un ligero margen el mercado del dinero plástico con una facturación mensual (junio de 1994) de 9 mil 21 millones de nuevos pesos; le sigue Bancomer con 5 mil 854 millones; y por último el sistema Carnet con 3 mil 343 millones, de acuerdo con datos proporcionados por la Comisión Nacional Bancaria.

Si bien las tarjetas de crédito bancarias se han extendido como forma de pago con aceptación casi generalizada en hoteles, restaurantes, tiendas comerciales y demás centros de servicio, paralelamente, las tarjetas de crédito internacionales van ganando terreno:

Las tres principales son: Visa con 5 millones de tarjetahabientes (45 por ciento del mercado), Master Card con 3 millones (27 %); y American Express con 400 mil suscriptores (4 %). El resto del mercado se encuentra disperso entre tarjetas como Diner's Club y Carte Blanche.

Recomendaciones para el uso de tarjeta de crédito

Dicen que a veces las estadísticas, al igual que las minifaldas, muestran más de lo que en realidad enseñan. Sin embargo, de acuerdo con una encuesta realizada por la Facultad de Economía de la UNAM, que se llevó a cabo entre cerca de mil usuarios de dinero plástico, **dos de cada tres tarjetahabientes** tienen que pagar intereses moratorios (por no cubrir a tiempo el pago de sus deudas bancarias).

Es decir que sólo uno de cada tres tarjetahabientes pudo manejar en forma eficiente (sin devengar intereses) el "poder de su firma".

Según datos de la Comisión Nacional Bancaria, de junio de 1993 a junio de 1994 la cartera vencida de tarjetas de crédito creció de 3 mil 918 millones a 4 mil 291 millones de nuevos pesos.

Por eso es conveniente tener presentes algunos sencillos *tips* para evitar que la tarjeta se convierta en nuestro peor enemigo económico:

1. Evite la "tarjetitis", es decir, es preferible poseer sólo una tarjeta de crédito en vez de varias de distintas instituciones. Esto le permite llevar un control más eficiente de sus gastos y operaciones.

2. No vaya de compras con ella (la tarjeta) cuando tenga hambre; está demostrado que el consumidor hambriento es más vulnerable a comprar en forma compulsiva productos innecesarios, y peor aún cuando lleva consigo una tarjeta de crédito.

3. Es recomendable programar los gastos que se efectuarán con la tarjeta, incluyendo en el presupuesto el pago de la cuota mínima.

4. Una manera provechosa de utilizar la tarjeta es emplearla sólo para fines específicos. De este modo le puede servir para ordenar sus gastos.

5. Procure evitar el uso de su tarjeta cuando se acerque la "fecha de corte" que le corresponda, pues de lo contrario el periodo de crédito con que usted cuenta se reduce notablemente.

6. No lleve la tarjeta consigo constantemente, guárdela en casa y pórtela sólo cuando haya planeado utilizarla previamente, así evitará incurrir en gastos irracionales.

7. Es preferible llevar un control personal de los gastos efectuados con la tarjeta para poder cotejar con el estado de cuenta que posteriormente le envía el banco.

8. Procure hacer un balance de la frecuencia con que realiza gastos con tarjeta, para compararlos con su ingreso mensual y adecuarlos posteriormente a él.

9. Si es posible, no espere a que le llegue su estado de cuenta para realizar su pago. Es preferible anticiparlo.

10. Tenga siempre a la mano, en un lugar especial, el número confidencial de su tarjeta, así como los teléfonos para reportarla en caso de extravío. En viajes al extranjero, anexe esos datos al pasaporte o llévelos en algún lugar seguro.

Cartera vigente de tarjeta de crédito

(millones de nuevos pesos)

	Jun 93	Sep 93	Dic 93	Mar 94	Jun 94
Total	26,125.9	26,315.1	25,469.3	23,593.62	4,350.6
Banamex	8,536	8,733.2	8,407.7	8,596.9	9,021.2
Bancomer	6,051	6,076.2	6,025.8	5,845.2	5,854.0
Serfin	3,557	3,328.4	3,006.4	2,997.1	3,343.0
Comermex	2,910	2,925.2	2,786.2	1,059.1	1,032.7
Internacional	1,262	1,208.1	1,111.1	993.3	923.4
Mexicano	514	527.6	522.0	504.0	525.8
Atlántico	437	444.0	428.7	425.0	442.1
Unión	266	261.9	244.2	234.3	235.3
Probursa	180.7	195.5	191.9	182.5	197.9
Cremi	228	236.1	237.4	244.0	244.8
Centro	144	134.3	126.9	120.8	0.0
Promex	109	106.2	106.0	101.6	110.7
M. del Norte	307	331.1	345.9	344.3	360.8
Confía	612	769.7	836.6	909.2	1,039.5
Banoro	74.3	68.6	70.0	79.0	251.3
Banpaís	170.2	182.2	207.8	221.8	218.4
Bancrec	547.6	601.3	626.5	603.9	425.8
Oriente	170.9	137.6	143.3	88.7	83.0
Obrero	49.8	47.8	44.9	42.8	40.8
Citibank	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Cartera vencida de tarjeta de crédito

(millones de nuevos pesos)

	Jun 93	Sep 93	Dic 93	Mar 94	Jun 94
Total	3,918.0	3,465.7	3,877.1	4,046.5	4,291.5
Banamex	1,209.0	89.8	125.1	60.6	58.3
Bancomer	801.6	711.0	737.6	748.0	842.7
Serfin	1,061.1	1,286.1	1,470.8	1,539.1	1,520.1
Comermex	185.7	282.6	256.6	317.2	342.2
Internacional	52.4	319.8	367.9	374.4	398.0
Mexicano	86.8	111.9	146.0	84.6	103.3
Atlántico	53.7	70.9	88.9	106.2	120.5
Unión	85.6	101.1	111.4	121.2	116.7
Probursa	26.3	30.1	35.4	43.6	52.0
Cremi	46.3	51.1	38.1	48.9	58.2
Centro	8.6	10.6	12.7	15.1	14.5
Promex	25.5	29.0	25.6	28.8	29.8
M. del Norte	40.0	50.3	60.5	71.5	82.7
Confía	84.2	107.5	152.8	183.1	200.6
Banoro	19.5	26.7	23.5	18.7	93.4
Banpaís	32.2	21.6	16.3	20.0	21.8
Bancrec	80.3	142.3	178.9	234.3	204.0
Oriente	0.9	0.9	1.2	1.4	1.4
Obrero	18.5	22.4	27.8	29.8	31.3
Citibank	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Fuente: Comisión Nacional Bancaria.

11. Antes de comprar con tarjeta, considere si vale la pena pagar los intereses correspondientes, o bien, si es mejor esperar a reunir el pago en efectivo.

12. Procure pagar el total del saldo antes de la fecha límite, de esta manera podrá disponer de un financiamiento hasta por 50 días (todo el mes en que realiza su compra más los 20 días que el banco le dio como fecha límite) sin pagar ningún interés ni comisión, salvo en el caso de disposición en efectivo.

13. Nunca firme un *voucher* en blanco, exija que sea requisitado en su presencia, así se evitará posteriores dolores de cabeza.

14. Si usted no recibe su estado de cuenta oportunamente en su domicilio, puede solicitar una copia a la institución correspondiente.

15. Si no está de acuerdo con algún cargo efectuado en su estado de cuenta, recuerde que tiene 45 días de plazo a partir de la fecha de corte para manifestar su queja ante la sucursal de la institución que le corresponda.

16. En caso de robo o extravío de su tarjeta, repórtelo inmediatamente a la institución que la expidió para que se boletine y entre en vigor desde ese momento el seguro correspondiente. Es importante que anote la fecha, la hora y el nombre de la persona que recibió el reporte, por si se requieren aclaraciones posteriores.

17. Finalmente, si la demanda o queja que usted expone ante la institución que le expidió la tarjeta de crédito no le es favorable, usted puede acudir a la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros ubicada en Río Misisipí núm. 49, colonia Cuauhtémoc, D.F., o a la delegación regional que le corresponda, formulando su reclamación por escrito.

Ahora sí, disfrute del "poder de su firma" y procure que el "dinero plástico" rebote a su favor.

Oscar Romero

Estudio de calidad

Conozca las mejores marcas de pan de caja

Los orígenes del llamado "pan de caja" se remontan a los primeros tiempos de la colonización europea en la parte norte del Continente Americano (lo que hoy es Estados Unidos). En ese tiempo, estos viajeros usaban cajas de metal para guardar algunos objetos, las cuales, circunstancialmente, fueron utilizadas como moldes para hornear pan, surgiendo así el "pan de caja".

En la actualidad, los productos industrializados de trigo forman parte esencial de la dieta alimenticia de los mexicanos, principalmente en la forma de productos panificados, pastas y tortillas.



A últimas fechas surge el **Grupo Industrial Bimbo**, consorcio dominante en el mercado mexicano de "pan de caja", que hasta hoy se integra con 27 empresas de producción y otras más de servicio, todas ellas relacionadas con el sector alimenticio.

Este tipo de pan, que regularmente observamos en las mesas de muchas familias mexicanas, es elaborado a base de harina, levadura, agua y sal. Al igual que para otras clases de pan, la harina puede o no tener una preparación previa, siendo posible la adición de vitaminas y otros ingredientes para enriquecer el producto resultante.

Existen dos tipos de "pan de caja" en forma de barra: horneado en caja tapada y en caja cerrada. Según el harina que contenga puede ser blanco, integral, con centeno, avena, e incluso de varios granos.

Con base en la amplia presencia que tiene este alimento en nuestro país, la Coordinación General de Investigaciones de la Profeco realizó un estudio para conocer las preferencias en el consumo de "pan de caja" entre la población, así como la calidad y el precio de dicho producto.

Encuesta de mercado

El estudio se inició con una encuesta entre la población consumidora; la muestra estuvo formada por 142 personas (hombres y mujeres) de 16 años de edad en adelante, sin tomar en cuenta su ocupación ni su nivel socioeconómico.

De los 142 sujetos encuestados, la mayoría fueron mujeres (57.7 %); el promedio de edad de los consumidores entrevistados fluctuó entre 16 y 25 años (14.8 %), de 26 a 30 años (28.9 %) y de 30 a 40 años (22.5 %).

Las marcas que gozan de mayor preferencia son: **Bimbo** con 65.5 por ciento, **Sunbeam** con 9.2

por ciento y **Trigoro** con 8.5 por ciento. El tipo de pan que más se adquiere es el blanco, con 66.2 por ciento.

En referencia al tamaño de la presentación, el 77.5 por ciento prefiere el grande (650-700 gramos), y sólo el 18.3 por ciento compra habitualmente el chico (400-500 gramos).

Sobre el motivo que los induce a elegir este tipo de pan, los sujetos encuestados mencionaron que por su sabor (2.5 %), por sus atributos alimenticios (26.1 %) y por costumbre (16.9 %). El 26.8 por ciento de los consumidores compra dos paquetes, mientras que el 22.5 por ciento sólo adquiere uno, y el 21.1 por ciento se lleva tres paquetes.

Los lugares de compra más comunes son las tiendas de abarrotes (52.1 %) y las de autoservicio (43.3 %).

El 54.9 por ciento de los encuestados opina que el "pan de caja" es barato; un 31.7 por ciento piensa que no es caro ni barato y un 13.4 por ciento lo considera caro.

Un 73.9 por ciento de los entrevistados declaró adquirir el producto diariamente, en tanto que un 16.2 por ciento dijo comprarlo cada tres días. Asimismo, se mencionó que las comidas del día en que más se ingiere este producto son el desayuno (44.4 %), la cena/merienda (24.6 %), y el refrigerio o de manera variable (11.3 %).





La mayoría de los consumidores (83.8 %) consideró que el "pan de caja" sí contribuye a mantener una alimentación adecuada. Además se detectó que existe una opinión favorable respecto al producto de origen nacional (62.0 %), en comparación con las marcas importadas (16.2 %).

La calidad del producto

La presente investigación también incluye un minucioso estudio de calidad, realizado con base en las Normas Oficiales Mexicanas correspondientes, a fin de conocer las características fisicoquímicas y microbiológicas del "pan de caja" y detectar posibles adulteraciones que pudieran afectar su calidad.

El estudio se abocó al análisis del pan blanco, pan integral y pan negro de diversas marcas -nacionales y extranjeras- en sus diferentes presentaciones.

Los resultados específicos de cada prueba y la evaluación global calidad-precio de cada marca se muestran en las tablas que le presentamos a continuación. Si usted desea mayor información sobre el presente estudio, llámenos al teléfono 559-73-77 extensión 242, o bien, visítenos en nuestras oficinas en el Distrito Federal: Insurgentes Sur núm. 1228, 7º piso, colonia Tlacoquemécatl del Valle, donde con gusto lo atenderemos.

Fuente: Coordinación General de Investigaciones, Profeco.

PAN DE CAJA BLANCO

MARCA		SUNBEAM BLANCO	BIMBO BLANCO	WONDER BLANCO	TRIGORO BLANCO	HOSTESS BLANCO
ORIGEN		NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL	E.U.
CONTENIDO NETO	DECLARADO (gr)	650	650	650	450	680
	VERIFICADO (gr)	681	651.6	673.6	511.9	664.7
INFORMACION AL CONSUMIDOR		E	E	E	E	E
HUMEDAD	(30-38%)	E	E	E	E	E
CENIZAS (SALES Y MINERALES)	(2.5% max)	E	E	E	E	D
PROTEINAS	(7% min)	E	E	E	E	E
GRASA	(0.8-4.0%)	E	E	D	D	D
FIBRA CRUDA	(0.2-4.0%)	D	D	D	D	D
COLESTEROL	(mg/2 rebanadas)	E	E	E	E	E
pH	(4.5-6.5)	E	E	E	E	E
MESOFILICOS AEROBIOS	(15 000 col/g max)	E	E	E	E	E
HONGOS	(50 col/g max)	E	E	E	E	E
LEVADURAS	(50 col/g max)	E	E	E	E	E
COLIFORMES TOTALES	(10 col/g max)	E	E	E	E	E
E. COLI	(negativo)	E	E	E	E	E
STAPHILOCOCCUS AUREUS	(negativo)	E	E	E	E	E
PRECIO POR PAQUETE (N$)		2.50	2.50	2.50	2.80	3.40
PRECIO POR GRAMO		0.004	0.004	0.004	0.006	0.005
EVALUACION GLOBAL		95	95	90	90	85

E = EXCELENTE B = BUENO R = REGULAR D = DEFICIENTE

Rodando y Volando



MENSAJERI
PAQUETERI
SISTEMA ESTRELLA BLANCA
91 800 502 76

MEXICO
368 65 77 - 729 07 71 al 75

GUADALAJARA
35 61 36 - 35 94 08

MONTERREY
512 86 - 515 840

PAN DE CAJA INTEGRAL Y NEGRO

MARCA		BIMBO MULTIGRANO	BIMBO INTEGRAL	WONDER INTEGRAL	TRIGORO TIPO ALEMAN	SUNBEAM INTEGRAL	TRIGORO MULTIGRANO	LIMBURG
ORIGEN		NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL
CONTENIDO NETO	DECLARADO (gr)	380	700	650	450	700	500	260
	VERIFICADO (gr)	410.7	716.3	690.5	547.5	752.4	570	314.1
INFORMACION AL CONSUMIDOR		E	E	E	E	E	E	E
HUMEDAD	(40 max)	E	E	E	E	E	E	E
CENIZAS (SALES Y MINERALES)	(2.5% max)	E	E	E	E	E	E	D
PROTEINAS		E	B	E	E	B	E	E
GRASA		B	B	R	R	B	R	R
AC. GRASOS SATURADOS	(g/100g de pan)	B	B	R	R	B	R	R
AC. GRASOS INSATURADOS	(g/100 g de pan)	B	B	R	R	B	R	R
FIBRA CRUDA		E	B	B	B	R	R	B
COLESTEROL	(mg/2 rebanadas)	E	E	E	E	E	E	E
pH	(4.5–6.5)	E	E	E	E	E	E	E
MESOFILICOS AEROBIOS	(15 000 col/g max)	E	E	E	E	E	E	E
HONGOS	(50 col/g max)	E	E	E	E	E	E	E
LEVADURAS	(50 col/g max)	E	E	E	E	E	E	E
COLIFORMES TOTALES	(10 col/g max)	E	E	E	E	E	E	E
E. COLI	(negativo)	E	E	E	E	E	E	E
STAPHILOCOCCUS AUREUS	(negativo)	E	E	E	E	E	E	E
PRECIO POR PAQUETE (N$)		2.20	2.80	4.00	4.20	2.80	3.50	5.25
PRECIO POR GRAMO		0.006	0.004	0.006	0.009	0.004	0.007	0.020
EVALUACION GLOBAL		98	94	94	94	92	92	89

E = EXCELENTE B = BUENO R = REGULAR D = DEFICIENTE

Solicite nuestros servicios por fax al:
729 51 37

MEXICO
91 800 502 76
368 65 77
729 07 71 al 75

GUADALAJARA
35 61 36 35 94 08

MONTERREY
51 26 86 51 58 40



Estrella Blanca
Paquetería y Envíos

a todo México y el mundo

a todo México y el mundo

Estrella Blanca Paquetería y Envíos



MEXICO
91 800 502 76
368 65 77
729 07 71 al 75

GUADALAJARA
35 61 36 35 94 08

MONTERREY
51 26 86 51 58 40

Solicite nuestros servicios por fax al:
729 51 37

PAN DE CAJA INTEGRAL Y NEGRO

MARCA		FIILLER CENTENO	CALVIN	HOSTESS INTEGRAL	CALVIN CENTENO	BAVARO NEGRO	FIILLER NEGRO	BAVARO INTEGRAL
ORIGEN		NACIONAL	NACIONAL	USA	NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL
CONTENIDO NETO	DECLARADO (gr)	450	750	680	400	400	900	750
	VERIFICADO (gr)	503	800	678.67	454.1	377.9	774.8	722.5
INFORMACION AL CONSUMIDOR		B	E	E	E	B	B	B
HUMEDAD	(40 max)	E	E	E	E	E	E	E
CENIZAS (SALES Y MINERALES)	(2.5% max)	E	D	D	D	D	E	D
PROTEINAS		R	B	B	B	B	B	B
GRASA		E	B	B	R	E	E	E
AC. GRASOS SATURADOS	(g/100g de pan)	E	B	B	R	E	E	E
AC. GRASOS INSATURADOS	(g/100 g de pan)	E	B	E	R	E	E	E
FIBRA CRUDA		D	R	R	B	E	D	E
COLESTEROL	(mg/2 rebanadas)	E	E	E	E	E	E	E
pH	(4.5-6.5)	E	E	E	E	E	E	E
MESOFILICOS AEROBIOS	(15 000 col/g max)	E	E	E	E	E	E	E
HONGOS	(50 col/g max)	E	E	E	E	E	E	D
LEVADURAS	(50 col/g max)	E	E	D	D	E	E	E
COLIFORMES TOTALES	(10 col/g max)	E	E	E	E	E	E	E
E. COLI	(negativo)	E	E	E	E	E	E	E
STAPHILOCOCCUS AUREUS	(negativo)	E	E	E	E	E	E	E
PRECIO POR PAQUETE (N$)		4.16	5.80	3.00	3.65	3.60	5.53	6.00
PRECIO POR GRAMO		0.009	0.008	0.004	0.009	0.009	0.006	0.08
EVALUACION GLOBAL		89	87	82	82	77	76	72

E – EXCELENTE B – BUENO R – REGULAR D – DEFICIENTE

¡De película!

El consumo al son de la rumba

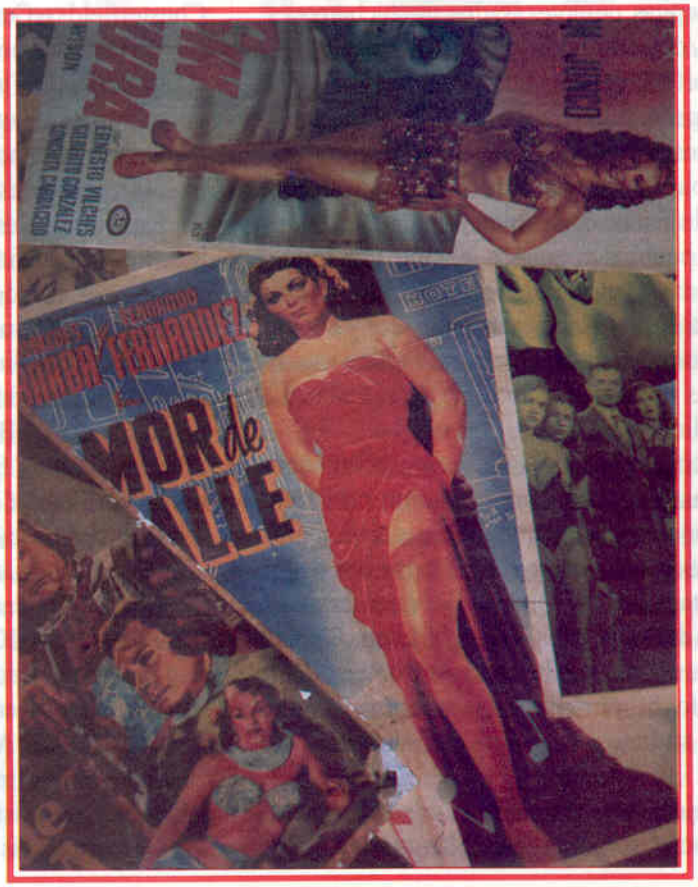
Cine de rumberas, época de oro del cine mexicano, consumo ¡de película! (o de ''peluche'', como se decía en aquel entonces) de los años cuarenta y cincuenta, al que nos conducen en este **''Carrusel de los signos''** (primero las damas) ''Tongolele'', Meche Barba, (y ahora los caballeros) José Agustín, Carlos Monsiváis, Alberto Domingo, Froylán López Narváez, Nelson Carro, Eduardo de la Vega, Fernando Muñoz y Andrés de Luna.

Cine de rumberas: ninfas caribeñas, zapatillas doradas, ombligos que incitan al ''respetable'' a malabarear ojos y suspiros, escenarios que evocan paradisiacas playas, que inventan palmeras, bamboleos que producen vértigos en los ''cinturitas'' a quienes, con el sombrero ''tumbao'' y el cigarro en la comisura de los labios, la cámara no regateará *close ups*.

Y ya olvide la congoja, aleje ese ceño fruncido, que para eso están aquí estas venus tropicales ataviadas con escandalosos atuendos selváticos; hagan una pausa en la tragedia de este melodrama, que aquí se vino a bailar al son de la rumba, que para eso están los tambores, que ya suenan las trompetas, que ya lo dijo la diosa que está allí enfrente: ''no hay mortal más aburrido que aquel que no se mueve''; encandílese con este traje, atrape este guiño y este besito, que es para usted, aunque no esté en primera fila, que aquí no se trata de discriminar, que la pasión no distingue mesas.

Cine de rumberas: enamórese de esta ''mujer fatal'', ''vampiresa'' (''ni princesa, ni esclava''), escuche sus canciones, esas voces sensuales no pueden mentir (¿o sí?), esas divinas bailarinas sí son de carne y hueso, por eso muestran las piernas, por eso permiten ser acariciadas por las miradas del ''respetable''; pero no se alboroten, rufianes y ''castigadores'', son atrevidas pero no ''descaradas'', que aquí se desnuda el alma, no el cuerpo entero.

Género de rumberas, época del cine mexicano en expansión, que conquista los mercados de Centro y Sudamérica, etapa en la que las películas se producían en sólo dos semanas y dejaban en las entrañas del celuloide historias de gángsters, de familias que se desploman ante la presencia de vampiresas que casi siempre redimen sus pecados pasionales con la muerte.



El consumo entre melodramas

Pero antes de apagar las luces y chiflarle al ''cácaro'', quien nos remontará a las películas de aquel entonces, dejemos que el escritor José Agustín (que recientemente elaboró una amplia investigación sobre esa época) nos conduzca en este carrusel por los rumbos del consumo que prevalecían entre los cinéfilos de aquellos años: ¡corre película!

México todavía no se agringaba: los consumidores preferían el Pato Pascual o las aguas frescas a la Coca Cola. El pinole era una golosina común, el chocolate se batía con molinillo, la salsa se hacía en molcajete (y así obtenía la oxigenación adecuada), las tortillas se echaban a mano en casa, y las más de las veces se cocían en braseros y comales.



Los refrigeradores se enfriaban con bloques de hielo, los excusados, cuando los había, tenían el tanque en la parte superior del tubo alimentador y se accionaban con cadena, y las camas eran de rigurosa cabecera de latón.

Por las calles pasaban vendedores de camotes y plátanos, alegrías y cocadas, raspados, nieves, helados y paletas (también vendían hielo seco), merengues (listos para echar "volados"), guajolotes o pípilas; asimismo circulaban afiladores, ropavejeros y compradores de periódicos viejos.



Había muchos comercios de venta de carbón y de petróleo, y las farmacias eran boticas donde el boticario (en la puerta) conservaba una conexión con los viejos alquimistas y preparaba todo tipo de compuestos. Las panaderías (de los españoles) albergaban a sus costados puestos de tamales y atoles, de pepitas, de elotes asados, de chicharrones, de globos y de periódicos.

Los teléfonos que existían eran relativamente pocos y la gente sabía que se respondía "bueno", una de las cosas más extrañas del mundo, porque así se calificaba si la recepción de la señal era adecuada, o "malo" si no se oía bien.

En los pueblos pequeños, el cine, una feria o alguna atracción llegaban de vez en cuando, y la vida se animaba durante las fiestas religiosas y con los paseos de los domingos. También se solía contemplar por las noches el cielo lleno de estrellas. La gente, tendida y en sosiego, conversaba.

Los hombres de las ciudades usaban sacos anchos, cruzados, con grandes hombreras y solapas, y pantalones igualmente anchos, con numerosos pliegues, pero sin llegar a los extremos de los famosos "tarzanes" ("Que se les dicen tarzanes, pura runfla de holgazanes", cantaba Lucha Reyes), también llamados "pachucos de la frontera".

Todos los hombres usaban sombrero, ya fuera de palma, surianos, tejanos o de fieltro para los citadinos.

Las mujeres también usaban variedades inagotables de sombreros y seguían las modas de los vestidos largos, con mucha tela, abajo de las rodillas, medias con la debida raya en la parte trasera y blusas abotonadas hasta el cuello, pues la moralidad imperante era "estricta"; se maquillaban con gusto (colorete en los pómulos, pestañas enrimeladas, boca rojísima, cejas depiladas a la María Félix); leían "Paquita" de *Jueves*, y la mayoría se dedicaba a las "labores del hogar", como solía asentarse en documentos oficiales.

Los consumidores ricachones pusieron de moda las Lomas de Chapultepec, el Puerto de Acapulco (a donde llegaban en los DC-3 de Aerovías Guess), el Country Club, el Jockey Club, el "estilo californiano", la "canasta uruguaya" y los tés de caridad, el Hipódromo de las Américas, las asociaciones ecuestres, el University Club, el Club de Banqueros, el restaurante Ambassadeur, los Baños Alameda, el Deportivo Chapultepec, el consumo de whisky, los cocteles, los abrigos de visón y las cobijas eléctricas.

Los intelectuales se reunían en Sanborns y Los Kikos; en La Rambla (cantina ubicada en Chapultepec y Bucareli), la botella de Ron Potrero costaba cuatro pesos con cincuenta centavos y el whisky importado veintitrés pesos.

Los cigarros Raleigh, de reciente aparición, regalaban los cerillos en la compra de cada cajetilla. Los cigarrillos importados eran: Lucky Strike, Chesterfields o Camel.

En 1950 surgió la televisión. El canal 4 pertenecía a la familia O'Farril, el canal 2 a Emilio Azcárraga y el canal 5 a Guillermo González Camarena. Canal 4 transmitía tres horas y media al día. Había sólo 2 mil 500 receptores de los 10 mil autorizados.

Los principales espectáculos eran las luchas, el box, los toros, el futbol y el cine. Las luchas eran los viernes por la noche en la Arena México: "El Santo" y Gori Guerrero (la pareja atómica), "El Cavernario" Galindo y Wolf Ruvinskis (la pareja infernal), "Tarzán" López y Enrique Llanes (la pareja técnica), "Blue Demon" y su camal "Black Shadow", Lalo "El Exótico", "El Médico Asesino", "La Tonina" Jackson.

En el box destacaban "El Chango" Casanova, Joe Conde y Juan Zurita; en la fiesta taurina, Armilla, "El Soldado" y Silverio Pérez; en el futbol, "Las Chivas" del Guadalajara, el Asturias y el Club España, y la entrada costaba dos pesos.

En la radio alternaban los boleros de los hermanos Martínez Gil, Agustín Lara, Lucha Reyes, Toña "La Negra", y el imprescindible Gabilondo Soler, "Cri Cri", con distintos géneros musicales.

En el cine, las grandes figuras cobraban por

actuar en una película: María Félix, 250 mil pesos, que era una fortuna con la que se podía comprar una mansión; Cantinflas, 200 mil; Arturo de Córdoba, 100 mil; Jorge Negrete, 75 mil; y Pedro Armendáriz, 50 mil... Hacer una película costaba alrededor de 350 mil pesos.

¡Corte, corte!, gritamos a José Agustín, para dar paso al cine de rumberas y proseguir más adelante por la ruta del consumo: ¡Cácaro!

El cine de rumberas

Pedimos a los ocupantes de este carrusel que nos conduzcan por los laberintos del cine de rumberas. El crítico de cine Nelson Carro comenta: El género de rumberas surge en el cine mexicano debido a que el país deja de ser rural para volverse más urbano; entre los años cuarenta y cincuenta, el cine nacional diversifica su temática con este nuevo género, dejando atrás la comedia ranchera (con películas como *Allá en el Rancho Grande*) y trata de abordar la vida citadina y principalmente el auge de los cabarets.



Carlos Monsiváis agrega: El cine de rumberas surge también de la relación tan estrecha que existe en ese momento entre México y Cuba, de la influencia de la música tropical y, más específicamente, para renovar el cine de prostitutas y sacarlo del melodrama tradicional; además aparece como respuesta al desarrollo que experimenta el teatro frívolo que cuenta ya con un público mucho más ávido de sensaciones, o mucho menos reprimido en el aspecto sexual, que ya no se conforma con las alusiones de las "coupletistas" y quiere ver el estremecimiento corporal; es decir, el cine de rumberas nace como parte de la sensualización del teatro frívolo.

Y fue importante porque le permitió a una generación de cineros, no sé si de cinéfilos, pero de cineros desde luego, encontrar provocaciones y modelos sexuales, excitaciones; fue fundamental porque modificó el melodrama volviéndolo mucho más vital, y le dio origen a una atmósfera legendaria relacionada con la vida nocturna de la ciudad de México y de otras ciudades; y con la capacidad enorme del cine de convertir en míticas esas situaciones que eran típicas.

Personajes y películas

El crítico de cine Andrés de Luna comenta sobre los personajes y ambientes: El cine de rumberas se ubica en la noche alemanista; la vida y la diversión en los centros nocturnos de la época duraba hasta el amanecer; el cine se centra entonces en el cabaret, el eje de todas las tramas. En ese tiempo, el burdel es la institución más frecuentada; nosotros ya no hemos vivido esa diversión nocturna tan intensa de las casas de citas y los cabarets, pero en los cincuenta eran centros prácticamente de reunión: desde los cabarets de lujo hasta los burdeles arrabaleros. No es el cine realista, maneja la hiperrealidad, una realidad exaltada que utiliza como vehículo el melodrama y en el que la prostituta es un personaje central.

En las películas, la prostituta (madre, hermana o familiar), en un mundo de maldad, se presenta como productora y/o víctima del pecado que sólo redime mediante la muerte o el olvido.

Nelson Carro agrega: Además, una de las características de este género es la vocación de sacrificio de las mujeres de cabaret, que provoca en el espectador la certeza de que sufren porque quieren, porque están hechas para sufrir y sumergirse en todas esas desventuras debido a su condición.

Por otro lado, cuando la cámara se acerca al escenario se olvida de todo realismo: sorprende cómo en ese submundo, sórdido y miserable, los números de cabaret siempre se presentan como si uno estuviera en un espectáculo de primer mundo; de los peores cabaretuchos salen extraordinarios bailes, orquestas formidables y estupendas bailarinas y cantantes.

El cine de rumberas descubrió también ese otro aspecto festivo y exótico del melodrama, en el sentido de que los personajes podían sufrir mucho y ser muy infelices, pero eternamente estaban de humor para cantar y bailar.

Andrés de Luna detiene la imagen en *Aventurera*: Es un filme que se ha constituido en clásico del cine, de una intensidad dramática extraordinaria, en el cual casi todo funciona muy bien. Aunque sea axiomático, con esta película recobramos la idea del filme absolutamente cinematográfico, con un gran ritmo; la fuerte presencia de Ninón Sevilla, un guión que fluye bien y escenas extraordinarias. Por ejemplo, aquella noche en que Ninón Sevilla reconoce como una matrona a Andrea Palma, es excelsa; el novio casto, el hombre que ha crecido en un ambiente de riqueza pero que desconoce el origen de ese dinero y que de pronto se ve desenmascarado por esta suegra terrible, dictatorial, que descubre su pasado, son escenas formidables; todo el juego

de oposiciones está muy bien logrado. El cabaret está soberbiamente descrito y Ana María González cantando "Aventurera" es delirante. Todo ello hace de esta película una de las más extraordinarias del cine mexicano.

Otra de las cintas clásicas de mayor trascendencia es *Salón México*, de Emilio "El Indio" Fernández, junto con una película que estuvo perdida durante mucho tiempo y que se llamó *Víctimas del pecado*, cinta que más de la mitad es de Gabriel Figueroa porque consigue la atmósfera más rica dentro del género de rumberas. Este filme, con las tomas del Puente de Nonoalco, los trenes y la escena más brutal del cine mexicano: cuando una mujer arroja a su bebé al cesto de basura porque eso es lo que le ha pedido el amante, es la escena más cruel y desquiciante del cine nacional. La otra película sobresaliente de Alberto Gout es *Sensualidad*, y de Martín Landeta, *Trotacalles*, que constituye un buen esfuerzo aunque fallido.

CARLOS MONSIVÁIS ENCUENTRA UN ENFOQUE SIMILAR: En cuanto a calidad, la etapa del cine de rumberas es muy irregular; en aquel momento hay buenos directores, pero después se interrumpe (esa calidad) durante mucho tiempo, para continuarse de un modo muy claro sólo hasta los años actuales. Hubo un director excelente en esa época que es Alberto Gout, quien dirige *Aventurera*, *Aventura en Río* y *Sensualidad*; y "El Indio" Fernández con obras como *Salón México* y *Víctimas del pecado*; y en toda esa etapa hay momentos privilegiados de varias películas de Ninón Sevilla, Meche Barba, "Tongolele", Amalia Aguilar y Rosa Carmina, como las rumberas o bailarinas más destacadas.

EDUARDO DE LA VEGA CAMBIA DE ESCENARIO Y HABLA SOBRE FOTÓGRAFOS Y ACTORES: Destacan en este género, por la excelente calidad en cuanto a imagen y producción fotográficas, Gabriel Figueroa, Alex Phillips, Rosalío Solano y Ezequiel Carrasco. Y en cuanto a actuación sobresalen actores de la talla de Rodolfo Acosta, Tito Junco, Miguel Inclán y David Silva, excelentes intérpretes en papeles de villanos o galanes, como complemento ideal para las mejores historias fílmicas de la época.

NELSON CARRO DESCUBRE FUERA DEL *SET* QUE: Un elemento fundamental, principalmente para las cintas de Alberto Gout, fue el guionista Álvaro Custodio, quien con una gran cultura teatral no se tomaba muy en serio el género y por ello logra darle esa grandeza a las películas, por ser alguien que ponía una gran distancia respecto al tipo de cine en que estaba trabajando.

La miseria

PERO YA ESTAMOS PROYECTANDO LOS CRÉDITOS Y EL ROLLO DE ESTA PELÍCULA TODAVÍA NO TERMINA. EDUARDO DE LA VEGA NOS DEVUELVE A LA TRAMA EN EL PUNTO EN QUE NOS QUEDAMOS: Casi siempre aparece una joven inocente que se ve en la necesidad de ser prostituta-rumbera-fichera; esa situación era presentada como parte de un "destino fatal", antiheroína que sólo con la muerte expiaba su culpa.

La insistencia en recrear atmósferas de la miseria urbana obedecía a un afán de "realismo" fílmico, pero las condiciones de pobreza eran contempladas como parte de un destino que debía sobrellevarse hasta la ignominia o el estoicismo. El cine de rumberas y películas "adláteres" apelaban a una suerte de resignación de tipo religioso.

MONSIVÁIS EXPLICA POR QUÉ ESTE CINE SE EMPEÑABA EN MOSTRAR AMBIENTES CITADINOS PRECARIOS: Porque la pobreza urbana está ligada al descubrimiento de una nueva ciudad después de los años de la Revolución Mexicana; es decir, en la época postrevolucionaria, la ciudad de México se amplía aceptando que lo que ha vivido también es importante y que sus escenarios son recuperables a través de la fotografía y mediante esas tramas tan intensas que brinda el melodrama o la comedia. No es que se regocijase particularmente de la pobreza, pero sin la presentación de la pobreza no habría existido un cine convincente para esos millones que estaban de algún modo inaugurándose como participantes del fenómeno urbano.

ANDRÉS DE LUNA CONTINÚA: Es parte del juego, hay una reflexión sobre la miseria; por ejemplo, en *Víctimas del pecado* se ve mucha miseria, pero no es el tema central de la película porque acaba desbordando el cabaret. Todo el entorno hiperreal del cabaret es lo que nos domina, como queriendo cubrir toda esa cosa extraña que de pronto nos llega y que es la miseria urbana. Los personajes que viven en ese mundo nocturno de prostitutas y pasiones, finalmente se aíslan gracias a un lugar extremadamente fuerte y placentero que, aunque sea conflictivo, es el cabaret gozoso. La miseria es importante sólo en la medida en que es el contrapunto; el melodrama requiere de ese tipo de contrapuntos tan marcados entre la realidad que es tan ática, la miseria, y las virtudes de Eros, que a través de todas estas

mujeres tan sensuales, voluptuosas y eróticas, son puro fuego.

Censura

Carlos Monsiváis trata de ubicar en su justa proporción la censura y el grado de apertura del cine de esa época: Sin duda hubo mayor apertura, sin embargo, el incesto, la homosexualidad y el desnudo están prohibidos en el cine mexicano; no obstante, la mayor apertura se da en el tremendismo; antes de este género el tremendismo hubiese sido imposible, luego ya se vuelve natural, incluso indispensable.

Ahora detengamos un poco la imagen para ver lentamente los movimientos cadenciosos de las rumberas, los contoneos, las miradas lascivas del "respetable", los corpiños de tan generosas y fértiles danzoneras, sudores y suspiros. Andrés de Luna aborda el tema: El cine de rumberas refleja las pasiones nocturnas pero de una manera pálida a causa de la censura. Es un cine lleno de sugerencias y de sensualidad, pero no es propiamente permisivo porque la censura era fuerte, es decir, los desnudos tenían que hacerse de manera congelada, que no se movieran los artistas, estatuarios, sin vello, casi sin marcar los pezones; tal cantidad de prohibiciones congela la idea erótica.

Eduardo de la Vega sostiene la toma: En el cine de rumberas el erotismo se mostró en forma tan sutil como anecdótica a través de bailables, números de cabaret, canciones o alusiones veladas (por ejemplo, el rostro del diablo que cubre el sexo de Ninón Sevilla en *Coqueta*), sublimando la escasa flexibilidad de la censura y mojigatería que tardarían mucho tiempo en verse disminuidas.

Y para evitar que las escenas suban de tono hacemos un corte comercial. Recuerde que en este intermedio puede dirigirse a la dulcería a disfrutar de nuestras golosinas. Por favor, no suba los pies a las butacas.

Pausa comercial

Días de radio. En medio de sonoros danzones, movidos swing, bugui bugui y mambos, melodiosas voces también reproducen los anuncios comerciales de las principales tiendas o productos que, a veces en versos y otras en canciones, invitan al consumidor de la época a adquirir las mercancías o a acudir a los establecimientos. José Agustín comenta que: en 1940, la XEQK, "La hora exacta del observatorio de México", transmite, minuto a minuto, veloces anuncios. A nuestro país ya había llegado toda una invasión de aparatos electrodomésticos: refrigeradores, licuadoras, planchas, aspiradoras, cobijas eléctricas y lavadoras. Y con estas últimas, los detergentes. En este contexto destaca el anuncio de Salvador Novo, autor del célebre eslogan: "Siga los tres movimientos de Fab: remoje, exprima y tienda". A propósito del indispensable sombrero: "De Sonora a Yucatán se usan sombreros Tardán", decía la frase que Alfonso Reyes retorció al oír un concierto: "De Sonora a Yucatán se oye música de 'Chopán'".

Alberto Domingo, periodista desde aquel entonces, recuerda: Los anuncios casi siempre se elaboraban con frases chistosas, pegajosas o ingeniosas, por ejemplo: "Su pie es preciada alhaja y Felín tiene su estuche", que era de la zapatería Felín; "Para petacas, las mías", rezaba otro anuncio de maletas; Raymundo López, creador de la frase "El coco de los zapateros", de un establecimiento de La Lagunilla, hizo un excelente anuncio con música sabrosona, guapachosa, con sonsonete y letra: "Too/do Mé/xi/co sa/be más o me/nos que... soy el más chingón y quién sabe qué...", y así anunciaba sus zapatos. También había varios anuncios creados por el poeta e intelectual Ricardo López Méndez "El Bate" (autor yucateco de "México creo en ti"), como el comercial: "Tanyi nunca ha revelado la huella de un beso", que era de un lápiz labial del cual intentaban enfatizar que no dejaba marcas reveladoras sobre la piel masculina. También proliferaban los de Sal de Uvas Picot, que publicaban las frases en sus cancioneros con dos personajes: "Chema y Juana".



El cine se anunciaba, como ahora, en los periódicos, destacando a los actores que participaban en las películas; y como en los toros, sobre las calles (afuera de las salas de cine) se colocaban bastidores de madera donde se pegaban los programas de cine y las fotos de las películas.

Andrés de Luna explica: Los carteles de las películas de esa etapa son extraordinarios y han quedado como una joya de la gráfica de los ilustradores de la época, son muy sensuales y dejan testi-



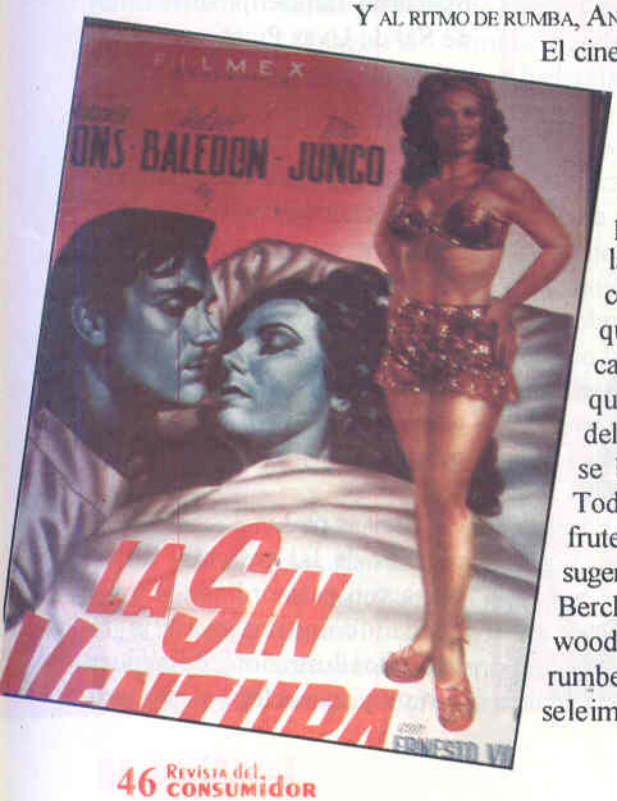
monio de grandes dibujantes, quizá sólo comparables con los que se hicieron durante el sexenio de Echeverría, aunque estos últimos dan una idea más de diseño gráfico que de ilustración.

NELSON CARRO ABUNDA: Esos anuncios-carteles en general vendían muy bien la película; gracias a ellos casi es posible hacer una sinopsis de la cinta porque explican claramente la historia y el género; son tan efectivos que sólo con verlos el consumidor sabe si hay acción, si se va a llorar o a reír. Pero además, estos anuncios-carteles de películas se relacionan con la etapa de mayor auge de la industria cinematográfica mexicana, cuando había una enorme producción y gente que se dedicaba única y exclusivamente a elaborar carteles y conocía bien las reglas del oficio. Es decir, a uno pueden o no gustarle los carteles, pero atraían a la audiencia a la sala de cine; en cambio hoy día, la mayoría de los carteles no sirven ni para eso.

A sus asientos

DESPUÉS DE ESTA PEQUEÑA PAUSA COMERCIAL, VAYAMOS NUEVAMENTE A NUESTRAS BUTACAS PORQUE LAS LUCES ESTÁN A PUNTO DE APAGARSE. SUENAN LOS TAMBORES Y REGRESAMOS AL ESCENARIO DONDE, EN MEDIO DE PALMERAS, LOS COQUETEOS DE DIOSAS CARIBEÑAS (CON PLÁTANOS Y OTRAS FRUTAS EN LA CABEZA Y CON DANZAS DE REPRESENTACIONES SATÁNICAS) DESATAN PASIONES, DESGRACIAS FAMILIARES, PESADILLAS, LUJURIAS Y CANTOS ENTRE HAMPONES DIESTROS EN EL USO DE ARMAS BLANCAS.

Y AL RITMO DE RUMBA, ANDRÉS DE LUNA PRECISA: El cine de rumberas posee una clara influencia de la comedia musical hollywoodense, pero marca un estilo propio y permite que las películas se vean con mucho agrado, porque el baile les confiere características eróticas que atrapan la atención del espectador, además se bailaban completas. Todos esos atuendos con fruteros en la cabeza y sugerencias que daba Body Bercly al cine de Hollywood influyen en el cine de rumberas, pero en México se le imprime un sello propio que permite que las películas sean más atractivas, no aburren, incluso a Juan Orol, que es un pésimo cineasta, se le puede disfrutar a veces.



El éxito

EL MISMO ANDRÉS COLOCA SOBRE EL ESCENARIO LAS RAZONES DEL ÉXITO DEL CINE DE RUMBERAS: Tuvo excelente aceptación, en gran parte por las tramas que para ese entonces resultaban muy audaces (aunque si ahora se les analiza parecen ingenuas); destapar todo ese mundo subterráneo parecía muy espectacular, pero además contaban con todos los ingredientes: había violencia y evocaciones eróticas en esta gran urbe, con muchas escenas exteriores donde se mostraban coches de lujo, cabarets, etcétera. Ese coctel de sensualidad y violencia atrapa al público, la prueba está en que, por ejemplo, películas actuales como *Bajos instintos* utilizan la misma fórmula y continúan atrayendo a muchísima gente.

Además aquella es la etapa en la que existe una industria cinematográfica mexicana tan próspera que favorece la consolidación de un sistema de estrellas. En el *Star System* de aquel México, el público acudía al cine a ver a sus estrellas. Una presencia como la de María Félix, Dolores del Río o Ninón Sevilla tenía la ventaja de que en ese tiempo se podían producir 100 películas al año y, por lo tanto, ver varias cintas de la misma estrella en periodos breves permitía mantener su imagen.

También la prensa brindaba todo su apoyo para promover a los artistas y, paralelamente, era muy común y socorrida la venta de tarjetas postales con las fotos de los actores; los consumidores solían colocarlas en sus tocadores: las jóvenes tenían a Jorge Negrete, Pedro Armendáriz; y los muchachos a "Tongolele", María Félix, Ninón Sevilla, Elsa Aguirre. Se conseguían en las calles y papelerías.

NELSON CARRO DETIENE LA IMAGEN Y DESDE LA PANTALLA TOMA AHORA AL PÚBLICO EN SUS BUTACAS: Por si fuera poco, en ese tiempo el cine era el principal espectáculo (después se vio afectado por la televisión, pero en esos años no existía la competencia) y, en forma contundente, el público se identificaba con el cine mexicano; hoy el cambio es drástico: el público de la clase media se identifica ahora más con los personajes del cine norteamericano que con los del cine nacional; de pronto, ver actores mexicanos en locaciones del país y hablando español se le hace menos creíble que el cine de Hollywood. Pero eso no sólo sucede en México, sino en casi todo el mundo.

Además, el cine de los cuarenta tenía un público muy específico y los directores conocían con claridad las características de ese auditorio, sus gustos, sus rasgos culturales, sus intereses, y por ello sus películas resultaron exitosas. Después de esa época, el público mexicano cambió escolar y culturalmente y los directores nacionales no supieron adaptarse a ese nuevo auditorio, hasta la década de los ochenta siguieron haciendo comedias rancheras que ya no correspondían para nada al México actual, pensando que el espectador siempre estaría allí. Éste es el principal problema del cine mexicano de hoy, que los productores no saben cómo llegar a este nuevo tipo de público; hay algunas películas que funcionan, como las de "La India María" o *La risa en vacaciones*, pero son ejemplos aislados, porque los productores desconocen al público mexicano, y en los años cuarenta sí sabían cómo era, de allí el éxito.



"El respetable"

YOLANDA MONTES "TONGOLELE" DESDE EL ESCENARIO HABLA SOBRE "EL RESPETABLE": Estaban acostumbrados a tener a las artistas de cine todo el tiempo en el teatro, en vivo, poniéndonos a prueba con cada actuación. El público era muy apasionado, se entregaba al artista si gustaba, y por el contrario, rápidamente demostraba cuando no le gustaba. En este sentido creo que era un público más exigente, no se conformaban, exigían que el espectáculo realmente valiera por lo que habían pagado. Hoy me decepciona un poco el público, lo siento más aguantador, más indiferente, más pasivo y poco dispuesto a exigirle al artista. Lo que sucede es que ahora está más acostumbrado a la televisión, donde observa a un artista al que no tiene oportunidad de aplaudirle o reclamarle; y el público reproduce esa actitud pasiva incluso cuando ve a un artista en vivo. Yo he asistido a muchos espectáculos recientemente y veo que aunque a la gente no le gusten las actuaciones, se queda callada, se guarda su disgusto; antes, si el público estaba en desacuerdo con el espectáculo empezaba a chiflar o a manifestar su enojo de alguna otra manera, al grado de que el artista se tenía que retirar.

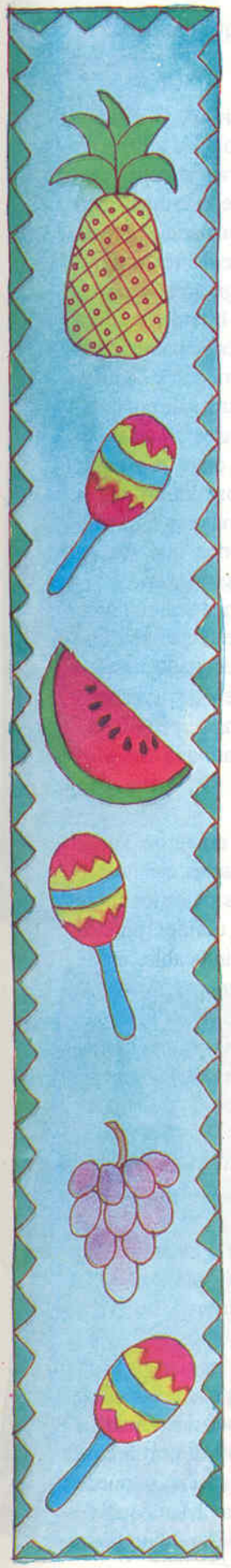
Así que nadie se podía conformar con saber que era estrella de cine y actuara estelares, porque al día siguiente, por mucho que lo quisiera el público, si algo no le gustaba se lo hacían saber. Sin caer en la afirmación de que "todo tiempo pasado fue mejor", al menos en lo que se refiere al público, creo que en otros tiempos sí tomaba muy en serio su papel de exigirle al artista que desquitara su pago.

MONSIVÁIS REAFIRMA: El contacto entre el público y los artistas en aquellos años era estrecho. Las mayores figuras del cine mantenían una relación permanente y directa con el público mediante las giras: María Félix hizo giras cantando en cabarets, Pedro Infante y Jorge Negrete estaban constantemente de gira, Pedro Armendáriz y Dolores del Río hacían teatro, sólo por mencionar algunos casos. Ahora esto rara vez acontece, entre otras cosas por el ritmo consentido de la telenovela; hoy una gran figura no hace giras a menos que sea en condiciones de pago máximo.

No es precisamente que el público actual sea más pasivo, sino que sabe perfectamente que abuchear a la televisión no da ningún resultado. De ese entrenamiento en la resignación se deriva el que ya vea todo como subproducto de la televisión, y que considere en el fondo que chiflarle a la televisión no tiene caso aunque esté en el teatro.

ALBERTO DOMINGO ENFATIZA: El público era feroz. Todos los grandes actores, estrellas de cine, cantantes, etcétera, se presentaban continuamente en los teatros ubicados sobre San Juan de Letrán, El Broadway chiquito, donde el público era tremendamente crítico; con él no había intocables, era de veras entregado, jueces contundentes. A mí me tocó ver el momento en que Ignacio López Tarso estaba a punto de renunciar en el Teatro Blanquita, ya con el contrato hecho, porque le tenía un miedo pavoroso a ese público que no perdonaba ningún titubeo. En la marquesina estaban Lucha Villa, la Sonora Matancera y Pérez Prado; hasta el último momento se armó de valor y la respuesta del público fue sensacional para los corridos de la Revolución que presentó Nacho.

Recuerdo también qué estábamos con Fernando Soto "Mantequilla" en el camerino y llegaba el traspunte a decirle "señor Soto, ya va a salir", y entonces Fernando se levantaba y empezaba a pasear como león loco por los pasillos; yo le preguntaba "¿qué haces?", y me decía "es que no puedo con los nervios". Y es que sabía que "el respetable" era muy canijo; por ejemplo, había un señor que iba todos los domingos a la función de la tarde y siempre tenía asiento de primera fila (que era un lugar muy incómodo porque casi no se puede apreciar el espectáculo), y justo cuando salía "Mantequilla" sacaba su periódico y se ponía a leer enfrente de él ignorando



su número, y eso le "hacía la vida de cuadros" al pobre chaparrito; entonces "Mantequilla", antes de cada actuación nos preguntaba con gran inquietud: "¿no ha llegado ese cabrón?", pero siempre estaba allí y era su "coco". Así es que el público no era complaciente, repartía aplausos o chiflidos.

"Tongolele" continúa con la retrospectiva: No sé exactamente cómo funciona, pero hay silencios del público que aprendes a interpretar, que pueden ser de aprecio o de disgusto, pero se da esa comunicación sin que medien palabras. Existe ese contagio del público que permite percibir cuándo lo estás emocionando, haciendo gozar con tu actuación, y cuándo lo estás aburriendo, fastidiando, poniendo "de malas". A mí me pasó esto último muchas veces, porque también aprendes a detectar hasta el humor con que asisten; si en medio de un baile yo notaba eso, decía a la orquesta "¡paren!"; ellos se sorprendían pero al cabo de un momento comenzaba un baile más impetuoso con los tambores para reivindicarme con el público.

Como en un juego de espejos, Meche Barba sujeta la cámara desde el escenario y toma al público, pero el reflejo provoca que ella misma se vea entre las butacas: Era un público de veras muy entregado, muy cariñoso, pero también un juez implacable. Los cinéfilos exigían, abucheaban dentro de las salas o soltaban carcajadas, no se salían de la sala sin decir nada. Yo, y varios de los compañeros y compañeras, íbamos constantemente a las salas de cine para ver las reacciones del público y saber en qué medida le gustaban las actuaciones, las tramas, qué era lo que no funcionaba y qué era lo que pedían esos auditorios. Esto da una idea de la preponderancia que tenía el público para los artistas, el interés por tratar de entablar una comunicación con los espectadores, de agradecerles su apoyo.

"Tongolele" secunda la toma: Yo iba sólo una vez para ver cómo había salido y cómo reaccionaba el público y ya. Los artistas asistían al cine y se divertían de lo lindo; por más fama que tuvieran los actores, se comportaban como seres humanos comunes. No como ahora que se hace creer que son dioses y que esas divinidades están exentas de comportarse como público.

Además era todo un agasajo ir al cine, eran funciones dobles y las salas eran preciosas, sus atmósferas transportaban a otro mundo, eran grandes recintos mágicos; además proyectaban noticiarios, caricaturas y finalmente la película.

Ir al cine

Alberto Domingo, hace una remembranza mientras las imágenes de la asistencia de los aficionados al cine de la época se reproducen: El Cine Majestic, de la colonia Santa María (donde yo vivía), estaba dividido en dos partes: luneta y galería. Ir al cine implicaba comer dentro de la sala. En luneta, la gente llevaba merienda para toda la familia, pero en galería ¡las personas llevaban cazuelas!, sí, metían parrillas para las fritangas y dentro del cine hacían sus comilonas porque en esa parte había bancas corridas que permitían hacer casi un día de campo dentro de la sala.

Además los cines eran enormes, yo no sé por qué les dio por el gigantismo. Estaba el Cine Palacio, que presentaba estrenos, en la calle de 5 de Mayo, el Cine Mundial en las calles de Venezuela, el Cine Máximo, que fue el primer cine de veras monumental, en Serapio Rendón. Y en primera categoría estaba el Cine Alameda en la Avenida Juárez, a donde ir era todo un acontecimiento; uno entraba y veía casitas coloniales, el cielo, las estrellas, la luna, las nubes, sentía uno que llegaba a un lugar especial. Allí se estrenaban casi siempre las películas mexicanas, lo cual era muy buena estrategia.

El alto volumen del sonido permitía grandes charlas entre los asistentes sin que esto molestara a los demás. Eran clásicos los vendedores de golosinas que pasaban entre las butacas con su grito de batalla: "¡paletas, paletas, paletas, chicles, chocolates, dulces, palomitas, muéganos...!". Ahora se venden afuera, pero antes era adentro (imagínese, ¡ir al centro a esos cines monumentales a ver sólo una película sería un despilfarro!); los jóvenes se iban a las orillas, se recargaban en la pared, así, con un pie en ángulo recto, y empezaban a fumar y a la caza de las chicas presentes, porque el cine era un centro específico de "ligue", al igual que los salones de baile.

Las protagonistas

"Ahora, damas y caballeros, les suplicamos un momento de su atención. Respetable público, recibamos con un fuerte aplauso a estas majestuosas mujeres que, con gracia y elegancia, desde remotos lugares ofrecen con sus danzas un tributo al amor. Démosles un cariñoso aplauso". Y con un movimiento de "travelling", los invitados a

ESTE CARRUSEL ENFOCAN CADA UNA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS PROTAGONISTAS DE ESTA HISTORIA: LAS RUMBERAS.

La cámara enfoca a Ninón Sevilla

ANDRÉS DE LUNA: Ninón es el personaje central de las películas de rumberas y su principal atributo es su capacidad gestual. Tuvo la fortuna de ser dirigida por Alberto Gout, quien supo sacar todo el provecho de ella. Sin ser bella, se supo adaptar a sus personajes para mostrarse como un torbellino.

FERNANDO MUÑOZ (DRAMATURGO Y AUTOR DEL LIBRO *LAS REINAS DEL TRÓPICO*): Ninón desempeñaba muy bien el papel de "mala" o "canalla"; no es bonita, no sabe bailar (en *Aventura en Río* se ve grotesca bailando), pero tiene las piernas más impresionantes y torneadas de la época. Siempre tuvo el apoyo de su productor, y filmó las películas más costosas del género de rumberas: si quería ponerse un oso polar en la cabeza, se lo ponían.



FROYLÁN LÓPEZ NARVÁEZ: La alegría, el alborozo, la capacidad de comunicación pícara.

Disolvencia y la cámara parte de la imagen de unos ojos azules y se abre para mostrar en el escenario a Yolanda Montes "Tongolele".

ANDRÉS DE LUNA: Como bailarina, marca toda una época en el cine mexicano, bellísima mujer que para muchos se ha convertido en la piel más bella que ha existido en el cine nacional; una fémina de gran sensualidad, desaprovechada en las cintas, pero en el teatro logra desenvolverse plenamente. Es la primera mujer que muestra el ombligo, eje erótico, frente a las cámaras cinematográficas. Cuerpo perfecto que pocas actrices han logrado tener.

FROYLÁN LÓPEZ NARVÁEZ: Destaca su belleza, que mantiene hasta la fecha; emocionaba la gracia y la originalidad que desplegaba para bailar su danza "afrotaitiana" con el acompañamiento de su pareja, Joaquín, en los tambores, que la animaba gritándole: "¡Ándele! ¡Áaandele!".

FERNANDO MUÑOZ: ¡Encantadora! "Tongolele", pese a ser contemporánea de ese género, representa la muerte de las rumberas, porque crea otro género que se bautiza como el de "las exóticas" (y tratan de imitarla Kalantán, Su Mu Key y otras); baila con menos ropa que las rumberas, pero no fue una improvisada que sacaran a mover la cadera. Ella tenía una sólida formación en el espectáculo y fue la primera que bailó mambo en un teatro (después de ella, Ninón bailaría mambo en cine).

ALBERTO DOMINGO: Marcó toda una época; era tal su excelencia al bailar que me consta que profesionales de baile como Raúl Jorge Canelo, director del Ballet Independiente, iban a ver a "Tongolele" no sólo para admirar a la guapura de mujer que era y sigue siendo, sino para apreciar la majestuosidad estética de su danza, que lograba de manera original y espontánea. Era una Isadora Duncan pero de ritmo tropical, que con gracia y belleza podía hacer figuras y pasos gozosos.

El encuadre ahora es para Meche Barba

FROYLÁN LÓPEZ: La más sexy; erótica de manera efervescente.

FERNANDO MUÑOZ: Meche es la más mexicana; de una sensualidad increíble, pero muy cercana a nosotros. Nunca es totalmente "mala", siempre se arrepiente y vuelve al buen camino. Es sumamente autocrítica, nunca quiere cantar, aunque cuando lo hace ("Apurruñadito" en la cinta *La muerte es mi pareja*) le sale bien. Su voz es delgada y afinada, pero siempre se la doblan al cantar en películas. Tiene formación teatral y preparación dancística de barra, es acompasada. Meche enloqueció a los italianos con sus actuaciones en cine, en cintas como *La taberna de los ambiciosos*.

ANDRÉS DE LUNA: Pese a ser una mujer recatada, en el cine logró representar con genialidad a mujeres vulgares; fue quien mejor pudo proyectar la vulgaridad en el género cinematográfico de la época.

Esto es increíble porque en su vida privada siempre fue una mujer que se distinguió por su recato y decencia, incluso hasta hace poco tenía una tienda de ropa para bebés, nada qué ver con la imagen prostibularia que logró encarnar en las pantallas.

Ahora un *close up* a Rosa Carmina

ANDRÉS DE LUNA: Mujer bellísima que tuvo la mala fortuna de caer (literalmente) en manos de Juan Orol y, desgraciadamente para los cinéfilos, él no pudo sacarle provecho en términos cinematográficos, pero Rosa Carmina sigue siendo una mujer muy atractiva.

FERNANDO MUÑOZ: Rosa es de una belleza impresionante,



primero por la altura y luego por la cara y el pelo (salían aproximadamente cinco cabelleras de la suya), es la auténtica *vamp* del género. Rosa se preparó para bailar pero sólo hasta que entró al cine. Es la única de las rumberas que de veras canta, sus boleros enloquecen por el sabor y la carga de sensualidad que sabe transmitir.

Era tan profesional que, antes de interpretar sus papeles, recorría de incógnita, con Juan Orol y José G. Cruz, los tugurios de los barrios bajos de México para poder actuar con más realismo en sus películas.

FROYLÁN LÓPEZ: Destaca, como hasta la fecha, por su apostura, su gracia y su erotismo particularmente elegante.

ALBERTO DOMINGO: Mujerona grandota, guapota, cuyo único defecto era que no sabía bailar

DE PRONTO SE ENCIENDEN LAS LUCES Y LA IMAGEN QUEDA FUERA DE FOCO EN LA PANTALLA. "¡QUÉ PASÓ! ¡CÁCARO, NO TE DUERMAS!" (Y OTRAS EXPRESIONES QUE NO PODEMOS REPRODUCIR).

COMO SUCEDE HASTA EN LAS MEJORES PELÍCULAS, POR RAZONES DE TIEMPO CINEMATOGRÁFICO Y DE ESPACIO, CORTAMOS AQUÍ LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS RUMBERAS Y DEJAMOS QUE EL HÁBIL ANDRÉS DE LUNA RÁPIDAMENTE DÉ LOS ÚLTIMOS CRÉDITOS:

MARÍA ANTONIETA PONS tenía espléndidas caderas; muy pocos cinéfilos recordarán otras partes de ella, ni siquiera su rostro. No bailaba bien pero tenía muy buenas intenciones. AMALIA AGUILAR era una mujer fea, pero con la fealdad que embonaba muy bien en este género (porque las bonitas, como Elsa Aguirre, se veían falsas en estas cintas). LILIA PRADO tenía una presencia que desbordaba la esencia cinematográfica; las piernas más bellas de toda la época del cine mexicano y, además, vistas con ese gran cinismo del género de rumberas.



Adiós a las rumberas

YA PASAMOS LOS CRÉDITOS, PERO EL FINAL QUEDÓ EN SUSPENSO.

BREVEMENTE PRESENTAMOS UNA IMAGEN RETROSPECTIVA PARA SABER CÓMO Y EN QUÉ CONCLUYÓ EL CINE DE RUMBERAS. DESGRACIADAMENTE, NO HAY FINAL FELIZ. DISTINTOS ENFOQUES MUESTRAN ESTE TRISTE DESENLACE.

CARLOS MONSIVÁIS: El género de rumberas concluye por sobreexplotación y hartazgo, que motivan su extinción en el cine mexicano.

ALBERTO DOMINGO: Finaliza por agotamiento, ya no había más tragedia bailable que explotar. Las rumberas no pudieron hacer escuela porque no sabían bailar, en general sólo eran cubanas guapetonas.

FERNANDO MUÑOZ: Se acaba por la política de "moralización" emprendida por el regente Uruchurtu, dentro de la cual las rumberas equivalían a "pecado". Paralelamente, surgen las "vedettes" Silvia Pinal, Ana Luisa Peluffo (las reinas de la noche) y Kitty de Hoyos, que son las mujeres que por sí solas pueden sostener un espectáculo en un centro nocturno.

NELSON CARRO: Termina fundamentalmente por razones económicas: se acaba la guerra mundial y Estados Unidos recupera sus mercados y comienza el lento deterioro de la industria cinematográfica mexicana.

ANDRÉS DE LUNA, ¡POR FIN!, CONCLUYE ESTE MELODRAMA: La temática de cabarets y burdeles ya no tiene sentido para el gobierno de Ruiz Cortines, que quiere imponer una política austera que se refleja en la industria cinematográfica. El cine que le sigue trata de imitar las historias del oeste, películas de vaqueritos y toda una serie de cómicos fallidos, a excepción de Tin Tán. Comediantes tan burdos como Manolín y Shilinski, y Cantinflas ya venido a menos con ese cine como aleccionador, moralista, que contrasta con el género de rumberas, el cual se permitía tolerancias aunque al final presentara la parte moral. En este nuevo cine empiezan con el regaño y acaban con el regaño ya sin ninguna preocupación estética; es un cine que aparentemente quiere divertir, pero presenta una "diversión" muy aburrida, solemne y abúlica de tanta reiteración.

ANTE ESTE PANORAMA, EL CINE DE RUMBERAS EMPUÑA CON DECISIÓN UN ARMA BLANCA Y, EN UN AMBIENTE SÓRDIDO DE ARRABAL, PREFIERE MORIR POR AMOR AL "RESPETABLE". LA IMAGEN SE EMPIEZA A DESVANECER, CESAN LOS TAMBORES Y UNA VOZ APENAS AUDIBLE DISUELVE LA ESCENA: "¡ADIÓS, MUNDO CRUEL...!". **FIN**

Oscar Romero

Armando Manzanero

No sé tú, pero *Adoro* confesarte que *Contigo aprendí...*



Dicen que nació el 7 de diciembre de 1935 en Mérida, Yucatán. Aseguran que a los ocho años de edad inició su preparación musical primero teoría musical en la Escuela de Bellas Artes, en Mérida, y posteriormente piano, con Ernestina Rubio y William Sabido. Cuentan que aquel talentoso y chaparrito yucateco creció enormidades al paso del tiempo -aun en contra de la voluntad de su padre, don Sebastián Manzanero- en su condición de músico romántico. Citan que su primer gran éxito fue la canción "Voy a apagar la luz" -interpretada por Lucho Gatica en 1957-, y que de ahí en adelante ya nunca se apagó la llama de su creatividad, ni su fama de compositor. Afirman también que hoy en día es indiscutiblemente uno de los pilares de la canción romántica moderna en México, un prolífico y solicitado artista cuyas composiciones han sido interpretadas y reinterpretadas por numerosos cantantes, y consumidas por un público romántico que ya cuenta entre sus filas a varias generaciones, y todo ello "porque el amor nunca pasa de moda".

Sin embargo, Armando Manzanero Canché prefiere decir de sí mismo que es una persona demasiado amorosa, que habla del amor de manera intensa y fanática, que especula con él y vive para él. Se jacta de haber vivido cosas maravillosas, de haber comido en algunos de los restaurantes del mundo que sólo frecuentan los millonarios, de haber visitado cualquiera de los países donde haya estado algún prominente empresario mexicano, y de gozar de la misma popularidad de un presidente -y no sólo durante un sexenio, sino toda la vida. No obstante, su mayor satisfacción -asegura- es no tener dinero; advierte que lo más importante para él es el "ser" y no el "tener". Dice haber aprendido -a través de sus lecturas- de Abraham Lincoln, que "se puede mentir un día, pero no todos los días"; de Winston Churchill, que "uno puede perder todo en la vida, menos las proporciones"; y de su compadre, el compositor Luis Demetrio, que "siempre hay que escuchar a todo el mundo". También confiesa ser terriblemente machista y un dictador que exige mucho, porque da todo.

Voy a apagar la luz
para pensar en ti
y así dejar volar
a mi imaginación.

Ahí donde todo lo puedo
donde no hay imposibles
qué importa vivir de ilusiones
si así soy feliz.

"Voy a apagar la luz"

Dentro de su oficina de la vicepresidencia de la Sociedad de Autores y Compositores de Música (SACM), Armando Manzanero gira, vibra y se mueve al ritmo de la máquina de escribir eléctrica y del repiquetear de los teléfonos, que solícitamente atiende su hijo Diego para evitar interrupciones que lo distraigan, en tanto nuestro entrevistado ensaya una definición del amor, tema central de nuestra conversación:

"Yo creo que es la emoción más natural que traemos; unos lo desarrollan en forma muy intensa, otros no tanto; es según el temperamento de cada persona. Pero indudablemente el amor es algo que traemos todos los seres que tenemos vida, y no sólo hablo de los seres pensantes, también está el amor de una perra por sus cachorros o el de un árbol hacia la tierra. El amor es el instinto más primitivo y primordial que tenemos todos los seres vivientes.

"En mi caso, el amor es algo un poquito exagerado, es un poco fanático, demasiado intenso; soy una persona muy amorosa que brindo mucho amor a la gente, aunque ello no quiere decir que sienta amor hacia todo ni por todo el mundo. Por el contrario, en ese sentido me considero una persona demasiado reservada en mis sentimientos. Pero por supuesto que amo, a pesar de los problemas que he tenido; no me siento herido ni lastimado, me siento muy satisfecho por todas las veces que he amado.

"En lo que se refiere a mi trabajo, el amor es profesionalmente lo mío: hablo del amor y especulo con él; de eso vivo y es así como yo trabajo. Pero créame que está bien compensado, porque lo practico, porque amo mucho a mi gente; pero cuando se trata de una cosa material, por mucho que yo la ame, puedo desprenderme de ella. Sin embargo, conozco gente que no se puede deshacer de sus objetos materiales; es gente muy amorosa, pero siempre y cuando no se trate de dar. En cambio, en mi caso, una de las satisfacciones más grandes que experimento es no tener dinero, para mí es más importante el 'ser' que el 'tener', y pienso así aunque he comido en lugares donde seguramente comió Rockefeller; he visitado países donde con certeza ya estuvo el señor Azcárraga; y he competido en popularidad -y no cada seis años, sino toda la vida- con algún presidente. En fin, no creo haber deseado algo que no haya tenido, al igual que la gente más encumbrada y adinerada de este mundo, pero para mí lo único que realmente vale la pena en la vida es el amor. Usted puede tener todo lo que pueda ver, poseer todas las riquezas y la fama del mundo, pero puede también carecer del amor de la gente que lo rodea".

Parece que fue ayer
eras mi novia y te llevaba
de mi brazo.

Parece que fue ayer
cuando dormido yo soñaba
en tu regazo.

"Parece que fue ayer"

A pesar del apoyo que le brindan su secretaria y su hijo Diego, Armando Manzanero interrumpe de vez en cuando la charla para contestar una llamada y arreglar, entre gentilezas, su participación en un programa de televisión y los últimos detalles para su próxima presentación en el extranjero, o bien, para echar un vistazo y firmar algunos documentos administrativos sobre diversos problemas de sus colegas compositores, asuntos fríos y numéricos que contrastan notoriamente con su calidez humana. Un enorme ventanal que da hacia el extenso jardín de las instalaciones de la SACM es el sitio al que nuestro entrevistado dirige su mirada, intentando explicarnos las circunstancias que han provocado una especie de "resurgimiento" del bolero y la reinterpretación de viejas piezas románticas -incluidas sus propias composiciones- con nuevos arreglos e intérpretes.

"En mi caso, el amor es algo un poquito exagerado, es un poco fanático, demasiado intenso. En lo que se refiere a mi trabajo, el amor es profesionalmente lo mío: hablo del amor y especulo con él".

"Yo creo que uno de los problemas que llegan a tener los grandes compositores es que se encuentran tan arriba, son tan importantes, que después de un rato se olvidan de que a veces hay que bajarse del pedestal para conocer a las nuevas generaciones y seguir trabajando.

"Por ejemplo, yo recuerdo cómo ocurrió mi encuentro con Luis Miguel. Viene don Hugo López y me dice: 'Manzanero, el 'Micky' quie-

re cantar unos boleros tuyos en el programa de Verónica Castro, ¿qué te parece si lo acompañas?'. Lo primero que dije fue: '¡Hombre, encantado!'. Ahora yo me pregunto qué hubiera pasado si en vez de aceptar hubiera dicho: 'No, ¿por qué tengo que ir a acompañarlo si ya no soy pianista?'. Pero no, yo decidí acompañar a un artista de una nueva generación que, además, tienecalidad y categoría.

"Tiempo después, cuando el mismo Hugo López me dijo: 'Armando, prepárate muchas canciones para que un día 'Micky' haga un disco de música romántica', yo acepté y empecé a trabajar y a prepararlo. Cuando se dio el caso, me pidieron las canciones para la mañana siguiente y en la tarde ya estaba escuchando las piezas. Yo soy una persona que siempre ha dicho 'sí' a todo lo que implique colaborar, a todo lo que sea estar pendiente y estar presente.

"Por otra parte, yo no podía permitir que muchos de nuestros grandes cantantes se llenaran la boca al decir que se iban a grabar a Europa, con compositores españoles, porque no tenían buenas canciones mexicanas y porque aquí no había compositores, cuando muchas de esas 'estrellas' se hicieron con canciones mexicanas, pero cuando tuvieron dinero decidieron irse a grabar al exterior.

"Por esta razón, y como mexicano, yo tenía el deber de hacerles saber que lo que afirmaban no era cierto, que en México se hacen canciones muy buenas, tan buenas que todavía perduran y que nuestro país es un lugar de donde salen los mejores compositores del mundo; y digo 'los mejores del mundo' porque aun sin contar con toda la parafernalia ni los grandes 'blofes' que se dan en otras partes del orbe, son compositores que han perdurado en el tiempo y en la distancia".

Adoro la calle en que nos vimos,
la noche cuando nos conocimos,
adoro las cosas que me dices,
nuestros ratos felices
los adoro, vida mía.

Adoro la forma en que sonríes,
el modo en que a veces me riñes,
adoro la seda de tus manos,
los besos que nos damos,
los adoro, vida mía.

"Adoro"

Con 59 años de edad y numerosos éxitos dentro de su repertorio -"Voy a apagar la luz", "Adoro", "Paso a pasito", "Parece que fue ayer", "Somos novios", "Esta tarde vi llover", "Felicidad", "Mía", "Contigo aprendí", "No", "Tonto", "Es mi corazón un vagabundo", "Señor Amor", "Como yo te amé" y "No sé tú", entre los más conocidos-, Armando Manzanero ha triunfado en varios festivales de música internacional y sus composiciones han sido interpretadas por músicos extranjeros y nacionales de la talla de Frank Sinatra, Steve Lawrence, Perry Como, Lucho Gatica, Olga Guillot, Eddie Gormé, Tony Bennet, Angélica María, Carmela y Rafael, Paul Muriat, Rafael, Marco Antonio Muñiz, Daniel Riolobos, Manoella Torres, María del Carmen, Sonia "La Única", Dulce, "Bronco", Lucero y Luis Miguel.

A propósito del éxito comercial que han tenido recientemente sus canciones y otras piezas románticas de diversos compositores mexicanos "de antes" en la voz de Luis Miguel, el maestro Manzanero explica emocionado:

"Los discos *Romance* y *Romance II* incluyen un repertorio muy bonito, son canciones muy adorables, con arreglos muy bellos, con un sonido de grabación pensado para los muchachos, y en los que Luis Miguel constituye un atinado vínculo entre los jóvenes de hoy y los compo-



sitores de antes, quienes tenían algo muy importante: material de mucha calidad, porque sin querer expresarme mal de nadie, debo decir que no creo que las canciones que surjan en este momento -vamos a llamarlas 'desechables'- vayan a perdurar, como efectivamente sucedió con canciones que aun siendo muy antiguas pudieron grabarse para estos discos.

"Yo creo que el asunto tiene mucho que ver con las edades. Yo tengo una hija de 19 años que tiene un gran problema: cuando escucha a un cantante nunca me dice si canta bien o mal, sólo exclama: 'Qué guapo es, ¿verdad?'. Esta niña se va a quedar con la imagen del artista, del cantante que le regaló un beso, un abrazo o que le dedicó una canción. Pero afortunadamente hay muchas parejas de novios o de esposos que van a recordar la canción, van a guardarla como su himno, como su música de recuerdo y, más tarde, cuando sean padres, van a seguir recordando esa canción.

"Creo que la mayor parte del público que compra discos es como la 'niña' de la casa, definitivamente ése es el tipo de consumidor. Los chamacos ahora están muy adelantados, ya desde muy pequeñitos están muy pendientes de un artista, yo lo veo con mis nietos; quizá no tienen aún la madurez para saber diferenciar entre un muchacho bonito y una buena canción".

Mía, aunque te vayas por otro camino
y que jamás nos ayude el destino
nunca te olvides, sigue siendo mía.

Mía, aunque con otro contemples la noche
y de alegría hagas un derroche,
nunca te olvides, sigue siendo mía.

Mía porque jamás dejarás de nombrarme
cuando duermas habrás de soñarme,
hasta tú misma dirás que eres mía.

"Mía"

Convertido ya en un verdadero "embajador" de la canción romántica mexicana, Armando Manzanero es un trotamundos que, con sus composiciones y su bonhomía dentro de una maleta, recorre numerosos países dispuesto a interpretar con la mayor sensibilidad y orgullo sus propias composiciones; viaja con su esposa o solo, pero siempre de la mano del amor, del cual y para el cual dice vivir:

"Yo creo que el amor nunca va a pasar de moda. ¡Cómo va a pasar de moda si hasta para tener un hijo primero hay que tener amor! Amor, porque para traer un hijo al mundo una madre va a sentir el mayor dolor que pueda imaginarse, y luego para educarlo, máxime cuando se tiene un solo hijo y lo criamos como si fuera el único del mundo, el más grandioso y sin defectos; recuerdo aquel chiste: '¿Definición de maravilla? ¡Mi hijo!', aunque éste sea el bodoque más horroroso que pueda existir.

"Una de las satisfacciones más grandes que experimento es no tener dinero, para mí es más importante el 'ser' que el 'tener'; y pienso así aunque he comido en lugares donde seguramente comió Rockefeller, he visitado países donde con certeza el señor Azcárraga ya estuvo, y he competido en popularidad -y no cada seis años, sino toda la vida- con algún presidente".

"Ni en la vida ni en las canciones el amor va a pasar de moda; quizá en la música ha cambiado la forma de hablar de él; ahora ya se utilizan instrumentos electrónicos y computadoras para hacer canciones secuenciales que por lógica modifican la música, pero en esencia, la canción que habla del amor es la misma.

"Por ejemplo, ahora se oye que hablan de temas sexuales en las canciones, que si 'te voy a desvestir y voy a soltarte la blusa' y que 'déjame usar ese rincón tan exquisito que tienes' y no sé qué, ¡todo eso es muy viejo! Quizá ahora lo dicen en una forma más abierta, sin envoltura de ninguna clase. Lo que ha cambiado es esta generación; en este momento, una muchachita a la que uno le abre la puerta del auto, le cede el paso o le acerca una silla, piensa que uno es muy anticuado...

"Hace unos 50 años un señor escribió: 'Qué tan lejos ha quedado aquella cita que nos uniera por primera vez, parece una violeta ya marchita en el libro de recuerdos del ayer...', y aunque se refiera a ello, no está hablando abiertamente de una experiencia sexual; yo también escribí: 'Voy a apagar la luz para pensar en ti...', bien podía yo estar hablando de un acto sexual. Ahora lo que falta es imaginación, las cosas se dicen de diferente forma pero no ha cambiado nada, ni se ha inventado nada, ni los españoles nos han venido a enseñar nada; lo mismo que los españoles nos hicieron hace 500 años, venir a jodernos la vida con tantas cosas, lo vinieron a hacer con la música después. Tal parece que festejaron los 500 años con eso. Nosotros tenemos lo nuestro y además lo cantan ellos".

Somos novios
pues los dos sentimos

mutuo amor profundo
y con eso ya ganamos
lo más grande de este mundo.
Nos amamos,
nos besamos como novios,
nos deseamos
y hasta a veces sin motivo,
sin razón, nos enojamos.

"Somos novios"

Alegre y afable, Armando Manzanero aborda el tema de su oficio de compositor y comparte sus personales opiniones a propósito del trabajo que otros compositores desarrollan en estos momentos:

"Quiero ser muy sincero y honesto: no compongo a diario, yo hago una canción cuando tengo ganas de decir algo, de expresar algo, y nunca me he puesto a pensar si tengo que meter tal o cual palabra; nunca me he puesto a ensayar una frase pegajosa o un recurso 'truquero' para que guste, como lo hacen los constructores de canciones que, por supuesto, logran tener éxito porque es fácil que el público caiga en un truco, pero son canciones que también pasan de moda muy pronto, son canciones desechables. Por eso yo prefiero hacer canciones que de veras siento y quizá por eso coincido con mucha gente que me escucha. Aunque también hay gente que mata y paga para que sus discos se transmitan por el radio, porque sabe que el público impulsivamente va a comprarlos, porque la niña o el niño quiere escucharlos, porque la novia los quiere y su novio se los va a tener que regalar.

"En cuanto al trabajo que están haciendo ahora otros compositores, existe un señor que se llama Jorge Macías, que 'pegó' cantando una canción que se llamaba 'Mi primera edad', ésa que decía 'Dónde, dónde, dónde estará aquella época donde estaba yo enamorado de mi maestra', y luego viene y 'pega' con otra canción que interpretaba Julio Iglesias que decía 'Tropecé de nuevo y con la misma piedra', y en este momento Vicente Fernández acaba de vender un millón de copias de otra canción de él; en fin, es una persona que está muy vigente y sabe qué está haciendo. Y entre los jóvenes hay uno que se llama Gil Rivera, que compone maravillosamente y su material es sencillamente excepcional; inclusive se da el lujo de componer para 'Bronco' y ese tipo de gente 'grupera', que son artistas que están vendiendo. También tenemos a un señor que, ojo, se llama Martín Urrieta, que el día de mañana podría ser quien supliera a un José Alfredo Jiménez o a un Manuel Esperón, por su manera tan bonita de componer, la canción 'Mujeres', por ejemplo, que canta Vicente Fernández, y no sé cuántas otras piezas ha sacado y han sido éxitos.

"Lamentablemente el nombre del compositor no sale a flote por esa falta de respeto tan acentuada que existe en nuestro país al no mencionar quién compone las canciones. Hay una compositora que se llama Amparo Rubí, que si aún no tiene el éxito que se merece es porque no ha encontrado al intérprete idóneo, pero es una señora que compone de veras, maravillosamente bien. También hay un señor que se llama José Manuel Fernández, que acaba de salir de esta oficina con una producción preciosa, pero tiene un gran problema: no está luchando en una guerra equitativa, sino en una batalla en la cual unos tienen rifles y otros no; no tiene aún la oportunidad de que escuchen sus composiciones ni de llegar hasta los intérpretes con la facilidad de antes, porque lamentablemente nuestros cantantes piensan ahora que para que las cosas salgan bien, tienen que hacerlas en el extranjero".



Como yo te amé
jamás te lo podrás imaginar
pues fue una hermosa
forma de sentir
de vivir, de morir
y a tu sombra seguir,
así yo te amé.

Como yo te amé
ni en sueños lo podrás
imaginar
pues todo el tiempo te
pertenecí,

ilusión no sentí
que no fuera por ti,
así es como yo te amé.

"Como yo te amé"

En el ocaso del día y de nuestra entrevista, Armando Manzanero imagina a un consumidor ávido de conocer y disfrutar la "crema y nata" de la canción romántica mexicana, enlista géneros y cita nombres; subraya méritos interpretativos y pondera cualidades musicales:

"Indudablemente que ese consumidor primero tendría que comprarse los dos discos de Luis Miguel de canciones románticas (*Romance* y *Romance II*), pero también tendría que adquirir la música de un trío que hubo en México, que cantó canciones hermosas y que se llamó 'Los Tres Ases', y si queremos hablar de leyendas, pues ahí están 'Los Panchos'. También hubo un señor como Fernando Fernández, que grabó las canciones románticas más hermosas que se pueda imaginar. Tendría que comprarse los discos de boleros de Tania Libertad y de Guadalupe Pineda, que son preciosos. Y qué decir del disco *Corazón de bolero* de Dyango, que es hermosísimo. Y si entramos a la canción romántica de mariachi, tendríamos que comprar la colección del Mariachi Vargas, ¡por Dios que van a comprar una música hermosísima! Y ahí está el bolero ranchero en la voz de Javier Solís, que es tan bonito, tan bello.

"Yo, como intérprete, no puedo ocupar ningún lugar en especial dentro de la lista, porque a pesar de que haya vendido muchas canciones en varios idiomas por todo el mundo, no soy alguien de quien se dijera que es un intérprete completo. Sin embargo, hay un disco que se llama *Las canciones que quise escribir* y que realmente es el único disco mío como intérprete que vale la pena; aunque además van a comprar canciones, no sólo a un señor que canta.

"Y es que en mi caso sucede una cosa muy curiosa: la gente compra mis discos por la forma en que digo las canciones; muchas veces les gusta más cómo canto yo, que un intérprete bueno. El público es muy difícil de entender; si pudiéramos adivinar sus gustos, todos los días haríamos éxitos".

Finalmente, acerca del próximo milenio y del futuro que avizora para la canción romántica y su mercado de consumidores, nuestro entrevistado frunce el ceño para afirmar con vehemencia:

"Va a suceder lo mismo que pasó con las canciones que grabó Luis Miguel; estoy seguro, si quiere se lo firmo. Todos regresamos a nuestro origen. Ahora la mayoría de los músicos se preocupa por grabar con una consola de 150 canales y una mezcla de locura y no sé qué tanto más. Pero en el próximo siglo, como ahora, va a llegar un señor a cantar canciones que para entonces serán viejas, se va a hacer acompañar por un piano acústico -que existe desde la época de Chopin y de Liszt-, un bajista que toque tan bello como el señor Abraham Laboriel, una persona que toque la batería acústica como Carlos Vega y un músico que interprete las percusiones tan hermosamente como Luis Conti, y todo con un conjunto de cuerdas, y esa canción va a competir con toda la música que para entonces se componga, que a lo mejor va a ser toda lunática y planetaria, ¡y va a gustar otra vez! Porque los orígenes y las raíces de nuestro temperamento y de nuestra manera de ser posiblemente se hayan quedado dormidas para entonces, pero bastará nada más con el toquecito de una nota bonita para que vuelvan a despertar.

"Yo no podía permitir que muchos de nuestros grandes cantantes se llenaran la boca al decir que se iban a grabar a Europa, con compositores españoles, porque no tenían buenas canciones mexicanas y porque aquí no había compositores".

"Porque la música que ahora, por ejemplo, se toca en una discoteca, no le cabe a nadie en el cuerpo ni en el alma; se van a dormir y todavía siguen sacudiéndose en la cama. Pero de pronto llega un tipo como Luis Miguel para cantarnos junto con un violincito aquello de 'La puerta se cerró detrás de ti...' ¡y se jodió a todos, a todos! Todos los demás juntos no vendieron lo que Luis Miguel vendió con esas viejas canciones que se escribieron hace ya 40 años...".

No sé tú
pero yo no dejo de pensar
ni un momento me logro despojar
de tus besos, tus abrazos,
de lo bien que la pasamos
la otra vez.

No sé tú
pero yo quisiera repetir
el cansancio que me hiciste sentir
con la noche que me diste
y el momento que con besos construiste.

"No sé tú"

Guillermo Torales

Para terminar bien el año

El consumidor quiere mejorar su revista

Porque usted es nuestro mejor reportero, permanentemente nos interesa saber qué opina sobre los reportajes y los estudios que mensualmente elaboramos para usted, amable lector.

¡Participe con nosotros en el empeño de brindar un servicio informativo cada vez más ameno y eficiente a través de ésta su **Revista del Consumidor**!

De antemano, agradecemos su colaboración; sus comentarios y sugerencias seguirán tomándose en cuenta para enriquecer este proyecto editorial en el cual usted es el actor central.

Datos generales:

Nombre: _____

Ocupación: _____

Edad: _____

Estado civil: _____

Grado escolar: _____

CUESTIONARIO

Marque con una cruz dentro del paréntesis la respuesta que corresponda a cada pregunta:

¿Es usted suscriptor de la Revista del Consumidor?

Si ( ) Desde hace ____ año(s) No ( )

¿Desde hace cuánto tiempo lee esta revista?

Menos de un año ( ) De uno a tres años ( )
De tres a cinco años ( ) Más de cinco años ( )

De la Revista del Consumidor usted lee...

Todo ( ) Sólo una parte ( ) Únicamente la hojea ( )

Además de usted, ¿cuántas personas leen esta publicación?

Una ( ) Dos ( ) Tres ( )
Cuatro ( ) Cinco ( ) Seis o más ( )

¿Cuántos números de la Revista del Consumidor acostumbra leer al año?

Todos -12 revistas- ( )
La mayoría -7 a 11- ( )
Algunas -2 a 6- ( )

SUSCRÍBASE
LÉALA
DISFRÚTELA
HÁGALA SUYA
Revista del CONSUMIDOR

PRIMERA CLASE
PERMISO POSTAL
No. 3505
MÉXICO, D.F.

Correspondencia con derechos por cobrar.
Solamente servicio nacional.

El porte será pagado por:

Revista del CONSUMIDOR

Administración de Correos No. 44, c.p. 03001, México, D.F.

NOTA: LLENAR CON LETRA DE MOLDE. NO SE HACEN SUSCRIPCIONES CON DATOS INCOMPLETOS O ILEGIBLES

NOMBRE _____

DIRECCIÓN _____

COLONIA _____ C.P. ☐☐☐☐☐

DELEGACIÓN O MUNICIPIO _____

ESTADO _____ TELÉFONO _____

SUSCRIPCIÓN POR UN AÑO N$ 60.00 ☐ A NOMBRE DE LA **REVISTA DEL CONSUMIDOR**

SUSCRIPCIÓN NUEVA ☐ RENOVACIÓN DE SUSCRIPCIÓN ☐

FORMA DE PAGO

GIRO POSTAL ☐ CHEQUE ☐

No. _____

ACLARACIONES TELÉFONOS 559-72-96 EXT. 217 Y 568-87-22 O DIRECTAMENTE A INSURGENTES SUR No. 1228, 5o. PISO, COL. TLACOQUEMÉCATL DEL VALLE, DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ, MÉXICO, D.F., C.P. 03200.



¿Cuáles son los artículos o las secciones que le gusta leer?

De los artículos o secciones que lee, ¿cuales prefiere y por qué? _____

_____

¿Qué artículos, temas o secciones le gustaría que se incluyeran en la revis

_____

_____

¿Qué opina de las fotografías y de las caricaturas que publicam

_____

_____

Desde su punto de vista, el tamaño de los artículos es:

Muy breve ( ) Adecuado ( ) Muy extenso (

La presentación de la revista (tipo de papel y calidad de impresión) le parece.

Buena ( ) Regular ( ) Mala ( )

Porque: _____

El lenguaje de los artículos es:

Rebuscado ( ) Técnico ( ) Claro (

¿Cómo considera la presentación de los textos?

Legible ( ) Poco legible ( )

Otro: _____

_____

¿Sigue usted las recomendaciones que le proporciona la Revista del Consumidor p
realizar sus compras?

Si ( ) ¿Qué resultado ha obtenido? _____

_____

_____

No ( ) ¿Por qué? _____

_____

¿Hay algo que le desagrade de la Revista del Consumidor?

¿Qué es? _____

_____

_____

¿Qué sugerencias tiene para mejorar la Revista del Consumidor?

_____

_____

_____

¿Usted recomendaría la Revista del Consumidor? ¿A quién?

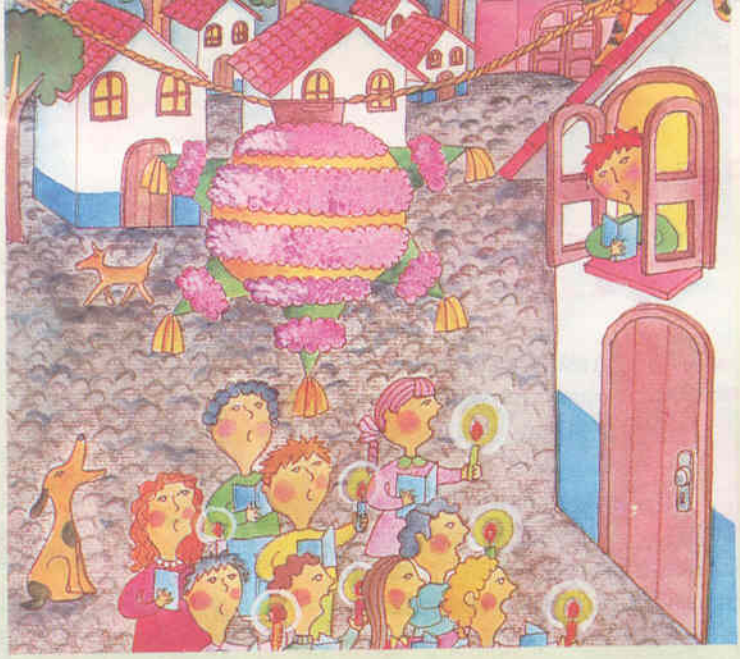
Nombre: _____

Teléfono: _____ Dirección: _____

¡Esperamos sus comentarios, gracias!

Por favor, envíenos este cuestionario con sus sugerencias a Insurgentes Sur núm. 1228, col. Tlacoquemécatl del Valle, 5o. piso, C.P. 03200, México, D.F., o vía fax al 559-27-32.

Los pequeños consumidores



¡Vivamos nuestras posadas!

La espera siempre es larga, pero diciembre ha llegado por fin, y con él las tradicionales fiestas navideñas que son todo un espectáculo visual: piñatas bellamente adornadas, sabrosas frutas y coloridos dulces, "nacimientos" y posadas, que son nuestra celebración preferida.

En el nombre del cieelooo
yo os pido posada

Éstas son las primeras líneas de la letanía que se acostumbra cantar a coro frente a la casa donde se va a "pedir posada"; dicha tradición decembrina tiene su origen en el surgimiento del cristianismo, y la introdujeron a nuestro país los frailes españoles hace ya casi cuatro siglos. Desde luego que en aquellos tiempos la celebración no se parecía en nada a la actual; primero consistía en misas matutinas para recordar el nacimiento de Cristo; al correr de los años, el homenaje religioso se prolongó a la oración de la tarde, y en el siglo XVII se establecieron las procesiones. A últimas fechas se le han agregado el canto y la convivencia.



Entren santos peregrinos,
peregrinos, reciban este rincón...

... Responden cantando las personas que ofrecen su morada a los "peregrinos", una vez que estos últimos han realizado un recorrido por las calles con velitas prendidas, silbatos, "espantasuegras" y lucecitas de bengala. Al momento de entrar a la casa se les da la bienvenida con una lluvia de confeti multicolor.

¡Qué bonitas son nuestras posadas! No cabe duda que constituyen una expresión netamente mexicana, enriquecida con nuestra historia y cultura popular, al igual que las pastorelas, esas representaciones que muestran la lucha entre el bien y el mal, y que suelen presentarse en esta temporada en las iglesias o en el teatro.

Y qué decir de las piñatas, los "diablos panzones" que atesoran en su barriga los frutos de la tierra, sobre los cuales saltamos cuando alguien finalmente la rompe con el palo: y allá va la cascada de mandarinas, manzanas, limas, cañas, tejocotes, colaciones y cacahuates, que despiden un aroma a añoranza y recuerdo.

Durante las fiestas decembrinas también es posible saborear los riquísimos antojitos mexicanos, dulces y bebidas preparados especialmente para esta ocasión: crujientes tostadas, buñuelos, ponche calientito, turrón, colación... mmmmh, ¡exquisito!

Echen confites y canelones
para los muchachos que son muy tragones

Después de la primera "posada" continuarán otras ocho hasta el día 24 de diciembre, fecha en que concluyen con el tradicional nacimiento del "niño Dios".

¡Te invitamos a que vivas nuestras tradiciones e impulses tu creatividad!

Pasatiempo

¡Elabora tu propia piñata!

En esta época de posadas, cuando el momento más esperado es el de romper la piñata, ¿qué tal si damos rienda suelta a nuestra imaginación y creamos nuestra propia piñata?, ¿estás de acuerdo? Bueno, ¡pues manos a la obra y pongamos a trabajar nuestras habilidades! Sólo necesitamos un globo grande o mediano, como prefieras, engrudo, papel periódico y de china, cartoncillo, y ¡muchas ganas!

Cómo hacerla

1. Primero hay que preparar nuestro pegamento (engrudo). Para hacerlo pide ayuda a mamá o papá: en medio litro de agua caliente agrega dos cucharadas de harina de trigo; mantén la mezcla a fuego lento y muévela constantemente hasta que espese; déjala enfriar y ¡listo!



2. Infla el globo según el tamaño deseado y anuda muy bien el extremo para que no se escape el aire. Enseguida recárgalo sobre una mesa o superficie plana y comienza a cubrirlo con tiras de papel periódico untadas con engrudo. No olvides dejar un espacio circular en la parte superior para introducir por allí la fruta.

3. Cuando hayas completado una capa de papel, déjala secar. Repite la operación cuantas veces sea necesario.



4. En el momento en que sientas que el globo forrado ya tiene una consistencia dura, similar a la del barro, rompe el globo y haz un pequeño agujero en cada extremo de la "boca" de la piñata, de manera que por ahí pueda pasar una cuerda delgada que nos servirá para colgarla.

5. Con el cartoncillo y el papel de china puedes crear la figura que desees. Una muy sencilla y tradicional es la estrella: haz cuatro conos con sus respectivas "pestañas"; forra el cuepo de la piñata con el papel de china, luego los conos, y finalmente únelos a aquel. Ahora sólo tienes que esperar a que empiece la posada ¡para darle duro!



real*
Margarina Pasteurizada

* CONSISTENCIA TRADICIONAL O SUAVE PARA UNTAR.
* DIFERENTES PRESENTACIONES PARA DIFERENTES PRESUPUESTOS.
* CALIDAD CERTIFICADA POR NUESTROS PRINCIPALES CLIENTES, CONSUMIDORES E INSTITUCIONES QUE REGULAN LAS CARACTERISTICAS DE LOS PRODUCTOS PARA GARANTIZAR LA SALUD DEL CONSUMIDOR.
* PIDALA EN SU TIENDA DE AUTOSERVICIO O CREMERIA FAVORITA.

CARRANCEDO*

CARRANCEDO ALIMENTOS, S.A. DE C.V.
AV. CEYLAN 493
COL. IND. VALLEJO 02300
AZCAPOTZALCO, D.F.
TELS: 567 62 22
567 68 22
FAX: 368 15 53
*MARCAS REGISTRADAS

NUEVAS

LA MAS SALCHICHA DE TODAS

CAMPESTRE M.R.



"La carne contiene proteínas"

Experimento

Lo duro y lo crudo

¿Quieres saber cómo hacer girar un huevo durante más tiempo y así sorprender a tus amiguitos? Ahora te vamos a decir cómo.

Necesitas dos huevos, uno crudo y el otro cocido (duro); toma uno de ellos y dale el otro al amiguito que quiera competir contigo. Pero antes debes tener buen cuidado de tomar tú el huevo duro y darle a tu amigo el huevo crudo, por supuesto sin que él lo sepa. Ambos se ponen a girar el huevo y ¡sorpresa!, mientras el otro huevo ya paró de girar, el tuyo sigue y sigue.

Que por qué el huevo duro giró más tiempo que el otro, te diremos. El huevo crudo contiene líquido (la clara y la yema) y, al contrario de lo que sucede con el huevo cocido, no forma una unidad con el cascarón.

El líquido opone resistencia a la rotación que le quiere imponer el cascarón. En cambio, en el huevo duro todo el líquido se ha solidificado y no sólo no opone resistencia, sino que incluso contribuye a aumentar el tiempo de rotación:



también puede girar más tiempo que un cascarón vacío, pues como su masa es más grande, almacena más energía, que es lo que permite el movimiento continuo.

Fuente: 66 nuevos experimentos de La Pandilla Científica, por el profesor Científix. Edit. Conacyt y Alhambra, 3a. edición, México, 1989.

Jugos del Valle
en Aluminio,
lo más
natural.



S FRUTAS SON SALUDABLES

Video Film no cumplió



Revista del Consumidor:

Les escribo esta carta a raíz de un problema que tuve desde hace ya más de un año, y sobre el cual solicito su asesoría:

El 24 de julio de 1993 contraje matrimonio y una prima del que ahora es mi esposo nos ofreció como regalo de bodas la **videograbación** de la ceremonia religiosa y del banquete; el contrato se hizo con la empresa **Video Film, S. A.** -ubicada en la calle Sabino núm. 99, colonia Santa María la Ribera-, donde el día 20 de julio del mismo año se pagó la cantidad de N$ 500.00 por concepto de anticipo (anexo fotocopia del recibo).

El día de la boda se presentaron dos personas de la mencionada empresa a grabar el evento, tal y como se había solicitado, y se comprometieron a mostrárnoslo a nuestro regreso de la "luna de miel", lo cual efectivamente se llevó a cabo; después de ver el video se llegó al acuerdo de que días después nosotros llevaríamos algunas fotografías y piezas musicales para editarlo y musicalizarlo.

Desgraciadamente, aquella fue la última vez que vimos nuestro video, pues a partir de entonces, la empresa -a través de una señorita de nombre Janet- empezó a poner obstáculos para editar el material y entregarnos la cinta, argumentando que la persona que había grabado nuestra boda -el señor Jorge Valle- realizaba en esos días otros trabajos en la ciudad de Cancún, por lo que debíamos esperar su regreso; y en la espera transcurrieron los meses de septiembre y octubre.

Más tarde el proveedor nos pidió una prórroga en la entrega del material, pues nos explicó que durante noviembre y diciembre tenían exceso de trabajo; ante tal solicitud, accedimos a llevar nuestras fotografías y el casete musical para la edición hasta el mes de enero, fecha en que entregamos lo prometido a la citada señorita Janet, la cual se comprometió formalmente a proporcionarnos el trabajo terminado en 15 días más.

Sin embargo, los meses pasaron y diferentes empleados de la empresa le "dieron largas" al asunto, hasta que finalmente nos confesaron que ¡habían extraviado nuestro video! También nos enteramos de que el señor Valle había dejado de trabajar con ellos desde hacía ya varios meses.

Después de muchas dificultades, mi esposo logró ponerse en contacto con el señor Valle a fin de solicitarle su ayuda para localizar el video extraviado, lo cual aquél aceptó. Cabe destacar aquí que la búsqueda de nuestra cinta en la "videoteca" de la empresa **Video Film, S. A.** nos permitió darnos cuenta de la grave desorganización e irresponsabilidad con que se maneja el material fílmico (no estaba debidamente clasificado, carecía de un registro formal y, lo que es peor aún, el nuestro no era el único video extraviado, pues varios clientes andaban en busca de otros tantos).

Sobra decir que en medio de tal desorden fue imposible dar con nuestro video; la empresa quiso justificarse echándole la culpa al camarógrafo, que ya tenía meses de no trabajar con ellos; éste último nos comentó que suponía que tal vez dicha cinta ya había sido empleada para otra grabación.

Molestos y desesperados, intentamos hablar con los dueños de la empresa pero nos dijeron que se habían ido a los Estados Unidos a ver el "Mundial de Futbol". A pesar de nuevos intentos por localizarlos, nunca pudimos hablar con ellos para solucionar el problema; por si fuera poco, la última vez que nos comunicamos con la señorita Janet, en un acto de cinismo y torpeza, quiso culparnos a nosotros "por haber dejado pasar tanto tiempo".

Ya se ha cumplido más de un año de mi boda; está por demás decir cuánto valor sentimental tiene ese video para nosotros, por esa razón queremos manifestar nuestro asombro ante tamaña irresponsabilidad y nuestra inconformidad por la actitud negligente y poco profesional que la empresa ha adoptado ante un problema que ellos mismos ocasionaron. ¿Es posible exigirle legalmente a esta compañía el cumplimiento del contrato firmado?, ¿contempla la ley este tipo de problemas?, ¿qué podemos hacer?

Atentamente
Sra. Elizabeth Romero de T.
Playa Tecolutla
Col. Reforma Iztaccihuatl
México, D.F.

Sra. Elizabeth Romero de T.:

Para atender el caso que usted plantea se debe tomar en cuenta que el artículo 7 de la Ley Federal de Protección al Consumidor claramente consigna la obligación del proveedor consistente en cumplir todo lo acordado con el consumidor: términos, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a las cuales se hubiera obligado o convenido.

Asimismo, de acuerdo con el artículo 127 de la mencionada ley, las infracciones a lo dispuesto en el primer precepto serán sancionadas con multa por el equivalente de una hasta mil 500 veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal.

Por otro lado, se debe tener presente que si la prestación del servicio se llevó a cabo de manera indebida por parte de los colaboradores, subordinados o demás personal auxiliar de la empresa, de acuerdo con el artículo 9 de la LFPC, el proveedor es igualmente responsable por esos actos.

En consecuencia, le recomendamos presente su reclamación en la Delegación de la Procuraduría ubicada en Insurgentes Sur núm. 1228, P.B., colonia Tlacoquemécatl del Valle.

Sobre un seguro

Revista del Consumidor:

He tenido en mis manos un ejemplar de su publicación (núm. 206 correspondiente al mes de abril de 1994), y leí en la página 17 el artículo referente a las compañías aseguradoras (en este caso sobre seguros para automóviles). Llamó mi atención la forma en que allí se cataloga a la aseguradora **Grupo Nacional Provincial** como una de las mejores, más eficientes, honestas y seguras; a continuación me permito exponerles mi experiencia personal, al tiempo que solicito su asesoría y orientación.

Mi padre, de nombre Antonio Javier López Segura, trabajó por espacio de 20 años en la Junta de Caminos del Estado de Sonora, Residencia Tesopaco, desempeñando labores como chofer de camión. Él tenía un seguro de vida que contrató su centro de trabajo precisamente con la aseguradora **Nacional Provincial**, en el cual aparecemos como beneficiarios mi madre, Margarita Hadar Yañez, una servidora, de nombre Laura Elena (de 17 años de edad y casada), mi hermano Pedro de 16 años y mi hermano Manuel de 8 años, cada uno con derecho a recibir el 25 por ciento del total de la suma asegurada.



Desafortunadamente, mi padre falleció el pasado 9 de octubre de 1993 a causa de las heridas que sufrió en un accidente automovilístico ocurrido el día 4 de ese mismo mes y año, el caso es que mi madre cobró el mencionado seguro de vida en el mes de febrero de 1993, y a mí se me ignoró por completo a pesar de ser beneficiaria con el 25 por ciento; debo aclarar que yo me enteré de estos hechos por medio de rumores, ya que se ni la aseguradora, ni la compañía donde trabajó mi papá, ni mi madre me notificaron absolutamente nada.

Es por ello que manifiesto mi inconformidad ante la Procuraduría Federal del Consumidor en contra de la aseguradora **Grupo Nacional Provincial, S.A.**, debido a que no se respetó lo que mi padre dejó establecido al designar a los beneficiarios y la forma en que debía repartirse dicho seguro. Considero que la principal responsable de esta irregularidad es la compañía aseguradora, pues allí deben investigar y estar plenamente seguros de que el dinero verdaderamente se entrega a quien corresponde. Es por ello que envío esta en carta en espera de que me puedan ayudar. Muchas gracias.

Atentamente
Laura Elena López Hadar
Domicilio conocido
Rosario Tesopaco,
Sonora,
C.P. 85700

Señora López Hadar:

Para dar respuesta al problema que usted nos plantea debemos aclarar que, de conformidad con el artículo 5° de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Procuraduría Federal del Consumidor no es competente en este tipo de asuntos, ya que los problemas derivados de la contratación de seguros están sujetos a la supervisión o vigilancia de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas.

También es importante señalar que el reportaje que usted nos menciona, y que fue publicado en nuestra revista bajo el título de: "Quién es quién en seguros de automóvil", tiene la intención (como todos los artículos que se publican) de informar a los consumidores acerca de las actividades de los proveedores, así como de los productos y servicios que se ofrecen, sin que ello signifique que la Procuraduría promueva, avale o, en su caso, desacredite a proveedor alguno, ni que se asegure la inexistencia de anomalías en la prestación de dichos servicios.

Por lo anterior, le recomendamos que acuda a dicha Comisión, ubicada en Av. Insurgentes Sur núm. 1971, colonia Guadalupe Inn, Distrito Federal, C.P. 01020.

La **Revista del Consumidor** es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Para suscripciones y ventas llamar al 611-73-79, 611-75-23 y 598-67-81. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la filosofía de la revista. Se incluyen como parte de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y encuentro de corrientes de opinión. Esta publicación no autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.

Se autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.

Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, Registro núm. 015-1176. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los talleres de Ediciones Especializadas Mexicanas, S. A. de C.V., Escape núm. 4 D, Fracc. Alce Blanco, Naucalpan, c.p. 53370, Edo. de México.


El aprecio no se demuestra
con el precio

"¿No te gustaría lucir un cabello saludable y brillante hasta las puntas?"

Eugenia Silva.
Modelo Internacional.



La línea de Acondicionadores Pantene Pro-V, deja tu cabello como siempre lo has deseado: saludable y brillante hasta las puntas.
Sólo su Pro-Vitamina B5 penetra y nutre el cabello de la raíz a la punta, previniendo la orzuela.
¡Pruébalo!

Con **Pantene Pro-V,** *tu cabello se ve tan saludable que brilla.*

"CUIDAR EL AGUA ES CUIDAR EL FUTURO"



ISSN0188-2708

Estudio de calidad de ¡juguetes

COLECCIONABLE

INTRODUCCIÓN

Con el objetivo de orientarle en la compra de juguetes para la temporada navideña y el Día de Reyes, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) ha realizado un estudio de calidad de estos productos evaluando sus principales características, la información al consumidor, la garantía y sus condiciones, así como el precio. Los productos sometidos a prueba fueron muñecas simples y eléctricas, autopistas, carros eléctricos y mecánicos, trenes eléctricos, juguetes de destreza, armables y educativos, enseres domésticos, aparatos de control remoto, además de los juguetes electrónicos de audio y video.





JUGUETES EDUCATIVOS

Juguetes educativos Juguetes educativos Juguetes educativos Juguetes educativos Jug

NOMBRE DEL JUGUETE	ESPIROGRAFO LUMINOSO	GARAGE	IQ ARCADE	OPERANDO	STROLLER TOY	TREN FANTASIA DE MICKEY	MAGNA DOODLE	
MARCA	Kenner	Fisher Price	Exploratoy	Milton Bradley	Ensueño	Mattel	Ensueño	
MODELO	67006	2553	6085	4545	9329	66006	4801-3	
PAIS DE ORIGEN	MEXICO	E.U.	TAIWAN	E.U.	CHINA	CHINA	E.U.	
EDAD RECOMENDADA	6 años en adelante	6 meses a 5 años	7 años en adelante	6 años en adelante	6 meses a 2 años	18 meses en adelante	3 años en adelante	
INFORMACION AL CONSUMIDOR	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
INSTRUCTIVO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
GARANTIA	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
ACABADOS	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
ENSAMBLE	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
FUNCIONAMIENTO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
SEGURIDAD	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Juguete para hacer dibujos	Garage para autos con rampa	Juguete educativo de preguntas y respuestas	Mesa de operaciones médicas	Juguete para carreola	Tren de Mickey con remolque	Pizarrón magnético	
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	100	100	100	100	100	100	
PRECIO (N$)	69.00	155.00	199.00	73.90	46.60	35.00	89.00	

Descripción de las pruebas

Las pruebas aplicadas a los juguetes fueron: **información al consumidor, acabados, análisis de instructivo y garantía, ensamble, funcionalidad, seguridad y biodisponibilidad.**

Información al consumidor. El empaque del juguete debe presentar nombre o razón social, dirección del fabricante o del importador, marca, modelo, garantía, instructivo de armado y uso, centros de servicio, edad recomendada y la leyenda del país de origen; toda la información debe estar redactada en español.

Acabados. Se verificó que los artículos no presentaran rebabas, faltante de material, manchas o rayaduras, entre otros defectos de fabricación. En general, la apariencia del juguete debe ser buena.

Análisis de instructivo y garantía. Se investigó la duración de la cobertura de la garantía, causas que la anulan, forma de hacerla efectiva y existencia de centros de servicio. Por su parte, el instructivo debe estar en idioma español y preferentemente acompañado de dibujos y esquemas.

Ensamble. Se constató que las partes ensamblaran adecuadamente, es decir, que las piezas presentaran el ajuste apropiado entre sus uniones.

Funcionamiento. Se verificó que el juguete realizara las funciones para las cuales fue diseñado.

Seguridad. Se comprobó que el juguete o sus partes no dañen la integridad física del niño. Además se constató que los artículos para menores de tres años no incluyeran partes pequeñas que el niño pueda ingerir.

Biodisponibilidad. Esta prueba fue la más exigente e importante, porque a través de ella se determina si existe algún grado de toxicidad en el juguete, en caso de que el niño se lo lleve a la boca, lo cual representaría un riesgo para la integridad física del infante.

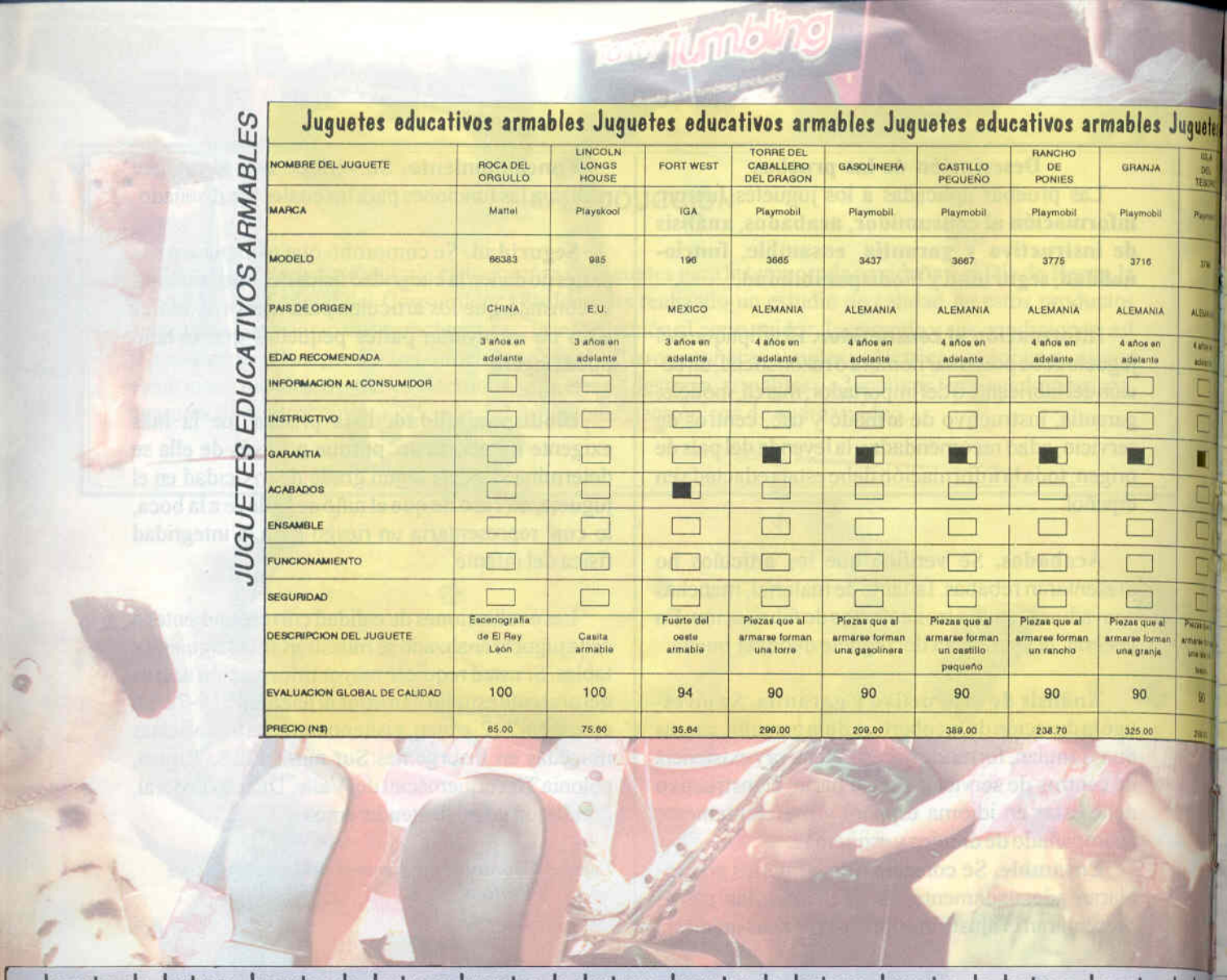
Las evaluaciones de calidad correspondientes a cada juguete analizado se muestran en las siguientes tablas. Si usted requiere mayor información acerca del presente estudio llámenos al teléfono 559-72-96 extensión 242, o bien, visítenos en nuestras oficinas ubicadas en Insurgentes Sur núm. 1228, 7° piso, colonia Tlacoquemécatl del Valle, Distrito Federal, donde con gusto lo atenderemos.

Fuente: Coordinación General de Investigaciones Profeco.

Juguetes educativos Juguetes educativos Juguetes educativos Juguetes educativos Juguetes

EL GRANJERO DICE	GEO SAFARY	EL RELOJ DE POLLY	PILAS DE ARITOS	SUPER SPEAK AND READ	MIS PRIMEROS BLOQUES	EL JUEGO DEL CLUB DE DISNEY	MIS PRIMEROS CUENTOS	DISEÑO NOVA	EL ZOO MAGICO	JUEGO DE QUIMICA
Mattel	Educational Insights	Mattel	Fisher Price	Texas Instrument	Fisher Price	Mattel	Mattel	Mediterráneo	Texas Instrument	Mi Alegría
1714	ET-9674M	6428	1050	2101	1024	8417	3115	Ref. 32	1066786-0200	203
MEXICO	E.U.	HONG KONG	E.U.	E.U.	E.U.	ITALIA	ITALIA	ESPAÑA	CHINA	MEXICO
[illegible] a 5 años	N.P.	4 años en adelante	De 6 a 36 meses	3 a 7 años	De 6 a 24 meses	6 años en adelante	2 a 7 años	8 años en adelante	9 a 36 meses	5 años en adelante
Juguete parlante	Juego de preguntas y respuestas	Reloj casa de muñecas	Barra de plástico para apilar aros	Cuaderno electrónico para aprender el idioma inglés	Juguete para introducir formas geométricas	Juego de mesa	Libro con palabras hechas y grabadas	Juguete para rotular y pintar tela	Juguete parlante	Laboratorio de química
97	97	94	94	91	90	86	85	85	82	79
170.00	508.00	138.00	15.87	445.00	30.79	110.00	195.00	259.00	270.00	203.00

EXCELENTE
BIEN
REGULAR
DEFICIENTE



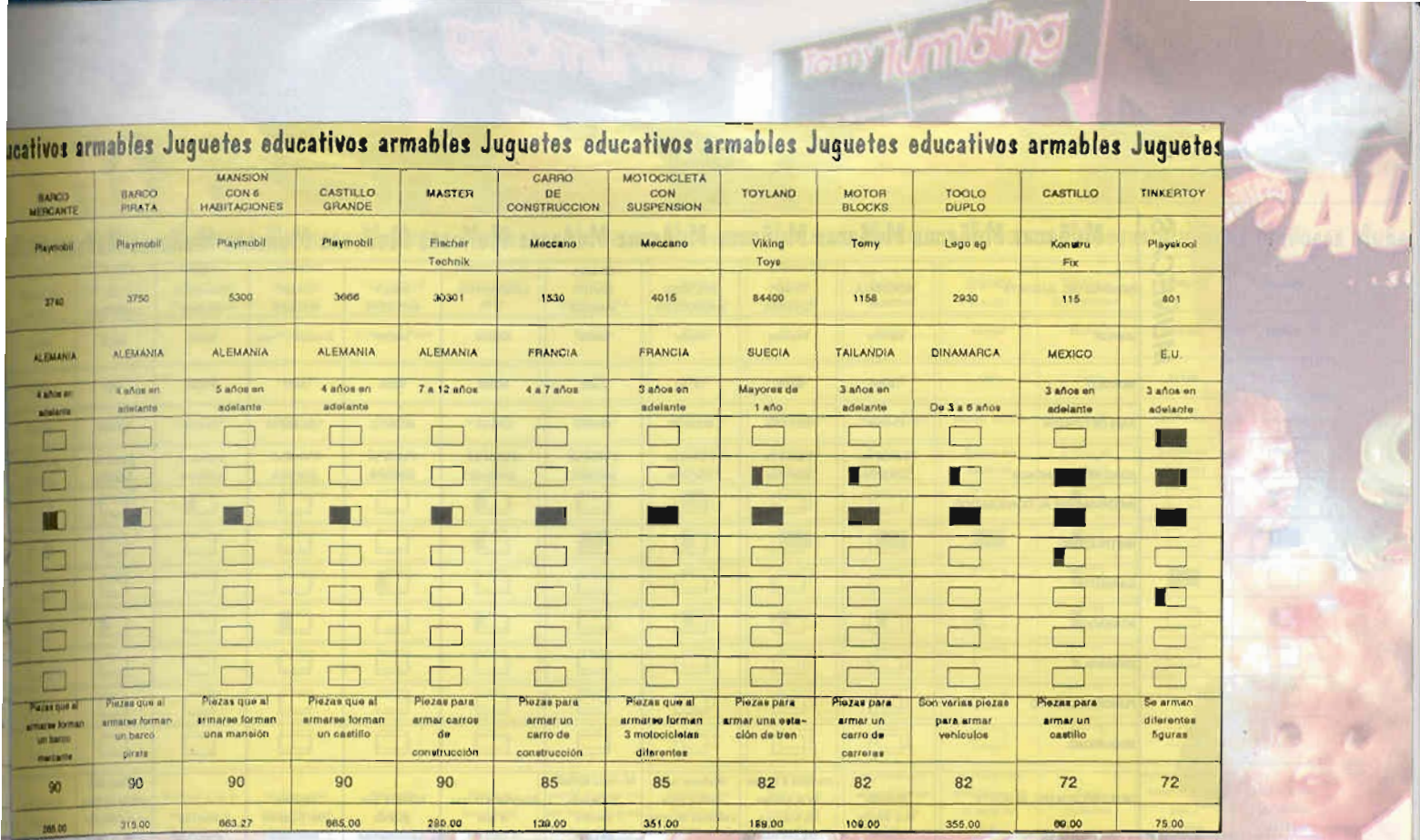
JUGUETES EDUCATIVOS ARMABLES

Juguetes educativos armables Juguetes educativos armables Juguetes educativos armables Juguete

NOMBRE DEL JUGUETE	ROCA DEL ORGULLO	LINCOLN LONGS HOUSE	FORT WEST	TORRE DEL CABALLERO DEL DRAGON	GASOLINERA	CASTILLO PEQUEÑO	RANCHO DE PONIES	GRANJA	ISLA DEL TESORO
MARCA	Mattel	Playskool	IGA	Playmobil	Playmobil	Playmobil	Playmobil	Playmobil	Playmo
MODELO	66383	985	196	3665	3437	3667	3775	3716	376
PAIS DE ORIGEN	CHINA	E.U.	MEXICO	ALEMANIA	ALEMANIA	ALEMANIA	ALEMANIA	ALEMANIA	ALEMA
EDAD RECOMENDADA	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante	4 años en adelante	4 años en adelante	4 años en adelante	4 años en adelante	4 años en adelante
INFORMACION AL CONSUMIDOR	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
INSTRUCTIVO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
GARANTIA	☐	☐	☐	■	■	■	■	■	■
ACABADOS	☐	☐	■	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ENSAMBLE	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
FUNCIONAMIENTO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
SEGURIDAD	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Escenografía de El Rey León	Casita armable	Fuerte del oeste armable	Piezas que al armarse forman una torre	Piezas que al armarse forman una gasolinera	Piezas que al armarse forman un castillo pequeño	Piezas que al armarse forman un rancho	Piezas que al armarse forman una granja	Piezas que armarse una isla
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	100	94	90	90	90	90	90	90
PRECIO (N$)	65.00	75.60	35.84	299.00	209.00	389.00	238.70	325.00	299

Juguetes de destreza Juguetes de destreza Juguetes de destreza Juguetes de destreza Juguetes de destreza Juguetes de dest

NOMBRE DEL JUGUETE	APILA Y EQUILIBRA	NO TIRES LOS FRIJOLES	BOGOL	SPIROGRAPH	ELEFATROMPAS	CHICK A BOOM	SOPA LOCA	BRINCAN, BRINCAN PALOMITAS	NO ROMPAS EL HIELO	SCRABBLE	MOUSE	SUPER MARIO COMBO
MARCA	Playskool	Milton Bradley	Parker Brothers	Kenner	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Milton Bradley	Milton Bradley	Ensueño Tyco	Ensueño
MODELO	5026	4786	384	14270	9038	9611	7033	5098	4784	4035	9614	49
PAIS DE ORIGEN	E.U.	E.U.	E.U.	MEXICO	E.U.	E.U.	E.U.	MEXICO	E.U.	E.U.	MEXICO	MALA
EDAD RECOMENDADA	1 año en adelante	3 años en adelante	8 años en adelante	5 años en adelante	5 años en adelante	5 años en adelante	4 años en adelante	De 2 a 4 años	5 años en en adelante	8 años en adelante	5 años en adelante	4 años en adelante
INFORMACION AL CONSUMIDOR	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
INSTRUCTIVO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
GARANTIA	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ACABADOS	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ENSAMBLE	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
FUNCIONAMIENTO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
SEGURIDAD	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Cubos para armar	Juego de destreza	Juego para formar palabras	Espirógrafo	Máscara con trompa de elefante para para recoger aros	Juego para colocar canicas y tirar una gallina	Platón que gira con canicas	Lanza palomitas de plástico a un recipiente	Juguete de destreza	Formación de palabras	Juguete de destreza	Pumelo
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	10
PRECIO (N$)	22.95	35.00	80.25	50.00	133.00	79.00	160.50	144.00	35.00	78.00	104.50	14



ucativos armables Juguetes educativos armables Juguetes educativos armables Juguetes educativos armables Juguetes

BARCO MERCANTE	BARCO PIRATA	MANSION CON 6 HABITACIONES	CASTILLO GRANDE	MASTER	CARRO DE CONSTRUCCION	MOTOCICLETA CON SUSPENSION	TOYLAND	MOTOR BLOCKS	TOOLO DUPLO	CASTILLO	TINKERTOY
Playmobil	Playmobil	Playmobil	Playmobil	Fischer Technik	Meccano	Meccano	Viking Toys	Tomy	Lego eg	Konstru Fix	Playskool
3740	3750	5300	3666	30301	1530	4015	84400	1158	2930	115	601
ALEMANIA	ALEMANIA	ALEMANIA	ALEMANIA	ALEMANIA	FRANCIA	FRANCIA	SUECIA	TAILANDIA	DINAMARCA	MEXICO	E.U.
4 años en adelante	4 años en adelante	5 años en adelante	4 años en adelante	7 a 12 años	4 a 7 años	3 años en adelante	Mayores de 1 año	3 años en adelante	De 3 a 6 años	3 años en adelante	3 años en adelante
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	◧	◧	◧	■	■
◧	◧	◧	◧	◧	■	■	■	■	■	■	■
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	◧	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	◧
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Piezas que al armarse forman un barco mercante	Piezas que al armarse forman un barco pirata	Piezas que al armarse forman una mansión	Piezas que al armarse forman un castillo	Piezas para armar carros de construcción	Piezas para armar un carro de construcción	Piezas que al armarse forman 3 motocicletas diferentes	Piezas para armar una estación de tren	Piezas para armar un carro de carreras	Son varias piezas para armar vehículos	Piezas para armar un castillo	Se arman diferentes figuras
90	90	90	90	90	85	85	82	82	82	72	72
288.00	319.00	663.27	665.00	280.00	129.00	351.00	159.00	109.00	355.00	69.00	75.00

☐ EXCELENTE
◧ BIEN
◧ REGULAR
■ DEFICIENTE

Juguetes de destreza Juguetes de destreza Juguetes de destreza Juguetes de destreza Juguetes de destreza Juguetes de destreza

DESTREZA	MINI GOLF	LA BATALLA NAVAL	FASHION MAGIC	HORMIGAS TRAVIESAS	INGENIERO AUTOMOTRIZ	NO DESPIERTES A PAPA	BATTLESHIP	DOMINO RALLY	TWIRL O PAINT	MAGIC SHOT ARCADE	AIRTRIX	CHANGUITOS	MIHO CHERRY-O
Milton Bradley	Mattel	Video Technology	Ensueño	Milton Bradley	Algara	Parker Brothers	Milton Bradley	Ensueño Tyco	Bandai	Pressman	Toy Island	Milton Bradley	Ensueño Tyco
4000	10237	80-1050	4520-1	4056	259	455	4730	9501	529	0068	43001	4056	4703-3
MEXICO	MEXICO	HONG KONG	HONG KONG	E.U.	CHINA	E.U.	E.U.	E.U.	ESPAÑA	E.U.	HONG KONG	E.U.	E.U.
5 años en adelante	4 años en adelante	8 años en adelante	6 años en adelante	3 años en adelante	10 años en adelante	4 años en adelante	8 años en adelante	6 años en adelante	4 años en adelante	6 años en adelante	5 años en adelante	3 años en adelante	3 a 6 años
☐	☐	☐	☐	☐	☐	■	■	☐	☐	☐	☐	☐	■
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	◧	☐	■
☐	☐	☐	☐	☐	◧	☐	☐	☐	◧	■	■	■	☐
☐	☐	☐	☐	◧	☐	☐	☐	■	☐	☐	☐	◧	◧
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	◧	☐	☐	☐	☐	◧	☐	☐	☐	☐	☐
Juego para acomodar piezas geométricas en una charola	Mini golf con 9 hoyos	Juego de estrategia militar	Juguete con moldes para hacer bisutería	Hormigas que saltan	Juegos de experimentos físicos	Juego de azar	Juego de destreza	Circuito domino	Plato que gira para hacer figuras con spray	Disparos de tiro al blanco	Pelota suspendida con aire, la cual debe introducirse en aros	Changuitos que se enganchan	Juego de mesa
100	100	100	97	97	90	90	90	89	85	85	82	82	72
110.00	75.00	276.00	78.00	33.81	151.00	135.00	89.00	299.00	115.00	145.00	194.00	15.48	72.00



MUÑECAS

Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas

NOMBRE DEL JUGUETE	GOLOSITA	COMPI CARITAS	LI'L MISS MAGICOLOR	SIRENA CANTO MAGICO	CUIDADITOS	SALLY SECRETS	MAGIE DOODLE	MI PRIMERA BARBIE	LA CENICIENTA	JAZMIN JAQUI
MARCA	Kenner	Famosa	Mattel	Mattel	Kenner	Mattel	Ensueño Tyco	Mattel	Mattel	Mattel
MODELO	19000	60737	10780	2368	60060	5520	1657	11294	1624	1781
PAIS DE ORIGEN	CHINA	ESPAÑA	MEXICO	CHINA	CHINA	MEXICO	TAILANDIA	CHINA	CHINA	CHINA
EDAD RECOMENDADA	4 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante
INFORMACION AL CONSUMIDOR	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
INSTRUCTIVO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	◧
GARANTIA	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ACABADOS	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ENSAMBLE	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
FUNCIONAMIENTO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
SEGURIDAD	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Muñeca que simula comer	Muñeca a la que se le estiran los brazos y las piernas	Muñeca cuyo pelo y ropa cambian de color	Muñeca sumergible que cambia de color	Muñeca a la que le late el corazón	Muñeca que guarda calcomanías	Muñeco con pizarrón integrado	Muñeca articulada	Muñeca cuyo vestido de fiesta se convierte en traje de novia	Muñeca bailarina
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	100	100	100	100	100	100	100	100	97
PRECIO (N$)	137.10	215.00	189.00	115.00	195.00	99.90	139.00	42.90	67.90	89.9

N.P.: No Presenta.

MUÑECAS ELECTRICAS

Muñecas eléctricas Muñecas eléctricas Muñecas eléctricas

NOMBRE DEL JUGUETE	PASITOS TRAVIESOS	BABY PEREZOSO	MIS PRIMEROS PALABRAS
MARCA	Mattel	Famosa	Ensueño Tyco
MODELO	4575	60678	2001
PAIS DE ORIGEN	HONG KONG	ESPAÑA	CHINA
EDAD RECOMENDADA	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante
INFORMACION AL CONSUMIDOR	☐	☐	☐
INSTRUCTIVO	☐	☐	☐
GARANTIA	☐	☐	☐
ACABADOS	☐	☐	☐
ENSAMBLE	☐	☐	☐
FUNCIONAMIENTO	☐	☐	☐
SEGURIDAD	☐	☐	☐
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Muñeca con andadera a control remoto	Muñeco que llora	Muñeco que agarra la sonaja y la agita
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	100	100
PRECIO (N$)	352.00	235.00	329.00

☐ EXCELENTE
◧ BIEN
◨ REGULAR
■ DEFICIENTE



Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñe

PRETTY CRIMPIN CURL	EXPRER HOLLYWOOD HAIR	BARBIE CABELLOS BRILLANTES	DISNEY ALADDIN JASMINE	THE LITTLE MERMAID	BRONCEADO BRILLANTE KEN	OSITO BANDOLERA	TROLL BARBIE	ROMANTIC BRIDE BARBIE	DONNA MARTIN	BRENDA WALSH	TRIATES SORPRESAS	NENUCO	JASMIN
Hasbro	Mattel	Mattel	Mattel	Ensueño Tyco	Mattel	Famosa	Mattel	Mattel	Mattel	Mattel	Mattel	Famosa	Mattel
30800	2309	10968	11272	1818	4904	N.P.	10257	1661	1575	1572	10665	61196	2557
CHINA	MEXICO	MALASIA	CHINA	CHINA	MALASIA	ESPAÑA	MALASIA	INDONESIA	HONG KONG	HONG KONG	CHINA	ESPAÑA	MALASIA
3 años en adelante	4 años en adelante	N.P.	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante
Muñeca de trapo con accesorios	Muñeca con estrellitas en el cabello	Muñeca que se peina con el gel brillante	Muñeca con diamante que cambia de color	Pequeña sirena	Muñeco bronceado	Muñeca que se puede guardar en una bolsa canguro, trae accesorios	Muñeca con figuras de troll (broche)	Muñeca Barbie con vestido de novia	Muñeca con accesorios de la serie de T.V.	Muñeca con accesorios de la serie de T.V.	Tres muñecos	Muñeca que tiene biberón, hace pipí y babitas	Muñeca con un vestido adicional
97	97	97	97	95	91	90	88	87	87	87	86	85	84
220.00	85.00	259.00	31.70	76.00	85.00	259.00	70.00	88.00	72.00	75.00	182.00	95.50	106.00



eléctricas Muñecas eléctricas Muñecas eléctricas Muñecas eléctricas Muñecas eléctricas Muñecas eléctricas Muñecas eléctricas

PIPO ZONAJERO	COSQUILLITAS	TAMY TUMBLING	COQUETA	GOROLITO	JENNIE GIMNASTA	CALIFORNIA ROLLER BABY	PALABRITAS	SUZY SNAPSHOT	STARLA	FAMOSITA PATINADORA	COMPICRECE	POMPADITAS	TANA
Famosa	Hasbro	Ensueño-Tyco	Auriken	Famosa	Mattel	Ensueño	Kellan	Galoob	Hasbro	Famosa	Famosa	Elizabeth	Famosa
747480	9065	33200	83290	87023	11163	1617	71462	3214	9035	81981	60669	815	87567
ESPAÑA	HONG KONG	CHINA	MEXICO	CHINA	CHINA	CHINA	CHINA	CHINA	CHINA	ESPAÑA	ESPAÑA	MEXICO	ESPAÑA
2 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante	4 años en adelante	1.5 años en adelante	De 5 años en adelante	De 3 años en adelante	3 años en adelante	Mayor de 3 años	2 años en adelante	3 años en adelante
Muñeca que agarra la arena y la agita	Muñeca que ríe	Muñeca que brinca	Muñeca que habla	Muñeca que al acercarle su taza mueve la cabeza	Muñeca a control remoto que hace ejercicios	Muñeca que patina	Dice 5 frases	Al fotografiarla hace poses	Al hablar distorsiona la voz	Muñeca que patina	Se estira y adopta posiciones	Muñeca de trapo que llora	Al quitarle el chupón, llama
100	100	100	100	100	100	97	97	94	88	85	80	72	71
325.00	179.00	159.00	341.40	145.00	209.00	185.00	204.00	333.00	345.00	212.00	190.00	45.19	95.00



ñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas Muñecas

FIESTA DE ESPUMA BARBIE	NENA VIVA	ELIZABETH	CHAPITAS	ELIZABETH	ARETES MAGICOS BARBIE	ABRAZAME Y QUIEREME	BEBETINES	MOCOSETE	LAVABLE BABIES	LOCA – LOCA	ELIZABETH "CAMINA"	COMPI CRECE
Mattel	Kenner	Elizabeth	Elizabeth	Elizabeth	Mattel	Bebé Beatriz	Alexei	Famosa	Mattel	Fuber	Elizabeth	Famosa
4159	18600	115	751	123	7014	142	TRAVIESA 200	47450	4134	N.P.	152	N.P.
MALASIA	CHINA	MEXICO	MEXICO	MEXICO	MALASIA	MEXICO	MEXICO	ESPAÑA	CHINA	ESPAÑA	MEXICO	ESPAÑA
3 años en adelante	3 años en adelante	2 años en adelante	2 años en adelante	N.P.	3 años en adelante	2 años en adelante	Todas las edades	3 años en adelante	2 años en adelante	N.P.	2 años en adelante	3 años en adelante
■	□	□	□	□	■	□	□	□	□	◧	□	■
◧	□	□	□	□	■	□	■	■	■	◧	■	◧
□	□	■	■	■	□	■	■	■	■	■	■	■
◧	◧	◧	◧	◧	□	◧	□	□	□	□	◧	□
□	◧	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
□	■	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	◧
□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
Muñeca en baño de burbujas	Muñeca que come y toma mamila	Muñeca de trapo	Muñeca de trapo	Muñeca de plástico	Muñeca con aretes	Muñeca que abre los ojos	Muñeca con movimiento manual	Muñeco que toma biberón y hace moquitos	Muñeca	Muñeca que se acomoda en cualquier posición	Muñeca de plástico	Muñeco que crece y adopta todas las posiciones
84	84	82	82	82	80	79	75	75	75	73	72	67
75.00	210.00	30.12	45.19	31.49	75.00	47.95	30.00	237.00	87.30	280.00	68.47	165.00

MUÑECOS

Muñecos Muñecos Muñecos Muñecos Muñecos Muñecos Muñecos Muñecos

NOMBRE DEL JUGUETE	DOODLE PAN	CHAPUZON	MI PRIMER MICKEY	LOS PICAPIEDRA BOWL O RAMA	CHIQUITOS DORMILONES	CHUPETE MAGICO	KOOSH CRITTERS	SOY SUAVECITO Y CARIÑOSITO
MARCA	Ensueño Tyco	Cabbage Patch Kids	Mattel	Mattel	Mattel	Famosa	Ensueño Tyco	Elizabeth
MODELO	1673	31862	86013	11563	3745	7452710	9200	490
PAIS DE ORIGEN	TAILANDIA	CHINA	CHINA	CHINA	CHINA	ESPAÑA	E.U.	MEXICO
EDAD RECOMENDADA	3 años en adelante	2 años en adelante	0–24 meses	4 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	2 años en adelante
INFORMACION AL CONSUMIDOR	□	□	□	□	□	□	□	□
INSTRUCTIVO	□	□	□	✓	□	□	□	□
GARANTIA	□	□	□	□	□	□	◧	◧
ACABADOS	□	□	□	□	□	□	□	□
ENSAMBLE	□	□	□	□	□	□	□	□
FUNCIONAMIENTO	□	□	□	□	□	□	□	□
SEGURIDAD	□	□	□	□	□	□	□	□
AUSENCIA DE TOXICIDAD	□	□	□	□	□	□	□	□
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Muñeco con pantalla magnética	Muñeco que se puede bañar	Muñeco de tela con sonido de sonaja	Juego de boliche de Pedro Picapiedra	Muñeco que despierta con agua en los ojos	Muñeco con chupón mágico	Perrito con pelo de goma	Muñeco de trapo
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	100	100	100	100	100	95	95
PRECIO (N$)	135.80	149.00	37.00	29.00	80.10	54.30	25.00	38.71

□ EXCELENTE
◧ BIEN
■ REGULAR
■ DEFICIENTE

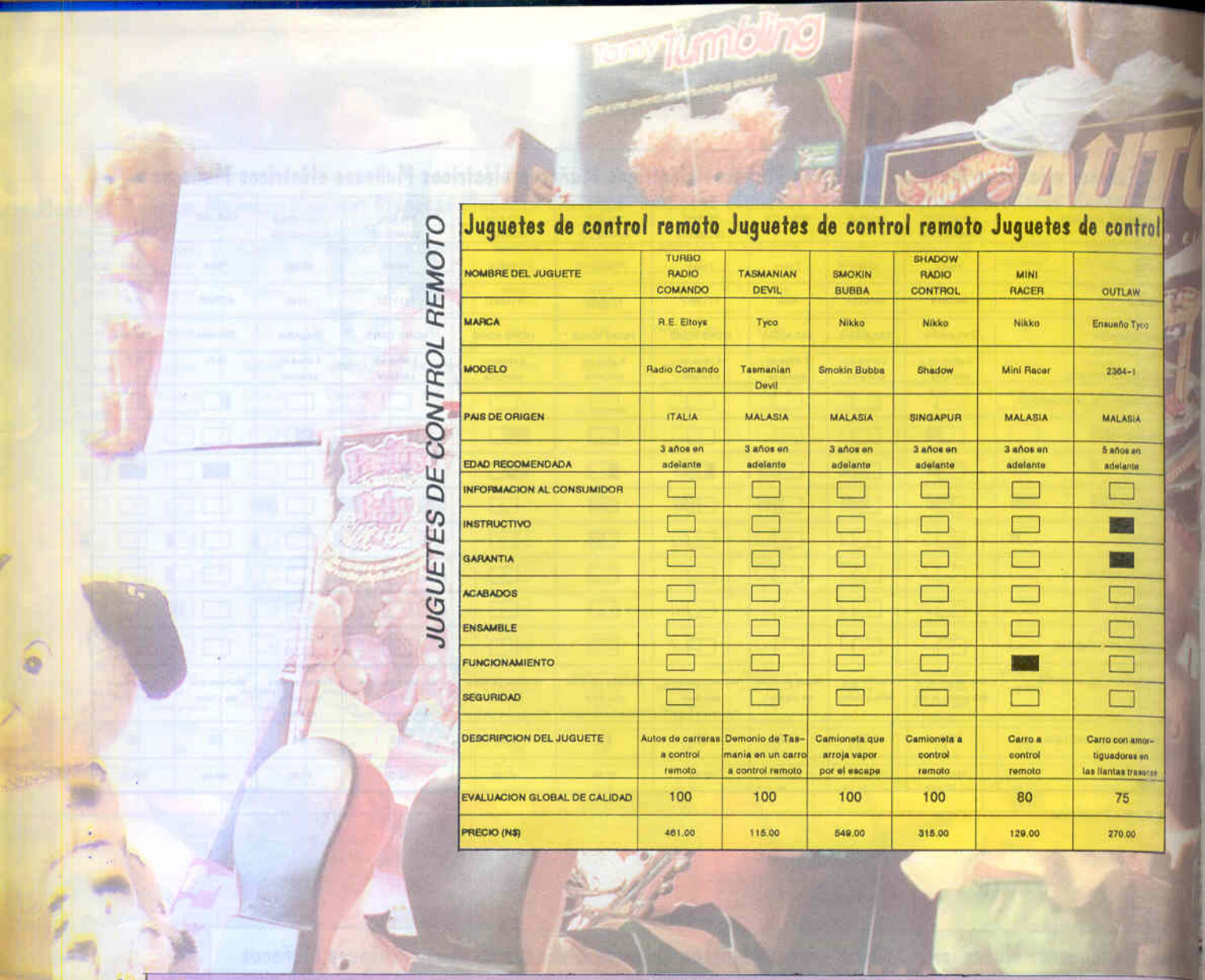
Muñecos eléctricos Muñecos eléctricos Muñecos eléctricos Muñecos eléctricos Muñecos eléctricos Muñecos

NOMBRE DEL JUGUETE	VEKKOSITO GRABADORA	RUFUS	KNIGHTS	YO SOY CHABELO	YO SOY CHABELO	YO SOY CHABELO	YO SOY CHABELO	CRAYONES MUSICALES	CARUSO	TATO PAYASO
MARCA	Yekko	Yekko	Tomy	Yekko	Yekko	Yekko	Yekko	Mattel	Falca	Falca
MODELO	AMO654	AMO621	4508	Y111017	Y110417	Y110817	Y111117	11742	677562	N.P.
PAIS DE ORIGEN	TAILANDIA	TAILANDIA	TAILANDIA	HONG KONG	HONG KONG	HONG KONG	HONG KONG	MALASIA	ESPAÑA	ESPAÑA
EDAD RECOMENDADA	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante	4 años en adelante	4 años en adelante	4 años en adelante	3 años en adelante	N.P.	N.P.
INFORMACION AL CONSUMIDOR	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	◧	◧
INSTRUCTIVO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■	☐	☐
GARANTIA	☐	☐	☐	◧	◧	◧	◧	☐	■	■
ACABADOS	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ENSAMBLE	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
FUNCIONAMIENTO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
SEGURIDAD	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
AUSENCIA DE TOXICIDAD	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Oso de peluche que graba la voz	Perrito que salta y ladra	Robot armable de plástico	Muñeco parlante que dice "Vamos a jugar"	Muñeco parlante que dice "Escucha mi llanto"	Muñeco parlante que dice "Te quiero mucho"	Muñeco parlante que dice "Quieres ser mi cuate"	Portacrayones que emite sonidos	Muñeco que ríe y llora	Payaso que llora y ríe
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	100	100	95	95	95	95	94	82	82
PRECIO (N$)	128.00	94.00	89.00	62.50	62.50	62.50	62.50	40.20	199.00	229.00

N.P.: No Presenta.

...ecos Muñecos Muñecos Muñecos Muñecos Muñecos Muñecos Muñecos Muñecos Muñecos Muñecos Muñecos

...SUAVECITO Y CARIÑOSITO ...ROMA A BEBE	PEDRO PICAPIEDRA	FAMILIA PICAPIEDRA	CRASH DUMMIES	MY PUPPY LOVES ME	TROLL	BAMM BAMM	COMANDO XPANDO	STREET FIGHTER II	BATMAN	CABALLERO DEL ZODIACO	EL ULTIMO GRAN HEROE
Elizabeth	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Ensueño	Juguetes	Hasbro	Kenner	Bandai	Mattel
701	50342	50392	1183	1710	1451	50302	18001	6657	63855	Piscis	10671
MEXICO	CHINA	CHINA	CHINA	TAILANDIA	CHINA	CHINA	E.U.	CHINA	CHINA	TAIWAN	HONG KONG
2 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante	Todas las edades	4 años en adelante	3 años en adelante	5 años en adelante	5 años en adelante	4 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■	■	■	■
◧	■	■	■	■	◧	■	■	■	■	■	☐
◧	☐	☐	☐	☐	☐	◧	◧	☐	☐	☐	◧
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	◧	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	◧
...ñeco de tipo con ...rma a bebé	Muñeco de cuerda que camina	Muñecos de vinil	Muñeco articulado desarmable	Muñeco de peluche	Muñeco articulado	Muñeco de cuerda que camina	Muñeco elástico	Muñeco de plástico con armas	Muñeco de plástico	Muñeco con armadura	Muñeco con malefin y juego de tres pistolas
92	85	85	85	85	85	82	79	75	75	75	74
...30	15.90	49.20	29.50	143.00	53.00	15.90	220.00	99.00	65.90	115.00	33.00



JUGUETES DE CONTROL REMOTO

Juguetes de control remoto Juguetes de control remoto Juguetes de control

NOMBRE DEL JUGUETE	TURBO RADIO COMANDO	TASMANIAN DEVIL	SMOKIN BUBBA	SHADOW RADIO CONTROL	MINI RACER	OUTLAW
MARCA	R.E. Eltoys	Tyco	Nikko	Nikko	Nikko	Ensueño Tyco
MODELO	Radio Comando	Tasmanian Devil	Smokin Bubba	Shadow	Mini Racer	2304-1
PAIS DE ORIGEN	ITALIA	MALASIA	MALASIA	SINGAPUR	MALASIA	MALASIA
EDAD RECOMENDADA	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	5 años en adelante
INFORMACION AL CONSUMIDOR	☐	☐	☐	☐	☐	☐
INSTRUCTIVO	☐	☐	☐	☐	☐	■
GARANTIA	☐	☐	☐	☐	☐	■
ACABADOS	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ENSAMBLE	☐	☐	☐	☐	☐	☐
FUNCIONAMIENTO	☐	☐	☐	☐	■	☐
SEGURIDAD	☐	☐	☐	☐	☐	☐
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Autos de carreras a control remoto	Demonio de Tasmania en un carro a control remoto	Camioneta que arroja vapor por el escape	Camioneta a control remoto	Carro a control remoto	Carro con amortiguadores en las llantas traseras
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	100	100	100	80	75
PRECIO (N$)	461.00	115.00	549.00	315.00	129.00	270.00

ENSERES DOMESTICOS

Enseres domésticos Enseres domésticos Enseres domésticos Enseres domésticos Enseres domésticos Enseres dom

NOMBRE DEL JUGUETE	MAGI-HORNO	HORNO CREEPY CRAWLERS	DOCTOR HORRORISTEIN	BATIDORA	MAQUINA DE HAMBURGUESAS	MAQUINA DE PAYS	DULCERA PANQUEATOS	MAGI-RASPADO	MAQUINA DE RASPADOS	SUPER-REPOSTERA	ICE CREAM KAKES
MARCA	Hasbro	Toymax	Ensueño	Blue-Box	Mattel	Mattel	Mattel	Hasbro	Mattel	Ensueño	Kenner
MODELO	9743	9688	3161	32003	10335	11213	9337	9159	4684	1330	1911
PAIS DE ORIGEN	MEXICO	E.U.	E.U.	CHINA	MEXICO	MEXICO	MEXICO	ITALIA	MEXICO	MEXICO	E.U.
EDAD RECOMENDADA	6 años en adelante	6 años en adelante	6 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante	4 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante	5 años en adelante	4 años en adelante	N.P.
INFORMACION AL CONSUMIDOR	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
INSTRUCTIVO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
GARANTIA	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■
ACABADOS	☐	☐	☐	☐	☐	■	■	☐	☐	■	☐
ENSAMBLE	☐	☐	☐	☐	■	☐	☐	■	☐	■	☐
FUNCIONAMIENTO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
SEGURIDAD	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■	☐	☐
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Horno que calienta alimentos	Horno para hacer figuras de animales	Laboratorio para hacer dulces de animales	Batidora de pilas	Máquina para hacer hamburguesas	Máquina para hacer pays	Juguete para hacer pasteles	Juguete para hacer raspados	Máquina para preparar raspados	Dulcera para repostería	Juguete para preparar helados
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	100	100	100	97	97	97	97	97	94	85
PRECIO (N$)	275.00	269.00	149.00	129.00	145.00	75.00	79.00	170.00	150.00	195.00	172.00

N.P.: No Presenta.

Autopistas Autopistas Autopistas Autopistas Autopistas Autopistas Autopistas Autopistas

NOMBRE DEL JUGUETE	PISTA DOBLE DESAFIO	CURVA MAESTRA	CRISS CROSS CRASH	RAPID SHOT	AUTO CITY	RACE AND CHASE	CALIFORNIA CLASSICS	FAST TRAXX	PAIN'N CRASH
MARCA	Mattel	Mattel	Mattel	Ensueño	Mattel	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Mattel
MODELO	3254	11592	7996-0510	42725	93081	6214	6670	6207	2660
PAIS DE ORIGEN	MEXICO	MEXICO	MEXICO	CHINA	ITALIA	CHINA	CHINA	CHINA	MALASIA
EDAD RECOMENDADA	3 años en adelante	5 años en adelante	5 años en adelante	4 años en adelante	3 años en adelante	N.P.	N.P.	N.P.	5 años en adelante
INFORMACION AL CONSUMIDOR	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■
INSTRUCTIVO	☐	☐	◧	☐	☐	☐	☐	☐	☐
GARANTIA	☐	☐	☐	■	☐	☐	☐	☐	☐
ACABADOS	☐	☐	☐	☐	◧	◧	■	■	◧
ENSAMBLE	☐	☐	☐	☐	■	■	◧	◧	◧
FUNCIONAMIENTO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■	■
SEGURIDAD	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Autopista con espirales	Autopista con espirales	Autopista con dispositivo para choques	Autopista con zonas de giro e impacto	Estacionamiento de varios niveles	Autopista con dos autos	Autopista con dos autos	Autopista con dos autos	2 rampas con un auto
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	100	97	85	81	81	81	71	64
PRECIO (N$)	99.00	179.00	189.00	218.00	267.90	401.00	357.00	480.00	125.00

N.P.: No Presenta.

Enseres domésticos Enseres domésticos Enseres domésticos Enseres domésticos Enseres

ACCESORIOS PARA LA COCINA	JUEGO DE TE CAMINA	JUEGO DE TE HONGUITOS	CENA ELEGANTE CON MINNIE	WASHER DRYER	CARRITO DE LIMPIEZA	COCINA MINIATURA	COFEE TIME	ESTUFA CON ACCESORIOS	KETTLE TIME	COCINA COMBO	KID VAC
Fabricante	Juguemex	Juguemex	IGA	Galey Toys	IGA	Impala	Blue Box Toy	Galey Toys	Galey Toys	IGA	Galey Toys
Clave	3021	605	4584	3229	2110	501	32022	3228	3338	1240	3228
País	MEXICO	MEXICO	MEXICO	HONG KONG	MEXICO	MEXICO	HONG KONG	HONG KONG	HONG KONG	MEXICO	HONG KONG
Edad	3 a 9 años	3 a 10 años	N.P.	N.P.	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante	6 años en adelante	3 a 8 años	4 años en adelante
Calidad	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Acabados	☐	☐	☐	■	■	■	■	■	■	■	■
Ensamble	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Funcionamiento	☐	◧	◧	☐	☐	☐	◧	◧	◧	◧	◧
Seguridad	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Instructivo	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■
Garantía	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Descripción	Juego de té	Juego de té	Juego de té	Lavadora de ropa de baterías	Carro con accesorios de limpieza	Cocina miniatura	Cafetera de pilas	Estufa en la que gira el tostador	Tetera con movimiento	Cocina integral miniatura con trastes	Aspiradora de pilas
Evaluación global de calidad	79	79	79	75	75	75	72	72	72	69	52
Precio (N$)	29.53	18.96	34.53	99.00	33.20	34.36	41.50	95.00	109.00	53.46	98.90

☐ EXCELENTE
◧ BIEN
■ REGULAR
■ DEFICIENTE



Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes va

NOMBRE DEL JUGUETE	MOCO LOCO	SHARK ATTACK	BATICUEVA	SEGURITY ALARM CASE	REAR VIEW GLASSES	JET FANTASMA	AIR AVIVA	PIZARRON MAGICO	TURISTA MUNDIAL	PATINES 1-2-3	ESPADA DE CRISTAL	CUEVA DE LAS MARAVILLAS
MARCA	Cap	Milton Bradley	Kenner	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Hasbro Toy	Mattel	Milton Bradley	Parker Brothers	Playskool	Milton Bradley	Mattel
MODELO	7008	4901	63360	1313	1311	6868	11571	4780	5102	1060	4443	8497
PAIS DE ORIGEN	E.U.	E.U.	E.U.	HONG KONG	CHINA	HONG KONG	MEXICO	E.U.	MEXICO	E.U.	JAPON	CHINA
EDAD RECOMENDADA	6 años en adelante	5 años en adelante	4 años en adelante	4 años en adelante	5 años en adelante	5 años en adelante	6 años en adelante	4 años en adelante	8 años en adelante	De 3 a 6 años	8 años en adelante	3 años en adelante
INFORMACION AL CONSUMIDOR	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
INSTRUCTIVO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
GARANTIA	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ACABADOS	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ENSAMBLE	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
FUNCIONAMIENTO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
SEGURIDAD	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Pasta gelatinosa	Tiburón que atrapa peces	Casa de Batman con pasadizos	Bloc de notas	Lentes restroscópicos	Avión de plástico	Juguete lanza-cohetes	Pizarrón en el que se forman figuras con luz	Juego de mesa	Patines	Espada mágica que corta metal	Cueva con pie articulado en su interior
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PRECIO (N$)	43.00	99.00	285.00	85.30	85.30	214.00	135.00	89.00	66.00	175.00	149.60	79.00

N.P.: No Presenta.

Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes va

ESTUCHE DE JUEGO DE LA BELLA Y LA BESTIA	REBOTA Y PARALA	ESTUCHE DE JUEGO DE BLANCA NIEVES	ESTUCHE PARA VIAJE	HERCULES GIGANTE	MOTO	RADIO RELOJ MUSICAL	IGUANA	GAK SPLAT	FUERZA COMANDO G.I. JOE	MICKEY BAND	SUPER VALKYRIE
Mattel	Ensueño Tyco	Mattel	Kenry	IGA	IGA	Mattel	Leader Shine	Mattel	Hasbro	Bontempi	Bassa
6774	3638	65054	512	9601	5455	68017	LH-802	4277	C-001A	MX 9266	30148
CHINA	CHINA	CHINA	MEXICO	MEXICO	MEXICO	CHINA	TAIWAN	E.U.	CHINA	ITALIA	ESPAÑA
3 años en adelante	18 meses en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	De 6 a 36 meses	3 años en adelante	8 años en adelante	5 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	■	■	☐	☐	☐	■	■	■	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■	■	■
■	☐	☐	■	■	■	☐	■	■	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	■	■	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Castillo armable y decorado en el interior	Pelota que al burlarla emite sonidos	Escenario de Blanca Nieves	Estuche con peines y espejo	Avión de combate	Motocicleta de plástico	Radio reloj con sonido y sorpresa	Lagarto articulado	Masa gelatinosa para moldear	Soldado de plástico	Juguetes musicales	Avión con trabajos un robot
97	97	94	94	94	91	90	87	87	85	85	85
34.00	59.00	41.90	26.58	39.89	10.60	42.00	19.00	19.71	33.00	69.00	259.00

EXCELENTE
BIEN
REGULAR
DEFICIENTE



Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Jugue

SUPER PROYECTOR TRIDIMENSIONAL	BATPLANE	PLANTAS MAGICAS	ESTUCHE DE JUEGO DEL REY LEON	GIMNASIO/BAÑO DE BARBIE	POLLY POCKET	ATTACK PACK	BASCULO MICKEY	PANTALLA FLASH	EL REY LEON	GIRA-GIRA	SUPER PANTALLA MAGICA	PEDRO Y SU DINOSAURIO
Ensueño Tyco	Kenner	Famosa	Mattel	Mattel	Mattel	Mattel	Mattel	Mattel	Mattel	Playskool	Mattel	Mattel
3143	64740	61448	66382	11430	10647	10882	7707	11797	66378	30144	11295	65917
E.U.	MEXICO	ESPAÑA	CHINA	ITALIA	CHINA	CHINA	TAILANDIA	CHINA	CHINA	E.U.	MALASIA	CHINA
3 años en adelante	4 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante	4 años en adelante	De 3 a 30 meses	6 años en adelante	3 años en adelante	1½ a 5½ años	3 años en adelante	3 años en adelante
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■	■	■
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Proyector de imágenes	Batijet con lanzamisiles	Figuras para usar como macetas reales	Escenografía de El Rey León	Muñeca con baño y gimnasio	Polvera con figuras miniatura	Nave espacial con cocodrilos	Muñeco de Mickey que se balancea	Pantalla flourescente para reflejar sombras	Colección de muñecos de El Rey León	Juguete montable para niños	Pantalla para dibujar	Muñeco flexible con dinosaurio
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	97	97	97
85 AS	129.00	80.00	34.00	65.00	94.60	12.50	30.00	117.00	65.00	107.00	110.00	45.00

Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Jugue

BIG FUN	DISNEY BAÑO	THUNDERBIRDS	BOLA 8 MAGICA	MOTOCICLETA EN CASA	VISOR TRIDIMENSIONAL	VISOR TRIDIMENSIONAL	VISOR TRIDIMENSIONAL	KIOL CAM	PONY CAIRELITOS LUMINOSOS	MANTARRAYA	DESPERTADOR	CANTIMPLORA
Tomy	Bontempi	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Tomy	Hasbro	Hasbro	Feber	Selandia
1858	JD 4175	41700	70995	76212	2480	2462	2040	1102	35021/35020	6132	305/3	1208
SALADA	ITALIA	CHINA	CHINA	CHINA	E.U.	E.U.	E.U.	TAILANDIA	CHINA	E.U.	ESPAÑA	TAIWAN
3 años en adelante	5 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	5 años en adelante	N.P.	N.P.
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■	■
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■	☐	☐
■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Juguete clásico	Batería clásica	5 vehículos de rescate	Bola mágica con mensajes	Motocicleta motorizada	Visor de imágenes tridimensionales	Visor de imágenes tridimensionales	Visor de imágenes tridimensionales	Cámara de video que proyecta imágenes	Caballo con rizos luminosos	Lancha inflable con lanza-torpedos	Reloj despertador parlante	Cantimplora
85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	82	82	82
8.00	150.00	81.70	25.00	43.20	49.00	49.00	49.00	89.00	43.50	45.00	185.00	45.00

Carros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos Carr

NOMBRE DEL JUGUETE	TREN DE CUERDA	CARCACHITA BRINCADORA DE CUERDA	DOUBLE DRAGON	MINI PICK UP	BUGGY DE CAPTURA	BOLIDOS DE FUEGO	BESTIA SALVAJE EXTERMINADOR	BULDOZER	SLATER'S CONVERTIBLE	EVIL EYE ROADSTER
MARCA	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Ensueño Tyco	Tonka	Kenner	Tonka	Mattel	Tonka	Mattel	Mattel
MODELO	8903	8816	1082	92520	61065	92004	4580	92961	10674	10673
PAIS DE ORIGEN	CHINA	HONG KONG	HONG KONG	E.U.	MEXICO	E.U.	MEXICO	E.U.	CHINA	CHINA
EDAD RECOMENDADA	De 1 a 3 años	De 1 a 3 años	8 años en adelante	3 años en adelante	4 años	3 años en adelante	4 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante	4 años en adelante
INFORMACION AL CONSUMIDOR	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
INSTRUCTIVO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
GARANTIA	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ACABADOS	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ENSAMBLE	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
FUNCIONAMIENTO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
SEGURIDAD	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Tren de cuerda	Carcachita con muñecos que brincan	Carro que dispara discos de plástico	Camioneta pick up	Carro con red paralizadora	Carro que acelera y corre sobre sus ruedas traseras	Carro en forma de bestia	Tractor metálico con pala mecánica	Automóvil	Automóvil [illegible] levanta el motor y dispara
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PRECIO (N$)	59.10	49.20	115.00	71.90	92.00	85.00	129.00	78.00	93.00	80.50

N.P.: No Presenta.

Carros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos

CONSTRUCCION PICK UP	SPECIAL TRAILER	BARBIE JAGUAR XJS	CARRO MOTORIZADO	POLICE CAR	REAL RIDER
Tonka	IGA	Mattel	Ensueño Tyco	Ensueño	Ensueño Tyco
92520	5615	12386	34325	8863	7077
E.U	MEXICO	MEXICO	TAILANDIA	CHINA	TAILANDIA
3 años en adelante	3 años en adelante	N.P.	3 años en adelante	1 año	4 años en adelante
☐	☐	◧	☐	☐	☐
◧	☐	☐	☐	☐	☐
◧	☐	☐	■	■	■
☐	■	◧	☐	☐	☐
☐	☐	◧	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐
Camioneta pick up metálica	Trailer con carro	Automóvil deportivo de Barbie	Carro motorizado	Vehículo de retroimpulso	Disparador [illegible] motocicleta [illegible]
92	91	88	85	85	85
82.00	39.84	122.80	16.90	28.30	108.00

os Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios Juguetes varios

PIANOSAURIUS	LEMANS	PORTA AVION	BILLAR GRAN TIRO	LINTERNA	CAJA MUSICAL	VIDEO CAMARA MAGICA
IGA	Impala	IGA	Mattel	Little Tikes	Tomy	Mattel
860	N.P.	9602	80220	0224	1150	5424
MEXICO	MEXICO	MEXICO	MEXICO	E.U.	MALASIA	ITALIA
3 años en adelante	N.P.	3 años en adelante	6 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	De 2½ a 6 años
☐	◧	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	■	■	■	■
■	■	■	■	■	■	☐
◧	☐	◧	☐	☐	☐	☐
☐	☐	■	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	■
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Piano en forma de dinosaurio	Casco de plástico para motocicleta	Base porta-aviones	Juego de billar portátil	Lámpara para día de campo	Caja musical con discos intercambiables	Videocámara
82	82	79	75	75	75	70
55.79	41.37	39.80	119.00	75.00	85.00	119.00



ecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos Ca

FUERZA COMANDO SCORPION	COBRA DETONADOR	BARBIE PORSCHE 911 CABRIOLET	STREET/RUE	TATTO	MUD MUSTER SUPER CHROME	MI PEQUEÑA CONSTRUCTORA	CAMION DE BOMBEROS	TRANSPORTE ESCOLAR	LINEA DE CONSTRUCCION	DUMP TRUCK	CRASH GO-KART	FIRE TRUCK	RACE CAR
Hasbro	Hasbro	Mattel	Ensueño Tyco	Mattel	IGA	IGA	IGA	IGA	IGA	Tonka	Ensueño Tyco	Ensueño	Tonka
8134	8162	10878	010774	3535	5203	5925	382	444	5930	90200	1177-3	8863	90245
E.U.	E.U.	MEXICO	TAILANDIA	MALASIA	MEXICO	MEXICO	MEXICO	MEXICO	MEXICO	E.U.	CHINA	CHINA	E.U.
5 años en adelante	5 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	1 ½ años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	2 años en adelante	3 años en adelante	1 año en adelante	3 años en adelante
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
◧	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	◧
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	◧	☐	☐	◧
☐	☐	◧	◧	◧	◧	◧	◧	◧	◧	☐	◧	■	☐
☐	◧	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	◧	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Carro mecánico que dispara misiles	Carro tanque que lanza proyectiles	Automóvil deportivo armable	Automóvil miniatura	Automóvil miniatura	Jeep	Camión de volteo	Camión de bomberos	Camión de transporte escolar	Carros de construcción	Carro de volteo de plástico	Auto de plástico desarmable	Carro de retroimpulso	Auto deportivo de plástico
97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	95	94	94	92
45.00	203.00	160.00	15.00	20.00	15.93	18.59	47.81	39.84	42.50	148.00	53.00	28.25	92.00

ros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos Carros mecánicos

CAMION PREESCOLAR	CUATRIMOTO HONDA SPORT	MIGHTY BACKHOE	GRUA DE CONSTRUCCION	CAMION DE VOLTEO Y BULLDOZER	CAMION DE PEMEX	PICK UP	TANQUE COMANDO DEL DESIERTO	CONSTRUCTORA IMPALA	CAMION	CAMION ESCOLAR	MOTO CLUB	CAMION GRUA
IGA	IGA	Tonka	IGA	IGA	Impala	IGA	IGA	Impala	Impala	Juguetes Pigo	IGA	IGA
380	5454	93931	5990	5951	129	N.P.	9603	N.P.	N.P.	748	N.P.	N.P.
MEXICO	MEXICO	E.U.	MEXICO	MEXICO	MEXICO	MEXICO	MEXICO	MEXICO	MEXICO	MEXICO	MEXICO	MEXICO
1 a 4 años	N.P.	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	1 a 7 años	N.P.	N.P.
☐	◧	■	☐	☐	◧	◧	◧	◧	☐	☐	◧	◧
☐	☐	■	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■	☐	■
■	■	☐	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
☐	☐	☐	◧	◧	◧	◧	◧	◧	■	☐	◧	◧
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Camión pala	Carro mecánico	Carro metálico tipo pala mecánica	Grúa	Camión de volteo y bulldozer	Camión de plástico	Camioneta pick up	Tanque de combate	Camión de redilas	Camión repartidor	Camión escolar que al rodar emite sonido	Camioneta pick up	Camión grúa
85	82	80	79	79	76	76	76	76	76	75	73	66
17.59	15.93	199.00	23.90	31.87	53.99	15.93	37.19	47.88	19.63	49.00	21.25	15.93

EXCELENTE

BIEN

REGULAR

DEFICIENTE



ELECTRONICOS DE VIDEO

Electrónicos de video Electrónicos de video Electrónicos de

NOMBRE DEL JUGUETE	SUPER NINTENDO	GAME BOY	GENESIS SEGA	MASTER SISTEM	TURBO GRAFX 16
MARCA	Nintendo	Nintendo	Sega	Sega	Nec
MODELO	SNS-S-HA	DMG-01	1601	1610	HES-TGX-01
PAIS DE ORIGEN	E.U.	JAPON	E.U.	E.U.	TAIWAN
EDAD RECOMENDADA	6 años en adelante	N.P.	N.P.	N.P.	6 años en adelante
INFORMACION AL CONSUMIDOR	☐	☐	☐	☐	☐
INSTRUCTIVO	☐	☐	◧	■	☐
GARANTIA	☐	☐	■	■	☐
ACABADOS	☐	☐	☐	☐	☐
No. DE CARTUCHOS DISPONIBLES EN EL MERCADO	☐	◧	☐	☐	■
FUNCIONAMIENTO	☐	☐	◧	☐	◧
SEGURIDAD	☐	☐	☐	☐	☐
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Juego de video	Juego electrónico portátil con cartuchos intercambiables	Juego de video	Juego de video	Juego electrónico, requiere de un televisor
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	90	89	85	80
PRECIO (N$)	1,008.00	425.00	819.00	475.00	970.00

N.P.: No Presenta.

TRENES ELECTRICOS

Trenes eléctricos Trenes eléctricos Trenes eléctricos

NOMBRE DEL JUGUETE	TRENECITO INTERACTIVO	TREN ELECTRICO TRENEX	ANIMAL TRAIN	TREN ELECTRICO
MARCA	Mattel	Exin	Cheng Ching Toys	Paquetren
MODELO	11458	5104	C5-9057	516
PAIS DE ORIGEN	ITALIA	ESPAÑA	CHINA	ESPAÑA
EDAD RECOMENDADA	2 años en adelante	Niños mayores de 3 años	8 meses en adelante	N.P.
INFORMACION AL CONSUMIDOR	☐	☐	☐	☐
INSTRUCTIVO	☐	☐	☐	■
GARANTIA	☐	■	☐	■
ACABADOS	☐	☐	■	☐
ENSAMBLE	☐	☐	☐	☐
FUNCIONAMIENTO	☐	☐	☐	☐
SEGURIDAD	☐	☐	☐	☐
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Tren de baterías con cambio de vía	Tren eléctrico	Tren musical	Tren eléctrico o de pilas
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	85	85	75
PRECIO (N$)	196.00	290.00	125.00	220.00

N.P.: No Presenta.

ELECTRONICOS DE AUDIO

Electrónicos de audio Electrónicos de audio Electrónicos de audio Electrónicos

NOMBRE DEL JUGUETE	YEKKOROCK	GUITARRA MUSICAL DE MICKEY	TECLADO KARAOKE	PLAYRIGHT DRUMS	CONCERTINO 25	TECLADO TIPO GUITARRA	MY LOVELY PIANO
MARCA	Yekko	Mattel	Bontempi	Playtech	Bontempi	Bontempi	Sweetone
MODELO	Y231117	65074	KK 2650	540831-B	2594	Barbie	N.P.
PAIS DE ORIGEN	HONG KONG	CHINA	ITALIA	HONG KONG	HONG KONG	ITALIA	TAIWAN
EDAD RECOMENDADA	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	4 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante	3 años en adelante
INFORMACION AL CONSUMIDOR	☐	☐	☐	☐	☐	☐	■
INSTRUCTIVO	☐	☐	☐	◧	☐	☐	◧
GARANTIA	☐	☐	☐	☐	■	■	■
ACABADOS	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ENSAMBLE	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
FUNCIONAMIENTO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	◧
SEGURIDAD	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
DESCRIPCION DEL JUGUETE	Guitarra con 6 sonidos de rock	Guitarra electrónica	Teclado musical con grabadora y micrófono	Juego electrónico con cartuchos intercambiables	Teclado electrónico	Teclado musical con 8 teclas	Teclado con 2 octavas
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	100	100	100	94	85	85	62
PRECIO N$	49.00	79.00	480.00	220.00	125.00	105.00	120.00

N.P.: No Presenta.

☐ EXCELENTE
◧ BIEN
■ REGULAR
■ DEFICIENTE