Quién es quién en precios de marcas propias

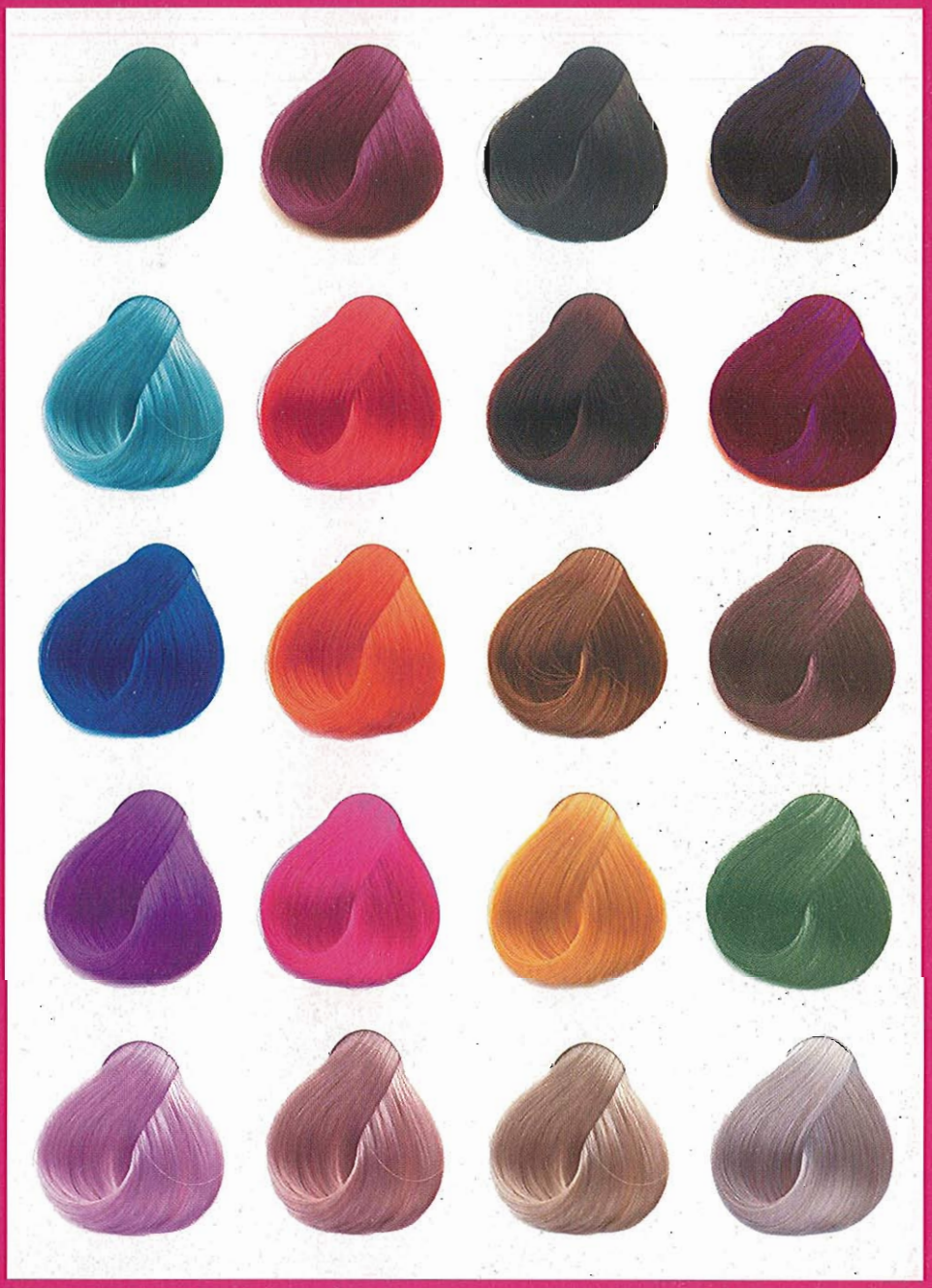
REVISTA DEL

CONSUMIDOR

ISSN 0185-8874

Enero 2001 • Número 287 • México • $15.00

La calidad de los tintes para el cabello



Sus derechos en el comercio electrónico

¿Miel adulterada?

¡Cuidado con las subastas por Internet!

Evite problemas con su cajero automático

PROFECO le invita a visitar su página: profeco.gob.mx

Radio Revista del Consumidor

Lunes

- Tepic, Nay., 7:30 a 7:45, XHNF/97.7 FM
- Uruapan, Mich., 11:30 a 11:45, XEIP/89.7 FM y 7.50 AM
- Uruapan, Mich., 12:15 a 12:30, XEURM/ 10.50 AM
- Monterrey, N. L., 20:40 a 20:55, HXMG/ 1023 FM

Martes

- Uruapan, Mich., 11:30 a 11:45, XEIP/89.7 FM y 7.50 AM
- Uruapan, Mich., 12:15 a 12:30, XEURM/10.50 AM
- Tepic, Nay., 20:00 a 20:15, XEPNA/ 890 AM

Miércoles

- Uruapan, Mich., 11:30 a 11:45, XEIP/ 89.7 FM y 7.50 AM
- Uruapan, Mich., 12:15 a 12:30, XEURM/ 10.50 AM
- Tepic, Nay., 20:00 a 20:15, XEPIC/ 1020 AM

Jueves

- Uruapan, Mich., 11:30 a 11:45, XEIP/ 89.7 FM y 7.50 AM
- Uruapan, Mich., 12:15 a 12:30, XEURM/ 10.50 AM
- Tlaxcala, Tlax., 13:30 a 13:45, XETT/14.30 AM

Viernes

- Uruapan, Mich., 11:30 a 11:45, XEIP/89.7 FM y 7.50 AM
- Uruapan, Mich., 12:15 a 12:30, XEURM/10.50 AM
- Monterrey, N. L., 15:10 a 15:25, XHBB/1300 AM
- Uruapan, Mich., 19:00 a 19:15, XEIX/1160 AM
- Monterrey, N. L., 20:40 a 20:55, HXMG/ 1023 FM

Sábado

- Uruapan, Mich., 11:30 a 11:45, XEIP/89.7 FM y 7.50 AM
- Uruapan, Mich., 12:15 a 12:30, XEURM/10.50 AM
- Uruapan, Mich., 20:45 a 21:00, XEFM/ 91.1 FM y 1130 AM

Domingo

- Uruapan, Mich., 11:30 a 11:45, XEIP/89.7 FM y 7.50 AM
- Uruapan, Mich., 12:15 a 12:30, XEURM/10.50 AM
- Calpulalpan, Tlax., 14:00 a 14:15, XHCAL/ 94.3 FM

T.V. Revista del Consumidor

Lunes

- Canal 9/ 24:00 a 00:30 en México, D. F.
- Canal 11/ 13:00 a 13:30 en México, D. F.
- Canal 2/14:00 a 14:30 en Tepic, Nay.

Martes

- Canal 2/ 05:00 a 05:30 en México, D. F.

Miércoles

- Canal 4/ 00:30 a 01:00 en México, D. F.
- Canal 7/11:00 a 11:30 en México, D. F.
- Canal 40/12:00 a 12:30 en México, D. F.

Jueves

- Canal 2/ 14:00 a 14:30 en Monterrey, N. L.

Viernes

- Canal 13/ 06:30 a 07:00 en México, D. F.
- Canal 22/14:00 a 14:30 en México, D. F.
- EDUSAT/ 11:30 a 12:00 en México, D. F.
- Canal 5/19:30 a 20:00 en Tlaxcala, Tlax.
- Canal 28/20:00 a 20:30 en Monterrey, N. L.

Los programas Radio y TV Revista del Consumidor se transmiten dentro del tiempo oficial de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), por lo cual le invitamos a confirmar el horario de transmisión -en especial de la TV Revista- en las carteleras de programación que aparecen en los diarios, bajo el rubro de RTC.

Consumidores responsables y activos

Directorio

Procurador Federal del Consumidor
Eduardo Almeyda Armenta

Editora
Martha Susana Ruiz

Directora General de Publicaciones
Margarita Luna Ballina

Director Editorial
Enrique Parada García

Directora de Arte y Diseño
Norma Patiño Domínguez

Jefe de Redacción
Guillermo Torales Caballero

Jefa de Corrección
Dora Torres Ponce

Jefes de Diseño Gráfico
Víctor M. Gutiérrez García
Pedro O. Castellanos Gómez

Reporteros
Graciela Muñoz Ariza
Lorena M. Romo Maldonado
Eduardo Alfredo Mena Pérez
Yureli Cacho Carranza

Corrección
Alejandra Sánchez Plascencia

Diseño
Mónica Miranda Villalba
Margarito Sánchez Cabrera
Alfonso J. Solís Loza
Roberto Paz Amaya

Fotografía
Edgar Mendoza Serrano
Francisco Alatriste Torres
Francisco Gutiérrez Canto

Teléfonos de la revista
(5)211•90•82 ó (5)625•67•00
exts. 6930, 6927 ó 6926

Fax
(5)553•05•74

Envíe su correspondencia a
José Vasconcelos 208,
piso 14, colonia Condesa,
C. P. 06140, Delegación
Cuauhtémoc, o al A. P. 20600,
México, D. F.

e-mail
rconsumidor@mexico.com

A partir del mes pasado empezó en nuestro país un nuevo ciclo, estamos en los albores de una era de responsabilidad social, asimilando que la «salvación» no vendrá desde afuera, sino a partir de nuestra propia conducta que deberá reflejar el tan ansiado cambio que esperamos, pero para lograrlo es un requisito indispensable la participación de todos.

Como consumidores tenemos una gran responsabilidad pues el consumo es parte importante en el desarrollo económico de todos los países, debemos estar dispuestos a asumir un rol mucho más activo, percatarnos de que si bien es cierto que la economía influye en el consumidor, también éste puede influir en aquella.

Hemos observado, a partir de la comunicación con nuestros lectores, cómo a través del tiempo de existencia de esta revista el consumidor adquiere confianza y cree en sí mismo; siente que tiene derechos y está dispuesto a hacerlos valer; reclama información y claras especificaciones, y valora muy fuertemente la honestidad y la responsabilidad comerciales.

La **Revista del Consumidor** seguirá teniendo como finalidad formar y desarrollar al consumidor en su papel dentro de esta sociedad de consumo. Necesitamos ser consumidores socio-conscientes, con ideas y valores útiles para nuestro país, y para ello, tenemos que formarnos, informarnos y racionalizar nuestros hábitos de vida.

Por esa razón, en la **Revista del Consumidor** estrenamos a partir de este número la sección «El ciberconsumidor», en la que ofreceremos información útil y específica para llevar a cabo este nuevo ejercicio de nuestro papel como consumidores.

Aprovechamos para informarle que con esta edición tendremos permanentemente la sección «Conozca sus derechos», en la que podrá conocer las principales disposiciones que la Ley Federal de Protección al Consumidor establece para su beneficio, así como las Normas Oficiales Mexicanas relacionadas con prácticas de consumo. Dicha sección le informará, de manera sencilla y amena, qué hacer en caso de que sus derechos o su economía se vean afectados negativamente; también encontrará recomendaciones prácticas sobre los aspectos a considerar antes de contratar un servicio o adquirir un producto determinado.

Y si se trata de ampliar nuestros horizontes, también queremos informarle que a partir de esta edición la sección de platillos «Comer sano» dará prioridad a equilibrar en sus ingredientes los nutrimentos que requiere nuestro organismo en la alimentación, es decir, obtener a través del consumo de diferentes platillos los diferentes nutrimentos.

Nuestro horizonte es prometedor, de cada uno de nosotros depende la planeación y el destino que le damos a nuestro ingreso económico, pero de todos como sociedad dependerá la fortaleza y eficiencia de este motor que es el consumo, el cual podrá llevar a México a buen puerto.

Sumario

Enero 2001 • Núm. 287

Miscelánea del consumo 3

Quién es quién en los precios 6
- Marcas propias

PROFECO en acción 12
- Lineamientos del comercio electrónico

El ciberconsumidor 15
- Subastas en Internet
- Taquillas a distancia

Conozca sus derechos 23
- Productos peligrosos

Antes de contratar 24
- Cajeros automáticos

La ciencia y usted 27
- Reproductores MP3

Por su salud 43
- Niños hiperactivos
- Lunares
- Disfunciones sexuales

México en el mundo 51
- El tequila

Qué hay detrás de... 56
- Cursos de computación

Reporte especial 31
- Calidad de tintes para el cabello

Bajo la lupa 68
- Calidad de miel de abeja

Tecnologías domésticas y comer sano en páginas centrales ¡coleccionables!

Alimentación y nutrición 60
- El cromo
- Mitos y realidades de la avena
- Cómo comprar acelga y chicozapote

Consumo ingenio 65
- Teñido tornasolado

Sáquele provecho 67
- Estufas

Los pequeños consumidores 74

Buzón del consumidor 78

¡Elija la escalera adecuada!

Según información proporcionada por la Comisión de Seguridad para el Consumidor, de Estados Unidos, más de 10 mil personas al año sufren accidentes por utilizar escaleras deficientes o inapropiadas para un trabajo específico. Por si le interesa llegar más alto a continuación le damos algunos tips.

El primer paso consiste en definir para qué clase de trabajo requiere la escalera.

Si realizará labores en instalaciones eléctricas no se recomienda una escalera de aluminio debido a que favorece la conducción eléctrica; una elección más acertada sería una escalera de fibra de vidrio (las que ya se comercializan en México en tiendas especializadas en escaleras) o de madera.

Si lo suyo es el trabajo en exteriores, por estabilidad, soporte y ligereza, el aluminio es el material más adecuado.

De acuerdo con los estudios realizados por la Comisión de Seguridad para el Consumidor, las escaleras de fibra de vidrio le ofrecen ventajas como estabilidad, durabilidad, soporte de carga y seguridad para los trabajos eléctricos, sin embargo su precio es el más alto. Por el contrario, las escaleras de madera son las más económicas y también son aislantes, pero dejan mucho que desear en cuanto a estabilidad y soporte.

Por último, las escaleras de aluminio se encuentran entre las dos anteriores en lo que se refiere a ventajas y precio; son de 5 a 10 kg más ligeras, no son tan costosas como las de fibra de vidrio, pero tampoco tan estables ni durables.

Desnutrición, sobrepeso y obesidad en México

En el marco de la celebración del Día Mundial de la Alimentación, efectuada en el Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición «Salvador Zubirán», se dieron a conocer las cifras de desnutrición, falta de nutrientes en la alimentación, sobrepeso y obesidad que padece la población mexicana, mismas que se encuentran recopiladas en la Segunda Encuesta Nacional de Nutrición.

Entre los datos más relevantes figura el de la desnutrición, que en México sigue siendo un serio problema de salud pública, pues cerca del **18 por ciento de los niños menores de cinco años tienen retardo severo en su crecimiento**.

Asimismo existen diferencias significativas en las **prevalencias de baja talla en personas de zonas urbanas y rurales**. Por ejemplo, sólo el 6 por ciento de la población que habita en zonas urbanas del norte tiene talla baja, a diferencia del 42 por ciento de las zonas rurales del sur.

La anemia y la deficiencia de hierro son también importantes problemas de salud pública. **La anemia afecta al 27 por ciento de los niños menores de cinco años y al 20 por ciento de niños en edad escolar**.

A nivel nacional, **el 40 por ciento de la población infantil padece deficiencia de hierro**, y en el grupo de uno a dos años de edad la anemia afecta a un 50 por ciento y la deficiencia de hierro a un 62 por ciento.

Por otra parte, el **52 por ciento de las mujeres en edad fértil padecen sobrepeso u obesidad**, cabe señalar que esta última constituye un factor de riesgo de varias enfermedades crónicas.

Ante este panorama es necesario emprender de inmediato acciones que ayuden a resolver dichos problemas.

Educar al consumidor

Masificar la educación para el consumo en América Latina y el Caribe es uno de los principales retos que deberá enfrentar el movimiento de consumidores en los próximos años.

Para alcanzar esta meta han surgido diversas iniciativas, tanto en el ámbito universitario como comunitario, entre las que destaca la difusión radiofónica de temas sobre consumo, tanto en programas educativos como a través del convenio con la **Red de Educación Popular entre Mujeres** (**REPEM**).

Este último está orientado a introducir la perspectiva de género en los programas educativos y a incorporar la educación para el consumo en las actividades de las organizaciones de mujeres que integran la REPEM.

El trabajo realizado con las escuelas asociadas a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) -más de mil 500-, las actividades en materia de educación radiofónica, los acuerdos de colaboración con diversas instituciones de América Latina y el Caribe y con la Escuela Europea de Consumidores, la incorporación de la perspectiva de género en los programas, así como las acciones educativas que implementan las organizaciones de consumidores en cada país, son elementos que coadyuvan a lograr la masificación de la educación para el consumo.

Países como Perú, Argentina, Bolivia, El Salvador, Nicaragua, Venezuela y Chile, entre otros, ya trabajan en la capacitación de docentes sobre temas referentes a la alimentación y el consumo sustentable. Asimismo, el Instituto Brasileño de Defensa del Consumidor (IDEC) está elaborando los materiales destinados a los profesores y a los jóvenes.

Dígitos telefónicos en Guadalajara y Monterrey

Al igual que en la ciudad de México, a partir del 14 de diciembre del 2000, en Guadalajara y en Monterrey creció el número telefónico local a ocho dígitos. Para Guadalajara y su área metropolitana se agregará un 3 al principio, que es la clave de larga distancia. Es decir, si el número era 2-34-56-78, desde el 14 de diciembre es 32-34-56-78. Mientras que a la marcación local en Monterrey y su área metropolitana se le añadirá un 8 al principio, que es la clave de larga distancia. De esta manera, si el número era 2-34-56-78, a partir de esta modificación ahora es 82-34-56-78.

Es importante aclarar que el número nacional no cambia: seguirá formado por el identificador de región más el número local, de tal forma que la marcación después del prefijo de acceso de larga distancia nacional no sufrirá modificación alguna, es decir, para hacer llamadas hacia Guadalajara o a Monterrey desde otras ciudades del país se marcará como siempre se ha hecho, explica la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel).

¿Cuánto consume y cuánto paga por el gas mensualmente?

A diferencia de las prácticas esotéricas de la lectura de la mano, el tarot o el café turco, el cálculo mensual del consumo de gas doméstico en tanques estacionarios no tiene nada que ver con el destino, la suerte o fenómenos paranormales.

Si usted tiene en casa un tanque estacionario seguramente le interesará saber cómo calcular el consumo mensual, a fin de controlar y administrar mejor su presupuesto familiar.

Para ello le recomendamos lo siguiente:

-Registre la cantidad que marca su medidor de gas y réstele la lectura anterior. El resultado será su consumo mensual en metros cúbicos.

-Si desea conocer la equivalencia de esta cifra en litros, multiplique la cantidad obtenida en metros cúbicos por 3.9.

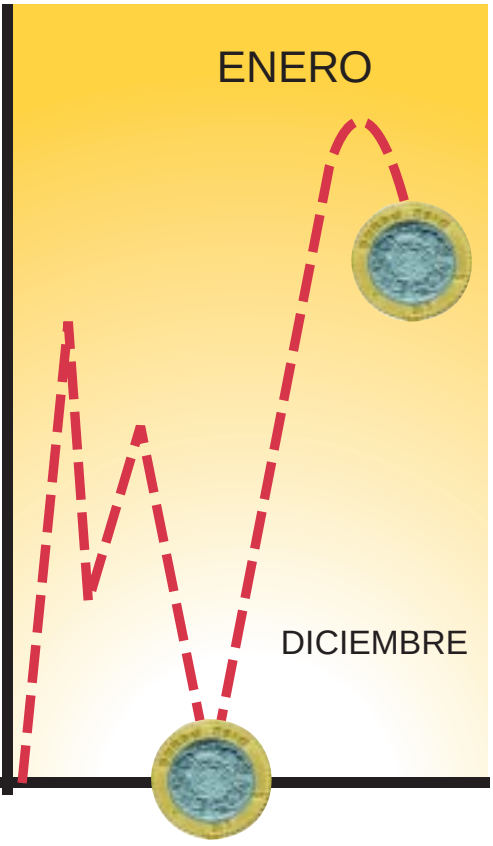
-Finalmente, el importe a pagar por el consumo mensual de gas se obtiene al multiplicar la cantidad de litros estimados por el precio que este insumo tiene por litro.

Además es importante que considere que el mantenimiento periódico de las instalaciones, recipientes y equipo de gas es fundamental para evitar accidentes.

Al adquirir cilindros de gas asegúrese de que se encuentren en buen estado y colóquelos a la intemperie, sobre pisos firmes y nivelados, que no guarden humedad y sean de fácil acceso para evitar maniobras peligrosas al reemplazarlos.

Cálculo mensual de gas

Lectura actual	menos	Lectura anterior	= consumo mensual en metros cúbicos	por 3.9	= consumo mensual en litros	por precio por litro del mes	= importe a pagar por el consumo mensual



Cómo evitar la «cuesta de enero»

En estos días comenzamos a poner en práctica los propósitos de fin de año, muchos de ellos vinculados con actitudes y prácticas que nos afectaban, como el hábito de realizar compras compulsivas que nos conducen a padecer irremediablemente la «cuesta de enero».

Por ello lo exhortamos a conocer los servicios que PROFECO ofrece en beneficio de los consumidores, los cuales de manera constante le recordamos en estas páginas. Uno de ellos es el proporcionado por el área de Organización de Consumidores, que trabaja sobre tres aspectos básicos: el conocimiento de los derechos que otorga la ley para defenderlos y exigir su cumplimiento; las alternativas sobre cómo aprovechar mejor el ingreso familiar; y la reflexión para modificar hábitos y patrones de consumo.

Acérquese al área de Organización de Consumidores de la Delegación PROFECO más cercana a su domicilio, para conocer la calidad de los productos y tomar mejores decisiones de compra; elaborar sus propios productos con un ahorro significativo; y compartir experiencias y conocimientos con otros consumidores acerca de cómo afrontar situaciones diversas, en beneficio de la economía familiar.

Marcas, marcas, marcas...

¿Cuál elegir?

¡Las marcas exclusivas de las cadenas comerciales son una buena opción de ahorro!

Para que inicie el año ahorrando, realizamos un comparativo de precios entre marcas Institucionales [1] y las marcas que tradicionalmente se venden en las tiendas, con el fin de que usted tenga diferentes opciones de compra en productos básicos alimenticios, así como de limpieza del hogar e higiene personal [2].

Es importante señalar que el estudio no considera la calidad de las marcas analizadas, por lo que dejamos a usted la decisión de elegir entre una y otra marca de acuerdo con sus necesidades y preferencias de consumo.

Existen 12 cadenas comerciales que manejan su marca, a la cual le asignaron un nombre característico: Aurrera, Bodega Aurrera, Superama y Wal Mart la identifican como «Marca Libre»; Comercial Mexicana, Bodega Comercial Mexicana, Mega Comercial Mexicana y Sumesa como «Marca Propia»; Chedraui como «D'Calidad Chedraui»; y Gigante, Bodega Gigante y Super G como «Selección G».

1. Canasta de 19 productos alimenticios

En el caso de alimentos existe un buen número de marcas para una misma presentación, por lo que para realizar la comparación se promediaron por un lado precios de marcas líderes y, por el otro, precios de marcas institucionales, conformando una canasta de 19 productos alimenticios. Se observó lo siguiente:

a) El costo de la canasta con productos de marcas comerciales fue de $160.30, mientras que el costo de la canasta con productos de marcas institucionales se ubicó en $129.32; la diferencia fue de $ 30.97, equivalente al 19.3 por ciento de ahorro al adquirir la segunda canasta cotizada.

b) La mayor diferencia en precios se observó en el chocolate en polvo, bolsa de 400 g, ya que el precio promedio de las marcas comerciales fue de $12.60, en tanto que las institucionales se ubicaron en $ 7.31, con lo que se obtuvo un ahorro promedio de $ 5.30, es decir, 42.0 por ciento.

c) Otros productos de marcas institucionales en los que se encontraron ahorros importantes fueron la pasta para sopa, paquete de 200 g y el aceite de maíz de un litro; los ahorros oscilaron entre 37.6 y 34.7 por ciento en cada caso, respecto a las marcas líderes.

d) También se observaron algunos casos en los que los precios de las marcas institucionales no fueron la mejor opción, tal es el caso del frijol bayo y la harina de maíz, presentación de un kilo; el precio promedio de las marcas comerciales fue de $ 8.95 y $ 4.22, mientras que el precio de las marcas exclusivas de las tiendas se ubicó en $ 9.39 y $ 4.32, esto es 4.9 y 2.5 por ciento más caras, respectivamente.

[1] Llamaremos marca institucional a la que es exclusiva de la cadena comercial a la que se refiere.

[2] Los precios utilizados fueron recabados a través del programa ¿Quién es quién en los precios? en el área metropolitana de la ciudad de México del 1 de noviembre al 4 de diciembre del 2000.

Canasta de 19 productos alimenticios

Producto	Marca comercial	Marca institucional	Ahorro ($)	Ahorro (%)
HARINA DE MAÍZ, PAQUETE 1 KG	4.22	4.32	-0.11	-2.5
FRIJOL BAYO, 1 KG	8.95	9.39	-0.44	-4.9
FRIJOL FLOR DE MAYO, 1 KG	9.78	9.33	0.45	4.6
FRIJOL PINTO, 1 KG	8.22	7.63	0.59	7.2
MARGARINA, BARRA 90 G	1.95	1.79	0.17	8.5
FRIJOL NEGRO, 1 KG	8.36	7.16	1.20	14.4
GELATINA EN POLVO, CAJA 170 G, AGUA	4.96	4.17	0.79	16.0
MANTEQUILLA, BARRA 90 G	4.19	3.45	0.74	17.7
CAJETA, FRASCO 640 G, DE LECHE	29.37	24.07	5.30	18.1
ACEITE MIXTO, 1 L	8.19	6.63	1.56	19.1
ATÚN, LATA 174 G	5.88	4.71	1.18	20.0
CHILES EN LATA, 215 G	3.25	2.55	0.70	21.6
ARROZ, BOLSA 1 KG	7.10	5.56	1.54	21.7
PURÉ DE TOMATE, LATA 800 G	8.32	6.47	1.85	22.2
JUGO DE FRUTAS, CAJA 1 L	13.13	9.92	3.21	24.4
HARINA DE TRIGO, PAQUETE 1 KG	6.35	4.84	1.50	23.7
ACEITE MAÍZ, 1 L	13.04	8.51	4.53	34.7
PASTAS PARA SOPA, PAQUETE 200 G	2.43	1.51	0.91	37.6
CHOCOLATE EN POLVO, BOLSA 400 G	12.60	7.31	5.30	42.0
COSTO DE LA CANASTA	160.30	129.32	30.97	19.3

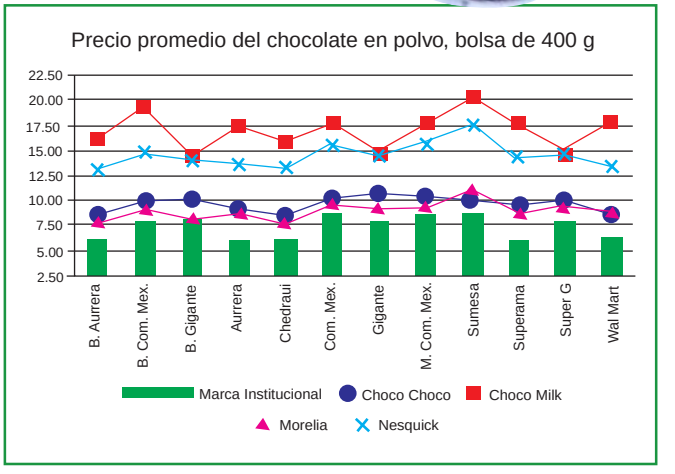
En este apartado se seleccionaron los cuatro productos que registraron las mayores diferencias en precios, entre las marcas institucionales y las marcas líderes, con el fin de que el consumidor evalúe y decida cuál marca desea comprar.

• *Chocolate en polvo*

El chocolate en polvo, bolsa de 400 g, de marcas institucionales registró su menor precio en las cadenas de tiendas de Bodega Aurrera y Superama, cuyo precio se colocó en $ 5.97, en tanto que el precio en Mega Comercial Mexicana fue de $ 8.70, la diferencia fue de $ 2.73.

En cambio el chocolate marca Choco Milk, bolsa de 400 g presentó un precio de $ 17.85 en la cadena de tiendas Superama se encontró un ahorro de $11.88, al comprar la «marca libre» en esta cadena de tiendas.

El chocolate en polvo marca Nesquick se cotizó en $ 14.09 en la cadena de tiendas Superama, en tanto que la marca exclusiva de esta tienda se ubicó en $ 5.97, por lo tanto se registró un ahorro de $ 8.12, es decir, 57.6 por ciento.

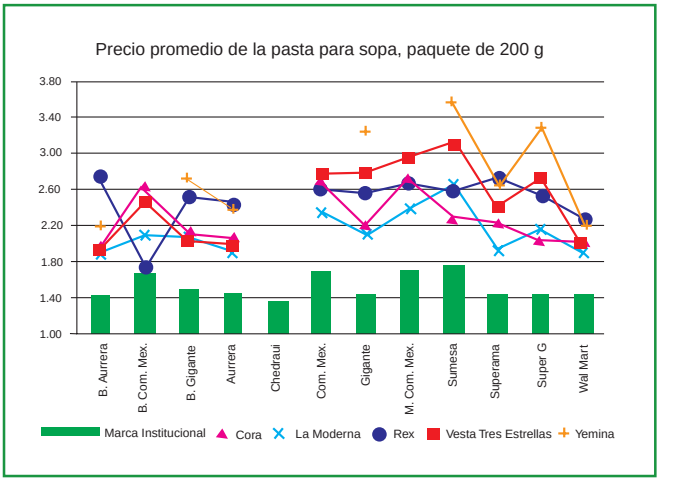


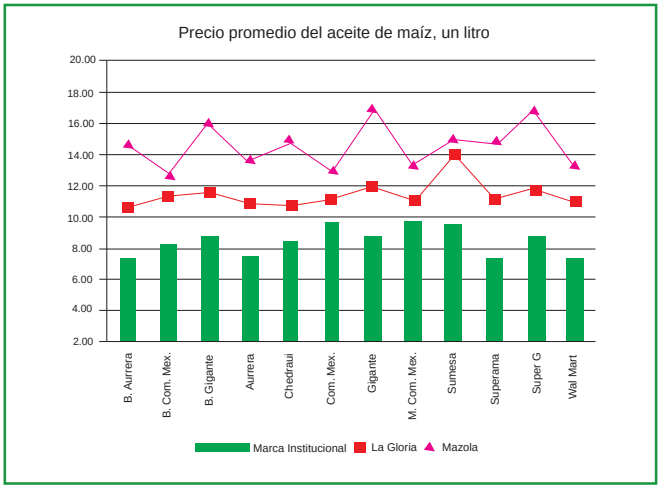
• *Pasta para sopa*

La pasta para sopa, paquete de 200 g registró un menor nivel de precios en Chedraui, ya que su marca se ubicó en $ 1.37, mientras que la «Marca Propia» de Sumesa se cotizó en $1.75 ($ 0.38 más).

En Super G, la pasta para sopa marca Yemina, paquete de 200 g, presentó un precio de $ 3.28; el ahorro máximo alcanzado fue de $1.86 (56.7%), comprando la marca «Selección G» a $ 1.42 en dicha tienda.

Otro ahorro importante se obtuvo en la cadena de tiendas Bodega Aurrera, ya que la marca Rex se vendió en $ 2.75, por su parte, la «Marca Libre» tuvo un costo de $ 1.41, con lo que se obtuvo un ahorro de $ 1.34 (48.7%).



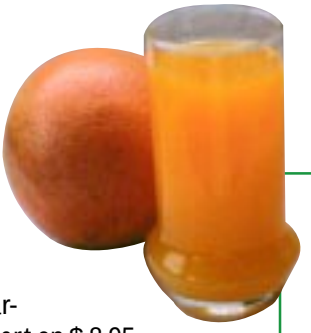


• *Aceite de maíz*

El aceite de maíz de un litro de marca institucional se encontró a un precio menor en la cadena de tiendas Wal Mart ($ 7.38). En las cadenas de tiendas Comercial Mexicana y Mega Comercial Mexicana se vendió $ 2.42 más barato, esto es, a $ 9.80.

Los mayores ahorros se observaron en el aceite Mazola de un litro, que en la cadena de tiendas Superama se vendió a $ 14.74, mientras que la «Marca Libre» fue de $ 7.45, con lo que se observó un ahorro de $ 7.29 (49.5%).

Otro ahorro importante pudo obtenerse en Superama, donde el aceite La Gloria de un litro se vendió a un precio de $ 11.13, en tanto que el de «Marca Libre» se ubicó en $ 7.45, con lo que se detectó un ahorro de $ 3.68, es decir, 33.1 por ciento.

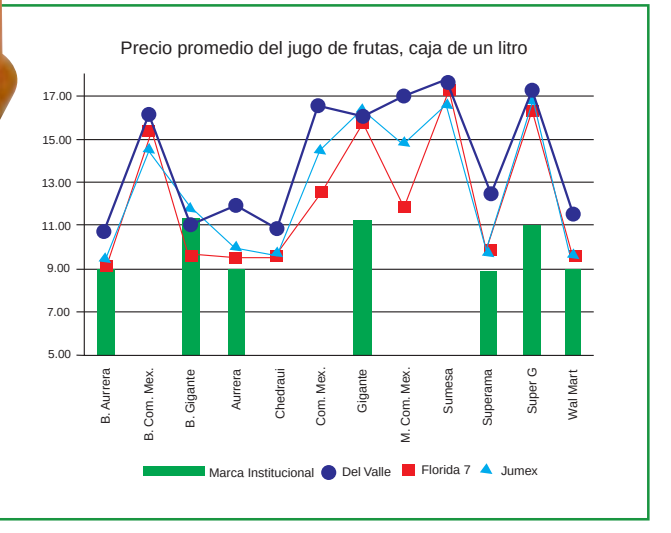


• *Jugo de frutas*

El menor precio para el jugo de frutas, caja de un litro, se observó en la «Marca Libre» de Aurrera, Superama y Wal Mart en $ 8.95, mientras que el mayor precio se presentó en «Selección G» de Bodega Gigante ($ 11.34), con una diferencia de hasta $ 2.39 entre una cadena y otra.

El jugo de frutas marca Del Valle registró un precio de $ 17.27 en Super G, mientras que la marca «Selección G» de esa cadena se ubicó en $ 10.96, con lo que se registró un ahorro de $ 6.31 (36.5%).

Otro ahorro importante se encontró en Super G, ya que el jugo de frutas Jumex registró un precio de venta de $ 16.87, en tanto que su marca costó $ 10.96, con lo cual se obtuvo un ahorro del 35.0 por ciento.



2. Canasta de 11 productos de limpieza para el hogar e higiene personal

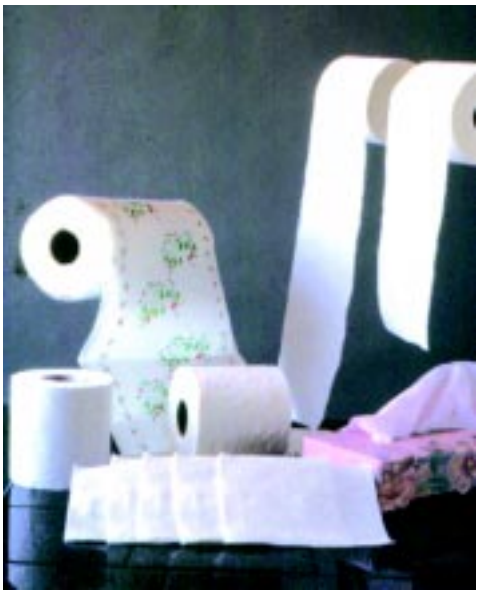
Se seleccionó una canasta de 11 productos de limpieza para el hogar e higiene personal. Se tomó el precio promedio de las diferentes marcas comerciales e institucionales en las distintas cadenas comerciales que cuentan con dicha marca. En este tipo de productos existe un menor número de marcas exclusivas de las cadenas para comparar con las marcas líderes del mercado. De acuerdo con el análisis se observó lo siguiente:

a) La canasta de marcas institucionales presentó un costo promedio de $ 167.17, mientras que la canasta comercial se ubicó en $ 200.49, con lo que el ahorro fue de $ 33.32, es decir, 16.6 por ciento.

b) Las toallas sanitarias en paquete de 20 piezas registraron un precio promedio en las marcas comerciales de $ 14.76, mientras que las marcas institucionales de las cadenas observaron un precio promedio de $ 9.78, con lo cual el ahorro fue de $ 4.98 (33.8%).

c) Las marcas comerciales del detergente para trastes en polvo, bolsa de un kilo, se cotizaron en promedio en $ 13.86, mientras que la marca institucional se ubicó en $10.57, lo que representó un ahorro de $ 3.29 ó 23.7 por ciento.

d) El limpiador líquido para piso de un litro observó un ahorro promedio de $ 2.69, es decir, 21.8 por ciento, ya que



la marca institucional se ubicó en $ 9.64, mientras que las marcas comerciales registraron un precio de $ 12.33.

e) El suavizante para ropa, botella de un litro, registró un precio promedio en la marca comercial de $ 15.97, en tanto que la marca institucional costó $ 12.71, con lo que usted pudo ahorrar hasta $ 3.26, es decir, 20.4 por ciento.

f) Se observa que hay diferencias importantes en los precios, con ahorros de entre 10.8 y 33.8 por ciento, dependiendo del producto de marca institucional adquirido.

Canasta de 11 productos de limpieza del hogar e higiene personal

Producto	Marca comercial	Marca institucional	Ahorro ($)	Ahorro (%)
Papel higiénico, paq. 18 rollos 230 hojas dobles	40.27	35.94	4.33	10.8
Papel higiénico, paq. 12 rollos 230 hojas dobles	27.27	24.30	2.97	10.9
Toallita húmeda limpiadora, caja 80 piezas	39.57	33.75	5.82	14.7
Blanqueador, botella 1 litro	5.21	4.49	0.72	13.7
Papel higiénico, paq. 6 rollos 230 hojas dobles	15.28	12.74	2.53	16.6
Servilletas de papel blanco, paq. 250 hojas	11.47	9.56	1.91	16.6
Jabón de pasta, barra 400 g, c/envoltura	4.50	3.68	0.82	18.3
Suavizante p/ropa, botella 1 litro, azul	15.97	12.71	3.26	20.4
Limpiador líquido p/piso, botella 1 litro, Pino	12.33	9.64	2.69	21.8
Detergente p/trastes, bolsa 1 kg, polvo	13.86	10.57	3.29	23.7
Toallas sanitarias, regular, bolsa 20 pzas.	14.76	9.78	4.98	33.8
COSTO DE LA CANASTA	200.49	167.17	33.32	16.6

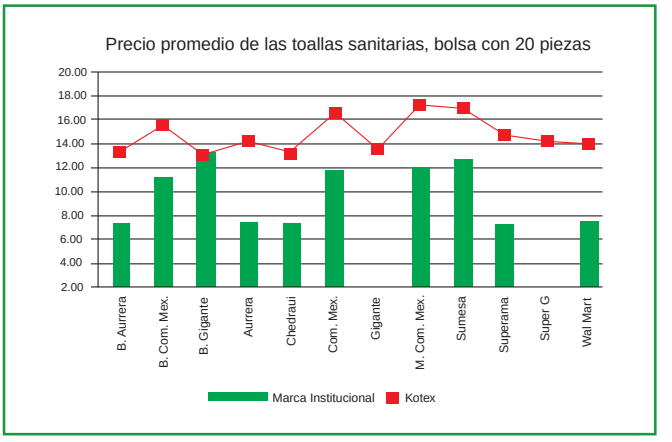
Seleccionamos cuatro productos de limpieza e higiene personal, por presentar las mayores diferencias de precio entre marcas institucionales y marcas comerciales.

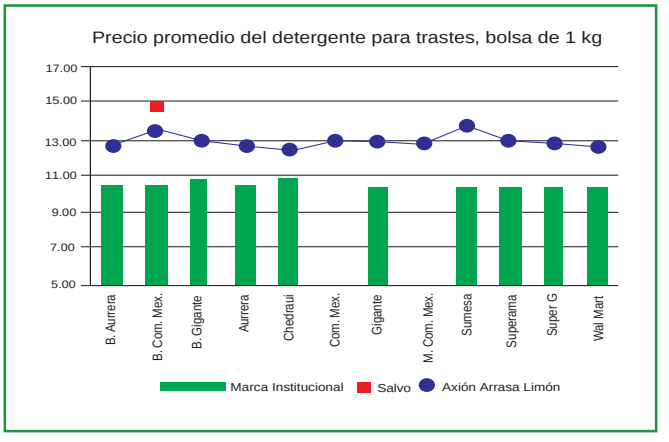
• *Toallas sanitarias*

La marca «D'calidad Chedraui» de las toallas sanitarias regulares, bolsa de 20 pzas., registró un precio menor en la cadena de tiendas de Chedraui ($ 7.32), es decir, $ 5.98 menor que la marca «Selección G» de Bodega Gigante.

Las toallas sanitarias marca Kotex registraron un precio de $ 14.66 en Superama, mientras que la «Marca Libre» en esta cadena de tiendas se ubicó en $ 7.35, con lo que se detectó un ahorro de 49.9 por ciento, es decir, $ 7.31.

En Aurrera se observó un ahorro de $ 6.85 (48.2%) en la adquisición de su «Marca Libre» a un precio de $ 7.35, ya que el precio de la marca Kotex se ubicó en $ 14.20.





• *Detergente para trastes*

El detergente para trastes, bolsa de 1 kg, marca institucional se vendió desde $ 10.50 hasta $ 10.95, lo que representó una diferencia máxima de $ 0.45 entre una cadena comercial y otra.

En Bodega Comercial Mexicana el precio del detergente para trastes Salvo, bolsa de un kg, se ubicó en $ 14.75; mientras que el precio de la «Marca Propia» fue de $ 10.50, con lo que se obtuvo un ahorro de $ 4.25 (28.8%) al comprar dicha marca institucional.

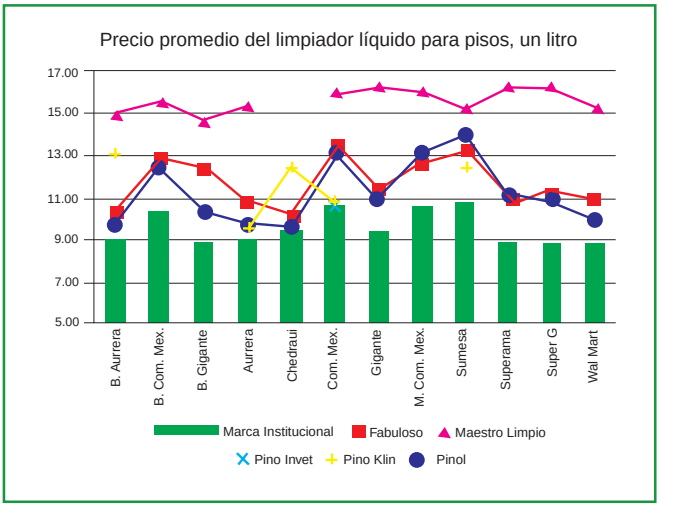
El detergente para trastes Axión Arrasa Limón, bolsa de un kg, se ubicó en $ 13.78 en Sumesa, mientras que su «Marca Propia» costó $ 10.50, lo que significó un ahorro de $ 3.28 (23.8%) al comprar su marca exclusiva.

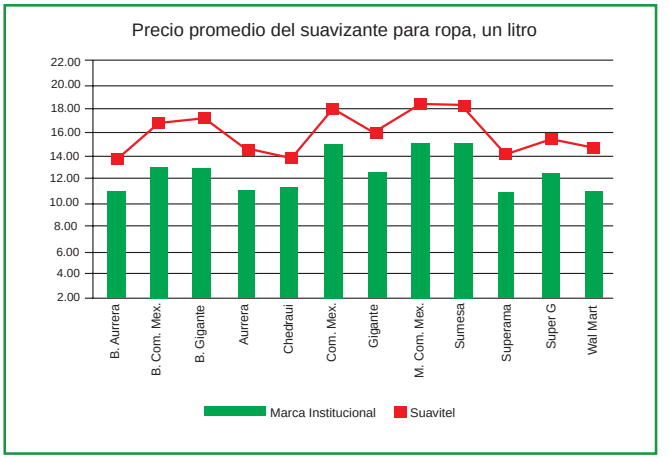
• *Limpiador para piso*

El limpiador líquido para pisos de un litro, de marcas institucionales, registró un menor precio en Bodega Gigante, Super G y Wal Mart ($ 8.95), en tanto que el mayor precio se detectó en la «Marca Propia» de Sumesa ($ 10.90); es decir, una diferencia de $ 1.95.

El Maestro Limpio de un litro registró un precio de $ 16.40 en Super G, con lo que el ahorro alcanzado al comprar la marca «Selección G» fue de $ 7.45 (45.4%).

En Superama, el Maestro Limpio observó un precio de $ 16.30, mientras que el de su «Marca Libre» fue de $ 8.99, por lo que el ahorro se ubicó en $ 7.31 (44.8%).





• *Suavizante para ropa*

El suavizante para ropa de las marcas institucionales registró un menor nivel de precios en las cadenas de tiendas Bodega Aurrera y Superama ($ 10.96); la diferencia con el precio más alto, observado en Sumesa ($ 15.26), se ubicó en $ 4.30.

El suavizante para ropa marca Suavitel, botella de un litro, presentó un precio de $ 14.76 en Aurrera, con lo que el ahorro al comprar la «Marca Libre» fue de $ 3.77 (25.5%).

Otro ahorro importante se detectó en Bodega Gigante, ya que el precio para la marca Suavitel se ubicó en $ 17.23, mientras que el precio de la marca «Selección G» fue de $ 12.97; así se obtuvo un ahorro de $ 4.26 (24.7%).

Es evidente que las canastas de productos básicos alimenticios, así como la de aseo y limpieza personal conformadas por marcas institucionales son la más económicas, independientemente del establecimiento donde se realice la compra. Al adquirir productos en tiendas más accesibles a nuestra economía familiar se incrementa el ahorro, repercutiendo en un mayor poder adquisitivo.

Finalmente le sugerimos llamar al Teléfono del Consumidor: 55-68-87-22 o al 52-11-64-14 para consultar más opciones de precios para este tipo de producto, o bien, consultar la publicación semanal *Quién es quién en los precios, Guía para comprar más barato*.

Infórmese y ahorre, elevando su capacidad de compra

Las redes digitales internacionales y las tecnologías informáticas que integran el mercado electrónico requieren de una reglamentación global para garantizar la protección al consumidor. A fin de cumplir este objetivo, el consejo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) aprobó un documento en el que se establecen los **Lineamientos para la Protección al Consumidor en el contexto del Comercio Electrónico**.

La presidenta del comité de la OCDE, Jyte Oelgaard, designó a México -a través de PROFECO- como responsable de la distribución del documento a los países de habla hispana, con la finalidad de que las instancias autorizadas de cada gobierno nacional procedieran a su promoción, formalización y, en su caso, integración a sus legislaciones, en beneficio directo de la población consumidora.

Protección al consumidor

Lineamientos del comercio electrónico

El objetivo

En abril de 1998, el Comité de Política del Consumidor de la OCDE inició la creación de una serie de lineamientos generales para proteger a los consumidores involucrados en el comercio electrónico, sin colocar barreras al libre intercambio de mercancías y servicios.

Estos lineamientos constituyen una recomendación a los gobiernos, a las empresas, a los consumidores y a sus representantes. Sin embargo, el contenido de dichos lineamientos no pretende ser una restricción para que los países miembros amplíen su alcance o adopten disposiciones más estrictas orientadas a proteger a los consumidores en línea. El propósito fundamental es proporcionar el marco y el conjunto de principios para apoyar:

- A los **gobiernos** en la revisión e implantación de leyes relacionadas con el consumidor, así como de las políticas y prácticas que puedan hacer valer para proteger efectivamente al consumidor en el contexto del comercio electrónico.
- A las **asociaciones empresariales**, grupos de consumidores y organismos de autorregulación, proporcionándoles orientación respecto a los principios básicos de una protección al consumidor efectiva -que deben ser considerados en la revisión-, así como las bases para la formulación de esquemas de autorregulación en el contexto del comercio electrónico.
- A las **empresas en lo individual y** a los **consumidores** involucrados en el comercio electrónico, otorgándoles una guía clara en cuanto a los principios básicos relativos al suministro de información y a las prácticas equitativas que las empresas deben garantizar y los consumidores esperar, en el contexto del comercio electrónico.

Además, dichos lineamientos buscan fortalecer las prácticas equitativas de negocios, de publicidad y de mercadotecnia; promover información clara acerca de la identidad de los negocios en línea, así como de los bienes y los servicios que éstos ofrecen y de los términos y condiciones de cualquier transacción; asegurar procedimientos transparentes para la confirmación de las operaciones; establecer mecanismos seguros de pago; impulsar procedimientos justos, oportunos y costeables de solución de controversias y de reparación del daño; alentar la confidencialidad; y fomentar la educación de los consumidores y las empresas.

Obligaciones del proveedor

Es preciso señalar que **los lineamientos sólo serán aplicables al comercio electrónico entre proveedor y consumidor**, y no en transacciones de proveedor a proveedor.

Para cumplir dicha reglamentación a continuación se enuncian las obligaciones específicas del proveedor:

- Las empresas no deben declarar, omitir o comprometerse en prácticas comerciales que resulten falsas, engañosas, fraudulentas e inequitativas, lo cual podría implicar un riesgo para los consumidores.
- La información que la empresa ofrezca de sí misma debe ser clara, precisa y accesible; no podrá ocultar su verdadera identidad y ubicación.
- Cualquier declaración que la empresa haga acerca de sus políticas o prácticas relacionadas con sus transacciones con los consumidores deberá ser cumplida.
- Las empresas deben desarrollar procedimientos que permitan al consumidor decidir si desea o no recibir mensajes comerciales por correo electrónico. En el caso de una negativa por parte del consumidor, la empresa tendrá que respetar su decisión.
- Las empresas que dirijan publicidad a niños, ancianos, enfermos graves y otras personas que no tengan la plena capacidad de entender la información, deberán manejarla con especial cuidado.

Cómo efectuar una transacción electrónica

1. En primera instancia, la empresa deberá identificarse plenamente con los siguientes datos: nombre legal y comercial, domicilio, dirección de e-mail y otros medios electrónicos de contacto, número telefónico, una dirección para efectos de registro, número de registro oficial de gobierno o números de licencia. También tendrá que contar con mecanismos efectivos de comunicación para que el consumidor pueda contactarla con facilidad, y tener un servicio de proceso legal para la solución de controversias. Por último deberá señalar su domicilio y el de sus directivos o representantes que hubieran sido designados por sus estatutos o por disposición de la ley.

2. Acerca de la información de los bienes que comercializa, la empresa deberá ofrecer una descripción exacta y de fácil acceso.

3. En el momento de la transacción, los términos, las condiciones y los costos deben ser claros, precisos y accesibles, para que el consumidor tenga oportunidad de revisarlos; dicha información debe incluir los siguientes datos:

I. Desglose de las cantidades totales y/o impuestos que cobrará la empresa.

II. Notificación de la existencia de otros costos rutinarios y/o impuestos aplicables al consumidor, los cuales la empresa no cobrará.

III. Términos de la entrega del producto o la prestación del servicio.

IV. Términos, condiciones y formas de pago.

V. Restricciones, limitaciones o condiciones de compra, como requisitos de aprobación paterna/tutorial o restricciones geográficas o de tiempo.

VI. Instrucciones para un empleo adecuado de los productos, incluyendo advertencias sobre seguridad y cuidado de la salud.

VII. Información relativa a los servicios de garantía disponibles.

VIII. Detalles y condiciones relacionados con las políticas de retiro, terminación, devolución, cambio, cancelación o reembolso.

IX. Garantías y advertencias disponibles.

Toda la información relativa a costos deberá indicar en qué moneda se realiza la transacción.

4. Antes de dar por concluida la compra, el consumidor tendrá que determinar con precisión cuáles son los bienes o los servicios que desea adquirir; identificar y corregir cualquier error en la orden de compra; expresar su consentimiento; conservar un registro completo de la transacción; y, en su caso, cancelar la operación antes de concluir la compra.

5. Los mecanismos de pago deberán ser fáciles y seguros.

En caso de conflicto

Las transacciones transfronterizas entre proveedores y consumidores, que se lleven a cabo electrónicamente o por otro medio, **están sujetas al marco legal existente en cuanto a leyes aplicables y jurisdicción**.

En este aspecto, los gobiernos deberán asegurar que proporciona equidad a las partes involucradas, facilita el comercio electrónico, redunda en que los consumidores tengan un nivel de protección similar al de otras formas de comercio, y les otorga acceso a la solución oportuna y equitativa de controversias, así como a la reparación del daño sin tener que pagar un costo o cargos indebidos.

Es necesario que las empresas, los representantes de consumidores y los gobiernos trabajen conjuntamente para seguir desarrollando políticas y procedimientos de autorregulación efectivos y transparentes, incluyendo mecanismos alternos de solución de controversias para canalizar las quejas de los consumidores y resolver las querellas entre proveedores y consumidores originadas en el comercio electrónico, con especial atención a las transacciones transfronterizas.

Asimismo es indispensable que usted, amigo consumidor, esté bien informado acerca de este tema a fin de tomar siempre la decisión correcta y hacer valer sus derechos con base en el marco legal de la protección al consumidor aplicable a sus operaciones en línea. En caso de duda o inconformidad ¡acérquese a PROFECO!

Fuente: Coordinación de Enlace Institucional, PROFECO.

¡Cuidado con las subastas por Internet!

Entre las innovaciones comerciales que ha traído Internet al mercado figura la modalidad de subastas «electrónicas» o «a distancia», y consideramos importante que usted conozca sus probables ventajas y la forma de operar de este novedoso sistema, así como sus alcances, limitaciones y riesgos. ¿Nos acompaña?

Qué es una subasta

Una subasta es una operación comercial por medio de la cual el consumidor puede adquirir algún artículo de su interés, siempre y cuando ofrezca más dinero que las demás personas interesadas en obtenerlo.

En Internet existen muchos portales que ofrecen el servicio de subastas, o bien, hay sitios especializados en esta materia, pero ambos funcionan sólo como intermediarios para facilitar transacciones entre compradores y vendedores.

Con base en la explicación anterior conviene describir dos tipos de subastas.

Con importe normal: el vendedor elige el precio mínimo con el que debe iniciarse la subasta. Las personas participantes deberán ofrecer más o, en todo caso, igualar el precio inicial.

Con costo de reserva: el vendedor determina un precio base, el cual desconocen los posibles compradores. En este caso el vendedor no está obligado

a vender su producto a quienes realicen ofertas inferiores al costo base o «de reserva». Si no se llega a un precio superior o igual al de reserva, la subasta se cierra sin que forzosamente haya un ganador.

En este tipo de operaciones comerciales es posible que se cambie el precio inicial o de salida a fin de que se aproxime más al de reserva; asimismo, el precio de reserva se utiliza cuando el vendedor desconoce el valor de lo que va a comercializar y desea reservarse el derecho a negar la venta de su objeto a los oferentes. Además le permite medir la demanda de su producto. Si lo desea puede reducir el costo antes de que termine la subasta, pero nunca puede incrementarlo.

En caso de que exista una modificación en el importe de reserva se debe notificar, vía correo electrónico, a todos aquellos participantes que hayan realizado las mejores ofertas.

Cabe aclarar que en algunos portales no se maneja el precio de reserva, a fin de evitar que se oculte información a compradores potenciales. Más bien se utiliza la «contraoferta», en la que el vendedor puede decidir no vender su producto a un precio menor al que él determinó, el cual se da a conocer a los «pujadores», es decir, a los consumidores interesados en comprar el objeto de la subasta. Sin embargo, el vendedor está dispuesto a escuchar ofertas y, probablemente, a aceptarlas, aunque sean inferiores a lo que él esperaba, pero también puede negarse a vender si así lo desea.

Asimismo existen tiendas en línea de compras grupales, las cuales reducen costos para el consumidor. Los precios de los productos y servicios que se ofrecen -como discos, libros, viajes, vinos, productos deportivos, equipo de cómputo- se abaratan en la medida que más consumidores los compran.

Cuando el comprador adquiere algún producto o servicio en determinado precio, y éste disminuye después de finalizada la transacción, se le reembolsa la diferencia.

El consumidor puede pagar a través de depósito en cuenta bancaria, con tarjeta de crédito o mediante COD -clave que significa «cóbrese o devuélvase»-, en caso de que la persona o algún representante no se encuentre en el domicilio indicado.

Cómo son las ofertas

Las ofertas pueden clasificarse de la siguiente manera:

Por precio: la oferta con el precio más alto siempre ganará.

Por cantidad: cuando se lleven a cabo dos o más ofertas por el mismo precio, gana aquella que se lleve mayor número de productos, de acuerdo con la cantidad disponible.

Por tiempo: cuando dos o más compradores ofrezcan el mismo precio y cantidad de productos, gana la persona que haya hecho la oferta en primer lugar.

Una vez que alguien resulte ganador de determinada oferta, tanto el comprador como el vendedor reciben una notificación a través de su correo electrónico para que acuerden costos de envío, instrucciones de pago y la dirección donde puede efectuarse la transacción. No se proporcionan datos de com-

pradores o vendedores sino hasta que finalice la subasta, y únicamente se les dan a los interesados.

Las ofertas de compra únicamente pueden considerarse válidas cuando han sido procesadas por el sistema informático del portal. El comprador está obligado a cumplir con la transacción una vez que el vendedor haya aceptado su «puja» u oferta.

¿Cómo participar?

Para formar parte de una subasta el ciberconsumidor interesado necesita registrarse en la página. Algunos portales manejan el registro gratuito para los compradores y únicamente tienen que pagar por la publicación quienes deseen vender. En este caso, las tarifas son muy variadas, dependiendo del artículo, ya que se subastan desde timbres postales hasta mobiliario, obras de arte o viajes. Existen portales que no cobran al vendedor, a menos que éste logre vender su artículo, e igualmente el importe se determina en función del objeto y el precio en el que se lo hayan comprado.

¡La ley lo protege!

Acerca de los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, las siguientes disposiciones aplican a las relaciones entre proveedores y consumidores:

-El proveedor utilizará la información proporcionada por el consumidor en forma confidencial, no podrá difundirla o transmitirla a otros proveedores ajenos a la transacción, salvo autorización expresa del propio consumidor o por requerimiento de autoridad competente;

-El proveedor utilizará alguno de los elementos técnicos disponibles para brindar seguridad y confidencialidad a la información proporcionada por el consumidor e informará a éste, previamente a la celebración de la transacción, de las características generales de dichos elementos;

-El proveedor deberá proporcionar al consumidor, antes de celebrar la transacción, su domicilio físico, números telefónicos y demás medios a los que pueda acudir el propio consumidor para presentarle sus reclamaciones o solicitarle aclaraciones;

-El proveedor evitará las prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos, por lo que deberá cumplir con las disposiciones relativas a la información y publicidad de los bienes y servicios que ofrezca, señaladas en esta Ley y demás disposiciones que se deriven de ella;

-El consumidor tendrá derecho a conocer toda la información sobre los términos, condiciones, costos, cargos adicionales, en su caso, formas de pago de los bienes y servicios ofrecidos por el proveedor;

-El proveedor respetará la decisión del consumidor en cuanto a la cantidad y calidad de los productos que desea recibir, así como la de no recibir avisos comerciales; y

-El proveedor deberá abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los servicios ofrecidos, y cuidará las prácticas de mercadotecnia dirigidas a la población vulnerable, como niños, ancianos y enfermos, incorporando mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población.

Fuente: Diario Oficial de la Federación, 20 de mayo del 2000, p.17.

El registro mencionado consiste en llenar un formulario y **proporcionar datos personales como nombre, domicilio, teléfono y dirección electrónica**. Hay una persona encargada de verificar esa información a fin de otorgar seguridad a los usuarios.

Posteriormente, **el interesado debe leer los términos y las condiciones** que se establecen tanto para el vendedor como para el comprador **y firmar de conformidad**.

Finalmente, **vía correo electrónico se le notifica la confirmación de su registro y se le proporciona una clave** con la cual podrá tener acceso para participar en las subastas.

En caso de que desee vender, con su clave de acceso deberá ingresar al menú «Vender» y hacer una descripción detallada de su producto y de las condiciones de venta que piensa establecer: precio, tiempo, costo de salida -en su caso, de reserva-, etcétera; también deberá señalar el número de su tarjeta de crédito. Cuando alguien adquiera su producto le proporcionarán los datos del consumidor para que se ponga en contacto y pueda completarse la negociación.

Opciones de pago

Existen varias maneras de llevar a cabo una transacción después de finalizar un cierre de subastas.

Tarjeta de crédito: muchos vendedores que operan a través de la red aceptan esta forma de pago; el número se puede obtener vía telefónica, correo electrónico o mediante el llenado de un formulario en línea.

Transferencia: el comprador ordena una transferencia de pago a un banco, almacén o centro de cobro de cheques, al que deberá pagar una cuota nominal. Será difícil que se cerciore de lo que pasó con el dinero una vez que ya lo envió. En caso de pérdida no podrá recuperarlo y si no tiene manera de comprobar que hizo el depósito, el vendedor no podrá entregarle aquello que compró.

Cheque: es un sistema más efectivo que el anterior. No obstante, existe cierto retraso para que el vendedor reciba, deposite y se compruebe que el cheque tiene fondos. Cuando se depositan de una entidad a otra, el tiempo de espera es todavía mayor -dos semanas o más.

Contrareembolso o mensajería: es la mejor manera de evitar que se cometa un fraude y de llevar a cabo una transacción «a ciegas» entre un comprador y un vendedor. Se asegura tanto la entrega como el pago del objeto. Además, el porcentaje de cobro de este tipo de servicio es inferior respecto al de una tarjeta de crédito.

Qué aspectos cuidar

-En virtud de que la mercancía ofrecida no se puede ver más que en el monitor de la computadora, ésta **debe describirse lo más detalladamente posible** en lo referente a su estado, tamaño, condición, marca, modelo, color, material, razón de venta, accesorios, uso dado, deficiencias, composturas o modificaciones importantes. La descripción que se haga al posible comprador no debe inducir al error o confusión.

-Ponga particular cuidado al anotar **sus datos**, los cuales usted proporciona sólo de manera voluntaria; **se deben mantener en absoluta confidencialidad** y únicamente podrán utilizarse para realizar esa operación en especial. **La persona que dé datos falsos** -sobre todo vendedores- **quedará excluido del portal de subastas**.

-**Está prohibida la venta o promoción de fármacos, estupefacientes, armas, explosivos o material pornográfico u obsceno**.

-**El usuario-vendedor debe tener capacidad legal para efectuar la operación y deberá entregar el producto en el mismo estado y condiciones en las que lo publicitó**.

-**Cuando el usuario-comprador no reciba la mercancía especificada, esté dañada o en condiciones diferentes a lo establecido, podrá exigir el cumplimiento forzoso o la rescisión de su compra**, haciendo uso de las acciones legales que considere pertinentes. Asimismo, **el consumidor puede cancelar la compra cuando exista un error tipográfico en la información que cambie totalmente el concepto o idea que tenía acerca del objeto o precio del mismo**.

-**El vendedor no podrá retractarse o cancelar una oferta de venta cuando alguien haya alcanzado o rebasado el costo estipulado en el precio de salida o de reserva**. Sólo podrá suspender la venta cuando no haya podido acordar con el consumidor la forma de pago, de entrega o no sea posible verificar los datos del comprador.

-**Está prohibida la manipulación de precios por parte del vendedor a través de un tercero**; por ejemplo, la utilización de una segunda cuenta para realizar ofertas sobre un producto suyo, o bien, a fin de elevar el precio.

-**El comprador puede solicitar información respecto a otros productos que haya comercializado ese vendedor en particular**, así como los **comentarios** que le hayan hecho otros clientes, **el tiempo que lleva registrado en la página**, etcétera.

-**Los portales deben contar con un departamento de servicio a clientes para aclarar cualquier duda, inconformidad o solicitar más detalles**.

¡Evite ser víctima de un fraude!

Considere las siguientes recomendaciones antes de adquirir cualquier tipo de artículo a través de subastas:

-**Recopile toda la información disponible y léala muy bien**, sobre todo revise cuidadosamente las cláusulas y condiciones de contratación, si tiene dudas solicite su aclaración.

-**Interactúe con el vendedor a través de la página** en el espacio que los portales tienen destinado para ello. **Hágale todas las preguntas que considere necesarias**. Si no tiene manera de obtener todos los datos que sean importantes para usted, ¡absténgase de comprar!

-**Dude de aquellos artículos cuya descripción no sea lo suficientemente amplia o satisfactoria**. De preferencia solicite ver las fotografías digitalizadas; aun en este caso, no se deje llevar sólo por la apariencia, ¡solicite recomendaciones!

-Si acostumbra utilizar tarjeta de crédito, **tramite una que sea específicamente para sus operaciones a través de la red** -con un límite de crédito determinado- y esté al pendiente de sus estados de cuenta.

-**Imprima aquellas páginas que pudieran serle de utilidad para comprobar la oferta, su notificación como mejor postor o aspectos que tengan que ver con la transacción**.

-**No acepte completar la compra sin la intermediación del portal**; de lo contrario éste no se hará responsable en caso de fraude.

-Si el producto proviene del extranjero, infórmese con anterioridad si podrá pasar por aduana el cobro de los impuestos y los trámites que será necesario realizar.

-**Si no domina el inglés evite adquirir productos en páginas cuya información esté en este idioma**. No ignore o dé por supuesto el vocabulario que es desconocido para usted.

-**Averigüe el tiempo y costo de envío** a fin de que haya oportunidad en la entrega; por ejemplo, cuando el producto sea para regalar. También se dan casos en que resulta más caro el envío que el propio artículo. Trate de ser muy cuidadoso cuando la mercancía provenga de otro país.

Aunque pareciera que son muchos los inconvenientes al comprar a través de la red, en realidad no es así. No se trata de «tenerle miedo» a Internet, pues ésta es una herramienta que puede ser de mucha utilidad en la medida que usted tome las precauciones necesarias, tal y como lo debe hacer con las compras a través de otro sistema, ¿no lo cree?

Yureli Cacho

Fuentes: -Entrevista con Rafael Adrián Avante Juárez, director general del Área Jurídico Consultiva de PROFECO.
-Erick Pérez Grovas Aréchiga, director general de Mercado Libre.
-Diario Oficial de la Federación, 20 de mayo del 2000.
-www.yahoo.com
-www.deremate.com
-www.todito.com.
-www.agrupate.com

¡Subastas, subastas, subastas!

www.mercadolibre.com.mx
www.deremate.com.mx
www.subastis.com
www.123remate.com
www.subastamos.com
www.mejorpostor.com
www.ohdomino.com
www.alhajasantiguas.com
www.subasta2.com
www.hobbiexpress.com
www.ojoporojo.com
www.oportunidades.com
www.publicasubasta.com
www.ventasensubastas.com
www.afinsa.com

Qué le ofrecen las

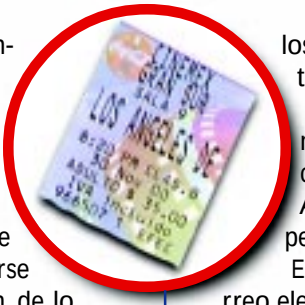
¡Uf! Qué fastidioso resulta formarse en interminables filas para adquirir un boleto, y más aún cuando al llegar a la ventanilla el empleado nos ofrece los peores lugares para un espectáculo, o bien, nos informa que ya no hay asientos disponibles para realizar nuestro próximo viaje.

Para evitar disgustos y lamentaciones, hoy en día muchas empresas comercializan su boletaje a través de sistemas computarizados a distancia, mediante los cuales el consumidor, sin salir de su casa o de su oficina, cuenta con una taquilla «electrónica» al alcance de su mano, aunque en ocasiones el servicio tiene un costo adicional.

Entérese a continuación de las ventajas y riesgos que debe tomar en cuenta antes de efectuar la adquisición de su boleto.

taquillas a distancia.....

En salas de cine



Si usted está interesado en comprar a distancia un par de boletos para asistir al cine, sólo necesita llamar por teléfono y proporcionar su nombre y número telefónico; el costo promedio por reservación anticipada es de $ 6.00 por boleto. Si va a pagar en efectivo debe acudir directamente a la taquilla y mencionar la clave que la operadora le indicó. Es importante presentarse 30 ó 35 minutos antes de que inicie la función, de lo contrario cancelarán automáticamente sus entradas.

En caso de proporcionar vía telefónica su número de tarjeta de crédito para cubrir el importe, puede llegar hasta cinco minutos antes de la función, y únicamente se le entregarán los boletos al titular de la tarjeta, quien debe presentar una identificación.

La compra de localidades a través de Internet es muy similar: usted elige la película, la dirección del cine, el horario y la cantidad de boletos que quiere. A continuación le proporcionarán una clave que le permitirá solicitar sus boletos en la taquilla.

En algunos casos deberá contar con cuenta de correo electrónico y ser cine-usuario, a fin de que sus datos queden registrados en la computadora y no se los soliciten cada vez que compre boletos por este medio. Además, recurrir a estos servicios generalmente le brinda la oportunidad de participar en concursos, trivias y promociones.

En transportación terrestre y aérea

Algunas líneas de autobuses también le permiten adquirir su boleto mediante una llamada telefónica y efectuar el pago el día de su salida; esto le evitará acudir dos veces a la terminal.

Si paga en efectivo necesita presentarse por lo menos una hora antes del horario de salida programado; si llama por teléfono y paga con su tarjeta de crédito tendrá que presentarse con 30 minutos de anticipación; cabe señalar que este servicio tiene un costo de $ 20.00* por cada boleto. Aquí no se ofrece el servicio a domicilio ni la opción de comprarlos a través de Internet.

En cuanto al transporte aéreo, tanto las líneas nacionales como las internacionales ofrecen servicio de entrega de boletos a domicilio, algunas sin importe extra y otras con un cargo promedio de $ 30.00 por envío.

Para adquirirlos usted deberá proporcionarle a la operadora el número de su tarjeta de crédito, o si es vía Internet, teclearlo en la computadora.

El procedimiento en ambas modalidades es el mismo: el cargo se aplica a su tarjeta de crédito y usted especifica si desea que le envíen sus boletos a domicilio, si prefiere recogerlos en alguna de las oficinas de la aerolínea, o bien, si opta por recibirlos directamente en el aeropuerto el día de su salida, para ello le indicarán con cuánto tiempo de anticipación deberá presentarse en la ventanilla a recogerlos.

Si de espectáculos se trata...

En el caso de espectáculos infantiles, funciones teatrales, eventos culturales, deportivos, de recreación y conciertos musicales, cada boleto que compre a través del servicio de atención telefónica, en puntos de venta de la empresa en cuestión o por medio de Internet, estará sujeto a un cargo adicional por servicio y otro por entrega a domicilio; en algunos casos también se puede recoger directamente en la taquilla -a dicho servicio se le denomina *will call*. El costo extra varía de acuerdo con la función, el tipo de evento y el precio del boleto.

A continuación le describimos las opciones más prácticas para contratar boletos en este rubro:

Vía telefónica: un sistema de contestación automática atiende su llamada, indicándole qué número oprimir para solicitar la información que desea: costos, fechas y horarios de las presentaciones. Si habla con una operadora, ésta le proporcionará más información y le aclarará sus dudas; el pago de boletos se realiza únicamente con tarjeta de crédito.

En caso de que haga su compra a última hora y no haya tiempo suficiente para entregarle su(s) boleto(s) a domicilio, se cuenta con el sistema *will call*.

Para recogerlos debe presentarse, previa identificación y clave otorgada por la telefonista, una hora antes del evento, de lo contrario sus boletos se cancelan.

Internet: el horario de venta por este medio es general-

mente de 4:00 a 22:00 hrs. Una vez que ha entrado a la dirección, en la página de venta seleccione el evento al que desea asistir; si hay boletos disponibles aparecerá un botón con la leyenda «Adquiere tus boletos» o «Venta en línea». Después se desplegará otra página en la que podrá indicar la cantidad de boletos que requiere. A través del menú de opciones podrá seleccionar el lugar y el precio (el pago se realiza sólo con tarjeta de crédito). Se recomienda elegir la alternativa «Mejor localidad disponible (todas las secciones)», ya que está programada para asignarle la mejor localidad disponible en el momento de su compra.

Si escoge el servicio de entrega a domicilio por mensajería, sólo para la ciudad de México, área metropolitana y Monterrey, deberá efectuar su compra diez días hábiles previos al evento; en caso de tratarse del interior de la república se requieren 12 días hábiles. La entrega de boletos se hará en un lapso de tres a diez días.

La entrega a domicilio se efectúa a través de mensajería especializada, con acuse de recibo, y únicamente se le entregarán los boletos al tarjetahabiente o, en su defecto, a quien éste indique previamente. En caso de no encontrarse ninguna de las personas interesadas, se hará otra visita sin cargo extra; si persiste la situación, entonces se llama por teléfono al consumidor para verificar si se procede a la cancelación de los boletos o se hace una tercera visita, aunque ésta tiene un cargo adicional.

Los datos que le solicitarán para llevar a cabo la compra se refieren a su domicilio y tarjeta de crédito; téngalos a la mano.

Si está de acuerdo con los lugares que le fueron asignados, oprima el botón correspondiente para verificar la información antes de completar la compra; si no está de acuerdo, presione donde dice «Volver a seleccionar localidades».

Una vez que ha quedado conforme, cerciórese de que la información que tecleó sea la correcta para que finalice la transacción. Cuando su tarjeta carece de crédito, un mensaje en la pantalla le indicará el motivo por el que no puede llevarse a cabo la adquisición.

A fin de aminorar el fenómeno de la reventa, existen restricciones en cuanto al número de boletos que pueden venderse por persona, esto lo decide el promotor del evento, aunque por lo general es de diez boletos como máximo.

Algunas opciones para adquirir boletos a distancia

Ticket bus:
- 51 33 24 24
- 01 (800) 702 8000

Mexicana:
- 54 48 09 90
- 01 (800) 502 20 00
- www.mexicana.com.mx

Aeroméxico:
- 51 33 40 00
- 01 (800) 021 4000
- www.aeromexico.com.mx

United Airlines:
- 56 27 02 22
- 01800 003 07777
- www.unitedmexico.com

Cineticket:
- 52 90 05 95
  en Guadalajara
- 01 (3) 1 22 56 57
- www.cineticket.com.mx o
- www.cinepolis.com.mx

Cinemex:
- 52 57 69 69
- 01 (800) 710 88 88
- www.cinemex.com

Ticketmaster:
- 53 25 9000
- www.ticketmaster.com.mx

¡Tenga cuidado!

-Antes de realizar una venta electrónica a distancia **indague cuáles son las políticas y restricciones de la empresa en materia de pagos y entrega de boletos**; no olvide preguntar qué debe hacer en caso de cancelaciones, a fin de evitar confusiones y fraudes.

-**Trate de programar con tiempo suficiente la adquisición de sus boletos**, ¡así encontrará mejores precios y localidades!

-**Revise cuidadosamente todos los datos de su compra**, fecha, lugar y horario, ya que difícilmente le aceptarán cambios, cancelaciones o reembolsos.

-Anote o **imprima su hoja de confirmación**, puesto que ésta es el comprobante de su compra.

-**Al recibir sus boletos, guárdelos en un lugar seguro**, lejos del calor, la humedad o la luz del sol. Las empresas no se responsabilizan por boletos perdidos, maltratados o robados.

**Precios promedio investigados durante el mes de noviembre del 2000, sólo como una referencia para el consumidor.*

Yureli Cacho

Fuentes: -Entrevista con Lorenza Baz de Zubirán, directora de Operaciones en Ticketmaster; con Cecilia Sánchez, encargada de Línea Cinemex; con Lorena González, de Cinépolis; con las empresas Ticket bus, Autobuses Unidos, Mexicana de Aviación, Aeroméxico y United Airlines.

Conozca sus derechos y hágalos valer

Productos peligrosos

"Esto sí es arte"

¿Esto le parece familiar?

«Pensé que por ser para niños, esta espuma para hacer bromas no sería peligrosa».

Es importante que usted sepa que todos los fabricantes y/o proveedores de productos, sin excepción, deben incluir un instructivo o folleto que advierta acerca de las características nocivas o explique el uso o destino recomendado, de lo contrario estarán violando el artículo 41 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LPFC), el cual establece que:

«Cuando se trate de productos o servicios que de conformidad con las disposiciones aplicables se consideren potencialmente peligrosos para el consumidor o lesivos para el medio ambiente, o cuando sea previsible su peligrosidad, el proveedor deberá incluir un instructivo que advierta sobre sus características nocivas y explique con claridad el uso o destino recomendado y los posibles efectos de su uso, aplicación o destino fuera de los lineamientos recomendados».

Además **la ley establece que el proveedor responderá por los daños y perjuicios que cause al consumidor la violación de esta disposición**.

Estimado consumidor, ¡no permita abusos!; si éste es su caso no dude en presentar su queja en cualquier delegación de PROFECO. También lo puede hacer vía telefónica, marcando el 55-68-87-22 o el 52-11-64-14, y del interior de la república el 01-800-903-13-00; o bien, envíe un fax al 52-11-15-37.

Información precisa y clara en el etiquetado de pinturas, tintas, barnices, lacas y esmaltes

Para garantizar la seguridad de los consumidores, la Norma Oficial Mexicana NOM-0003-SSA1-1993. Salud ambiental, establece los requisitos sanitarios mínimos que deben contener las etiquetas de pinturas, tintas, barnices, lacas y esmaltes que se expenden en el país.

Además del nombre y domicilio del fabricante, marca, contenido neto, número de lote e instrucciones de uso, todos estos productos deben ostentar, dependiendo del caso, las siguientes **advertencias o leyendas precautorias**:

* Contiene disolventes y compuestos de plomo, sustancias tóxicas cuya exposición por cualquier vía o inhalación prolongada o reiterada origina graves daños a la salud.

* Prohibido utilizar este producto en la elaboración, acabado o impresión de juguetes, artículos para uso doméstico y/o escolares usados por niños.

* Prohibida su venta a menores de edad.

* No se deje al alcance de los menores de edad.

* No se ingiera; en caso de ingestión no se provoque el vómito. Solicite atención médica de inmediato. Evite el contacto con la piel y los ojos.

* Use este producto con la ventilación adecuada.

* ¡PRECAUCIÓN! Producto inflamable, manténgalo apartado de altas temperaturas, chispas y flamas.

* Cierre bien el envase después de cada uso.

Si alguno de estos productos no cumple con la información mencionada, lo mejor es no adquirirlo y denunciar el hecho ante la delegación de PROFECO más cercana.

¿Problemas con el cajero automático?

Hay ocasiones en que acudir a un cajero automático resulta similar a enviar su tarjeta a la dimensión desconocida, pues tal vez no reciba la cantidad de dinero que solicitó o simplemente su tarjeta sea «devorada» por la máquina.

Los cajeros automatizados se crearon para proporcionar a los usuarios de servicios financieros un medio alternativo de atención en el que pudieran retirar dinero en efectivo, consultar saldos, pagar servicios o hacer depósitos. Sin embargo, aunque los sistemas se han perfeccionado, suelen presentarse situaciones desagradables, como la retención de la tarjeta o la entrega incompleta o nula de la cantidad solicitada. Si le ha sucedido algo así es importante que conozca sus derechos y sepa qué debe hacer ante este tipo de infortunios.

Qué hacer

- **Si llega a tener problemas** al utilizar un cajero automático, lo primero que debe hacer es **reportar el incidente en una sucursal de la institución a la que pertenece el cajero**, en donde seguramente le solicitarán que presente su inconformidad por escrito. Además le recomendamos **conservar el comprobante que el cajero expide**, pues en él se registran la hora y la fecha en que se realizó la operación financiera. También es importante que tenga siempre a la mano los **números telefónicos que el banco le proporciona** en sus estados de cuenta **para asistirlo en estas situaciones**; en la actualidad casi todas las tarjetas de débito y de crédito incluyen al reverso los números telefónicos de atención a clientes, que funcionan las **24 horas los 365 días del año** (para consultar más detalles véase el recuadro anexo).
- Si el cajero retuvo la tarjeta y ésta pertenece a esa misma institución, **el plástico se remite a la sucursal bancaria donde abrió su cuenta**; **las** tarjetas **que no pertenecen al banco del cajero se destruyen**, por lo cual **el cliente debe solicitar la reposición**.
- Una vez que ha establecido el enlace con el centro de atención telefónica del banco en cuestión, le asignarán un número de reporte -mismo que debe conservar- que le servirá para realizar futuras aclaraciones y agilizar los trámites.
- Cuando **el cajero no le entrega la cantidad de dinero solicitada o la entrega parcialmente**, el banco recurre a sus sistemas de verificación para darle respuesta en un lapso de 30 a 45 días. Por lo general **le solicitan que presente por escrito su inconformidad** explicando cómo y cuándo sucedió el incidente.

En algunos casos es necesario efectuar la **revisión del rollo de papel** en el que se registran todas las operaciones del cajero, o bien, del **video que graba la cámara oculta**; por lo general estas revisiones corren por cuenta del banco, pero lo más recomendable es aclararlo previamente.

Comisiones y otros «extra»

Un aspecto que genera gran malestar entre los usuarios de los servicios de cajeros automáticos es el monto de las comisiones, incluso cuando el cliente recurre al cajero del banco al que pertenece su tarjeta.

En este sentido es importante puntualizar lo siguiente:

-**Cada institución bancaria fija sus propias políticas en cuanto al monto de las comisiones a cobrar por concepto de servicios en cajeros automáticos**.

-**Algunas instituciones ofrecen** a sus clientes un **determinado número de operaciones gratuitas**; una vez rebasada esa cuota de servicios «libres», cobran ciertas comisiones.

-Antes de firmar un contrato para tramitar una tarjeta de crédito o de débito, **pregunte a cuánto ascienden las comisiones** y a cuántas operaciones libres de cargo tiene derecho.

Finalmente conviene señalar que una innovación que ofrecen algunos bancos es un **seguro en caso de robo**, el cual incluye el reembolso de dinero en caso de asalto y un seguro de vida cuando las consecuencias del mismo son fatales. Le sugerimos conocer a fondo las condiciones bajo las cuales son válidos estos seguros de vida.

Por su seguridad...

- **No proporcione su Número de Identificación Personal (NIP) ni acepte ayuda de personas extrañas**, aun cuando se identifiquen como funcionarios de alguna institución bancaria.
- **Ignore cualquier información improvisada**, ajena a la pantalla del cajero, que señale procedimientos diferentes a los de una operación habitual.
- **Digite su NIP hasta que el cajero se lo solicite**.
- Al finalizar una operación asegúrese de retirar su tarjeta y recoger el comprobante.

Dónde quejarse

Si usted no obtiene respuesta de la institución bancaria en un plazo máximo de 45 días, acuda a la **Comisión**

Atención a clientes*

Banamex
01-800-021-30-00 y 01-800-111-30-30
52-25-30-30, 52-25-30-00 y 57-20-33-33

BBVA Bancomer
01-800-909-80-00 y 01-800-226-26-63
52-01-22-22 y 52-26-26-63

Bital
01-800-712-48-25
57-21-33-90

Inverlat
01-800-704-59-00
57-28-19-00

Banorte
01-800-226-67-83
51-40-56-00

Santander Mexicano/Serfin
01-800-711-22-11 y 01-800-501-00-00
51-40-50-60 y 57-28-70-00

Bancrecer
01-800-010-80-00
51-74-74-74

*Números telefónicos de asistencia a usuarios, que operan las 24 horas los 365 días del año; los que inician con 01-800 son para el interior del país.

Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de los Servicios Financieros (Condusef), instancia que **le orientará** y, en su caso, **le asesorará legalmente**. Es importante destacar que **la Condusef defenderá sus derechos con base en los lineamientos que usted haya aceptado al momento de tramitar su tarjeta** para el manejo de una cuenta bancaria.

Si le interesa saber más respecto a este tema o si requiere una asesoría detallada para resolver sus dudas -relativas a su derecho a recibir la información básica para el uso de cajeros automáticos-, tome nota de la siguiente información:

Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef)

Teléfono para el D.F. y área metropolitana: **56-82-63-73**; **01-800-714-98-69** larga distancia sin costo para el resto del país.

También puede consultar la página de la Condusef en Internet: www.condusef.gob.mx

Eduardo Mena

Fuentes: Entrevista con Lilia Zueck González, Fernando Avendaño Mendoza y Enrique Arias Zamarripa, funcionarios de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de los Servicios Financieros (Condusef).

Reproductores MP3

Música ilimitada ¡con un solo click!

El desarrollo tecnológico de Internet ha traído a todos los cibernautas un nuevo sistema de audio portátil: los reproductores de audio digital de formato MP3, los cuales parecen ganar terreno rápidamente frente a los otros sistemas portátiles, como el reproductor de casetes y el de discos compactos (CD's).

¿Podrá desplazarlos esta nueva tecnología? Infórmese sobre las ventajas, las características y el precio de llevar su música a donde sea.

¿Qué es MP3?

El sistema MP3 es un formato para comprimir digitalmente archivos musicales procedentes de Internet, con un gasto mínimo de memoria. Las siglas MP3 vienen de MPEG: *Moving Pictures Experts Group*, una asociación internacional de expertos que desde hace diez años propone diversas tecnologías para codificar audio y video en formato digital; el número **3** corresponde a la generación o «capa», que es la capacidad incrementada de compresión de esta tecnología.

Con este sistema, un archivo musical con duración de cinco minutos ocupa

nada menos que 5 Megabytes de memoria en su computadora, mientras que antes se requería diez veces más memoria.

Actualmente, el MP3 se ha convertido en el formato de audio de moda que permite expandir los límites de los usuarios de la red, ya que todos los géneros musicales y de casi cualquier procedencia están a un solo *click* de distancia.

Con este formato en el mercado, marcas como **LG**, **Samsung** y **Philips** han lanzado su primera generación de reproductores portátiles, inclusive **Casio** ha creado el mismo sistema inserto en un reloj de pulsera.

Con tan sólo 9 x 6 cm de tamaño en promedio, estos aparatos prometen convertirse en el mejor medio para reproducir, grabar y difundir música. Asimismo, en cuanto a calidad son superiores a las cintas de audio convencionales y muy aproximados a la de los CD (para obtener más detalles le sugerimos consultar el cuadro comparativo anexo). Además de su ahorro de memoria y su tamaño -dos veces más pequeño que el de los reproductores a los que estamos acostumbrados-, estos equipos tienen la facultad de «bajar» la música de los múltiples portales MP3 a lo largo de la red, utilizando un cable para el puerto paralelo de su computadora, para después almacenar en diminutas tarjetas de memoria -que pueden ser de 32, 64 y 96 Megabytes- archivos musicales o mensa-

¿Qué le ofrece

Producto	*Características*	*Precio promedio*	*Observaciones*
LG, modelo MF-PD361	-Pantalla LCD -Dos tarjetas de memoria de 16M c/u -Audífonos -Cable para puerto paralelo -CD de instalación -Control remoto	$ 3,100.00	Compatible con PC
Philips, modelo SA101 Rush	-Pantalla líquida -32M de memoria -Audífonos -Cable para puerto paralelo -CD de instalación -Convertidor de corriente	$ 3,200.00	Compatible con PC
Samsung, modelo Yepp	-Pantalla de cristal líquido -32M de memoria -Audífonos -Cable para puerto paralelo -*Software* de instalación	$ 3,300.00	Compatible con PC
Diamond, modelo RIO-500	-64M de memoria, expandible a 96M con tarjeta adicional de 32M (no incluida) -Cable para puerto paralelo -Audífonos -*Software* de instalación -Radio FM	$ 1,600.00	Sólo se puede adquirir a través de Internet. Compatible con Mac
Nomad by Creative Labs	-64M de memoria, expandible a 96M con tarjeta adicional (no incluida) -Graba mensajes de voz -Cable de puerto paralelo -Radio FM -Audífonos	$ 2,300.00	Sólo se puede adquirir a través de Internet. Compatible con PC

jes de voz (incluso puede funcionar como agenda telefónica).

Si usted está interesado en adquirir uno de estos nuevos reproductores portátiles es indispensable contar con una computadora personal que tenga las siguientes características:

-Procesador Pentium 900 MHZ

-Interfase de conexión paralela (puerto)

-16 Megabytes para instalación de software

-Windows 95 ó 98

A propósito de su potencial comercial, las marcas pioneras en el mercado coinciden en afirmar que el MP3 tiene un gran futuro. Por ejemplo, Iliana Tenorio, gerente de Mercadotecnia en Audio de la marca Philips, confía en que con la información básica que ayuden a proporcionar los medios de comunicación, la gente podrá conocer los beneficios de este producto. En el mismo tenor, Eduardo Hernández, coordinador de Marca de la firma LG, comenta que en un principio la gente cuestionaba la calidad de audio de estos reproductores debido a la gran compresión a la que se sometían los archivos musicales, pero con el tiempo se han afianzado en el mercado y cada vez más personas se convencen de sus ventajas.

Si piensa adquirirlos...

-Primero hay que advertir que **tanto los modelos como las marcas que ofrecen este producto hoy en día aún son limitados**, por lo que **su precio es elevado**.

-Otro aspecto que debe tomar en cuenta es la **memoria**; en este momento **sólo LG, Samsung** y **Philips lo ofrecen, y su**

el mercado?

Producto	*Características*	*Precio promedio*	*Observaciones*
I-Jam	-Dos tarjetas de memoria de 16M c/u -Jam Station: *hardware* y *software* para administrar los archivos grabados -Cable para puerto paralelo -Radio FM -Pantalla LCD -Audífonos	$ 1,100.00	Sólo se puede adquirir a través de Internet. Compatible con PC
Jaz Pïper	-Cable para puerto paralelo -*Software* de instalación -32M de memoria, expandible con tarjeta adicional (no incluida) -Audífonos -Graba mensajes de voz -Radio FM	$ 2,300.00	Compatible con PC
Rave MP-2100	-64M de memoria, expandible a 96M con tarjeta adicional (no incluida) -Graba mensajes de voz -Cable de puerto paralelo -Radio FM -Audífonos -*Software* de instalación	$ 2,900.00	Sólo se puede adquirir a través de Internet. Compatible con PC
Casio, Wrist Audio Player	-32M de memoria -Cable de puerto paralelo -*Software* de instalación -Audífonos	$ 5,900.00	El reproductor está dentro de un reloj de pulsera. Compatible sólo con PC
D Music	-32M de memoria, expandible con tarjetas adicionales no incluidas -Graba mensajes de voz -Audífonos -Cable de puerto paralelo	$ 2,000.00	Compatible sólo con PC. No incluye *software* de instalación

**Precios promedio investigados durante el mes de noviembre del 2000, sólo como una referencia para el consumidor.*

Reproductores MP3 vs cinta de audio y CD

Ventajas del reproductor portátil de MP3	Ventajas del reproductor portátil de cintas de audio	Ventajas del reproductor portátil de CD's
• Calidad de sonido muy superior a la cinta de audio • Fácil distribución a través de Internet • Posibilidad de editar utilizando una computadora • Tamaño muy reducido • Reproducción digital, con «saltos» de canción en canción • Las baterías tienen mayor duración	• Formato aceptado y ampliamente utilizado en todo el mundo • Todas las compañías discográficas distribuyen sus materiales en este formato • Amplia discografía ya editada de todos los grupos y autores • Existe gran número de modelos y marcas de este formato • Precio menor al de MP3 • No se necesita tener una computadora personal para usarlo • El cambio de música es inmediato; sólo es necesario cambiar de cinta	• Calidad superior a MP3 y cintas de audio • Todas las compañías discográficas distribuyen sus materiales en este formato • Amplia discografía editada de todos los grupos y autores • Existe gran número de modelos y marcas de este formato • Precio menor al de MP3 • No se requiere una computadora para su operación • El cambio de música es inmediato; sólo es necesario cambiar de disco

Desventajas del reproductor portátil MP3	Desventajas del reproductor portátil de cintas de audio	Desventajas del reproductor portátil de CD's
• Las compañías discográficas están en contra de este formato • Para los autores es difícil proteger los derechos de distribución • Es imprescindible contar con una computadora personal para su funcionamiento • Son más caros que los reproductores de cintas y de CD's • No existe distribución musical en este formato • Por ahora su capacidad de memoria es limitada • Es necesario cargar las nuevas canciones para cambiar de música	• Su calidad de sonido es inferior al MP3 y al CD • La duración de las cintas es limitada • Cada cinta implica un costo adicional para el usuario • No es un formato digital, es decir, es de menor calidad • Se pierde calidad de audio con el paso del tiempo	• Cada disco implica un costo adicional para el usuario • Se pierde calidad de audio con el paso del tiempo • Con el movimiento «salta», dañando los discos

capacidad de almacenamiento es de 32 Megabytes (cada Megabyte equivale aproximadamente a un minuto de un archivo musical).

-Si decide adquirir un MP3 por Internet, las opciones en cuanto a memoria y precio se amplían, aunque es importante aclarar que dichas transacciones llevan implícitos ciertos riesgos -podría tratarse de un producto de «segunda mano». No obstante, **si realiza la compra electrónica verifique que la información sobre el producto sea clara, detallada y en español**; además cerciórese de que **incluya garantía**, que especifique la **forma de pago**, el **tiempo aproximado de envío**, así como los **gastos** que ello implica y, en caso de devolución o insatisfacción, asegúrese de anotar la **dirección del proveedor** para efectuar la reclamación correspondiente.

Amigo consumidor: si bien la sorprendente tecnología moderna suele incitarnos a adquirir lo último en aparatos, infórmese y reflexione para no llevarse una desagradable sorpresa.

Bernhard Winkler

Fuentes: -Entrevista con Iliana Tenorio, gerente de Mercadotecnia de Philips.
-Entrevista con Eduardo Hernández, coordinador de Marca de LG.
-Deremate.com.

Para orientar su decisión de compra ante la gran variedad de marcas de tintes para el cabello que se comercializan en el mercado, PROFECO analizó la calidad de estos productos.

En diversas civilizaciones de la antigüedad, teñirse el cabello era un procedimiento usual que se empleaba como signo de distinción tanto entre hombres como entre mujeres. Con el paso del tiempo, las técnicas y las sustancias para realizar este proceso han evolucionado para mejorar los resultados y disminuir los riesgos.

Calidad de tintes para el cabello

Constitución del cabello

El cabello es un filamento de naturaleza córnea que nace en los poros de la piel y cumple una función protectora. Crece a partir de un tubo diminuto llamado **folículo**, que es una inversión de la epidermis en forma de botella. En el extremo de la base de cada folículo se encuentra la **papila**, la cual produce células que dan origen al cabello; la papila posee nervios y una abundante irrigación sanguínea que hacen posible el crecimiento del cabello.

Las condiciones del cabello dependen de la salud de la piel y del cuero cabelludo, e incluso pueden ser un indicador del estado general del organismo. El componente principal del cabello es una proteína llamada **queratina**, encargada de dar consistencia a la cabellera, también presente en las uñas, la cual está compuesta de aminoácidos (ácido glutámico, arginina, cisteína, cistina, serina, leucina e isoleucina, glicina, treonina, valina), agua y grasas.

Si observamos una hebra de cabello a través del microscopio podemos distinguir las tres capas de células que lo componen:

La cutícula es la capa exterior del cabello. Tiene la apariencia de escamas de pez o de tejas de techo, no contiene pigmentos, es decir, es transparente. Su función principal es proteger la corteza del cabello, la queratina le confiere resistencia. Su integridad proporciona brillo y facilidad de deslizamiento cuando se cepilla el cabello.

La corteza es la capa más importante para la coloración, ya que ahí se encuentran los pigmentos naturales del cabello en forma granular o difusa; en la corteza tienen lugar los cambios de color por medio del tinte o decolorante. Su función consiste en dar fortaleza, elasticidad, tamaño y diámetro al cabello.

La médula es la parte central del cabello, representa el 21 por ciento de su superficie total y está compuesta por células redondeadas.

Actualmente los tintes para el cabello ofrecen una gama de productos que sobrepasan las 60 tonalidades.

La formulación de los tintes debe incluir componentes que faciliten la coloración del cabello a la temperatura ambiente y sin que lleguen a dañarlo.

Los factores que influyen en el resultado final del tinte son la intensidad del pigmento natural, la textura y la porosidad del cabello, la cantidad de canas, el pigmento contribuyente de la fórmula, el volumen (cantidad) de peróxido y la clase de producto que se utiliza.

Ese resultado también se verá afectado al aplicar productos como brillantinas, lociones fijadoras, lacas capilares, preparados para la ondulación, jabones o champúes, e incluso el tipo de agua utilizada para lavar el cabello (dura, blanda o clorada).

Un problema que enfrenta la tecnología de los tintes es crear un producto adecuado para teñir cabellos que son muy heterogéneos.

Cabe señalar que todo fabricante de tintes para el cabello tiene la responsabilidad de avalar la seguridad de sus productos, los cuales debe someter a

Características del cabello

El color natural del cabello está determinado por las sustancias coloreadas de las células de la corteza, llamadas **pigmentos**, los cuales a su vez están constituidos por una sustancia química llamada **melanina** y por el predominio de un mineral: **los cabellos negros tienen predominio de magnesio, los castaños de plomo, y los rojos de hierro**. La escasez de melanina provoca la pérdida del color natural y el surgimiento de las canas.

El encanecimiento obedece a causas físicas, como alteraciones nerviosas, deficiencias hepáticas prolongadas, anemias o factores hereditarios.

La textura del cabello puede ser fina, mediana o gruesa.

La porosidad, que puede ser excesiva, mediana o normal, nos indica lo rápido o lento que será un proceso de ondulación o coloración.

La elasticidad -característica de estirar o contraer un cabello- es uno de los principales indicadores de su condición. Mientras que **la fuerza** del cabello se establece por la cantidad de peso que pueda resistir sin romperse.

El espesor es el grosor del cabello y puede variar en una misma cabellera, la cual está formada por entre 100 mil y 150 mil cabellos.

La estructura se refiere a las diferentes clases de cabello como lacio, ondulado o rizado.

estudios de irritabilidad y funcionalidad para asegurar su adecuado desempeño conforme a las especificaciones de cada caso, y a los estándares de calidad aplicables.

Los tintes a prueba

El análisis de estos productos consideró como base dos Normas Oficiales: la NOM-002-SCFI-1993 «Contenido Neto. Tolerancias y Métodos de Verificación», y la NOM-141-SSAI-1995 «Bienes y Servicios. Etiquetado para Productos de Perfumería y Belleza Preenvasados».

El estudio incluyó la evaluación de la información del etiquetado, así como de los parámetros técnicos que ofrecieran al consumidor información detallada sobre el comportamiento de los tintes durante su uso.

Contenido neto. Se verificó que la cantidad declarada en la etiqueta correspondiera al contenido real del producto.

Sistemas de coloración del cabello

Los **diferentes sistemas para teñir el cabello** se pueden dividir en categorías dependiendo de la duración del color.

Coloración temporal. Comprende los preparados cosméticos que se utilizan para agregar un tono diferente, avivar el color natural o mejorar el de un tinte permanente o para cubrir canas. Actualmente los hay en matices llamativos para dar reflejos; se depositan en la superficie del cabello y no penetran en él. Suelen comercializarse en presentaciones de espuma, gel, líquido o aerosol, a sus ingredientes no se les añade amoniaco ni oxidantes.

El amoniaco es una sustancia que tiene la propiedad de dilatar la fibra capilar, levantando ligeramente las escamas, para que penetren los pigmentos del tinte.

Colorantes semipermanentes. Son los que resisten varios lavados, pero cuya fijación es más débil que la de los colores permanentes; están elaborados con una fórmula suave de acción penetrante moderada, que no necesita peróxido para actuar.

Colorantes progresivos. La coloración progresiva y gradual del cabello es un método que se logra con tintes metálicos y tiene aceptación entre quienes desean pigmentar las canas gradualmente.

Este tipo de colorantes tiene compuestos de plomo que se depositan sobre el cabello, y el color se mantiene mediante el uso continuo del producto. Debido a su composición, estos productos han sido revisados y autorizados por la Secretaría de Salud.

Este tipo de tintes se comercializa en loción o en crema, y para obtener los mejores resultados deben aplicarse diariamente y sólo lavarse el cabello una vez a la semana, hasta obtener el matiz deseado. Contienen peróxido pero no amoniaco.

Este producto no es compatible con otros tintes, es decir, si usted desea usar otro tinte debe esperar a que el cabello crezca lo suficiente para cortar todas las áreas teñidas con antelación.

Además, estos colorantes se eliminan fácilmente con los lavados cotidianos.

Colorantes permanentes. Están diseñados para penetrar en la cutícula y depositar moléculas dentro de la corteza. Debido a la presencia de peróxido proporcionan una coloración más resistente al lavado y a otros factores externos, como el cepillado, la fricción y la luz. Sus fórmulas se decoloran gradualmente con los lavados después de un periodo, alteran el pigmento natural y crean un nuevo color de cabello. El tiempo de aplicación del tinte depende del producto y del volumen de peróxido incluido.

Colorantes vegetales. Son tintes fabricados a partir de hierbas y flores. En el pasado, plantas como el índigo, la manzanilla, la salvia y la alheña egipcia se usaron para colorear el cabello.

La henna tiene una acción de recubrimiento que en demasía puede acumularse sobre el cabello e impedir la acción de los productos químicos. La henna también penetra en la corteza y se une a los enlaces de sal. Ambas acciones pueden dejar el cabello inhábil para otros tratamientos profesionales.

El tiempo de contacto de un tinte es del orden de cinco a 40 minutos. La frecuencia de aplicación es de una vez por semana para coloraciones temporales; en el caso de coloraciones permanentes es de un mes aproximadamente, dependiendo de la velocidad de crecimiento del cabello, que en promedio es de un centímetro al mes.

Recomendaciones para la aplicación de un tinte

- Antes de aplicar el producto lea cuidadosamente el instructivo y siga al pie de la letra las indicaciones.
- Siempre realice la prueba preliminar de sensibilidad entre 24 y 48 horas antes de aplicar el tinte, aun cuando ya sea usuario habitual de estos artículos. Si experimenta comezón, irritación o salpullido en el área de prueba, no aplique el tinte.
- Nunca intente teñirse las cejas ni las pestañas, pues puede provocar daños irreversibles a su vista; evite el contacto directo del producto en los ojos.
- Quítese los lentes de contacto cuando se aplique el tinte.
- No realice la aplicación si tiene el cuero cabelludo lesionado, sensible o irritado.
- No se use en niños menores de 12 años.
- Mantenga el estuche en un lugar fresco, seco y fuera del alcance de los niños.
- Nunca guarde el sobrante del tinte ya preparado.
- Haga la prueba del mechón para conocer el tiempo adecuado de pose.
- Aplique un tinte en barba, bigote y patillas exclusivamente cuando el producto así lo indique.
- Si desea aplicarse un tono muy claro y su cabello es oscuro es necesario efectuar una decoloración previa; en caso de duda consulte al servicio a clientes, cuyo número telefónico aparece en el empaque.
- No mezcle marcas, hacerlo alterará los resultados del color.
- Cuando desee una máxima cobertura de canas, inicie la aplicación en el área con mayor cantidad.
- Distribuya el tinte en toda la cabellera para obtener un tono uniforme. Procure utilizar toda la mezcla, saturando el cabello y distribuyendo con un peine de plástico.
- Si el largo de su cabello sobrepasa los hombros necesitará dos estuches de tinte.
- Si su cabello ha sido recientemente permanentado, alaciado o alisado debe esperar al menos ocho días para teñirlo.
- Si el cabello ha sido tratado con henna, restauradores de color o tintes metálicos es necesario esperar a que el cabello crezca y las áreas tratadas se corten.
- Para que el color penetre bien no se dé champú inmediatamente después de aplicar el tinte.
- Si tiene exceso de fijadores, dé un ligero champú. El cabello debe estar seco cuando aplique el tinte, a menos que en el instructivo se indique lo contrario.
- Si tiene luces en el cabello, aplique el tinte primero en las partes más oscuras.
- Si va a teñir su cabello por primera vez es importante aplicar el tinte a partir de 2 centímetros de la raíz y extenderlo a lo largo del cabello, finalmente aplicarlo en las raíces: así logrará un resultado de color más homogéneo.
- Una vez transcurrido el tiempo de acción, enjuague el cabello, y lave y acondicione con los productos que incluye el estuche.
- Cuando aplique el tinte utilice una toalla para proteger su ropa.
- Tenga un reloj cerca para verificar el tiempo de acción.
- Utilice guantes durante la aplicación.
- Lávese las manos después de aplicar el tinte.

Información comercial. Se revisó que los productos incluyeran la información comercial básica, como denominación genérica y específica del producto; nombre, denominación o razón social y domicilio del productor o responsable de la fabricación; país de origen del producto; en productos importados, nombre, denominación o razón social y domicilio del importador; lista de ingredientes; instrucciones de uso; número de lote; y leyendas precautorias que sean requeridas para ese tipo de producto. Además se corroboró que todos los datos en la etiqueta aparecieran redactados en español, con caracteres claros, visibles e indelebles.

Pruebas de sensibilidad. Se verificó la prueba de sensibilidad en cada una de las marcas evaluadas, así como que el producto incluyera información -en el etiquetado o en el instructivo anexo- sobre la prueba que debe realizar el consumidor antes de aplicar un tinte para asegurarse de que no presenta sensibilidad a sus componentes.

Estabilidad. Se revisó que los componentes de los tintes no presentaran inestabilidad en la emulsión (separación de los componentes, aparición de gotas de agua o sedimentos, cambio de color) al ser sometidos a pruebas de estabilidad, principalmente cambios de temperatura que pueden sufrir durante el proceso de almacenamiento.

Poder cubriente. Se observó y evaluó el poder cubriente del tinte al ser aplicado en cabello natural, siguiendo las instrucciones de uso del producto.

Permanencia del tinte. Se observó y evaluó la permanencia del tinte en el cabello al ser sometido a pruebas de lavado con champú, verificando el tiempo de duración y el cambio de tono.

Poder cubriente en cabello canoso. Se observó y evaluó el poder cubriente en cabello canoso, de aquellos productos que ostentan en su etiqueta esta cualidad.

A continuación le presentamos los detalles de los resultados parciales y las evaluaciones globales de calidad obtenidas por cada marca de tinte para el cabello analizada. Si usted requiere más información sobre el presente estudio lo invitamos a comunicarse a la Coordinación General de Investigación al teléfono 55-44-20-60.

Excelente Bueno Regular Deficiente

Tintes permanentes

Marca / País de origen	Tonos evaluados	Contenido neto		Información comercial	Pruebas de sensibilidad	Estabilidad	Prueba de desempeño									Precio por 100 g de mezcla prepara-da	Evaluación global	Observaciones
		Declarado	Verificado				Poder cubriente	Resistencia a los lavados			Permanencia del tono con los lavados			Cubri-miento de canas				
								10	15	20	10	15	20					
Koleston / México	Rojos	Crema color 50 g Activador 50 ml	Crema color 46 g Activador 49 ml														100	
	Castaños y Rubios															46.65	100	
Motif Clairol / México	Rojos	Gel colorante 57 g Revelador 57 ml	Gel colorante 58 g Revelador 60 ml														100	
	Castaños y Rubios															40.46	100	
Nutrisse / México	Rojos	Tinte 45 g Revelador 67.5 ml	Tinte 46 g Revelador 68 ml														100	
	Castaños y Rubios															41.33	100	
Cápsulas D. de la Vega / México	Castaños	4 Cápsulas Revelador 100 ml	4 Cápsulas Revelador 100 ml													36.29	100	
Lady Grecian / E. U.	Castaño	Color base 60 ml Sol. Activ. 60 ml	Color base 60 ml Sol. Activ. 60 ml	*												54.08	100	*En la etiqueta declara que elimina las canas, pero el producto sólo las tiñe durante el periodo que dura el tinte o crece el cabello.
Imedia Excellence Crema / México	Rojos	Crema 45 g Revelador 67.5 ml	Crema 46 g Revelador 67 ml														100	
	Castaños y Rubios															47.02	96	
Hydrience Clairol / México	Rojos	Crema color 57 g Revelador 59 ml	Crema color 58 g Revelador 58 ml														100	
	Castaños y Rubios															47.57	95	
Miss Clairol / México	Rojos	Crema color 58 ml Revelador 58 ml	Crema color 60 ml Revelador 60 ml														98	
	Castaños y Rubios															45.07	100	
Colorstay Revlon / E. U.	Rojos	Tinte 50 g Revelador 60 ml	Tinte 50 g Revelador 60 ml														94	
	Castaños y Rubios															44.87	100	
Fermodyl / México	Rojos	Colorante 45 g Revelador 67.5 ml	Colorante 43 g Revelador 67 ml														94	
	Castaños y Rubios															46.74	100	
Fashion / México	Rojos	Color 40 ml Revelador 80 ml	Color 41 ml Revelador 79 ml	*													93	* En su etiquetado no incluye las leyendas: No se aplique en el bigote, no se deje al alcance de los niños, ni primeros auxilios.
	Castaños y Rubios			*												20.83	90	

Tintes permanentes

(Continuación)...

Marca / País de origen	Tonos evaluados	Contenido neto		Información comercial	Pruebas de sensibilidad	Estabilidad	Prueba de desempeño								Precio por 100 g de mezcla prepara-da	Evaluación global	Observaciones
		Declarado	Verificado				Poder cubriente	Resistencia a los lavados			Permanencia del tono con los lavados			Cubri-miento de canas			
								10	15	20	10	15	20				
Bigen II / México	Rojos	Tinte 20 g	Tinte 21 g	*												**91**	* Es un producto que no requiere peróxido. En su formulación contiene un agente alcalinizante que cumple una acción similar.
	Castaños y Rubios			*											44.16	**95**	
Viva Color / México	Rojos	Color crema 50 g Revelador 50 ml	Color crema 47 g Revelador 50 ml													**90**	
	Castaños y Rubios														55.62	**100**	
Re-Color / México	Rojos	Tinte 60 ml Revelador 120 ml	Tinte 62 ml Revelador 120 ml													**88**	
	Castaños y Rubios														16.41	**100**	
Avon Color Active / México	Rojos	Tinte 50 g Revelador 90 ml	Tinte 51 g Revelador 91 ml	*												**87**	* No incluye en su etiquetado la leyenda No se aplique en bigote.
	Castaños y Rubios			*											24.76	**99**	
Magicolor / México	Rojos	Tinte 50 g. Peróxido 90 ml	Tinte 50 g. Peróxido 90 ml	*												**86**	* No incluye en su etiquetado las leyendas No se aplique en bigote ni la de primeros auxilios.
	Castaños y Rubios			*											21.68	**98**	
Colorelle / México	Rojos	Tinte 57 ml Revelador 57 ml	Tinte 56 ml Revelador 55 ml													**84**	
	Castaños y Rubios														36.40	**95**	
Issue/ Argentina	Rojos	Tinte 47 g Peróxido 50 ml	Tinte 44 g Peróxido 51 ml													**83**	
	Castaños y Rubios														36.08	**100**	
D. de la Vega/ México	Rojos	Tinte 60 g Revelador 60 ml	Tinte 61 g Revelador 62 ml													**80**	
	Castaños y Rubios														27.50	**100**	
Igora Royal /	Rojos	Crema 50 g Revelador 50 ml	Crema 47 g Revelador 52 ml	*												**78**	* No incluye en su etiquetado las leyendas No se aplique en bigote ni que puede causar ceguera.
	Castaños y Rubios			*											66.56	**98**	

Tintes permanentes que no ostentan ser para cubrir canas

Marca / País de origen	Tonos evaluados	Contenido neto		Información comercial	Pruebas de sensibilidad	Estabilidad	Prueba de desempeño								Evaluación global	Observaciones
		Declarado	Verificado				Poder cubriente	Resistencia a los lavados			Permanencia del tono con los lavados			Precio por 100 g de mezcla preparada		
								10	15	20	10	15	20			
Herbal Essences / México	Rojos	Gel colorante 58 ml Revelador 59 ml	Gel colorante 59 ml Revelador 60 ml	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺		**100**	
	Castaños y Rubios			☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	48.02	**100**	
Feria / México	Rojos	Colorante 55 ml Revelador 55 ml	Colorante 54 ml Revelador 54 ml	☺	☺	☺	☺	☺	😐	😐	☺	☺	☺		**96**	
	Castaños y Rubios			☺	☺	☺	😐	☺	☺	☺	☺	☺	☺	45.36	**97**	
Affair / México	Rojos	Coloración 50 ml Revelador 55 ml	Coloración 55 ml Revelador 60 ml	☺	☺	☺	😐	😐	😐	😐	😐	😐	😐		**85**	
	Castaños y Rubios			☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺		**100**	

Tintes para caballero

Marca / País de origen	Tonos evaluados	Contenido neto		Información comercial	Pruebas de sensibilidad	Estabilidad	Prueba de desempeño								Precio por 100 g de mezcla prepara-da	Evaluación global	Observaciones
		Declarado	Verificado				Poder cubriente	Resistencia a los lavados			Permanencia del tono con los lavados			Cubri-miento de canas			
								10	15	20	10	15	20				
Just for Men / E. U.	Castaños	Color base 30 ml Sol. Activ. 30 ml	Color base 30 ml Sol. Activ. 32 ml	*	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺		**100**	* Tinte semipermanente. Declara en la etiqueta que elimina las canas, pero el producto sólo las tiñe durante el periodo que dura el tinte o crece el cabello.
	Castaño claro			*	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	😐	😐	131.50	**93**	
Don Bigen / México	Castaños	Tinte 6 g	Tinte 5.5 g	*	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	50.00	**95**	* Tinte permanente que no requiere peróxido. En su formulación contiene un agente alcalinizante que cumple una acción similar.
Men's Choice /	Castaños México	Gel 43 g Revelador 23 ml	Gel colorante 43 g Revelador 25 ml	* colorante	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	90.48	**100**	* Tinte semipermanente. Declara en la etiqueta que elimina las canas, pero el producto sólo las tiñe durante el periodo que dura el tinte o crece el cabello.

Tintes progresivos

Marca / País de origen	Tonos evaluados	Contenido neto		Información comercial	Pruebas de sensibilidad	Estabilidad	Prueba de desempeño								Precio por 100 g de mezcla prepara-da	Evaluación global	Observaciones
		Declarado	Verificado				Poder cubriente	Resistencia a los lavados			Permanencia del tono con los lavados			Cubri-miento de canas			
								10	15	20	10	15	20				
Grecian 2000 / E. U.	Castaños	120 ml	120 ml	*	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	😐	☺	59.08	**97**	* Declara en la etiqueta que elimina las canas, pero el producto sólo las tiñe durante el periodo que dura el tinte o crece el cabello. El etiquetado no incluye la leyenda precautoria de no aplicar en bigote, ni indica qué hacer si se quiere usar otro tinte.

Tintes semipermanentes

Marca / País de origen	Tonos evaluados	Contenido neto		Información comercial	Pruebas de sensibilidad	Estabilidad	Prueba de desempeño								Precio por 100 g de mezcla preparada	Evaluación global	Observaciones
		Declarado	Verificado				Poder cubriente	Resistencia a los lavados			Permanencia del tono con los lavados			Cubrimiento de canas			
								10	15	20	10	15	20				
Natural Instincts / México	Rojos	Colorante 53 ml Revelador 53 ml	Colorante 55 ml Revelador 55 ml	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺		**100**	
	Castaños y Rubios			☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☹	43.76	**95**	
Casting / México	Rojos	Colorante 40 ml Revelador 40 ml	Colorante 38 ml Revelador 39 ml	*	☺	☺	☺	☺	☹	☹	☺	☺	☺	☺		**95**	* No incluye en su etiquetado la leyenda: No se aplique en bigote.
	Castaños y Rubios			*	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺		**99**	

Tintes vegetales

Marca / País de origen	Tonos evaluados	Contenido neto		Información comercial	Pruebas de sensibilidad	Estabilidad	Prueba de desempeño								Precio por 100 g de mezcla preparada	Evaluación global	Observaciones
		Declarado	Verificado				Poder cubriente	Resistencia a los lavados			Permanencia del tono con los lavados			Cubrimiento de canas			
								10	15	20	10	15	20				
Henna Egipcia / India	Castaños	68 g	67 g	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	20.00	**100**	* El costo es por presentación de 68 g; al prepararla adquiere una textura de pasta y su rendimiento depende de cuánto se diluya.
Colora Henna / E. U.	Rojos	59 ml	59 ml	Incompleta	☺	☺	☹	😑	😑	😑	☹	☹	😑	☺	100.34	**72**	* No incluye en su etiquetado: núm. de lote, que no se puede aplicar en bigote, que puede causar ceguera al aplicarse en cejas y pestañas, que se laven las manos después de la aplicación, ni indicaciones de primeros auxilios.

Tabla de ponderación

	Puntos
Contenido neto	10
Información comercial Menos 1 punto por cada parámetro faltante Menos 5 puntos por información confusa	15
Pruebas de sensibilidad	10
Estabilidad del producto	10
Poder cubriente	10
10 Excelente 7 Bueno 4 Regular	
Resistencia al lavado **(cada demérito* vale 2 puntos)** Mayor a 9 Excelente 8 - 8.9 Bueno Menor a 8 Regular	15

	Puntos
Permanencia del tono **(cada demérito* vale 2 puntos)** **Rojo** / **Rubios y Castaños** Mayor a 8.5 Excelente / Mayor a 9 Excelente 7 - 8.5 Bueno / 8 - 9 Bueno Menor a 7 Regular / Menor a 8 Regular	1 5
Poder cubriente en cabello canoso **(cada demérito* vale 5 puntos)** Mayor a 8.5 Excelente 7.6 - 8.5 Bueno Menor a 7.6 Regular	15
Total	**100**

* Los deméritos fueron aplicados de acuerdo con las evaluaciones obtenidas sobre el comportamiento del producto.

cocina con microondas

Budín

sopas

Crema de atún

platos fuertes

Quiché de verduras

postres

Copas de chicozapote

Crema de atún

(6 porciones)

Ingredientes

- 2 cucharadas de cebolla (22 g)
- 1 tronco de apio (50 g)
- 1 zanahoria en trozos (110 g)
- 2 cucharadas de mantequilla (20 g)
- 1 1/4 de litros de caldo de pollo
- 2 tazas de puré de papa (380 g)
- 1 lata de atún (198 g)
- 1 lata de leche evaporada (410 ml)
- 2 chiles poblanos asados, sin piel, desvenados y cortados en cuadritos (160 g)
- sal al gusto

Preparación:

1. Se licuan la cebolla, apio y zanahoria.
2. En un recipiente se derrite la mantequilla y se sofríe la mezcla anterior.
3. Se incorpora el agua o el caldo de pollo a las verduras sofritas y se deja hervir tres minutos. Se añade el puré de papa.
4. Vuelva a licuar la mezcla con el atún y la leche evaporada; la sopa se pone al fuego y se deja hervir tres minutos más.
5. Se sirve caliente y se adorna con el chile poblano.

Aporte nutrimental por ración

229 Kcal
Proteínas: 15 g
Grasas: 11 g

Budín

(6 porciones)

Ingredientes

- 4 tazas de cuadritos de pan (puede ser bolillo o pan de caja tostado)
- 2 tazas de leche (480 ml)
- 1/4 de taza de mantequilla (60 g)
- 3/4 de taza de azúcar morena (130 g)
- 2 huevos (110 g)
- 1 cucharadita de canela o de vainilla, o bien, 40 g de nueces o almendras picadas (opcional)

Preparación:

1. En el horno de microondas se ponen a calentar la leche, el azúcar y la mantequilla, hasta que esta última se derrita.
2. Se retira la mezcla del horno y se incorporan los huevos, batiendo hasta que queden totalmente integrados.
3. Se añaden la canela, la vainilla, las nueces o almendras (opcional).
4. En un molde previamente engrasado con mantequilla se coloca el pan y se baña con la leche preparada.
5. Se coloca en el horno de microondas, en el nivel alto, de diez a 12 minutos, hasta que cuaje.

Aporte nutrimental por ración

289 Kcal
Proteínas: 7 g
Grasas: 13 g

Copas de chicozapote

(6 porciones)

Ingredientes

- 3 chicozapotes sin cáscara, sin semillas y hechos puré (450 g)
- 2 tazas de leche evaporada (480 ml)
- 1 yema de huevo (20 g)
- 1 cucharada de fécula de maíz (10 g)
- 1/2 raja de canela
- 2 cucharadas soperas de pasitas (20 g)
- 1/4 de taza de azúcar (45 g)
- 6 hojitas de menta o yerbabuena

Preparación:

1. Se licua la leche con la yema, el azúcar y la fécula de maíz.
2. Se vierte la mezcla en una cacerola y se pone a fuego bajo junto con la canela, moviendo suavemente.
3. Cuando comience a espesar se agrega el puré de chicozapote, pasándolo por un colador.
4. Se sigue moviendo hasta que tenga la consistencia de una crema espesa.
5. Se vacía en copas individuales y se refrigera.
6. Para servir se adorna con pasitas al centro y una hoja de menta o de yerbabuena.

Aporte nutrimental por ración

214 Kcal
Proteínas: 7 g
Grasas: 8 g

Quiché de verduras

(6 porciones)

Ingredientes

Para la pasta:

- 2 papas grandes (590 g) cocidas con sal y hechas puré
- 3 cucharadas de margarina (30 g)
- 1/3 de taza de leche (80 ml)
- 1 huevo (55 g)

Para el relleno:

- 1/2 chile pimiento picado (40 g)
- 1 manojo pequeño de brócoli picado (180 g)
- 90 ml de crema
- 3 huevos
- 3 nopales chicos asados y picados (135 g)
- 1 trozo de cebolla finamente picada (90 g)
- 1 diente de ajo finamente picado (2 g)
- 75 g de tocino picado
- 115 g de queso manchego rallado
- sal y pimienta al gusto

Preparación:

Para la pasta:

1. Se mezcla el puré de papa con la margarina, la leche y el huevo. Con esta mezcla se forra un molde previamente engrasado. Se cubre con un lienzo húmedo y se refrigera mientras se prepara el relleno.

Para el relleno:

1. En un recipiente con agua hirviendo se colocan el brócoli y el pimiento, se dejan hervir durante dos minutos o hasta que cambien de color. Se escurren y se reservan.
2. Se fríe el tocino junto con el ajo y la cebolla y se les escurre la grasa. Se mezcla con el brócoli, el pimiento y los nopales.
3. Se retira el molde del refrigerador y sobre la costra de papa se coloca la preparación de las verduras y el queso rallado.
4. Se licuan los huevos con la crema, sal y pimienta. Se vierte esta preparación sobre el relleno.
5. Se introduce el molde al horno precalentado a 180° C durante 25 minutos aproximadamente, o hasta que la superficie esté cuajada y la pasta se dore.

Aporte nutrimental por ración

318 Kcal
Proteínas: 10 g
Grasas: 23 g

Pescados y mariscos

Pescado seco salado

Rendimiento: 400 g aprox.

Tiempo de preparación: 1 día

Ingredientes

- 1/2 kg del pescado de su preferencia, en filete
- sal de mesa suficiente para cubrir el pescado (1/2 kg aproximadamente)

Procedimiento:

1. Se lava el pescado bajo el chorro del agua para eliminarle los restos de vísceras y de sangre.
2. Se escurre sobre el colador.
3. En el recipiente se vierte un poco de sal, formando una cama de un centímetro de grueso como mínimo.
4. El pescado se coloca sobre la sal, extendiéndolo muy bien, y con la sal restante se cubre totalmente, de manera que quede una capa de un centímetro de grosor como mínimo.
5. Después se cierra el recipiente y se refrigera durante 24 horas (a fin de que la sal absorba el agua del pescado).
6. Transcurrido ese lapso, los filetes se retiran del recipiente, se sacuden suavemente, se colocan sobre la malla y se cubren con el lienzo.
7. Después se ponen en un lugar al que lleguen los rayos del sol (aproximadamente ocho horas).
8. El pescado estará listo cuando al tacto se sienta duro y al presionarlo no desprenda agua. En caso de que aún esté húmedo se debe exponer al sol nuevamente hasta que se seque por completo.

Conservas de frutas y verduras

Jalea de tejocote

Rendimiento: 1 kg

Tiempo de preparación: 1 hora

Ingredientes

- 1 1/2 kg de tejocote
- 4 tazas de agua fría, previamente hervida o clorada
- 2 1/2 tazas de azúcar
- 1 cucharada sopera de grenetina (10 g)*
- 1/2 taza de jugo de limón
- una pizca de color vegetal café-amarillo (opcional)*

* Se consiguen en tiendas de materias primas para alimentos.

Procedimiento:

1. Los tejocotes se lavan muy bien, se parten por la mitad y se deshuesan, sin retirarles la cáscara.
2. Se licuan con tres tazas de agua, se cuelan y la pulpa se vacía en la cacerola.
3. Aparte, en el recipiente de un litro se vierten la taza de agua restante y la grenetina, integrándola perfectamente. Se reserva.
4. La pulpa de la fruta se pone a hervir a fuego medio, revolviéndola constantemente con la pala de madera.
5. Cuando adquiera un color amarillo claro, poco a poco y sin dejar de mover, se disuelve ahí el azúcar.
6. Enseguida se añade la grenetina y una vez que se integre se agrega el jugo de limón.
7. Por último se añade el colorante, se mezcla y se retira del fuego.

Lácteos

Cajeta

Rendimiento: 370 g

Tiempo de preparación: 3 horas

Ingredientes

- 1 litro de leche entera pasteurizada
- 1 taza de azúcar
- 1 taza de glucosa líquida*
- 1/4 de cucharada cafetera de bicarbonato de sodio*
- 1/4 de cucharada cafetera de esencia de vainilla

* Se consigue en tiendas de materias primas o en farmacias grandes.

Procedimiento:

1. En la olla de peltre se vacía la leche y ahí se disuelve el bicarbonato de sodio, moviendo con la cuchara o la pala de madera.
2. La leche se calienta a fuego medio sin dejar de mover; cuando esté caliente, de manera que se pueda sentir al tacto sin quemarse, se agrega el azúcar y se mueve constantemente, aun cuando esté hirviendo.
3. Cuando se haya consumido hasta una tercera parte de la leche se agrega la glucosa sin dejar de mover.
4. Una vez que la leche tome el color y la consistencia características de la cajeta (entre dos horas y dos horas y media a partir del paso 2) se le integra la vainilla y se retira del fuego.

Uso en el hogar

Cloro

Rendimiento: 1 litro

Tiempo de elaboración: 20 min. aprox.

Ingredientes

- 3 1/2 tazas de agua (875 ml)
- 1/2 taza de hipoclorito de sodio líquido al 12 por ciento (125 ml)*

*Se consigue en droguerías o en farmacias grandes.

Procedimiento:

1. Con el cubreboca y los guantes puestos, en el recipiente se vierten dos tazas de agua.
2. Con ayuda del embudo se añade el hipoclorito de sodio y enseguida el resto del agua. Se deja 30 segundos en reposo sin tapar.
3. Pasado ese lapso se tapa y se agita moderadamente durante un minuto; se destapa para dejar escapar los gases y nuevamente se tapa.

Educación para el consumo

PROFECO

Utensilios

- cuchillo
- licuadora
- taza, de preferencia medidora
- recipiente con capacidad de 2 litros
- colador de plástico y orificio fino
- recipiente de plástico con capacidad de 1 litro
- cuchara sopera
- cuchara de madera o de acero inoxidable
- frasco de vidrio con tapa y capacidad de 1 kg, previamente esterilizado
- etiqueta adherible

Envasado, conservación y caducidad

En el frasco se vacía la jalea de tejocote, aún caliente, dejando un espacio de un centímetro entre el producto y la tapa. Se cierra al llegue, se coloca cinco minutos en baño María, se cierra bien y se deja enfriar a temperatura ambiente. Se le coloca la etiqueta con el nombre del producto, la fecha de elaboración y la de caducidad. Se debe conservar en un lugar fresco. La jalea estará lista para su consumo después de 12 horas. Una vez abierta requiere refrigeración.
El producto elaborado mediante esta tecnología tiene una duración de seis meses, una vez abierto el frasco es preferible consumirlo antes de un mes.

Recomendaciones

* El tejocote puede sustituirse por otras frutas de temporada, por ejemplo, ciruela, grosella o manzana.
* Si se desea menor firmeza en la jalea, disminuya el tiempo de cocción, o bien, si queda muy dura, calentar la mezcla de nuevo y agregar un poco de agua hasta obtener la consistencia deseada.

Ingredientes alternativos

* La grenetina puede sustituirse por una cucharada sopera de pectina, la cual se mezcla previamente con el azúcar. Este aditivo puede adquirirse en farmacias grandes, en droguerías o en tiendas grandes de materias primas.

Educación para el consumo

PROFECO

Utensilios

- colador grande de plástico
- recipiente de plástico con tapa de cierre hermético y capacidad suficiente para colocar los filetes extendidos
- bastidor de madera con tela de mosquitero (puede utilizar las parrillas del refrigerador o del horno de la estufa) para poner la carne a secar
- lienzo de 40 x 40 cm aproximadamente
- bolsa de plástico gruesa de 1 kg, o bien, un recipiente de cierre hermético
- etiqueta adherible

Envasado, conservación y caducidad

Cuando el pescado esté seco se guarda en la bolsa de plástico, procurando retirarle todo el aire posible, y se anuda, o bien, se coloca en un recipiente de plástico con cierre hermético. El pescado envasado se conserva en un lugar seco, limpio y fresco. El producto elaborado mediante esta tecnología tiene una duración de hasta un año.

Recomendaciones

* Es muy importante que el pescado quede perfectamente deshidratado para evitar su descomposición.
* Antes de consumirlo se debe poner en un recipiente con agua alrededor de una hora, para que se hidrate y retirarle el exceso de sal. Después se guisa como usted lo prefiera.
* Con este pescado puede preparar ricos platillos, como pescado a la vizcaína, cebiche, tortitas, tacos, o bien, rellenarlo o empanizarlo.
* Cualquier tipo de pescado puede salarse y secarse para su conservación. Las especies como mojarra, rubia o lisa, entre otros, deben cortarse a lo largo por el vientre; mientras que el huachinango, el pámpano, el cazón, la sierra, o cualquier variedad muy carnosa, es preferible cortarla en filetes antes de salarla.
* La carne de pescado tarda en secarse, según el tiempo que se exponga al sol; para asegurarse de que el secado ha terminado, verifique que la carne presente una textura completamente dura.

Educación para el consumo

PROFECO

Utensilios

- cubreboca o un trapo humedecido
- 2 telas gruesas (20 x 20 cm) o guantes de asbesto
- taza de vidrio (de preferencia medidora)
- recipiente de boca angosta de vidrio o de plástico, con tapa y capacidad de 1 1/2 litros, puede reutilizar los envases limpios y vacíos de limpiadores, champú, o algún otro producto no alimenticio
- embudo mediano
- etiqueta adherible

Envasado, conservación y caducidad

Al recipiente se le coloca la etiqueta con el nombre del producto, la fecha de elaboración, la de caducidad, modo de uso y una leyenda precautoria. El cloro se conserva en un lugar seco y fresco. Es muy importante mantenerlo lejos del alcance de los niños.
El producto elaborado mediante esta tecnología tiene una duración de ocho meses aproximadamente.

Recomendaciones

* La preparación debe realizarse en un lugar ventilado y a la sombra.
* Al prepararlo tenga mucho cuidado, ya que el cloro puede quemar su ropa y su piel.
* El hipoclorito de sodio sobrante debe guardarse en su envase, bien tapado y en un lugar fresco y oscuro.
* No utilice envases de productos como refrescos, jugos o algún otro alimento, pues ello aumenta el riesgo de ingestión accidental.

Precauciones

* Recuerde que al usarlo debe usar guantes.
* Si su piel es muy sensible al usarlo, suspenda el uso.
* En caso de ingestión acuda a su médico.
* Manténgalo fuera del alcance de los niños.

Educación para el consumo

PROFECO

Utensilios

- olla de peltre con capacidad de 3 litros
- cuchara o pala de madera
- frasco de vidrio con tapa hermética y capacidad de 1 litro, previamente esterilizado
- etiqueta adherible

Envasado, conservación y caducidad

La cajeta aún caliente se vierte en el frasco esterilizado y se tapa muy bien, dejando un centímetro entre el producto y la boca del frasco. Se deja enfriar a temperatura ambiente, colocando el frasco sobre un trapo para evitar que se rompa; finalmente se le adhiere la etiqueta con el nombre del producto, la fecha de elaboración y la de caducidad, y se conserva en un lugar fresco y seco.
La cajeta elaborada mediante esta tecnología tiene una duración de un año aproximadamente.

Recomendaciones

* Evite tocar la cajeta cuando la cacerola esté al fuego, pues puede provocarle quemaduras graves.
* Es mejor usar leche entera, pues el producto final tendrá mejor sabor y consistencia, y el rendimiento será mayor.
* Puede sustituir la leche pasteurizada por leche bronca.
* Si se cristaliza coloque el frasco en baño María por algunos minutos.
* Puede usar miel de maíz en lugar de glucosa.

Niños hiperactivos

¿Su hijo es muy «latoso»?

Muchos padres de familia se preocupan cuando comprueban repetidamente que sus hijos son demasiado inquietos, se distraen con facilidad y tienen la casa hecha un desastre. Por si fuera poco, suele suceder que en la escuela les han notificado que su pequeño tiene un bajo rendimiento escolar porque es un niño «hiperactivo».

La Revista del Consumidor charló con especialistas en la materia para conocer qué es la hiperactividad infantil, a qué obedece, cómo se manifiesta, y a quién se puede acudir en busca de ayuda.

¿Qué es la hiperactividad?

La hiperactividad infantil consiste básicamente en el exceso de actividad física del niño, lo cual le impide controlar sus impulsos de manera consciente. La hiperactividad puede estar acompañada de dificultad para mantener la atención y de impulsividad, o bien, el trastorno de la atención puede presentarse solo.

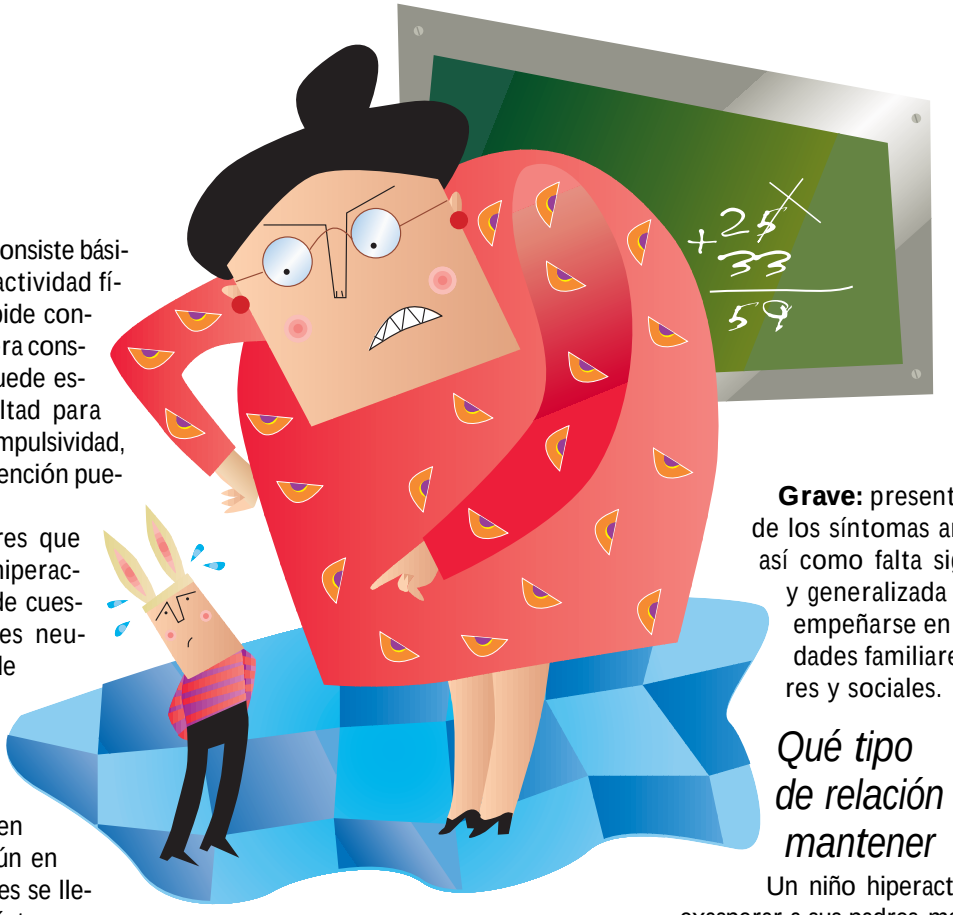
Existen múltiples factores que pueden desencadenar la hiperactividad, los cuales van desde cuestiones genéticas y lesiones neurológicas, hasta secuelas de procesos infecciosos.

Investigaciones recientes indican que hay una mayor incidencia de hiperactividad en los niños que en las niñas, siendo más común en los primogénitos, en quienes se llegan a manifestar algunos síntomas entre el primero y el segundo año de edad, aunque se hacen más evidentes a partir de los cuatro o cinco años.

Generalmente, el médico diagnostica hiperactividad cuando los niños manifiestan alteraciones de la conducta antes de cumplir siete años de edad; éstas deben persistir al menos durante seis meses.

Los especialistas consideran que un niño es hiperactivo cuando manifiesta por lo menos ocho de los siguientes comportamientos:

1. Es inquieto y constantemente está moviendo las manos, los pies o el cuerpo.
2. Se le dificulta permanecer sentado cuando la situación lo requiere.
3. Se distrae frecuentemente por estímulos ajenos a las circunstancias.
4. Se impacienta cuando debe aguardar su turno en los juegos o en actividades de grupo.
5. Generalmente responde con precipitación antes de que se acaben de formular las preguntas.
6. Tiene dificultades para seguir las instrucciones de los demás, lo cual no se debe a una actitud de desobediencia ni a la falta de comprensión.
7. Le resulta difícil mantener la atención en sus tareas o al participar en actividades lúdicas.
8. Con frecuencia abandona una actividad, dejándola incompleta para iniciar otra.
9. No le resulta fácil jugar con tranquilidad.
10. Habla excesivamente.
11. Interrumpe continuamente o se suma intempestivamente a las actividades de otros niños.
12. No escucha lo que se le dice.
13. Constantemente pierde objetos necesarios para realizar una tarea o actividad escolar.
14. Practica a menudo actividades físicas peligrosas -no necesariamente con el propósito de buscar emociones fuertes- sin evaluar los posibles riesgos (por ejemplo, cruza una calle con mucho tráfico sin tomar precauciones).



La **hiperactividad** presenta **tres niveles de gravedad:**

Leve: se caracteriza por alguno de los síntomas anteriores y un bajo o nulo rendimiento durante las actividades escolares o sociales.

Moderado: cualquiera de los síntomas señalados o pérdida funcional intermedia.

Grave: presenta muchos de los síntomas anteriores, así como falta significativa y generalizada para desempeñarse en las actividades familiares, escolares y sociales.

Qué tipo de relación mantener

Un niño hiperactivo puede exasperar a sus padres, maestros y a todas aquellas personas que conviven con él, por lo que es recomendable que los adultos se sensibilicen, llevando a cabo las siguientes tareas:

- Explicarle al niño su padecimiento.
- Evitar comentarios que afecten su autoestima.
- Siempre que sea posible, ignorar sus conductas provocativas y sugerirle actividades apropiadas, por ejemplo, aquellas que requieren de concentración.
- No reprimirlo con frases como «no lo hagas»; siempre es mejor explicarle, en voz baja y pausada, las razones por las que no debe incurrir en determinada actitud.
- Pedirle sólo una tarea a la vez para que la concluya.
- Para que el niño realice sus actividades es conveniente establecer una rutina y un horario en el que usted y él estén de acuerdo.
- En la medida de lo posible no llevarlo a reuniones o fiestas, ya que crean demasiados estímulos en el niño.
- Ser consistentes para que respete las reglas y la disciplina.
- Revisar periódicamente la tarea que se le encomendó y asegurarse de que la finalice.

Las consecuencias

Es de suma importancia atender oportuna y adecuadamente la hiperactividad en el niño, porque no hacerlo puede propiciar en él una conducta antisocial, por ejemplo, pandillerismo, drogadicción, alcoholismo, así como el rechazo hacia las normas familiares y sociales, constantes deserciones de la escuela, e inestabilidad emocional, entre otros trastornos conductuales.

En casa, un niño hiperactivo puede llegar a creer que sus padres no lo quieren porque «no es obediente», pues escucha discusiones entre ellos a causa de su indisciplina; asimismo, debido a que son personas que se disgustan fácilmente, es frecuente que peleen con sus compañeros de escuela o amigos, por lo que pronto les rehuyen.

En la escuela, un niño hiperactivo es reprendido constantemente por su «mala conducta» y su incapacidad para «estar quieto o callado»; se le considera un «niño problema», por lo que pronto comienza a sentirse como un «niño malo».

Es importante señalar que cuando la hiperactividad se trata oportunamente es posible mantenerla relativamente estable a lo largo de los primeros años de la adolescencia; en muchos casos los síntomas van disminuyendo, aunque existen casos aislados en los que el trastorno persiste en plena edad adulta.

Una vez diagnosticada la hiperactividad es fundamental que tanto los padres como los maestros contribuyan en su tratamiento médico -la prescripción de fármacos debe hacerse bajo previa evaluación del caso por el especialista- y psicológico, el cual debe continuar aunque el niño presente cierta mejoría, ya que los problemas de hiperactividad pueden disminuir, pero los de atención y organización suelen persistir.

A dónde acudir

Para tratar la hiperactividad a tiempo debe acudir a un equipo médico encabezado por un neurólogo especialista en niños, un psicólogo especialista en pruebas psicométricas, en psicoterapia y en problemas de aprendizaje, y un pediatra experto en conducta infantil.

Una de las instancias especializadas en proporcionar estos servicios a la que usted puede acudir para obtener más información es la **Sociedad Médica Integral**, o bien, llamar al 55-79-58-31.

También hay instituciones públicas dentro del Distrito Federal a las que puede acudir como:

Hospital Infantil de México «Federico Gómez», ubicado en la calle de Doctor Márquez núm. 162, colonia Doctores, o comunicarse al 52-28-99-17.

Hospital Psiquiátrico Infantil «Juan N. Navarro» que se localiza en la calzada San Buenaventura s/n, colonia Belisario Domínguez (zona de hospitales de Tlalpan); para obtener más información llame al 55-73-48-66 o al 55-73-49-55 ext. 120.

Graciela Muñoz

Fuentes: -Sociedad Médica Integral, departamento de Consulta Neurológica.
-Entrevista con el doctor Francisco Aguilar Rebolledo, neurólogo investigador clínico y maestro en Neurociencias del Centro Médico «Siglo XXI».

Los lunares:

¿«sexis» o peligrosos?

Hay quienes consideran que tener un lunar visible es una característica que los distingue e incluso les confiere cierto glamour, tal es el caso de la controvertida Marilyn Monroe o de la modelo Cindy Crawford, o las actrices mexicanas María Félix e Irma Serrano. Hay también quienes deciden tatuarse alguno o intentan acentuar los que ya poseen con la finalidad de evidenciar lo atractivos que son, sin embargo, no saben que tras un simple lunar puede ocultarse un motivo de preocupación que requiera atención médica especializada.

Los **nevos melanocíticos**, conocidos coloquialmente como «lunares», son lesiones que aparecen de forma natural en diversas zonas del cuerpo. Algunos especialistas afirman que cada persona posee como mínimo 15 lunares de diversos tamaños y características. Durante la adolescencia y el embarazo puede acrecentarse el número de nevos en la piel, pero en la senectud es cuando aparecen junto con otro tipo de lesiones cutáneas, como las pecas y las verrugas.

Hay de lunares a lunares...

Para que un médico pueda distinguir cierto tipo de nevo o lunar y el tratamiento más conveniente, debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Tamaño: a excepción de los nevos congénitos, que pueden ser lesiones muy extensas («gigantes»), en su gran mayoría los lunares son tumores de 0.5 a 1.9 centímetros.

Distribución del pigmento: el color de los nevos va del café claro al oscuro o negro, en general presentan una distribución uniforme del pigmento. Cuando esta distribución es irregular -áreas de **distinta tonalidad**, y **a veces incoloras**- constituye uno de los **signos característicos del melanoma, es decir, cáncer en la piel**.

Superficie de la lesión: puede ser lisa, polipoide o verrugosa, y tiende a ser uniforme en toda la lesión. En el caso de los nevos planos se conservan los pliegues normales de la piel, mientras que el melanoma suele presentar erosiones y ulceraciones en la superficie del tumor.

Bordes: los nevos son lesiones bien delimitadas y con bordes regulares. La presencia de bordes irregulares -deshilachados- en un tumor pigmentado puede ser otro síntoma de melanoma.

Debido a que en nuestro país no existen muchos estudios relacionados con este tema, los especialistas han considerado las características generales de los nevos para clasificarlos y establecer el tratamiento adecuado para cada uno de ellos:

Nevos de unión: se trata de lesiones de color negro con pigmentación uniforme; pueden medir desde 20 mm hasta un centímetro de diámetro, su superficie es lisa y se pueden observar los pliegues normales de la piel; la mayoría aparece durante la infancia. Este tipo de nevos tiende a evolucionar y a convertirse en compuestos, excepto los que se localizan en las palmas de las manos, las plantas de los pies y los genitales.

Nevos compuestos: son lesiones ligeramente elevadas, de superficie lisa -aunque en ocasiones puede ser verrugosa-, son de color café oscuro o negro y algunos de ellos presentan un halo -anillo- de pigmentación menos intensa alrededor de la zona elevada. La mayoría de los nevos que presentan los niños y los adolescentes corresponde a este tipo.

Nevos intradérmicos: miden entre medio centímetro y centímetro y medio, son elevados y de superficie lisa, su color va del café oscuro al negro, aunque algunos pueden ser incoloros y pediculados o verrugosos. La mayoría de los nevos en los adultos son de este tipo.

Nevos con halo: se trata de lunares pigmentados, habitualmente compuestos o intradérmicos, rodeados de un anillo de piel sin pigmentación.

Nevos displásicos: por lo general presentan color irregular que va del carne al pardo sobre un fondo rosado, tienen áreas planas y ligeramente elevadas.

Nevos congénitos gigantes: están presentes desde el nacimiento, su extensión abarca zonas amplias de la piel (mitad de la cara, la espalda, las regiones lumbares y glúteas, una pierna, etcétera), su superficie es rugosa, su color café o negro, y por lo general son pilosos.

«Ese lunar que tienes... »

Antes de someter cualquier nevo a un tratamiento -aun cuando sea pequeño- **debe realizarse una valoración clínica** que pueda orientar al médico sobre el riesgo potencial. Cuando existen dudas en el diagnóstico, lo más recomendable es que el lunar se analice bajo el microscopio para descartar cualquier posibilidad de melanoma.

Por ser extremadamente frecuentes y además benignos, los especialistas no justifican de ninguna manera eliminar los nevos indiscriminadamente; no obstante, **cuando un lunar se extirpa debe enviarse al laboratorio para su examinación,** sobre todo si sus características sufren alguna modificación -por ejemplo, si crece en forma repentina, cambia su coloración, se inflama, comienza a sangrar, se ulcera o provoca dolor.

Los nevos también pueden ser extirpados con fines estéticos, cuando se ubican en un lugar visible u ocupan una extensión importante, o bien, si se encuentran en una zona de roce -axilas, plantas de los pies, puntas de los dedos, palmas de las manos, etcétera.

El procedimiento empleado con mayor frecuencia consiste en introducir los llamados «expansores», es decir, bolsas rellenas debajo de la piel, las cuales provocan un estiramiento de la misma. Como ésta se ha hecho elástica, los médicos pueden reconstruir los tejidos de la zona dañada mediante cirugía. Los nevos pilosos deben ser extirpados por completo para evitar que el pelo vuelva a crecer.

Los especialistas explican que éste es el tipo de cirugía más solicitada, debido a que **no existe un medicamento que pueda eliminar los nevos,** aunque cabe advertir que este método no es el más conveniente, ya que no se elimina el problema de raíz sino sólo la parte externa.

La extirpación de un nevo **no implica riesgo alguno y puede realizarse en el consultorio utilizando anestesia local.**

En el caso de los nevos gigantes sí hay cierto riesgo, ya que este procedimiento quirúrgico se realiza con anestesia general y las técnicas empleadas son complejas; los especialistas recomiendan la extracción de estos nevos, siempre y cuando sea quirúrgicamente posible, pues en algunos casos la extensión o multiplicidad de los mismos hacen imposible su extirpación.

Tome nota

-Nunca intente eliminar un nevo quemándolo o rasurándolo, pues podría provocarse una grave infección; además no habría forma de diagnosticar el futuro de esa lesión.

-Si decide consultar a un médico procure acudir a un especialista certificado por el Consejo Mexicano de Cirugía Plástica Estética y Reconstructiva; para obtener más información puede comunicarse a los teléfonos 52-64-26-32 o al 52-64-26-38, no se ponga en manos de algún charlatán que pueda provocarle severas cicatrices de por vida.

-Los nevos aparecen en cualquier parte del cuerpo y no deben causar dolor, por ello es recomendable que ante cualquier cambio en la estructura de un lunar -por mínimo que éste sea- acuda al médico para ser examinado de inmediato, sobre todo en el caso de los niños.

Lorena M. Romo

Fuentes: -Entrevista con el doctor Carlos Del Vecchyo Calcáneo, jefe de la Unidad de Dermatología del Hospital General, y con la doctora Leticia de Alba Alcántara, médico adscrito al Servicio de Cirugía del Centro Dermatológico «Ladislao de la Pascua».

Poder o no poder...

Disfunciones

Disfrutar de una vida sexual óptima es un aspecto muy importante de toda relación de pareja. Desafortunadamente existen varias disfunciones sexuales -tanto en el hombre como en la mujer- que pueden llevar al fracaso hasta la relación más estable.

A continuación le presentamos las características de las disfunciones sexuales más comunes, quiénes son los especialistas indicados para atenderlas y qué tratamientos ayudan a solucionar ese «problemita», cuyo origen puede ser físico, psicológico, social o de índole educativa.

sexuales

Las de ellas

Dispareunia: es la disfunción sexual más frecuente entre las mujeres y se caracteriza por una sensación de dolor al momento de la penetración y durante el coito, particularmente en el introito vaginal -la parte más expuesta de la vagina-, debido a un desgarre causado por una suturación deficiente después de un parto.

Otro tipo de dispareunia se asocia con patologías como endometriosis, inflamación pélvica o falta de secreción en el introito de la vagina, la cual sirve para lubricarla y evitar el dolor durante el acto sexual.

El origen de la dispareunia también puede ser psicológico, por ejemplo, por la falta de comunicación entre la pareja, una causa muy común de la mayoría de las disfunciones.

Vaginismo: esta alteración surge debido a la contracción involuntaria de la vagina durante el acto sexual, lo que dificulta la penetración, provocando dolor e insatisfacción sexual por la ausencia de orgasmo.

El origen de esta disfunción puede obedecer a experiencias sexuales desagradables o traumáticas, información sexual errónea, la edad, el nacimiento de un hijo, disfunción del compañero, depresión o ansiedad.

En este caso el tratamiento es básicamente psicológico, la mujer debe aprender a relajarse durante la relación sexual, y recibir el apoyo emocional de su pareja.

Si el origen del vaginismo es orgánico, el médico prescribirá medicamentos -estrógenos en el caso de mujeres menopáusicas- y ejercicios especiales para lograr el ensanchamiento de la vagina durante el coito.

«El sexo es una danza de creación compartida».

Wayne W. Dyer

Anorgasmia: se refiere a la dificultad para experimentar orgasmos. Los especialistas afirman que se trata de una de las disfunciones más comunes cuando se pierde el interés por las relaciones sexuales con la pareja, o bien, debido a factores psicológicos: información errónea o insuficiente respecto a las relaciones sexuales o experiencias traumáticas; entre las causas orgánicas están diabetes, hipertensión arterial, y en ocasiones el consumo de antidepresivos.

El tratamiento consiste en técnicas de autoexcitación o de exploración y estimulación con la pareja, las cuales debe indicar un especialista.

Frigidez: está relacionada con la insensibilidad durante el acto sexual, aun cuando la mujer experimente las etapas de «excitación» y «meseta» -que son los estadios previos al orgasmo. En la mayoría de los casos las causas y el tratamiento suelen ser de tipo psicológico, por lo que la participación de la pareja resulta fundamental, especialmente en lo que se refiere a prolongar el juego sexual y la estimulación: ello permitirá establecer una mayor confianza y una relación plena.

Anafrodisia: se refiere a la ausencia de deseo sexual, lo cual puede dañar seriamente las relaciones de pareja.

Las de ellos

Impotencia o disfunción eréctil: se caracteriza por la incapacidad para obtener una erección lo suficien-

«Conquistar a una mujer es un triunfo muy grande; pero ser conquistado por ella, es el colmo de la felicidad».

Manuel de Palaci

temente intensa y duradera como para iniciar, mantener y terminar el coito satisfactoriamente.

Las causas de la impotencia pueden ser psicológicas u orgánicas: en el primer caso inciden el miedo a fracasar como pareja, sentimientos de culpa, eyaculación precoz, inseguridad o ansiedad. Las orgánicas se relacionan con la presencia de diabetes, arteriosclerosis, lesiones cerebrales o medulares, lesiones congénitas del pene, así como el consumo de drogas, alcohol, tabaco y antidepresivos.

El tratamiento depende de las características de cada paciente, pero en general se utilizan medicamentos vasodilatadores -por ejemplo Viagra-, estimulantes y hormonas, o bien, inyecciones de sustancias vasoactivas -que se introducen a través de la uretra o en los cuerpos cavernosos del pene para ayudar a provocar la erección-, todo ello debe realizarse bajo una estricta supervisión del especialista. En situaciones particulares, y si la patología así lo requiere, se colocan aparatos de vacío -para provocar la erección a través de la succión producida por el tubo-, o se practica una cirugía vascular o implantación de prótesis del pene, con el fin de proporcionar la rigidez necesaria para el acto sexual.

Eyaculación precoz: se refiere a la falta de control sobre el reflejo eyaculatorio, que sobreviene en la fase del orgasmo masculino.

Existen dos tipos de eyaculación precoz: la primaria, cuando el varón nunca ha logrado controlar la eyaculación; y la secundaria, que se manifiesta sólo en determinadas circunstancias.

Las causas pueden ser:

-**Psicológicas**: se asocian a mensajes en contra de la sexualidad o a falta de información sobre ésta, presión por parte de la pareja, problemas familiares, ansiedad, estrés, miedo al fracaso como pareja y dificultad para controlar los estímulos.

-**Orgánicas**: principalmente se refieren a afecciones genitales y prostáticas alteraciones neurológicas o vasculares, trastornos degenerativos, desequilibrios hormonales, o al consumo de fármacos o antidepresivos.

«El hombre que llama a la mujer mi mitad, da al punto una idea de lo que debe ser el todo».

Franklin

«Lo que hay de femenino en el hombre le doblega ante la mujer. Lo que hay en la mujer de masculinidad la lleva a desafiar al hombre».

Hebbel

La eyaculación precoz trae consigo graves problemas en la pareja, debido a la insatisfacción sexual que conlleva no alcanzar el orgasmo.

Los nuevos tratamientos para solucionar esta disfunción a base de fármacos son sumamente exitosos, pues producen un reflejo eyaculatorio; asimismo se proporciona psicoterapia de pareja orientada al aprendizaje de técnicas y ejercicios para retrasar la eyaculación.

Eyaculación retardada: también se le denomina aneyaculación o incapacidad eyaculatoria y consiste en el retraso involuntario de la eyaculación.

Las causas orgánicas se relacionan con el uso de fármacos y drogas, o la presencia de enfermedades que afectan el proceso de la eyaculación.

Entre las causas psicológicas destacan los sentimientos de culpa, el temor al embarazo y los problemas que surgen, por ejemplo, cuando hay infidelidad.

El tratamiento es muy similar al del caso anterior.

Anorgasmia: en este caso la respuesta eyaculatoria está parcialmente inhibida y la emisión del semen se presenta en forma de goteo, lo cual anula las sensaciones placenteras.

Dispareunia masculina: se caracteriza por el dolor durante o después del coito. Las causas principales pueden ser lesiones, higiene deficiente en el área genital, estrechez de la uretra o extrema sensibilidad en el glande.

Sexo, pudor... ¡y mucha información!

Aunque las disfunciones sexuales de las que hemos hablado son muy comunes, es difícil que las personas acepten que padecen un problema de este tipo, lo cual afecta seriamente la relación de pareja.

Vale la pena considerar que su salud es muy valiosa -y no lo es menos su relación de pareja-, y es importante atender cualquier disfunción sexual. Los médicos especialistas a los que debe acudir pueden ser:

Urólogo: interviene en el diagnóstico y tratamiento de las disfunciones sexuales masculinas de origen físico.

Ginecólogo: atiende los padecimientos del aparato reproductor femenino.

Sexólogo, psiquiatra y psicólogo: proporcionan terapias de pareja orientadas a analizar las causas del problema y trabajar en los aspectos emocionales y físicos que ayuden a solucionarlo.

Si desea obtener más información sobre el tema de las disfunciones sexuales y su tratamiento acuda al **Instituto Mexicano de Sexología**, ubicado en Tepic núm. 86, colonia Roma, o bien, comuníquese al **55-64-28-50**; o a la **Clínica de Disfunciones Sexuales del Hospital General de México**, donde un grupo de especialistas lo atenderá; si lo desea puede llamar al **55-78-42-47**.

Tenga presente que ningún tratamiento resulta tan efectivo como una comunicación abierta y sincera con la pareja: de ello depende el éxito de su relación. ¡No pierda tiempo ni placer!

Lorena M. Romo

Fuentes: -Doctora Rosario Nibón Bolán, terapeuta del Instituto Mexicano de Sexología.
-Doctora María Eugenia González, médico auxiliar adscrito al Servicio de Cirugía Endoscópica de la Unidad de Ginecoobstetricia, Hospital General de México.
-Doctor Jorge Jaspersen Castelum, titular de la Clínica de Disfunciones Sexuales, Hospital General de México.

Tequila,

«cachito» de patria que se exporta

En México cada región tiene su bebida tradicional: el sotol de los chihuahuenses, la charanda de los michoacanos, el bacanora de los sonorenses, el xtabentun de los yucatecos, el mezcal de los oaxaqueños, los toritos de los veracruzanos, los mosquitos de los toluqueños... pero sólo una se considera como la de todos, como la nuestra: el tequila.

De hecho, en el extranjero nos identifican con esta bebida, que a pasos agigantados se abre camino, gana presencia y llega para quedarse en el mercado mundial: para muestra bastan las elocuentes cifras.

Generador de divisas

El tequila es la **segunda bebida alcohólica que más divisas genera al país** (la primera es la cerveza). De la producción total, aproximadamente **el 60 por ciento se exporta**. Durante 1996, **el 75 por ciento se destinó a Estados Unidos y el 13 por ciento a la Unión Europea.** Dentro de estas exportaciones, **el 87 por ciento se vendió a granel y el 13 por ciento restante, envasado**.

En cuanto a personal empleado, la industria tequilera generó **33 mil empleos** durante 1996, de los cuales el **90 por ciento** corresponde a **campesinos**, **6 por ciento a obreros**, **3.7 por ciento a empleados** y **0.3 por ciento a técnicos**.

El tipo de tequila con mayor aceptación en el extranjero es el joven; en 1998 se exportaron cerca de 47 millones 901 mil 425 litros, lo cual representa el 54.20 por ciento de la exportación total. **Le sigue en demanda el tequila blanco**, con poco más de 31 millones 500 mil litros, que constituye el 36.59 por ciento. En tercer lugar figura **el reposado**, con el 6.02 por ciento; finalmente, **el añejo** con 3.20 por ciento.

El **volumen total de exportación** suma ¡**86 millones 533 mil 996 litros de tequila** derramados en el mundo!

Parecidos, pero diferentes

En la fabricación de tequila se aceptan **dos clasificaciones: el tequila 100 por ciento agave azul** y **el tequila 100 por ciento puro de agave**, el cual puede contener hasta 49 por ciento de azúcares diferentes al agave azul.

Existen **cuatro variedades**:

Blanco: se ajusta con agua de disolución a su graduación comercial.

Joven: similar al blanco pero con adición de saborizantes y colorantes permitidos por la Secretaría de Salud.

Añejo: se añeja un año -como mínimo- en barricas de roble o encino; puede incluir o no procedimientos de los tequilas anteriores. En el mercado internacional hay tequila de dos, tres, cinco y hasta diez años de añejamiento; es el tequila más refinado y sofisticado de los cuatro tipos.

Reposado: permanece por lo menos dos meses en barricas de roble o encino.

Fuente: Banco Mexicano de Comercio Exterior.

Quiénes, cuánto y qué tequila nos compra el mundo*

País	Granel	Envasado	Total	Blanco	Reposado
Estados Unidos	63,255,836	6,070,501	69,326,336	19,989,550	4,461,785
Alemania	2,896,108	54,007	2,950,115	1,664,559	1,194
Holanda	2,377,691	30,090	2,407,790	1,155,303	855,583
Bélgica	1,643,261	154,100	1,797,362	943,675	0
Francia	1,369,137	423,376	1,792,513	1,154,959	177
Canadá	901,168	69,088	970,256	588,811	338
Chile	9,900	953,545	963,445	757,918	18,212
Reino Unido	0	623,436	623,436	166,522	295,430
Japón	275,000	289,405	564,405	89,587	110,000
España	372,272	91,235	463,507	163,992	10,280

(*) Aquí le presentamos los diez principales países de las 55 naciones a las que exportamos tequila durante el último año. Las cifras corresponden a litros.

Fuente: Cámara Regional de la Industria Tequilera.

Cómo se elabora el tequila

El tequila es un aguardiente que se obtiene a partir de la destilación del agave tipo *tequilana Weber azul*, originario del estado de Jalisco.

Su elaboración comienza cuando las cabezas o piñas de agave se someten a un proceso de cocimiento en el que la presión y la penetración del vapor transforman los almidones de las piñas en azúcares, después se desmenuzan y se muelen para obtener el mosto.

Al fermentarse, los azúcares se transforman en alcohol; finalmente el producto se destila y se obtiene el tequila.

Tequila... ¡sólo el mexicano!

Pero con el éxito también llegaron los pseudotequilas: ¿cómo garantizar al consumidor final lo genuino del tequila?

Por un lado contamos con la **denominación de origen «Tequila»**, que es una figura jurídica de propiedad industrial aplicable a los productos que requieren de protección adecuada dada su reputación y prestigio nacional e internacional.

En el caso del tequila implica **una combinación de clima, cualidades de suelo, indicaciones geográficas y tradición en su proceso de elaboración**, desde su origen hasta obtener el producto final.

Destaca también el **factor humano**, en el que la tradición de los oriundos de la región específica es un elemento indispensable.

Lo anterior significa que el nombre «Tequila» sólo podrán usarlo las fábricas, destilerías y envasadoras que estén establecidas en la zona que abarca la protección, y que **para su elaboración utilicen exclusivamente plantas de *agave tequilana Weber azul*.**

Actualmente **existen 178 municipios de la República Mexicana protegidos por la denominación de origen «Tequila»; 124 se ubican en el estado de Jalisco, los 54 restantes están distribuidos en los estados de Guanajuato, Nayarit, Michoacán y Tamaulipas**.

Antes de ser otorgada la denominación, España y Japón destilaban y producían lo que para ellos era «tequila».

Un acontecimiento que marcó un hito en la industria tequilera ocurrió **en 1997**, cuando se firmó el acuerdo de reconocimiento mutuo en materia de protección a la denominación de origen en el sector tequilero, y **la Unión Europea le otorgó a México el derecho de ser el único productor de tequila en el mundo**. (En México existen otras tres denominaciones de origen: «Mezcal», «Talavera de Puebla» y «Olinalá»).

A raíz de este hecho, las exportaciones de tequila hacia Europa se han incrementado en promedio un 20 por ciento.

Historia tequilera

Cuenta la leyenda prehispánica que el tequila fue descubierto cuando un rayo desgajó el corazón del agave y lo hizo arder durante unos segundos. Los indígenas, azorados, se percataron de que del interior brotaba un aromático néctar, el cual bebieron con temor y reverencia, pues lo consideraron un regalo de sus dioses.

Desde entonces, los agaves o mezcales fueron considerados como plantas providenciales, sagradas, místicas y divinas.

La palabra «agave» significa «magnífico y admirable», y en México existen por lo menos 17 géneros y especies diferentes de esta planta.

Se tiene noticia de que en la hacienda «La Cofradía de las Ánimas» -adquirida en 1785 por José Antonio de Cuervo- se fabricaba tequila. El próspero negocio ostentaba el nombre de «Taberna de Cuervo».

La moda se popularizó y lo común era que las destilerías se bautizaran con una variante femenina del apellido de su dueño, como «La Martineña» para el apellido Martínez, «La Guarreña» para Guarro, «La Gallardeña» para Gallardo.

Fuentes: -Cámara Regional de la Industria Tequilera.
-«Una bebida llamada tequila», José María Muriá, editorial Ágata.

Qué dicen las normas

También contamos con normas oficiales mexicanas para garantizar la calidad e higiene del tequila.

La **NOM-142-SSA1-1995** establece las **disposiciones sanitarias** -tanto para la materia prima como para el producto terminado-, uso de **aditivos y coadyuvantes de elaboración** y disposiciones de **etiquetado y envase**.

Por su parte, la **NOM-006-SCFI**, referente al tequila, establece parámetros como: **volúmenes de alcohol, acidez total, la cantidad de alcoholes superiores, metanol** y **furfural** que deben contener los diferentes tipos de tequila, entre otros aspectos.

Estas especificaciones permiten clasificar con mayor precisión si se trata de tequila «añejo» o «reposado», «blanco» o «joven».

En esta norma también se estipula la información que debe presentar el etiquetado. Al elegir una botella de tequila asegúrese de que ostente la siguiente información:

-La palabra «tequila».

-Categoría y tipo. (Por ejemplo: «Reposado»).

-Contenido neto expresado en litros y mililitros.(Por ejemplo: «Cont. Net. 750 ml»).

-Porcentaje de alcohol en volumen a 20° GL, que puede abreviarse «% Alc. Vol.». (Por ejemplo: «40% Alc. Vol.»).

-Nombre o razón social del productor o de la fábrica autorizada y, en su caso, también del envasador. (Por ejemplo: «Espiritosos, S. A.»).

-Domicilio fiscal del productor y, en su caso, del envasador.

-Marca registrada. (Por ejemplo: «El Milagro»).

-Leyenda «Hecho en México».

-Contraseña oficial. (Por ejemplo: «NOM 006»).

-Identificación del lote. (Por ejemplo: Lote núm. 666).

-Leyenda precautoria establecida por la Secretaría de Salud. (Por ejemplo: «Nada con exceso, todo con medida»).

-Toda la información debe ser legible y estar redactada en idioma español.

Ojos bien abiertos

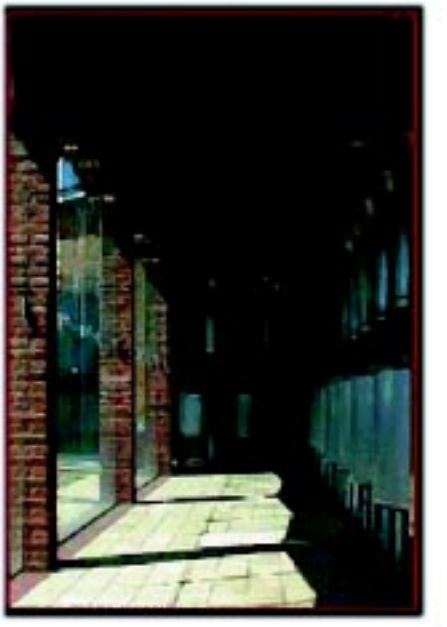
Con la misión de verificar y certificar el cumplimiento de las normas en la elaboración del tequila y promover la denominación de origen, en 1994 nace el **Consejo Regulador del Tequila (CRT)**, institución de la iniciativa privada y sin fines de lucro con el debido crédito para avalar la calidad de la bebida mexicana.

Además, el CRT cuenta con la línea telefónica **01-800-71-09-069** que ofrece:

- Orientación a nivel nacional para consumidores y comercializadores.
- Información actualizada sobre tequilas.
- Recepción de denuncias sobre inconformidades en el mercado del tequila.

Cabe destacar que el CRT cuenta con una delegación en Europa -cuyas oficinas centrales se encuentran en España- encargada de vigilar los puntos de envasamiento, distribución y venta, y garantizar que el tequila que se consume en Europa sea fabricado en México y cumpla cabalmente con la NOM-006-SCFI.

Por todo lo anterior, señores y señoritas: ¡Salud!



Paola Herrera

Fuentes: -Cámara Nacional de la Industria Tequilera.
-Consejo Regulador del Tequila, A. C.
-Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.
-Cámara Regional de la Industria Tequilera.
-Banco Mexicano de Comercio Exterior.
-NOM-142-SSA1-1995 y NOM-006-SCFI-1994.

¡Actualícese!

Cursos de computación

Aspirar a mejores oportunidades de trabajo nos obliga a buscar continuamente la forma de elevar nuestro nivel de preparación profesional. Una manera de hacerlo es mediante cursos de computación, por ello es indispensable conocer qué cursos nos ofrece el mercado, en qué consisten y a quienes están dirigidos.

Sistemas operativos

Este curso es básico y en él se conocen los principales sistemas operativos de cómputo, como Windows 2000, Windows NT y Unix, entre otros.

A través de este curso se identifican conceptos de uso común y básico en el manejo de una computadora, por ejemplo, los elementos que integran un equipo de cómputo, la forma en la que puede almacenarse la información, además del reconocimiento de algunos programas de aplicación y su manejo en tareas específicas.

El alumno también aprende a configurar las opciones básicas y a emplear adecuadamente las herramientas que le ofrece el programa, la creación, el manejo y la administración de archivos y carpetas, así como la incorporación y eliminación de programas.

El sistema operativo es la base de la cual surgen otro tipo de aplicaciones, como los procesadores de palabras, las hojas de cálculo y los manipuladores gráficos, entre otros. El dominio del sistema operativo le permitirá continuar el estudio de alguna línea de especialización o un curso más acorde con sus actividades particulares.

Procesadores de palabras

A diferencia de la máquina de escribir convencional, el procesador de palabras, además de plasmar la información en papel, facilita las tareas de mecanografiar, revisar y corregir diversos textos, como trabajos escolares, oficios, folletos, libros, cartas y tesis.

La información «capturada» se puede conservar en un disco para, en caso necesario, corregirla. También permite utilizar diferentes tipos y tamaños de letra, inserción de pies de página, símbolos e imágenes, numerar páginas, diversos idiomas, revisión y corrección gramatical y ortográfica, bordes, sombreados, modificar los márgenes y los formatos -vertical u horizontal-, características que le confieren a los escritos una presentación más atractiva y profesional.

Los niveles más avanzados le permitirán incrementar la calidad de sus trabajos al aprender a aplicar otros elementos, como índices y gráficas; personalización de barras de herramientas; creación, inserción, edición o eliminación de tablas de contenido, celdas, filas o columnas; creación, uso y modificación de estilos, plantillas, esquemas y formularios; manejo de hipervínculos; combinación de documentos y correspondencia; configuración de un documento maestro; grabación, ejecución y edición de macros, y diseño de páginas web, entre muchas otras posibilidades.

Hojas de cálculo

Las hojas de cálculo se utilizan ampliamente en sectores administrativos y de negocios -son un excelente auxiliar para desempeñar actividades contables y financieras-, así como en áreas técnicas y científicas.

Las últimas versiones de estos programas -como Excel- se caracterizan por su facilidad de operación y por contar con numerosas herramientas para efectuar cálculos, análisis de datos, planeaciones, informes de trabajo y diseños.

Además le ofrecen la posibilidad de presentar la información mediante gráficos de alta calidad, manipular y analizar bases de datos, y la creación y personalización de gráficas. Un curso más avanzado le permitirá diseñar hojas de cálculo más complicadas, construir y editar mapas, automatizar procesos mediante la elaboración de macros y formularios, así como intercambiar información con otras aplicaciones.

Diseño editorial y gráfico

Existen varios cursos de computación que resultan útiles para trabajos que impliquen retoques, ilustraciones, composición, aplicación y manejo de la forma y el color. A través de éstos se pueden elaborar desde bocetos hasta elementos gráficos mucho más elaborados, como logotipos, carteles, anuncios, portadas, ilustraciones para libros, marcas de diseño tipográfico, encabezados, gráficas, presentaciones para exposición de formatos gráficos, o elementos de preprensa electrónica, como boletines, diarios y revistas.

Dentro de este ámbito existen cursos para dominar los siguientes programas.

Power Point: está dirigido a quienes están interesados en generar presentaciones electrónicas en pantalla para la exposición de algún tema. Este programa permite crear transparencias a color o en blanco y negro, diapositivas con imágenes prediseñadas, gráficas, organigramas y otros elementos que pueden servir de apoyo para elaborar publicaciones electrónicas en Internet.

Corel Draw: es un paquete de edición gráfica vectorial que cuenta con cientos de tipos de letra e imágenes. Además tiene efectos con los que se pueden realizar carátulas, anuncios, originales mecánicos y folletos, entre otros.

Page Maker: se trata de un programa de autoedición que permite diseñar y reproducir materiales impresos o publicaciones a través del manejo de imágenes, texto, tablas, letras capitales, diseño, impresión, numeración de páginas y otras como cortar, pegar, añadir, reposicionar y extraer para editar trípticos, libros, folletos o revistas.

Corel-Ventura: con el aprendizaje y dominio de sus herramientas podrá llevar a cabo funciones editoriales en un entorno gráfico. Este curso es propio para diseñadores, técnicos o profesionales interesados en la edición, así como estudiantes que deseen elaborar informes, proyectos o tesis de manera automatizada. Permite crear publicaciones de manera profesional.

Photoshop: es recomendable para diseñadores gráficos y profesionales interesados en la edición gráfica para dar tratamiento a imágenes en color, o bien, fotomontajes, retoques fotográficos y crear ilustraciones originales; con el dominio de este programa podrán manipular representaciones gráficas digitales, haciendo uso de selecciones, filtros y efectos.

Diseño asistido por computadora

Este tipo de diseño, también conocido como Computer Aided Design-CAD, abarca diversos campos como arquitectura, ingeniería y diseño industrial; profesionales relacionados con cinematografía, museografía y escenografía también lo emplean para definir modelos tridimensionales, probar iluminaciones, o bien, realizar animaciones.

Los programas AutoCAD o MicroStation son de uso general porque no están ligados a una profesión específica y ofrecen al usuario, entre otras ventajas, la posibilidad de dibujar planos, definir un objeto en dos o tres dimensiones para visualizarlo bajo todos sus ángulos, así como realizar cálculos de superficie. También permiten enlazar la información a una base de datos o programar rutinas para solucionar problemas específicos.

Este programa ofrece la posibilidad de construir modelos tridimensionales que faciliten al diseñador, arquitecto, ingeniero o al artista, la mejor conceptualización, descripción y visualización de sus ideas y objetos creados.

Bases de datos

El aprendizaje y dominio de las bases de datos -como Acces, Paradox, Foxpro, Power Builder, Sybase- son útiles en la organización y estructuración de grandes volúmenes de datos o información para proveerlos de mayor seguridad, precisión, dominio y control.

Mediante diferentes métodos, el alumno podrá crear y administrar una base de datos que le permita organizar, buscar y presentar su información de forma sencilla, además del desarrollo de aplicaciones de entrada, salida, reportes y actualización de datos. Algunos permiten la utilización de sistemas mono o multiusuarios y la aplicación de conceptos de programación para automatizar procesos.

Multimedia

Los cursos para manejar programas multimedia -como Adobe Premier, Animator, Toolbook, Authorware- están orientados a la planeación, desarrollo e integración de distintos medios, como texto, hipertexto, imágenes fijas o en movimiento y audio, utilizando música, locución o efectos sonoros de manera simultánea. Permite la interacción entre el usuario y el sistema.

Estos programas le sirven para modelar objetos en segunda y tercera dimensión y generar animaciones de calidad fotorrealista, así como guiones técnicos y literarios, y la digitalización de imágenes y sonido. También se pueden desarrollar escenas virtuales con características propias como iluminación, sombreado, reflexión, materiales, texturas, posiciones de cámara, aplicación de filtros para lograr efectos especiales, etcétera.

Outlook

Proporciona los conocimientos para elaborar mensajería, programación de actividades, notas y contactos. Le brinda la opción de llevar a cabo una calendarización de citas y eventos periódicos, así como la configuración del área de trabajo y la creación de contactos y tareas.

Internet

En este curso logrará conocer los conceptos y las herramientas necesarias para utilizar adecuadamente los servicios que se encuentran en Internet, así como la obtención de información a través de diferentes recursos que ofrece la «red de redes», como el correo electrónico, la transferencia de archivos, los portales o páginas World Wide Web. Del mismo modo aprenderá cómo elaborar e incorporar una página personal en la red.

¿Dónde, cuánto y cómo?

Los cursos de computación que le hemos mencionado se imparten tanto en universidades públicas como privadas, y su costo, dependiendo del curso y del nivel, oscila entre $ 800.00 y $ 3,000.00*.

Por otra parte, hay pequeñas escuelas particulares especializadas en cursos de cómputo que manejan una cuota de inscripción de entre $ 200.00 y $ 400.00, con un pago semanal de entre $ 100.00 y $ 200.00.

La duración de cada curso es variable, de acuerdo con la complejidad y el nivel de especialización: hay de cuatro, ocho, nueve, 16, 24 ó 32 semanas, así como de 10, 20, 30, 40, o hasta 120 horas.

En aquellos que agrupan varios programas, como Word, Power Point, Excel y Corel Draw, la duración generalmente es de 24 semanas; cuando se trata de Acces, Visual Basic y Windows NT, entre otros, el curso puede abarcar 32 semanas; y si consta de Windows, Word, Excel, Power Point e Internet, puede durar 120 horas.

El horario de los cursos varía, pero por lo regular se imparten una o dos horas diarias -a elegir desde las 7:00 hasta las 21:00 horas-, de lunes a viernes; hay cursos intensivos los sábados y cada sesión dura de cuatro a cinco horas.

Los requisitos para inscribirse son:

-Acta de nacimiento.

-Comprobante del último grado de estudios.

-Comprobante de domicilio.

-Dos fotografías tamaño infantil y una tamaño diploma o credencial para la constancia.

Antes de elegir una escuela...

-Investigue cuál es el curso idóneo para satisfacer sus necesidades de instrucción y sus expectativas profesionales. Para ello solicite a la institución el temario o plan de estudios. Además cerciórese de que impartan diversos cursos y en varios niveles -por ejemplo, básico, intermedio y avanzado. Esto es una referencia importante para saber si se trata de un instituto especializado.

-Asegúrese de que la instrucción sea tanto teórica como práctica, y que le garanticen que al concluir el curso se le hará entrega de una constancia, de preferencia con una evaluación numérica que avale su aprendizaje. Pregunte acerca de la antigüedad de la escuela, la forma en que opera y si posee el respaldo de una institución académica de prestigio.

-Indague sobre la experiencia y el nivel académico de los profesores; observe que haya suficiente soporte académico y que, además del equipo, existan manuales de consulta y libros. Igualmente, es necesario que exista un departamento o persona capacitada encargada de brindar asesoría, orientación y aclarar las dudas de los alumnos.

-Infórmese sobre las tarifas correspondientes al curso de su interés; pregunte qué otros pagos sería necesario efectuar, a fin de tener un presupuesto completo y a tiempo.

-Las condiciones del edificio y aulas también constituyen un factor importante a considerar. Éstas deben contar con una buena planta de energía que garantice el adecuado funcionamiento de las computadoras, redes e impresoras. El equipo debe estar completo y en buenas condiciones, así como los programas o paquetería actualizados, además de contar con elementos de apoyo, como pizarra, proyector de acetatos, manuales para el alumno, etcétera.

-De ser posible trate de sondear con alumnos o conocidos que hayan egresado de la institución a la que desee pertenecer; no olvide que «la mejor publicidad es la recomendación». Pregunte también a los alumnos si el colegio cumple con los horarios y periodos establecidos para concluir los cursos, y si da soluciones y cumplimiento en caso de alguna irregularidad.

**Precios promedio investigados durante la primera quincena de octubre del 2000, sólo como una referencia para el consumidor.*

Yureli Cacho

Fuentes: -Entrevista con Rosario Ortiz Osornio, subdirectora de Planeación Académica, Dirección General de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA), UNAM.
-Computadoras y Capacitación Integral S.A., CYCISA.
-Sondeo de mercado en escuelas de computación.

Cromo

El cromo es un mineral que se encuentra en el organismo en concentraciones muy pequeñas, sin embargo, resulta indispensable proveerlo a través de la dieta. Dicho mineral es necesario para el metabolismo de las grasas y los hidratos de carbono, lo que mejora la función de la insulina en el cuerpo. Se almacena principalmente en el hígado, el bazo y los huesos.

Fuentes

El cromo se encuentra en pequeñas cantidades en una amplia gama de alimentos, aunque su contenido depende de la presencia del mineral en la tierra de cultivo.

Las mejores fuentes de cromo son el trigo integral, las algas marinas, la levadura de cerveza, el hígado de res y las ostras.

El aceite de maíz, el pollo, las frutas (sobre todo las moras), las nueces y las verduras (principalmente hongos, brócoli y perejil) presentan un contenido intermedio de cromo, mientras que en la leche, el huevo y otros productos animales es muy escaso.

El procesamiento de los alimentos puede aumentar o disminuir su contenido de cromo. Por ejemplo, se ha observado que los envases de acero inoxidable dejan escapar cromo, sobre todo cuando el producto es ácido, lo cual aumenta el contenido del mineral en los productos envasados. Por el contrario, el cromo se elimina de alimentos básicos como el azúcar y la harina cuando se refinan.

Del cromo que se consume, el organismo sólo absorbe entre un 10 y un 25 por ciento para realizar las funciones corporales. Es conveniente que los alimentos que contienen cromo se ingieran con alimentos ricos en proteínas y en vitamina C, ya que esto facilita su absorción. Por el contrario, la ingesta excesiva de azúcares simples (azúcar de mesa, refrescos, dulces, etcétera) favorece su eliminación a través de la orina.

Ingestión dietética recomendada

El cromo se considera un micronutrimento debido a que el organismo requiere una cantidad muy pequeña. La recomendación dietética sugerida es de entre 50 y 200 mcg al día para adultos y niños mayores de 7 años. Para niños más pequeños y lactantes debe ser, dependiendo de su edad, de entre 10 y 120 mcg al día (RDA 1989).

Funciones

La forma como usualmente se encuentra el cromo en los alimentos es la

necesaria para que éste pueda desempeñar sus funciones en el organismo. El cromo se absorbe mejor cuando se toma como picolinato de cromo -que es la forma como se comercializa-, y además es capaz de controlar los niveles de colesterol y azúcar en la sangre, por ello es muy utilizado por los diabéticos, aunque no deben consumirlo sin antes consultar al médico.

Se ha observado que en algunos ancianos que tienen dificultad para absorber la glucosa se presenta una mejoría al ingerir picolinato de cromo. Sin embargo, una dieta que cumpla con las recomendaciones diarias de cromo es suficiente.

El cromo participa en el organismo de manera activa en el metabolismo (utilización) de las grasas y el colesterol, aumentando los niveles de las lipoproteínas de alta densidad (colesterol bueno).

No se sabe con certeza de qué manera interviene el cromo en el crecimiento, aunque se cree que interactúa con el material genético. En estudios realizados a niños con desnutrición se observó que al administrarles un suplemento de cromo presentaron un crecimiento significativo.

Deficiencia

Es muy difícil diagnosticar la deficiencia de cromo en el organismo, sin embargo los niveles bajos se relacionan con fatiga, ansiedad y el inadecuado metabolismo de las proteínas.Asimismo provoca que la insulina no funcione con eficacia y por consiguiente a largo plazo se desarrolla un estado parecido a la diabetes. En los niños se ha observado que sufren una disminución en el crecimiento, mientras que en edades avanzadas representa un factor de predisposición para la aterosclerosis (endurecimiento de las venas) y padecimientos cardiacos, debido al papel tan importante que desempeña el cromo en el metabolismo del colesterol.

Toxicidad

Hay un tipo de cromo(hexavalente) que se utiliza en la industria metalúrgica, el cual puede originar problemas de toxicidad a las personas que se exponen constantemente y sin protección al mineral; un ejemplo de esto es el cromo que genera la soldadura de acero inoxidable, que puede ser dañino para los soldadores.

La toxicidad también se puede presentar cuando se ingieren suplementos comerciales sin prescripción médica; el consumo excesivo provoca dolores de cabeza y comezón en la piel, e incluso severas lesiones cutáneas y en el tabique nasal, alteraciones en los riñones y en el hígado y una mayor incidencia de cáncer pulmonar.

Fuentes: -Unidad de Alimentación y Nutrición, Dirección de Educación para el Consumo, PROFECO.
-Departamento de Educación Nutricional, Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición «Salvador Zubirán» (INCMyNSZ).
-Winick, M. Enciclopedia Columbia de Nutrición, Editorial Grijalbo, México, 1994.
-Ziegler, E. y Filer, L. J. Conocimientos actuales sobre nutrición, 7ª edición, OPS, E. U., 1997.
-Bourges, H. Micronutrimentos. Vitaminas y nutrimentos inorgánicos, un análisis panorámico.
-Pressman, A. Vitaminas y minerales, Pearson Educación, México, 1997.

Contenido de cromo en algunos alimentos

Alimento (mcg)	Cromo
Trigo integral	80
Algas marinas	130
Levaduras de cerveza	130
Hígado de res	63
Ostras	56
Aceite de maíz	45
Pollo	26
Moras	25
Hongos	25
Brócoli	23
Perejil	21
Nueces	20
Huevo	17
Leche	16
Carne de res	14
Carne de puerco	10

Mitos y realidades de la avena

¿La avena contribuye a reducir los niveles de colesterol?

Verdadero. Muchos estudios han demostrado que el consumo de avena disminuye los niveles de colesterol en la sangre; este beneficio obedece a la cantidad de fibra soluble que contiene, sobre todo una conocida como «betaglucano», la cual se encuentra también en otros cereales, como la cebada y el centeno, aunque en menor cantidad. En general la fibra soluble, y en particular el betaglucano, se distinguen de la fibra insoluble por su capacidad de absorber y retener agua, lo que contribuye a formar un gel de alta viscosidad durante el tránsito del alimento por el aparato digestivo. Este gel provoca que la absorción de las grasas sea menor, pues disminuye el movimiento de sus partículas a través del intestino, las cuales elimina por medio de las heces, reduciendo los niveles de colesterol.

Cabe aclarar que este mismo efecto lo tienen otros tipos de fibra soluble presentes en las leguminosas, las frutas y las verduras.

¿La disminución de la glucosa sanguínea que produce la avena beneficia a las personas diabéticas?

Verdadero. La fibra contenida tanto en la avena como en otros alimentos reduce los niveles de glucosa en la sangre después de las comidas. La fibra es capaz de retardar el vaciamiento del estómago, acortar el paso del alimento por el intestino y, por lo tanto, hacer más lenta la absorción de los azúcares, lo que disminuye o regula las concentraciones de glucosa en la sangre. Lo anterior beneficia directamente a los diabéticos y a las personas que sufren desórdenes en la utilización de los hidratos de carbono.

¿La avena es útil para bajar de peso?

Falso. La avena contribuye a disminuir la absorción de grasas y produce una sensación de saciedad, controlando de esta manera el apetito, sin embargo esto no garantiza una pérdida de peso.

El consumo excesivo de fibra soluble para bajar de peso representa un riesgo importante, porque puede provocar desnutrición o deficiencia de algún nutrimento específico, ya que si se ingieren grandes cantidades favorece el barrido intestinal, el cual provoca que junto con las grasas se desechen otros nutrimentos importantes, por ejemplo, vitaminas liposolubles, calcio y zinc. Por lo tanto no se recomienda mantener un régimen con alto contenido de fibra; la dieta ideal se caracteriza por el consumo moderado, es decir, una alimentación rica en cereales integrales, frutas crudas y verduras.

Fuente: Unidad de Alimentación y Nutrición, Dirección de Educación para el Consumo, PROFECO.

Acelga

La acelga es una hortaliza de la familia de las Quenopodiáceas *(Beta vulgaris)*; aunque se parece a la remolacha, se distingue de esta última porque tiene raíces delgadas.

Existen tres variedades principales de acelga: de hojas amarillas, de hojas verdes y de hojas de tallo rojo.

Las acelgas crudas son ricas en betacarotenos (vitamina A), magnesio y potasio. Tienen más caroteno y riboflavina (B2) que las espinacas, pero presentan un contenido menor de hierro. Cada 100 g de porción comestible proporcionan 27 kcal.

De la planta se aprovechan tanto las hojas como el nervio central, conocido como penca. Se consume fresca en ensaladas con alguna vinagreta; cocida en sopas, cremas o guisados; y también al vapor son muy sabrosas.

Es importante lavarlas y desinfectarlas muy bien, ya que suelen llevar arena y tierra entre las hojas.

Las pencas son algo fibrosas, sin embargo es recomendable consumirlas ya que aportan fibra dietética. Para evitar que la penca se ennegrezca durante la cocción es conveniente añadirle vinagre o jugo de limón al agua.

Temporada:

- Se encuentra durante todo el año, aunque suele escasear en el mes de agosto.

Cómo comprar

- Escoja las acelgas de hojas tiernas, frescas y de color intenso. Sus tallos deben estar tiernos y crujientes.
- Rechace las que presenten hojas manchadas, perforadas o con signos de descomposición.

Cómo conservar

- Almacene las acelgas en la parte baja del refrigerador, dentro de una bolsa de papel; de esta forma se conservarán en buen estado hasta cuatro días.
- De preferencia, las acelgas se deben consumir de inmediato para aprovechar y disfrutar su frescura.

Chicozapote

El chicozapote es originario de las zonas tropicales de América y pertenece a la familia de las zapotáceas *(Achras zapote L)*. Es un fruto muy delicado de cáscara delgada y rugosa de color café, pulpa dulce y jugosa, y semillas grandes de color negro brillante.

Este fruto contiene un 20 por ciento de azúcares aproximadamente, los cuales proporcionan energía -necesaria para realizar diversas actividades del cuerpo-; también aporta fibra dietética y, en menor cantidad, potasio y calcio. Cada 100 g de producto comestible proporcionan 76 kcal.

Del tronco y de las semillas del chicozapote se extrae una sustancia lechosa y pegajosa que se utiliza para elaborar chicle. La obtención del «chicle blanco» se lleva a cabo al iniciarse la temporada de lluvias. Este árbol se encuentra principalmente en las selvas de los estados de Chiapas y Quintana Roo.

Por lo general, el chicozapote se consume fresco, aunque también se pueden preparar helados, bebidas y diversos postres. Antes de partirlo se recomienda retirarle la cáscara para quitarle la sustancia gomosa que lo caracteriza, aunque la cáscara también es comestible y rica en fibra dietética.

Temporada:

- Se encuentra disponible durante los meses de diciembre y enero.

Cómo comprar

- Se recomienda comprar «chicos» de consistencia firme, frescos y con cáscara de color uniforme.

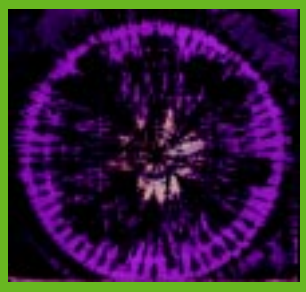
Cómo conservar

- Un chicozapote está listo para su consumo cuando se siente suave al tacto.
- Si aún les falta madurar se recomienda envolverlos en papel periódico y guardarlos en un lugar seco y oscuro.
- Una vez maduro es preferible consumirlo de inmediato, o bien, se puede mantener en refrigeración no más de dos días.

Fuente: Unidad de Alimentación y Nutrición, Dirección de Educación para el Consumo, PROFECO.

Consumo ingenio

Teñido tornasolado de telas



¡Con esta técnica se obtienen frescos y coloridos decorados en tela y usted podrá elaborar originales prendas como pañuelos, blusones y faldas, o bien, útiles y novedosos adornos para su hogar, como fundas para cojines, carpetas y manteles!

Material

- Manta blanca o alguna otra tela de algodón (la medida dependerá de lo que desee elaborar: por ejemplo, para una carpeta se necesita un rectángulo de 60 x 40 cm)
- Diseño o dibujo (flores -como girasoles o margaritas-, figuras prehispánicas o geométricas, peces, etcétera)
- Lápiz
- 2 cucharadas soperas de cera de abeja
- 4 1/2 cucharadas soperas de parafina
- Papel absorbente
- Anilina de 2 colores, de preferencia que combinen (por ejemplo, rosa y morado, o rojo y amarillo)
- Pincel de cerdas naturales
- 5 ligas
- Plancha
- Estufa o parrilla eléctrica
- Recipiente pequeño de metal (para derretir las ceras)
- 2 cubetas o recipientes medianos, uno con agua fría y otro con agua tibia

Cómo se hace:

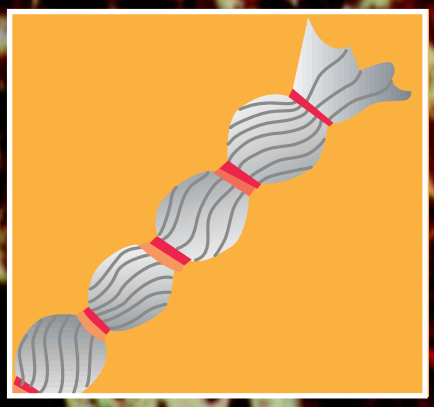
1 Con el lápiz, en el lienzo de tela se calcan los diseños de su preferencia.

2 En el recipiente de metal se vierten la cera de abeja y la parafina, se ponen a calentar a fuego lento, moviendo con una cuchara para que al derretirse se incorporen y evitar que la mezcla se pegue en el fondo.

3 Con la ayuda del pincel, las figuras se rellenan con la mezcla anterior, cuidando que penetre perfectamente en la tela; si la cera se enfría será necesario calentarla de nuevo.

4 Posteriormente se humedece toda la tela, sumergiéndola en el recipiente con agua fría.

5 Enseguida se escurre y se le hacen cinco amarres con las ligas (en los extremos y en el centro, o bien, atados a manera de tallo de caña). El efecto del teñido dependerá de la forma en que coloque las ligas.

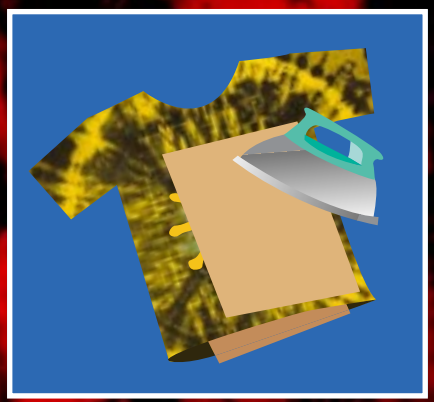


6 La anilina (de un solo color) se disuelve en el recipiente con agua tibia; esta última no debe estar a más de 45° C para evitar que la cera se desprenda.

7 Se sumerge una parte de la tela en el tinte (por ejemplo la mitad) y se deja remojando durante una hora. Pasado ese lapso se saca. Este proceso se repite con los demás colores en la tela restante.

8 A continuación, la tela se enjuaga hasta que el agua salga transparente. Se retiran las ligas y se deja secar sin exponerla a los rayos del sol.

9 Una vez seca se extiende sobre una superficie plana, se coloca papel absorbente en ambos lados de las figuras y se les pasa la plancha tibia por encima para retirar el exceso de cera.



Estufas

Para que su estufa funcione, se conserve en buen estado por más tiempo y su uso no represente un riesgo, siga estas sencillas recomendaciones:

- La estufa debe instalarse de acuerdo con las indicaciones del instructivo, respetando los espacios que recomienda el fabricante para que las ranuras de ventilación que se encuentran alrededor de la base no queden obstruidas, ya que ello impedirá su correcto funcionamiento; asimismo debe ubicarse lejos de corrientes de aire y de otras fuentes de calor.
- Es recomendable colocarle una válvula o llave de paso en un lugar de fácil acceso pero alejada de la estufa.
- En el caso de los modelos que requieren electricidad, lo mejor es utilizar una sola conexión a la toma de corriente.
- Verifique periódicamente que las conexiones de gas no presenten fugas: ponga un poco de espuma de jabón en los puntos de unión de la tubería y en la válvula del tanque, si se forman burbujas es porque existe una fuga que debe reparar cuanto antes.
- Si detecta olor a gas apague las flamas, cierre la válvula de paso general, abra las ventanas y no toque los interruptores eléctricos. De inmediato trate de localizar la fuga y corregirla.
- Es conveniente limpiar la superficie con un trapo húmedo después de cada uso o derrame, y en caso de que sea necesario con una esponja o fibra plástica suave y jabonadura; evite utilizar fibras metálicas ya que puede rayarla.
- Para quitar el cochambre (grasa y restos de alimentos) adherido a los quemadores, las parrillas, la cubiertas y el comal, e incluso el horno, se sugiere remojarlos en agua caliente con detergente para trastes, tallarlos con una esponja o fibra plástica y secarlos con un paño suave. Nunca debe emplear cuchillos u objetos filosos.
- En estufas con sistema o recubrimiento de autolimpieza debe evitarse el uso de detergentes o limpiadores químicos, basta asearla con un trapo húmedo.
- Las partes interiores de la estufa, como el horno y el asador, se deben lavar con cuidado para evitar que la jabonadura se introduzca en las ranuras u orificios.
- Procure no mojar el foco que se encuentra en el interior del horno para evitar que se funda.
- No es conveniente utilizar el horno para guardar utensilios, ya que al abrir la puerta constantemente se deteriora, lo cual perjudica el correcto funcionamiento del horno.

Calidad de miel de abeja

Con el objetivo de orientar su decisión de compra, PROFECO analizó la calidad de las principales marcas de miel de abeja que se comercializan en el mercado.

Para efectuar este estudio se consideró la información al consumidor, características fisicoquímicas y sanitarias (de acuerdo con lo que exige la Norma Mexicana NMX-F-036-1997-NORMEX. «Alimentos-Miel-Especificaciones y Métodos de Prueba») y autenticidad del producto, detectando la presencia de azúcares que no son propios de la miel.

La miel es una sustancia dulce natural que las abejas (*Apis mellifera*) elaboran -recogen, transforman, combinan con sustancias específicas propias y almacenan- a partir del néctar de las flores o de secreciones que producen las partes vivas de las plantas.

Las características de la miel dependen de la fuente donde las abejas recolectan el néctar, sin embargo, el producto no debe tener sabor ni aroma desagradables, debe estar libre de materia extraña y de contaminantes químicos; tampoco debe contener aditivos alimentarios para su conservación, estar diluida en agua o mezclada con almidones, melazas, glucosas, dextrina, fructosa u otros azúcares, de acuerdo con lo que establece la Norma.

A continuación le presentamos los detalles de los resultados parciales y las evaluaciones globales de calidad obtenidas por cada marca de miel de abeja. Si usted requiere más información sobre el presente estudio lo invitamos a comunicarse a la Coordinación General de Investigación al teléfono 55-44-20-60.

Composición de la miel

La composición de la miel depende de las flores de las cuales procede, aunque la más común se describe a continuación:

Nutriente	Cantidad promedio en 100 g
Agua	17.1 g
Carbohidratos (totales)	82.4 g
Fructosa	38.5 g
Glucosa	31.0 g
Maltosa	7.20 g
Sucrosa	1.50 g
Proteínas, aminoácidos, vitaminas y minerales	0.50 g
Energía	304 Kcal
Grasas (lípidos)	0.0 g
Colesterol	0.0 g
Vitaminas	
Tiamina	< 0.00 mg
Riboflavina	< 0.06 mg
Niacina	< 0.36 mg
Ácido pantoténico	< 0.11 mg
Piridoxina (B6)	< 0.32 mg
Ácido ascórbico	2.2 - 2.4 mg
Minerales	
Calcio	4.4 - 9.20 mg
Cobre	0.003 - 0.10 mg
Fierro	0.06 - 1.5 mg
Magnesio	1.2 - 3.50 mg
Manganeso	0.02 - 0.4 mg
Fósforo	1.9 - 6.30 mg
Potasio	13.2 - 16.8 mg
Sodio	0.0 - 7.6 mg
Zinc	0.03 - 0.4 mg

Conservación de la miel

El sabor y el aroma de la miel se conservan mejor si se mantiene entre los 18 y los 24º C, es decir, a la temperatura ambiente.

La miel almacenada en envases de vidrio o de acero inoxidable sellados puede permanecer estable, en cambio, si la guarda en envases de polietileno de baja densidad pierde agua y se cristaliza más rápidamente.

La mayor parte de las mieles son supersaturadas respecto de la glucosa, la cual se cristaliza de manera espontánea a temperatura ambiente. La cristalización es mas rápida entre los 11 y los 15° C; para evitarla le recomendamos lo siguiente:

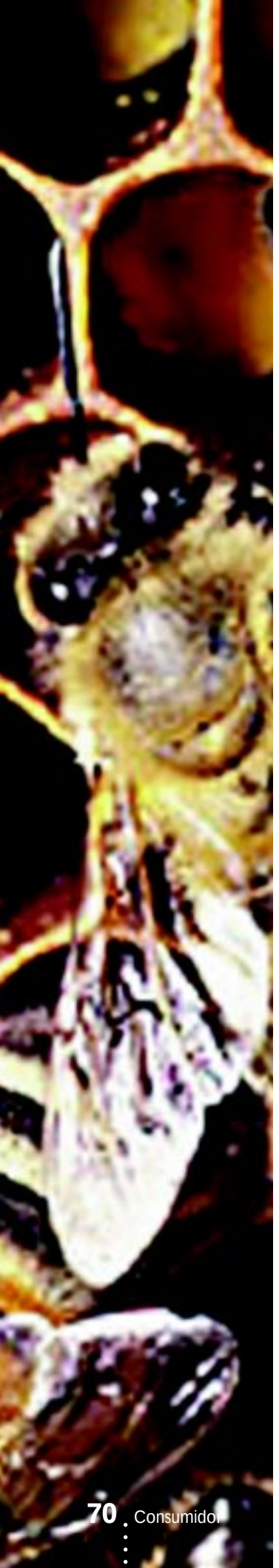
- Comprar sólo la miel necesaria para no almacenarla durante largos periodos.
- Mantenerla a temperaturas que retrasen la cristalización.
- Prevenir la absorción de la humedad ambiental guardándola en recipientes cerrados.

Poder endulzante

En cuanto a dulzor, la fructosa es ligeramente más dulce que la sacarosa (azúcar comercial), le siguen la glucosa y la maltosa, que es la menos dulce. En la mayoría de las mieles predomina la fructosa, por ello suelen ser muy dulces. En promedio, la miel es de 1 a 1.5 veces más dulce que el azúcar.

Dulzura

Azúcar	en solución	en forma cristalina
Fructosa	135	180
Glucosa	60 - 40	74 - 82
Sacarosa	100	100
Lactosa	27 - 48	16 - 32



La miel en nuestra historia

En la cultura maya, la miel fue ampliamente utilizada para preparar el «balche», bebida compuesta por miel, corteza de balche y agua, que se ingería en las festividades religiosas.

En 1549, los españoles les exigieron a los indígenas miel y cera como tributo.

La cera que reunían los conquistadores hispanos se comercializaba desde los puertos de Sisal, Yucatán, y desde Campeche, hacia el puerto de Veracruz y a otros puntos del Imperio Español.

En 1991, México cosechaba más de 60 mil toneladas anuales de miel y ocupaba la cuarta posición mundial como productor, después de la URSS, China y los Estados Unidos.

La producción mexicana de miel se concentra en las entidades del sureste: Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán, esta última con el liderazgo nacional.

Destacan también Jalisco, Guerrero, Veracruz, Oaxaca, Puebla, Colima, Guanajuato, Hidalgo, Michoacán, Morelos, San Luis Potosí, Sinaloa y Zacatecas. Estas 18 entidades reunidas representan alrededor del 90 por ciento de la producción nacional.

Excelente Bueno Regular Deficiente

Estudio de calidad de miel

Marca	País de origen	Contenido neto		Información al consumidor	Características Físico-químicas	Porcentaje de adulteración de azúcar	Calidad sanitaria	Precio $/100 g	Evaluación	Observaciones
		Declarado	Verificado							
Spari Sólida	México	320 g	326.8 g	Completa	Cumple	0		5.47	**100**	
Spari	México	320 g	352.52 g	Completa	Cumple	0		5.16	**100**	
El Apiario	México	330 g	333.3 g	Completa	Cumple	0		6.06	**100**	
Abarca	México	600 g	597.8 g	Completa	Cumple	0		6.42	**100**	
Comercial Mexicana	México	740 g	740.9 g	Completa	Cumple	0		4.81	**100**	
Carlota	México	300 g	318.07 g	Completa	Cumple	0		5.47	**100**	
Vita Real	México	290 g	295.75 g	Completa	Cumple	0		5.14	**100**	
Del Árbol	México	550 g	566.63 g	Completa	Cumple	0		5.82	**100**	
Fleurs de France Carrefour	Francia	500 g	536.2 g	Completa	Cumple	0		6.40	**100**	
Mille Fleurs Carrefour	Francia	500 g	536 g	Completa	Cumple	0		7.00	**100**	
Ricamiel	México	720 g	717.4 g	Incompleta	Cumple	0		5.20	**98**	La información al consumidor está incompleta porque omite el lote.
Santa Clara	México	700 g	721.8 g	Incompleta	Cumple	0		4.28	**98**	La información al consumidor está incompleta porque omite el lote.
Don Luis	México	700 g	746.8 g	Incompleta	Cumple	0		3.00	**98**	La información al consumidor está incompleta porque omite el lote.
Carlota Cremosa	México	420 g	436.2 g	Incompleta	Cumple	0		5.52	**98**	La información al consumidor está incompleta porque omite el lote.
Piccolo Suizo	México	250 ml	252.4 ml	Incompleta	Cumple	0		10.00	**98**	La información al consumidor está incompleta porque omite el lote.
Villarica	México	350 g	344.63 g	Incompleta	Cumple	0		4.85	**98**	La información al consumidor está incompleta porque omite el lote.
Tierra Buena	México	700 g	726.97 g	Incompleta	Cumple	0		3.79	**98**	La información al consumidor está incompleta por no presentar lote.
Vita Real	México	525 g	578.3 g	Completa	Cumple	0		5.09	**95**	Excede el contenido de hongos que permite la norma causando un rápido deterioro del producto.
Producción Apícola Muciño	No declara	250 mm	470 ml	Incompleta	Cumple	0		7.23	**94**	La información al consumidor está incompleta, ya que no declara lote del producto, ni país de origen y el contenido neto es erróneo tanto en número como en unidades.
Miel Bee Obscura	No declara	700 g	674.2 g	Incompleta	Cumple	0		4.27	**88**	La información al consumidor está incompleta por no presentar lote, además no cumple con el contenido neto que declara.
Salvaje	México	650 g	677.0 g	Completa	Cumple	21.3		5.92	**75**	Contiene azúcar que no procede de la miel, además de que su etiqueta no es veraz, ya que se ostenta como 100% de abeja.
Apimaya	México	710 g	686.8 g	Completa	Cumple	16.5		4.08	**75**	Contiene azúcar que no procede de la miel, además de que su etiqueta no es veraz, ya que se ostenta como 100% de abeja.

Estudio de calidad de miel

(Continuación)...

Marca	País de origen	Contenido neto		Información al consumidor	Características Físico-químicas	Porcentaje de adulteración de azúcar	Calidad sanitaria	Precio $/100 g	Evaluación	Observaciones
		Declarado	Verificado							
Nutrisa	México	750 g	761.68 g	Completa	Cumple	24		3.87	**75**	Contiene azúcar que no procede de la miel, además su etiqueta no es veraz, ya que se ostenta como 100% de abeja.
Odonaji	México	500 g	579.1 g	Completa	Cumple	20		4.66	**75**	Contiene azúcar que no procede de la miel, además su etiqueta no es veraz, ya que se ostenta como 100% de abeja.
Miel Bee Sólida	No declara	750 g	731.2 g	Incompleta	Cumple	14		4.92	**73**	Contiene azúcar que no procede de la miel, además su etiqueta no es veraz por ostentarse como 100% de abeja, está incompleta porque omite el país de origen y excede el contenido de hongos que permite la norma provocando un rápido deterioro del producto.
Shaya Michan	México	1 L	0.918 L	Completa	Cumple	24.6		5.00	**65**	Contiene azúcar que no procede de la miel, además su etiqueta no es veraz por ostentarse como 100% de abeja y no cumple con el contenido neto que declara.
Abel ha	No declara	710 g	644.2 g	Incompleta	Cumple	22.4		5.21	**63**	Contiene azúcar que no procede de la miel y su etiqueta no es veraz, ya que se ostenta como 100% de abeja, está incompleta porque omite el país de origen y no cumple con el contenido neto que declara.
Melissa	México	500 ml	510 ml	Incompleta	Cumple	100			**63**	Contiene azúcar que no procede de la miel, además su etiqueta no es veraz por ostentarse como 100% de abeja, también está incompleta porque omite el lote.
Del Colmenar	México	700 g	684.13 g	Incompleta	Cumple	69		5.57	**63**	Contiene azúcar que no procede de la miel, además su etiqueta no es veraz por ostentarse como 100% de abeja y no presenta lote.
Tit - Bit	No declara	200 g	198.2 g	Incompleta	Cumple	Contiene azúcares de cebada		12.80	**61**	Contiene azúcar que no procede de la miel, además su etiqueta no es veraz por ostentarse como 100% de abeja y está incompleta porque omite el país de origen y el lote.
Tit - Bit con Limón	No declara	370 g	367 g	Incompleta	Cumple	Contiene azúcares de cebada		9.16	**61**	Contiene azúcar que no procede de la miel, además su etiqueta no es veraz por ostentarse como 100% de abeja y está incompleta porque omite el país de origen y el lote.
Marca Gigante	México	710 g	738.5 g	Incompleta	Con desviación	44		5.20	**58**	Contiene azúcar que no procede de la miel, además su etiqueta no es veraz por ostentarse como 100% de abeja, está incompleta porque omite el lote y no cumple con el contenido de azúcares que exige la norma.
Apiarios Rancaño	No declara	500 ml	471 ml	Incompleta	Con desviación	38		6.50	**46**	La información al consumidor no es veraz, ya que contiene azúcar que no procede de la miel y se ostenta como 100% de abeja, además no presenta lote, ni país de origen y no cumple con el contenido neto que declara ni con los azúcares que exige la norma.

Excelente Bueno Regular Deficiente

Si su pregunta es...

¿DÓNDE AHORRO?

La respuesta la encontrará en...

Quién es Quién
EN LOS PRECIOS

GUÍA PARA COMPRAR MÁS BARATO

PROFECO

Además encontrará deliciosas y económicas recetas

Obtenga información en su delegación PROFECO
Y en los teléfonos del consumidor.

¡Diviértete y aprende con el CD-ROM!

La ciencia y la tecnología suelen presentarnos nuevos amigos, como el caso del CD-ROM -*Compact Disc-Read Only Memory*, es decir, disco compacto sólo para lectura-, el cual te ofrece muchas ventajas en materia de **diversión y aprendizaje**, ¿qué te parece?

Gracias a este novedoso disco tú puedes disfrutar de diversos juegos en tu computadora, que poseen una gran calidad de sonido y espectaculares imágenes, por ejemplo: **competencias deportivas, batallas intergalácticas, carreras de autos, combates aéreos o misiones de exploración submarina**, entre otros temas.

Y como el formato de un CD-ROM es **interactivo** -es decir, puedes participar en el juego-, la emoción es mayor al emplear pedales, volantes, palancas y micrófonos. De este modo, ¡cada aventura será tan intensa como si fuese real!

Pero un CD-ROM no sólo te ofrece diversión, ¡también **puedes estudiar** con él **y hasta elaborar tus tareas escolares!**

Así, en el mercado puedes encontrar **enciclopedias** y **diccionarios** en CD-ROM, al igual que **«libros electrónicos»** acerca **de temas como el cuerpo humano, especies animales y vegetales, descubrimientos científicos y métodos para aprender idiomas.**

Ahora ya lo sabes: el CD-ROM puede convertirse en una gran ayuda para **estudiar y divertirte al mismo tiempo**. Conversa con mamá y papá y consideren si existe la posibilidad de adquirir un CD-ROM y cuál sería el más conveniente, ¡hay todo tipo de temas y precios en el mercado!

Lorena M. Romo

Sitios de interés para niños

Si te gusta «navegar» por Internet te recordamos que para consultar una página es importante que conozcas con precisión su dirección electrónica. La mayoría empieza con www; después se anota el nombre de la compañía, institución o establecimiento comercial, enseguida la clave de tres letras que describe su clasificación -com, mil, edu, net, org, gob. En algunos casos se incluyen las últimas dos letras que indican el país de origen de la página (por ejemplo, mx en el caso de México). A continuación te presentamos algunas direcciones de sitios que pueden resultar de tu interés.

En español

- *www.ika.com/cuentos*
  En este sitio encontrarás divertidos cuentos.
- *www.mundolatino.org/rinconcito*
  Tiene diversos juegos para todas las edades.
- *www.civila.com*
  Incluye temas educativos.
- *www.artico.com/escher*
  Te lleva a visitar un museo virtual.
- *wwwjugamos.com*
  Encontrarás juegos para niños de cualquier edad.

En inglés

- *www.unitedmedia.com/comics/peanuts*
  Te presenta diversos juegos y la posibilidad de imprimir personajes de tiras cómicas para colorear.
- *www.discoverykids.com*
  Contiene juegos e información educativa relativa a los programas que trasmite este canal de televisión por cable.
- *www.aikids.com*
  Es un sitio infantil.
- *www.disney.com*
  Contiene juegos, fragmentos de películas y varios sitios de venta de artículos.
- *www.geocities.com*
  Te ofrece un espacio gratuito para que publiques tu página personal en Internet.
- www.eduplace.com
  Aquí encontrarás gran cantidad de juegos y consejos para hacer la tarea y consultar información divertida.

Como podrás darte cuenta, ¡no hay pretexto para aburrirse en la red! Escríbenos y platícanos cuáles son tus sitios favoritos de Internet y por qué te gustan. Nuestro correo electrónico es *rconsumidor@mexico.com.*

Lorena M. Romo

Sencilla prueba de calidad para embutidos

¿Sabías que en muchos países los embutidos, como el jamón, las salchichas, el paté, etcétera, han contribuido a la buena nutrición de la población?

Ello se debe a que es una forma fácil de consumir proteínas de origen animal, pero... ¡cuidado!, si comes muchos embutidos puedes dañar tu salud debido a su alto contenido de grasas y sal. Lo mejor es moderar su consumo y acompañarlos siempre con ricas y nutritivas ensaladas o con verduras.

Si a ti te gustan las salchichas, el jamón, el salami, el paté, el pastel de pollo o cualquier otro embutido, debes saber que algunas de las empresas que los elaboran les agregan algún ingrediente extra -para obtener mayores ganancias- que no indican en la etiqueta, como almidón o harina de soya o de papa, lo cual altera su calidad, ya que contienen menos carne y por lo tanto menos proteínas. Esto se conoce como «producto adulterado».

Existe una forma muy sencilla de comprobar la calidad de tus embutidos favoritos, sólo sigue las instrucciones que te presentamos a continuación:

Material que necesitas

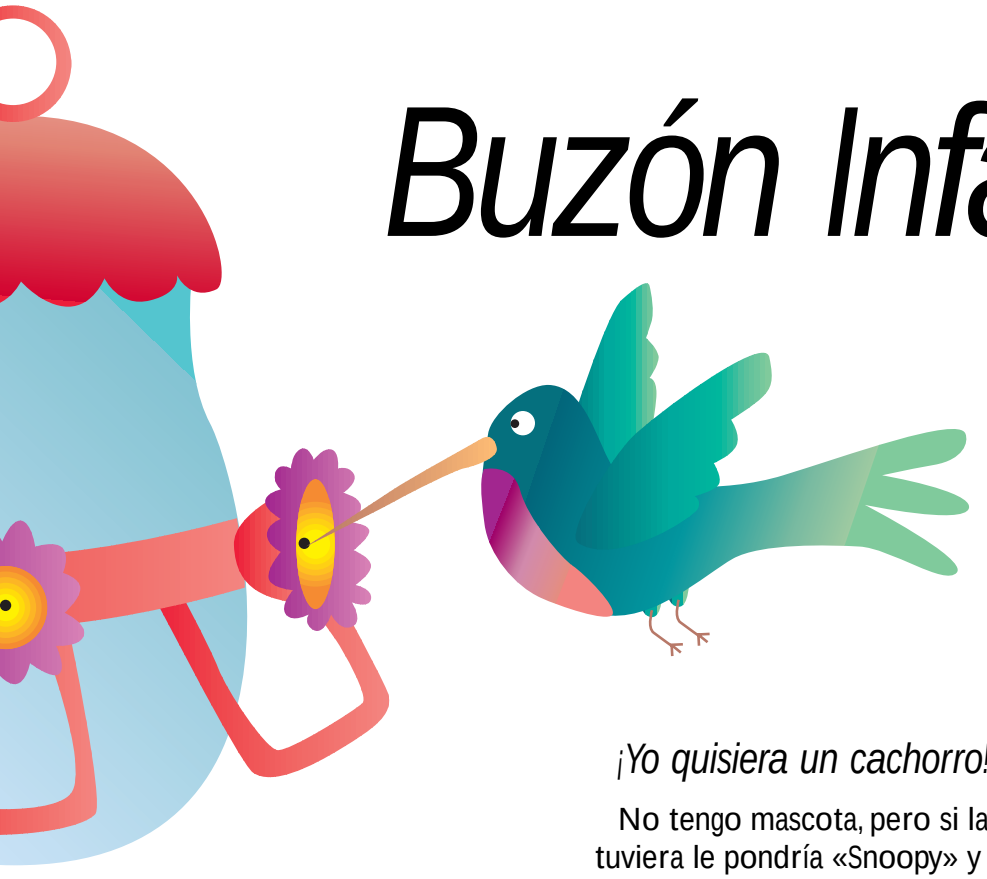
- recipiente pequeño o vasito transparente
- trocito de salchicha, jamón, paté, o del embutido de tu preferencia
- palito, cuchara o abatelenguas limpio
- 10 ml de tintura de yodo
- jeringa de 3 ml sin aguja
- recipiente con agua

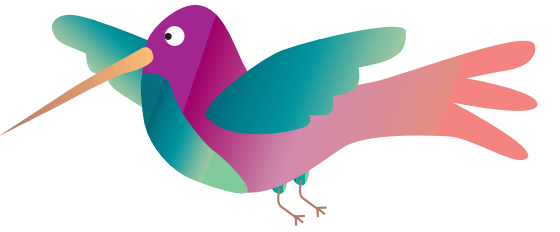
Cómo se hace

1. Con la jeringa vierte 10 ml de agua al recipiente.
2. Agrega el trocito de embutido que hayas elegido, y con el palito desbarátalo con mucho cuidado.
3. Enseguida agrega cinco gotas de tintura de yodo.
4. Observa por unos segundos qué color aparece en el recipiente:

Si no cambia de color o se pone ligeramente café (por el yodo) quiere decir que **el producto es de buena calidad;** por el contrario, **si aparece un color que va del azul metálico al negro**, esto indica que hay almidón y por lo tanto **el producto está adulterado y no contiene los nutrimentos que señala la etiqueta**. Comenta el resultado con tus papás para que la próxima vez que compren embutidos elijan otra marca. Te recomendamos hacer la prueba nuevamente.

Buzón Infantil





Le gusta «Entre cuates»

Por medio de esta carta les quiero decir que me gusta mucho la sección «Entre cuates», pero quisiera que incluyeran otra sobre cómo hacer las horas de clase más divertidas y cómo convivir con las personas. También deberían hablar de la calidad de las impresoras. Gracias por su atención.

Ana Lilia López Pérez
5° grado
Distrito Federal

Estimada Ana Lilia:
Gracias por tu carta y por tus comentarios; consideraremos tu propuesta de temas, son muy interesantes. Por otra parte, te informamos que en nuestra edición de octubre de 1998 publicamos un estudio de calidad sobre impresoras, del que te hemos enviado una copia. Agradecemos tu correspondencia. ¡Buena suerte!

¡Yo quisiera un cachorro!

No tengo mascota, pero si la tuviera le pondría «Snoopy» y sería un cachorro *Rodweiller*, juguetón, que poncharía pelotas. Le compraría una camita especial para que cuando tuviera sueño se durmiera allí. Pienso que le gustaría jugar con su platillo, comer croquetas o bistec sin grasa y subirse a los muebles. Cada vez que comiéramos lo sentaría cerca de mí. Me gustaría que cuando regrese de la escuela corriera para jugar conmigo. También sería bueno que me lo pueda llevar alguna vez a la escuela y a las fiestas con mi familia.

Ángel Aguilar González
7 años, 2°grado de primaria
Distrito Federal

Estimado Ángel:
Agradecemos mucho tu carta, ojalá pronto puedas tener la mascota que tanto deseas. Ten en cuenta que la raza *Rodweiller* es grande y requiere adiestramiento, además los gastos que implica su manutención son mayores. Posiblemente a tu mamá y papá no les agradará que tu mascota se suba a los muebles, por lo que deberás encargarte de educarlo en ese sentido. Considera que tener una mascota es una responsabilidad.
¡Hasta pronto!

Bebedero para colibrí

Por medio de la presente quisiera que me informen dónde puedo comprar un bebedero para colibrí porque deseo poner uno en mi casa. Aunque no sé qué comen pero le voy a preguntar a mi maestra.

Gracias por su atención.

Ma. del Rosario Noguez Reséndiz
Distrito Federal

Estimada María del Rosario:
Nos gustó mucho la carta que nos enviaste; el colibrí que dibujaste está muy bonito. Respecto a los bebederos, te informamos que puedes comprarlos en tiendas donde vendan aves y en los mercados. Te enviamos a tu domicilio una fotocopia de un artículo que publicamos acerca de los colibríes, ¡esperamos que te resulte interesante!

Contra la cafeína

Revista del Consumidor:

Una vez más me pongo en contacto con ustedes para felicitarlos por su publicación y por el esfuerzo que realizan al mantener informado al público consumidor.

El asunto que deseo plantearles se refiere al café y al tabaco; me he percatado de que mucha gente consume café en exceso, lo que causa serios daños al sistema nervioso, sin embargo, en ninguno de los anuncios o las etiquetas de dicho producto se hace mención al daño causado por la cafeína. En mi trabajo convivo con niños y adolescentes que han desarrollado síntomas como falta de atención e hiperactividad debido al consumo de refrescos de cola y chocolates que contienen cafeína. En ciertas comunidades de Estados Unidos y de Europa se mencionan las cantidades de cafeína que contienen los productos y se han creado algunos con bajo contenido o libres de cafeína. Considero que en nuestro país podría indicarse en la etiqueta la cantidad de cafeína por porción en productos como chocolates, chocolate en polvo y café soluble, para crear conciencia sobre el abuso de esta droga «legal».

Por su parte, los anuncios de cigarros que aparecen en las revistas de Estados Unidos indican los niveles de nicotina por cigarrillo y advierten que solamente las personas mayores de edad pueden consumir ese producto; en México esta leyenda se omite y en las revistas para jóvenes aparecen anuncios de cigarros; considero que una buena campaña de concientización en estas publicaciones e informar en la etiqueta de dichos productos cuál es la cantidad de nicotina que contienen ayudaría a disminuir el tabaquismo entre los jóvenes.

Atentamente
Gerardo Spíndola Hurtado
Sur 83-A núm. 227,
col. Cacama, Iztapalapa,
C. P. 09080, México, D. F.
E-mail: Gerardo.spin@lettera.net

Señor Spíndola Hurtado:

Agradecemos sus comentarios a esta su publicación y consideramos que sus propuestas sobre los productos que menciona son muy interesantes y los retomaremos como temas para reportaje, además haremos llegar su carta a las autoridades competentes de la Secretaría de Salud.

Selecciones no hechas

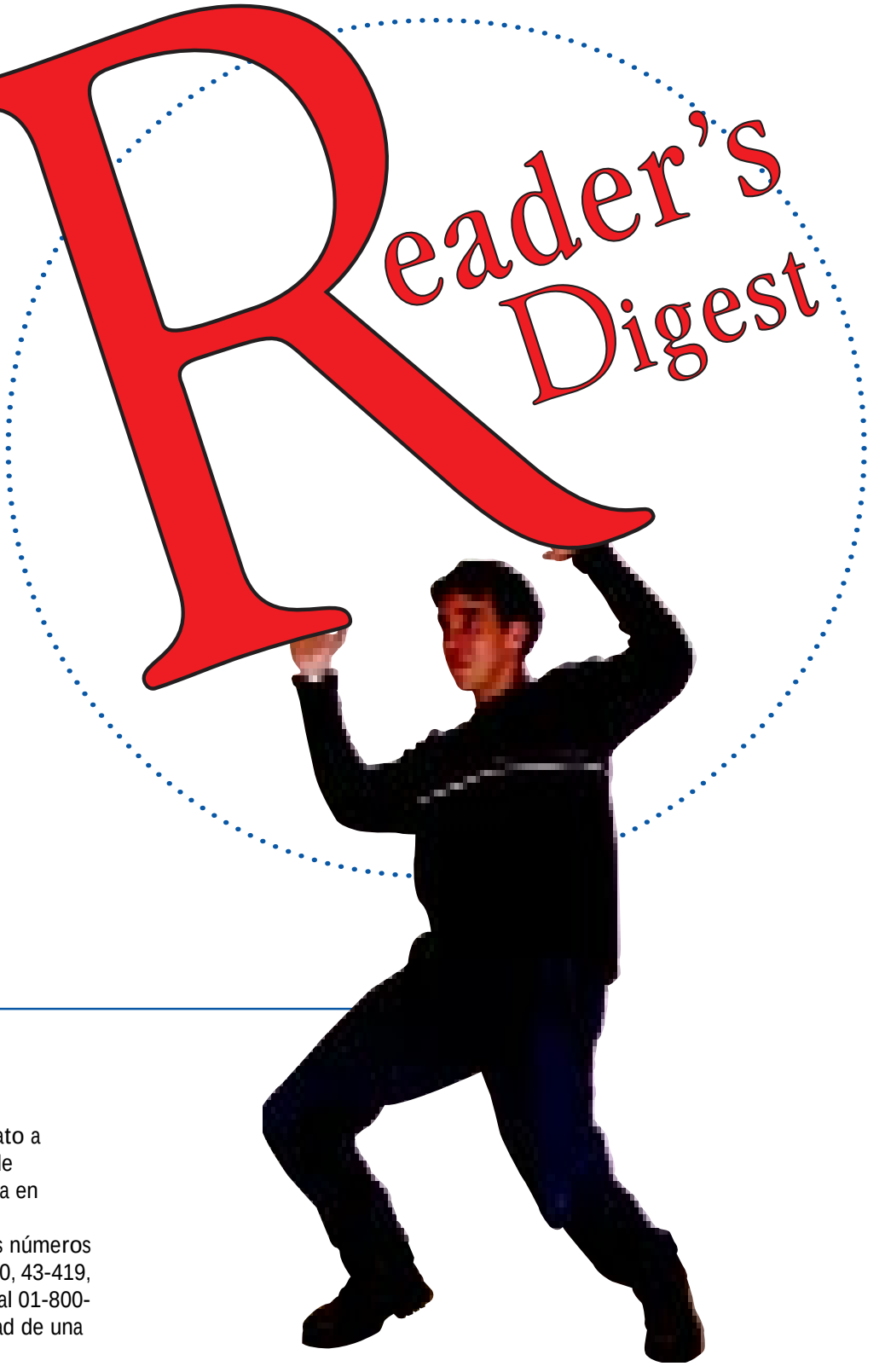
Revista del Consumidor:

En meses pasados, mientras me encontraba fuera de la ciudad, recibí en mi domicilio dos libros -uno de regalo y otro que debía pagar- de una colección denominada «Libros Selectos» de **Selecciones del Reader's Digest**. Yo no estoy de acuerdo con recibir dichos artículos y así lo he declarado a la empresa.

Deseo devolver el libro que no pedí -y que no pagaré-, pero me han amenazado con tomar ciertas medidas para que cubra ese monto.

Ojalá esta carta sirva de antecedente porque no pretendo quedarme con algo que no es mío, espero que ustedes me puedan ayudar a resolver este pequeño problema.

Atentamente
Rubén del Razo Ghenno
20 de Noviembre núm. 10,
col. Revolución Mexicana,
Cd. Sahagún, Hgo.,
C. P. 43990



Señor Del Razo:

Le recomendamos acudir de inmediato a interponer su queja en la Delegación de PROFECO en Pachuca, Hidalgo, ubicada en Boulevard Valle de San Javier núm. 24, Fraccionamiento Valle de San Javier; los números telefónicos son (01-771) 40-636, 40-690, 43-419, 40-605 y 81-850; o bien, puede llamar al 01-800-903-13-00 para considerar la posibilidad de una solución vía telefónica.

Queja contra Teléfonos de México

Revista del Consumidor:

Me dirijo a ustedes para expresar una queja y hacerles un planteamiento. Mi molestia se origina por la actitud que la empresa **Teléfonos de México** adopta en lo que se refiere a la aclaración de cobros indebidos, lo cual debe realizar el consumidor personalmente en las oficinas de Telmex, la que se erige como juez y parte.

En los recibos telefónicos correspondientes a mayo, abril y junio del 2000 se cobraba una cantidad por concepto del Seguro Inbursa 20; cabe aclarar que de la empresa telefónica se comunicaron a mi domicilio para saber si aceptábamos este seguro, mi padre les informó que la línea está a nombre de mi mamá y ella era la indicada para decidir esta cuestión; él en ningún momento dio su anuencia. Cuando reclamamos a Telmex por este cobro nos aseguraron que mi padre había autorizado el cargo. Solicité la cancelación correspondiente y nos dijeron que se nos descontaría el monto pagado.

Ante estos abusos quisiera proponer que se haga lo mismo que en los recibos de luz, en los que aparecen el número telefónico para quejas de la empresa y el de la Secodam. Yo he comprobado en dos ocasiones que es bastante efectivo llamar a la Secodam porque de inmediato se resuelve el problema.

Considero que en el caso de Telmex sería conveniente que en los recibos telefónicos se incluyera -además del teléfono para consultas y aclaraciones- el número de PROFECO o de la Cofetel, dependiendo cuál sea la instancia adecuada para sancionar a esta empresa.

Ojalá tomen en cuenta esta petición pues creo que es una manera de resolver rápidamente un mal servicio.

Reciban mis respetuosos saludos y felicitaciones por la revista.

Atentamente
Freddy Zurita Méndez
Calle Mina núm. 328,
col. Guerrero,
Comalcalco, Tabasco,
C. P. 86350

Señor Freddy Zurita:

Agradecemos su carta y consideramos interesante su propuesta.

La **Revista del Consumidor** es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Para suscripciones y ventas llamar al (5)611•7379, (5)611•7523 ó (5)598•6781. 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. PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte núm. 80, col. Felipe Pescador, C. P. 06280, México, D. F.

Busque en nuestro próximo número

CONSUMIDOR

Estudios
de calidad de

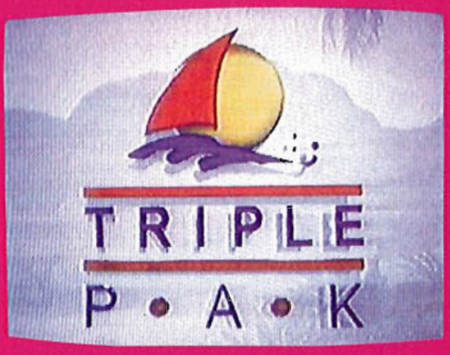
Servicios de Internet móvil

Salas de cine

- Pasta para choux
- Longaniza
- Harina integral para hot cakes
- Limpiador de pino

¡Cómo comer sano!

Que su sueño no se convierta en pesadilla



Detectamos un comercial que promueve un viaje de ocho días y siete noches visitando Orlando, Fort Lauderdale y Nassau Bahamas. Según el anuncio, por un precio de 598 dólares usted se hospedará en lujosos hoteles, tendrá derecho a un automóvil con kilometraje ilimitado y al contratar le obsequiarán dos días y tres noches en la ciudad de Las Vegas.

Pero ojo, la promoción no lo incluye todo, y esta información se omite; el número telefónico al que el consumidor debe llamar es de larga distancia y eso no se advierte; además no le brindan informes hasta que proporcione su nombre completo, dirección y un número de tarjeta de crédito internacional. Las restricciones y los gastos adicionales del viaje, así como el monto de los impuestos aparecen en letra tan pequeña que sólo en televisores con pantallas muy grandes puede ser legible; además, el texto es tan largo que resulta imposible leerlo en su totalidad.

Por si lo anterior fuera poco, al final del texto aparece la leyenda: «En la promoción triple pak deberá atender a una representación de ventas para la compra de propiedad vacacional», lo cual es todavía más confuso. ¿Acaso quiere decir que se deberá asistir a un evento en el que tratarán de convencer al consumidor de comprar un tiempo compartido?

Por las imprecisiones del mensaje, éste no concuerda con lo estipulado por los artículos 32, 34 y 48 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que a la letra sancionan: «La información o publicidad relativa a bienes o servicios que se transmitan por cualquier medio o forma deberán ser veraces, comprobables y exentas de textos, diálogos y otras descripciones que puedan inducir a error o confusión por su inexactitud»; «Los datos que ostente la publicidad, tanto de manufactura nacional como de procedencia extranjera, se expresarán en idioma español y su precio en moneda nacional...»; y «En las promociones y ofertas se observarán las siguientes reglas: I. En los anuncios respectivos deberán indicarse las condiciones, así como el plazo de duración de los servicios ofrecidos; si no se fija el plazo, se entenderá que es indefinido hasta que se haga del conocimiento público la revocación de la oferta, de modo suficiente y por los mismos medios de comunicación».

En PROFECO ya iniciamos el procedimiento para citar a los responsables de este anuncio, pero tenga cuidado, también hemos encontrado promociones de este tipo que llegan por correo: en ellas se ofrece un plan muy parecido, sólo que al llamar para hacer la reservación las operadoras lo presionan diciéndole que de no aprovechar la oferta en ese momento, ya no podrá hacerlo después, lo que puede propiciar que se precipite sin tomar en cuenta los inconvenientes.

No se deje sorprender y recuerde que usted tiene la última palabra.

0 10722 93607 5 01