

¡NUEVA IMAGEN, MISMA REVISTA! (tan útil como siempre)



REVISTA DEL

CONSUMIDOR

profeco.gob.mx

APRENDE A LEER
TU RECIBO DE LUZ



¡Y AHORRA!

SERVICIOS PARA BUSCAR PAREJA
**LE METIMOS MANO AL
MERCADO
DEL AMOR**

LAS VACACIONES
IMPROVISADAS
TE CUESTAN UN
DINERAL

¡EMPIEZA A PLANEARLAS
DESDE YA!

PSICOANALIZAMOS
A BARBIE
EN SU **50**
ANIVERSARIO



LABORATORIO PROFECO

Nuggets de pollo

LO QUE REALMENTE TE ÉSTÁS COMIENDO



Aprende a hacer tallarines **COMO EL MEJOR DE LOS CHEFS**

Marzo de 2009 Núm. 385 **\$25**
71509971078342 00385
Exhibir hasta el 31 de marzo ISSN 0185-9874

Registro Público de Consumidores

Tu privacidad es tu derecho

**Si quieres evitar las
llamadas publicitarias a tu
casa, oficina o celular,**

inscribe tu número en el
Registro Público de Consumidores
de la Profeco, sólo marca:

9628 0000

desde México, Guadalajara
y Monterrey

01 800 962 8000

sin costo desde el
resto de la República



CRÓNICAS de un CONSUMIDOR COMPULSIVO

¡ESE QUIQUE... HACE COMO QUINCE KILOS QUE NO TE VEÍA!

¡COCHINAS FIESTAS DECEMBRINAS TODAVÍA TRAIGO EL CALLO DE LA ANDADERA

¡CÁLEJE!

¡POR TRINO!

ES QUE LE ATORÉ AL BATIDO DEL SUM FAST CON CONCHAS DULCES...

¡EPA!

OH, MY GOD! ¿TÚ VAS A NECESITAR WONDER BRA PRONTO!

¿HAS PENSADO EN EL EJERCICIO EXTREMO?

¡ODIO HACER EJERCICIO!

¡TE PRESENTO EL ABDOMINAL MASTER EXXTREME!

¿ABDO QUÉ?

EL QUITA LONJAS, EL QUE ELIMINA DE LA ESCENA DEL CRIMEN EL PUERCO DEL DELITO

ODIO HACER ABDOMINALES

¡NO NECESITAS HACERIAS QUIQUE!

EL ABDOMINAL MASTER EXXTREME VIENE CON UNA CREMA CON ESCENCIA DE CHILE...

... DEL INDIIO PA PAGO, QUE EJERCE UNA ACCIÓN COLAGOGA EN TU LLANTA POR LAS NOCHES

FÁCIL, TE UNTAS LA CREMA EN TU PUERCO, PONES EL APARATO BAJO TU CAMA

¿COMO?

¡Y A LA MAÑANA SIGUIENTE PERDERÁS HASTA DOS KILOS!

¡WOW! ¡DOS KILOS!

ADEMÁS DE SEGUIR ESTA DIETA SEMI-BALANCEADA

¡ME LO LLEVO... BRAD PITT, QUIERO SER EL BRAD PITT!

¡HOY QUIQUE ¿YA LEISTE TU DIETA? ES AGUA Y DOS ZANAHORIAS DIARIAS... PUNTO!

¡CON ESTO NO VOY A BAJAR DOS KILOS... ME VOY A MORIR COMO UN MODELO DE VOGUE!

TRINO

SUMARIO

Marzo de 2009
Núm. 385

- 6** → **YO, CONSUMIDOR**
Tus cartas, tus comentarios, tu voz
- 8** → **MITO URBANO**
Desenmascaramos la leyenda del champú del terror
- 11** → **CONTENIDO NETO**
Tendencias en el mundo del consumo
- 33** → **PLATILLO SABIO PROFECO**
- 34** → **NUTRICIÓN**
Tecnología en la conservación de alimentos: conoce la nomenclatura Gama
- 36** → **DIVÁN DE NUTRICIÓN**
¿Dudas sobre tu alimentación o acerca de un producto comestible? Nuestra experta las disipa todas
- 38** → **RADIOGRAFÍA DE LOS SERVICIOS**
Analizamos los servicios de búsqueda de pareja en Internet. No esperes una historia romántica
- 46** → **RADIOGRAFÍA: CONTENIDO EXTRA**
Crónica de una experiencia *speed date*
- 50** → **EL LABORATORIO PROFECO REPORTA**
Nuggets: ya sabemos qué les estás dando a tus hijos
- 56** → **LABORATORIO: CONTENIDO EXTRA**
El país feliz del Combo Infantil
- 58** → **EL LABORATORIO PROFECO REPORTA**
Nos pusimos pesados con las básculas personales (electrónicas y mecánicas). Ojo, no todas valen su peso en oro
- 64** → **ENTREGA ESPECIAL**
Quiénes son y en qué gastan su dinero los nuevos consumidores del siglo XXI
- 74** → **CONCIERTOS EN MÉXICO**
Los mexicanos pagamos lo que sea por estar frente a un escenario
- 78** → **PEQUEÑOS CONSUMIDORES**
Tripas de gato para celebrar el Día mundial del agua
- 80** → **EL TURNO DE**
Denise Maerker nos revela qué tipo de consumidora es



¡Profeco ahora también se ve en Internet!



Profeco

- ◆ **Platillo Sabio Profeco**
- ◆ **Tecnología Doméstica Profeco**
- ◆ **Actualidad del consumo en México**
- ◆ **Webcast: videos cortos, informativos y dinámicos**

REVISTA DEL

CONSUMIDOR

**WEB
CAST**

profeco.gob.mx

REVISTA DEL

CONSUMIDOR

TV

profeco.gob.mx

Nuestras emisiones de TV evolucionan en cápsulas de 2 minutos y medio. Búscalas en YouTube (youtube.com/profecotv) o en nuestra web institucional (profeco.gob.mx/tv). ¡Entra ya!

¡Webcast exclusivos para YouTube en youtube.com/profecotv!



Vivir Mejor

NUEVA REVISTA, LA VOCACIÓN DE SIEMPRE

En la foto aparece una mujer disfrazada con el atuendo obvio de Sherlock Holmes: gorro, gabardina, una gran corbata. En su mano derecha sostiene su lupa de detective, con la cual apunta a un grupo de planchas. En la parte de abajo se lee: "¿Cuál compro? Unas son mejores que otras". Es la portada de la primera *Revista del Consumidor*, con fecha de noviembre de 1976. Es encantadora.

Han pasado 32 años y todos los que trabajamos en esta revista sentimos la responsabilidad y la satisfacción de tener entre las manos todo un clásico.

Pero ese sentimiento va mucho más allá del producto en sí, y de su historia. Estimado lector: sabemos que esta revista te ha resultado útil a lo largo de los años, en las duras y en las maduras, en tiempos de vacas flacas y de prosperidad. Que te ha ayudado a tomar decisiones de compra; que te ha dado buenas ideas para ahorrar; que te ha hecho reflexionar sobre los derechos y el poder que tienes en tus manos como consumidor; que te ha orientado en el camino del consumo inteligente. ¿Lo sabemos? Lo deseamos.

Para renovar ese ávido deseo creamos una nueva *Revista del Consumidor*. Nuevo diseño, imagen, secciones, ideas. Sí, se trata de una evolución, pero quizás sin darnos cuenta del todo quisimos ponernos en los zapatos de aquellas personas que lanzaron el primer número, en 1976. ¿Qué habrán sentido ellos en ese entonces? Entraba en vigor una Ley Federal de Protección al Consumidor. Las relaciones de consumo se volvían muy complejas. El número de proveedores y productos crecía con rapidez, las opciones se multiplicaban y las familias mexicanas sentían la presión de la crisis económica.

Salvando los años luz que nos separan de los años 70 y la Ley que no ha parado de actualizarse, en realidad hoy nuestro reto es el mismo: poner en práctica el poder del consumo inteligente. Eso sólo se puede hacer con información sólida, confiable y que englobe las preocupaciones reales de una sociedad de consumidores tremendamente diversa. En eso estamos. Estimado lector de siempre: queremos ser todavía más útiles para ti. Nuevo lector, bienvenido.



Procurador Federal del Consumidor
Antonio Morales de la Peña

Coordinadora General de Educación y Divulgación
Mónica Braun Guillén

Director General de Difusión
Rodrigo Xoconostle Waye

REVISTA DEL
CONSUMIDOR

Director Editorial
Pablo García Camarero

Subdirector Editorial
Alejandro García Williams

Director de Arte y Diseño
Guillermo Serrano

Coordinadora Editorial
Alejandra Sánchez Plascencia

Jefe de Información
José Armando Aguilar Pérez

Corrección de estilo
Alma Rosa Guerrero Gutiérrez

Editor Gráfico
Roberto Paz Amaya

Jefe de Diseño
Víctor M. Gutiérrez García

Diseño

Mónica Miranda, Alfonso J. Solís Loza
Daniel Wilson, Elizabeth L. Barrera Mendoza

Colaboradores

Trino, Rodrigo Sánchez, Tania Negrete
Adriana Nolasco, Juan Carlos Lavín
Montserrat Bustos, Una Pérez Ruiz
Leticia Huerta, Annuska Angulo, Ágata Székely, Sara Herrera, Maricruz Pineda

Ilustradores

Oldemar González, Cynthia Márquez
Mayra Meneses, Francisco González y García

Fotógrafos

José Rodríguez Magos, Arturo Buitrón
Alejandra Vega

Consejo Editorial

Antonio Morales de la Peña
Roberto Bello Salcedo
Mónica Braun Guillén
Noreli Domínguez Acosta
Alberto Díaz Trujillo
Raúl García Moreno Elizondo
Esperanza Gómez Mont Urueta
Miguel Ángel Padilla Chávez
Raúl Reynoso Nuño
Jaime Salazar Silva
José María de los Santos Quezada
Tomás Antonio Trueba Gracián
Miroslava Turrubiate Thomas
Rodrigo Xoconostle Waye



Vivir Mejor

Comentarios y sugerencias: José Vasconcelos 208, piso 14, Col. Condesa, CP 06140, delegación Cuauhtémoc. Apartado postal 20600, México, DF.
Teléfono: 5568 8722. Fax: 5553 0574, E-mail: rconsumidor@profeco.gob.mx
Publicidad institucional: 5211 7419

La *Revista del Consumidor*, publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (**Profeco**), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en el teléfono 5553 0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de **Profeco**: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. **No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.**

Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que **Profeco** lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones. Certificado de Licitud de Título núm. 1127 y Certificado de Licitud 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, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en Impresora y Encuadernadora Progreso, SA de CV (IEPSA), San Lorenzo No. 224, Col. Paraje San Juan, CP 09830. Distribución en el Distrito Federal por la Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México AC, Calle Guerrero #50, Col. Guerrero, Tel. 5591 1400 y 5591 1401, a través del Despacho Everardo Flores Serrato, Serapio Rendón #87, planta baja, col. San Rafael, CP 06470, Tel. 5128 6670. Editor responsable: Rodrigo Xoconostle Waye. Tiraje: 45,000 ejemplares.

¡Que no te roben tu identidad (en línea)!



Profeco

¿Has oído hablar sobre el peligrosísimo **phishing** en Internet? Deberías ponerle **atención** al asunto: se trata de un sofisticado método ideado para **robarte** datos personales o incluso información bancaria.



Profeco forma parte de la Red Internacional de Protección al Consumidor y de Aplicación de la Ley (ICPEN, por sus siglas en inglés). Por ello, ha puesto máximo interés en **facilitar las acciones** de cooperación internacional para prevenir las prácticas de comercio transfronterizo que resulten engañosas y dañen al consumidor.

Ahora, como una iniciativa de la ICPEN, los organismos miembros lanzan una campaña educativa internacional en contra del **robo de identidad en línea**, problema que (al mismo ritmo de Internet y el comercio electrónico) se ha sofisticado. Como podrás imaginar, **los candidatos a usurpadores pululan en la red**.

Para que mantengas el **control exclusivo** de tu información personal en línea, Profeco te sugiere tomar en cuenta esto:

1

Instala o actualiza tu computadora con un buen equipo de anti-virus, anti-spyware y firewall. Uno de los principales métodos para obtener víctimas es el **malware** (software que se inserta en el sistema y está diseñado para encontrar y robar información personal).

2

Evita dar clic en enlaces que parezcan sospechosos y nunca respondas correos que soliciten información personal o financiera. Los estafadores pueden hacer vínculos que parecen ir a un sitio autorizado, pero que en realidad te llevan a un sitio de aspecto similar (el condenado *phishing*).

3

Nunca reveles tu número de tarjeta de crédito o números de seguridad. Si algún asunto relacionado con tu cuenta bancaria te produce inquietud, ponte en contacto con tu banco sólo a través del número de teléfono de la institución financiera, o asegúrate de abrir la dirección electrónica correcta.

4

Alerta a las autoridades sobre actividades de *phishing*.

¿Necesitas más información sobre el robo de identidad? Busca los videos que hemos hecho sobre el tema en la **Revista del Consumidor Webcast**, en [youtube.com/profecotv](https://www.youtube.com/profecotv)



Vivir Mejor

ESTA ES TU VOZ

Envíanos tus dudas y comentarios acerca de la **Revista del Consumidor**, o bien, tus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos, a rconsumidor@profeco.gob.mx o a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, CP 06140, México, DF. ¡Escribe ya y dínos qué opinas!



Ojo: las cartas que sean enviadas a la **Revista del Consumidor** implican tu consentimiento para su edición y publicación.

Tus datos e información personal quedarán protegidos conforme a los lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública). No olvides incluir tu nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos estar en contacto contigo.

¡PAPILLAS CON MOHO!

Por este medio quisiera hacer de su conocimiento mi preocupación y malestar hacia la marca de productos para bebé Gerber, ya que el 28 de septiembre de 2008 compré uno sabor durazno, primera etapa, con fecha de caducidad de 2010ABR09. Al destapar el producto comprobé que en la tapa y en la boquilla del frasco había moho.

Fui a la tienda y le expliqué al tendero lo que encontré, y él amablemente me dijo que eligiera otros dos frascos más. Dado lo sucedido, sentí gran desconfianza, así que los abrí en su presencia y ¡cuál va siendo mi sorpresa al ver que ambos frascos también tenían moho! Me fui a casa y llamé al teléfono que indica para quejas y reclamaciones que indica la etiqueta; dejé un mensaje en la contestadota.

El lunes siguiente hablé de nuevo y me dijeron que ya no era horario para recoger el producto, que el día martes acudiría un vendedor a mi domicilio. El señor Gerardo Ugarte fue a mi casa el día prometido; le expliqué lo sucedido y en su presencia abrí siete frascos más, los cuales también tenían moho. Se los llevó, según él, para “chearlos en control de calidad”, y quedó de llamar después. Le pregunté quién me repondría el dinero de los productos que había comprado y me contestó que a él no le correspondía determinarlo.

En los días subsiguientes, mantuve varias conversaciones telefónicas con

personas que sólo se comprometían a “corroborar mis datos” y devolverme la llamada... Hoy, 16 de enero de 2009, día en que escribo esta carta, no he tenido respuesta, sólo me mandaron un folleto informativo de los productos Gerber.

Supongo que a dicha empresa no le importa poner en riesgo la vida humana. Les pido tomen en consideración esta denuncia, ya que para mí es preocupante saber que mi hija pudo haber perdido la vida o cualquier otro niño, debido a una intoxicación por ingerir tal producto. Todavía tengo en mis manos algunos de los productos del lote.

—**Stefanny Arámbula**



Foto Archivo

Comprendemos tu indignación, por ello te sugerimos que llames al Teléfono del Consumidor, 5568 8722, para pedir una cita: te proporcionaremos la fecha, hora y delegación a la que debes acudir a

formalizar tu reclamación y solicitar que te devuelvan tu dinero. Dada la gravedad del asunto, hemos enviado tu carta a la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris), que es la instancia indicada ante la cual presentar una denuncia en caso de que el producto no cumpla con la calidad sanitaria. De cualquier forma, fíjate en un detalle: ¿la parte central de la tapa metálica de los frascos estaba abombada? Esa es una de las señales de que se filtró aire al producto.

La Cofepris se localiza en Monterrey 33, colonia Roma, México DF, y su teléfono es 5080 5249. Allí te indicarán los pasos a seguir.

SE BUSCA ANTIGRAFITI

Me parece que alguna vez publicaron algo sobre un producto para proteger las paredes del grafiti. ¿Podrían decirme de qué se trata? —**Julio Galicot**

Sí, en un par de ocasiones tratamos el tema del todavía hoy sorprendente producto antigrafiti. En el número 299 (enero de 2002) anunciamos su creación por parte de investigadores del Departamento de Física Aplicada y Tecnología Avanzada del Instituto de Física de la UNAM. Ellos se llevan los laureles por ser los primeros en desarrollar una pintura capaz de repeler los grafitis. En el número 345 (noviembre de 2005) colocamos al producto en el contexto de un reportaje que indicaba el gran mérito de numerosos productos inventados y hechos en México.

Actualmente, el recubrimiento denominado Deletum 3000 es una marca registrada que se puede encontrar en tiendas Comex. Se trata de un producto hidrófobo y oleófobo, esto es, que no “simpatiza” con el agua ni con el aceite, y nada se le adhiere. De esta forma, la pintura evita que los grafitis se queden a las paredes, ya que basta lavar con una esponja y jabón la parte afectada para limpiar la superficie y listo, adiós al molesto grafiti (a menos, claro, que posea méritos artísticos).



Foto Archivo

¿DESEAS LEER ARTÍCULOS QUE PUBLICAMOS HACE TIEMPO?

Puedes recuperar números atrasados de la **Revista del Consumidor** en la Delegación de **Profeco** de tu entidad, o bien en el **Centro de Documentación Profeco (CEDOC)**, ubicado en Av. José Vasconcelos 208, México, DF.

LAS INDISPENSABLES LLANTITAS

Me gustaría que realizaran un estudio de calidad de las llantas que se comercializan en México, así como un comparativo de precios. —*Jorge Martínez*

Analizar la calidad de las llantas es uno de los estudios que serán realizados por el **Laboratorio de Profeco** en la segunda mitad de 2009. No dejes de consultarlo.

Mientras tanto, en la edición de julio de 2006 (que puedes consultar en profeco.gob.mx) encontrarás información útil

que debes conocer antes de comprar llantas, así como la explicación de la nomenclatura que aparece en su cara lateral, recomendaciones para conservarlas en buen estado y saber cuándo es conveniente cambiarlas y cómo rotarlas.



Foto Archivo

REVISTA DEL CONSUMIDOR EN TV, RADIO E INTERNET

Expande tu experiencia como lector de la *Revista del Consumidor* y aprende a consumir inteligentemente con nuestra nueva oferta de contenidos de difusión.

REVISTA DEL CONSUMIDOR TV
Cápsulas de 2 minutos y medio que cubren desde el **Platillo Sabio Profeco** y la **Tecnología Doméstica Profeco**, a la actualidad del consumo en México y el mundo. Búscalos en nuestro sitio institucional profeco.gob.mx/tv y en YouTube, en youtube.com/profecotv.

REVISTA DEL CONSUMIDOR CASF
Vídeos cortos e informativos para las jóvenes audiencias que navegan en Internet. Búscalos en exclusiva en YouTube: youtube.com/profecotv.

REVISTA DEL CONSUMIDOR
El podcast oficial de la *Revista del Consumidor*, conducido por **Fernanda Tapia** y **Humberto Vélez**, disponible para descarga y suscripción en profeco.gob.mx/podcast.

REVISTA DEL CONSUMIDOR RADIO
Nuestra emisión radiofónica se transforma en un **programa semanal femenino** de ayuda y servicio. Búscalos en la dirección: profeco.gob.mx/radio.

A TODOS NUESTROS LECTORES:

Les recordamos que esta sección es un espacio para que los consumidores compartan sus experiencias de consumo con los demás lectores. La *Revista del Consumidor* no tiene las facultades legales para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a todos los lectores la asesoría necesaria para que, a través de las instancias correspondientes (como pueden ser las distintas delegaciones **Profeco**, **Condusef**, **Conamed**, **Cofepris**, etcétera), resuelvan los conflictos que enfrenten con proveedores y prestadores de servicios.

SAR-TEL Centro de Atención Telefónica del SAR

Aclara tus dudas sobre el Sistema de Ahorro para el Retiro

Te daremos orientación y asesoría sobre:

- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- Saber en qué **AFORE** se encuentra tu Cuenta Individual
(Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al **IMSS**, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).
- Saber qué hacer en caso de que no llegues tu estado de cuenta
- Tipos de Retiros Parciales
- Quejas ante **CONDUSEF**
- Localización de la Cuenta **ISSSTE** (A través de un asesor por medio de la CURP)

Teléfono :
01 800 50-00 747

Horario de Atención

Asesoría personalizada de Lunes a Viernes de 8:30 a 21:30 hrs.
y Sábados de 8:30 a 15:30 hrs.

Servicio automático de localización de tu Cuenta Individual
las 24 hrs. del día, los 365 días del año.

¿Productos que causan cáncer?

Champú del terror

¿Recuerdas el mito de que el Frutsi causaba impotencia? ¿Los juguetes de Pitufos que atacaban niños? Esas leyendas son burdas, pero hay otras cuyas mentiras, o medias verdades, son más elaboradas y piden a gritos una investigación. En esta sección acabaremos con los rumores sobre el contenido y supuestos efectos de ciertos productos, o bien, los convertiremos en certezas con la voz de expertos. El banquillo de los acusados (o de los inocentes) lo inaugura un básico en la limpieza del cabello: el champú.

Hace cerca de año y medio, un periódico del norte del país (*Primera Plana* de Hermosillo, Sonora) publicó una nota que alertaba sobre el riesgo de utilizar champús, debido a que la mayoría de éstos contienen formaldehído (formol), sustancia utilizada como conservador y desinfectante, pero que es considerada como cancerígena por la Organización Mundial de la Salud (OMS).

La nota señalaba de igual forma que la exposición al formaldehído origina cáncer rinofaríngeo, pues afecta la nariz y la garganta, áreas que anatómicamente se ubican en la cara y no en la zona del cuero cabelludo. Y a pesar de que nunca se explica cómo el champú puede llegar a causar este tipo de padecimiento, la información generó alarma entre los lectores del diario.

Así, entre charlas de café, mensajes compartidos en el correo electrónico y discusiones en blogs, empezó a circular la alarmante nota que afirma que **USAR CHAMPÚ PROVOCA CÁNCER**.

¿Cierto o falso?

Ya que tal acusación proviene del contenido de formaldehído presente en el champú, es obligado hablar de esta sustancia. El formaldehído (también conocido como formol, formalina, metanal, aldehído fórmico) es un químico de uso industrial empleado principalmente para la elaboración de resinas, aunque también se utiliza como desinfectante y conservador en productos cosméticos como jabón, acondicionadores para el cabello, champú, desodorantes, maquillajes, enjuagues bucales e incluso esmaltes de uñas.

La normatividad mexicana no tiene ninguna razón para prohibir el uso del formaldehído en tales productos, pues el riesgo cancerígeno documentado sólo radica en su exposición constante dentro de ambientes en los que se sufra inhalación o ingestión en altos grados. De ahí que su presencia se vincule con el cáncer rinofaríngeo.



Foto José Rodríguez

Sin embargo, el uso del formaldehído está restringido en México en el "Acuerdo por el que se determinan las sustancias prohibidas y restringidas en la elaboración de productos de perfumería y belleza" (21 de marzo de 2007, *Diario Oficial*), mismo que establece concentraciones máximas de 0.2% por peso o volumen en cosméticos, excepto endurecedores para uñas y productos de higiene bucal que pueden contener 5 y 0.1%, respectivamente, mientras que el formaldehído y paraformaldehído están prohibidos en aerosoles, pues éstos pueden vaporizarse y convertirse en precursores potenciales de su inhalación según el *Cosmetic Ingredient Review Expert Panel* de 1984.

Así, lavar el cabello con champú –aún si éste llega a contener formaldehído– **NO PROVOCA CÁNCER**, mucho menos rinofaríngeo. Por tanto, declaramos al champú inocente de toda culpa y libre para continuar dejando las cabelleras de los mexicanos limpias y sedosas.

El primer champú se inventó en 1877 y se elaboró con jabón negro hervido en agua, a la cual se añadían previamente cristales de sosa. Hoy encontramos en el mercado una gran variedad de aromas, ingredientes y recomendaciones de acuerdo con el tipo de cabello. Hasta ahora, al champú no se le conocen efectos nocivos para la salud.



Foto Archivo

Información privilegiada a tu alcance



CONOCE EL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN PROFECO



CEDOC

Aunque a veces quisieras fulminar con la mirada a los malos proveedores, la verdad es que sólo existe un lugar donde puedes obtener todo el poder para hacer un consumo inteligente. **El Centro de Documentación Profeco (Cedoc) te ofrece:**

- **Asesoría informativa** para apoyar tus decisiones de compra.
- **Una vasta biblioteca especializada** en materia de protección al consumidor (visita el catálogo automatizado en catcedoc.profeco.gob.mx)
- **Consulta y copia gratuita** de la información producida por **Profeco** (sí, la **Tecnología Doméstica Profeco** y el **Platillo Sabio Profeco** incluidos)
- **Venta y consulta gratuita** de los números de la **Revista del Consumidor**.

Visita el Cedoc en Av. José Vasconcelos 208, planta baja, colonia Condesa, México, DF. Horario: de 9:00 a 18:00 horas de lunes a viernes.
Para más información, envía un correo a centrodoc@profeco.gob.mx

Profeco



Vivir Mejor

El consumo inteligente es nuestra misión



Profeco

Un desarrollo personal pleno y una mejor calidad de vida se relacionan estrechamente con el Consumo Inteligente. Apréndelo al ritmo de:

LOS 7 PASOS DEL CONSUMO INTELIGENTE



1 CONSUMO **CONSCIENTE**

Conocer nuestros derechos y obligaciones, así como asumir las consecuencias de nuestra manera de consumir.



2 CONSUMO **INFORMADO**

Comparar calidad y precio, pensando en satisfacer necesidades reales y en invertir antes de gastar.



3 CONSUMO **CRÍTICO**

Tener una posición crítica ante la publicidad y la moda, y valorarse por lo que se es y no por lo que se tiene.



4 CONSUMO **SALUDABLE**

Llevar una alimentación balanceada, evitar fumar y procurar un consumo que fomente el beneficio de la salud.



5 CONSUMO **SUSTENTABLE**

Elegir productos ecológicos, ahorrar energía y agua, separar la basura y generar menos desechos.



6 CONSUMO **SOLIDARIO**

Preferir productos artesanales o de empresas socialmente responsables, con políticas laborales justas y procesos de producción limpios.



7 CONSUMO **ACTIVO**

Hacer alianzas con otros consumidores, con **Profeco** u otras instituciones para defender nuestros derechos y lograr relaciones de consumo más equitativas.

La información hace al consumidor inteligente. Y a través de las páginas de la *Revista del Consumidor* encontrarás los emblemas de los 7 pasos. Ahora ya sabes lo que significan.

¡Consume nuestra información!



CONTENIDO

CONTENIDO

• ¿CUÁNTO CUESTA? UN VIAJE IMPROVISADO A LA PLAYA	Pág. 12
• RIVALIDADES CÓMO EL FORMATO VHS DERROTÓ AL BETA	Pág. 14
• HÉROES LOCALES AYUDANDO A HACER DE ÉSTE UN MUNDO MEJOR	Pág. 15
• EFEMÉRIDES DE CONSUMO ¡BARBIE YA ES QUINCUAGENARIA!	Pág. 16
• TENDENCIAS DE SEGURIDAD PONLE BLINDAJE A TU VIDA	Pág. 18
• TENDENCIAS AUTOMOTRICES EL OCASO DEL HUMMER	Pag. 20
• CÓMO SE HACE PASOS PARA DESCIFRAR TU RECIBO DE LUZ	Pág. 21
• ANÁLISIS DE PUBLICIDAD EL LOBO FERROZ DEL PALACIO DE HIERRO	Pag. 22
• BIEN HECHO EN MÉXICO VUELVE EL ORGULLO NACIONAL	Pág. 23
• CONSUMO CULTURAL RECOMENDACIONES PARA ALIMENTAR EL ESPÍRITU	Pág. 24
• TENDENCIAS TECNOLÓGICAS VOZ SOBRE IP EN TELÉFONOS CELULARES	Pág. 28
• SALUD COMBATE EL SÍNDROME DEL <i>BURNOUT</i>	Pág. 29
• TECNOLOGÍA DOMÉSTICA PROFECO ELABORA TUS PROPIOS TALLARINES	Pág. 30



El costo de improvisar las vacaciones

NO TRAJE TRAJE...

En los días previos a Semana Santa el entusiasmo vacacional sube al mismo ritmo que la temperatura, así que no falta el "experto" aventurero que decide lanzarse, junto con toda su familia, en un viaje sorpresa a la playa. Mira lo que les espera.

Miércoles 8 de abril
Una pareja y sus dos hijos salen del DF. El entusiasmo al tope, la gasolina que se derrama y las llantas con harto aire. ¿Quién los para? Destino: Ixtapa, Zihuatanejo.



\$250
Primera carga de gasolina

Todavía no salen del Estado de México y ya tuvieron que pagar cuatro veces. Es hora de un refrigerio matutino porque comer, lo que se dice comer, será hasta Morelia.



\$139
Casetas a Atlacomulco



\$300
Desayuno para todos



\$350
Bloqueadores solares

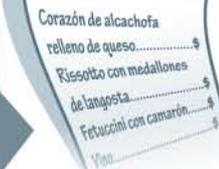


\$1,000
Sandalias

Es momento de recompensar el sufrimiento familiar



Ni me muestre los precios: mi tarjeta no llora



\$1,900
Cena para cuatro en un buen restaurante italiano

Viernes Santo y Sábado de Gloria
La hubieran pasado bomba pero el crédito disponible en la tarjeta se agotó. El efectivo que les sobra debe manejarse con discreción para completar los gastos de regreso.



\$1,200
Lentes



Papá, no traje traje



\$650
Sombreros y gorras



\$2,200
Trajes de baño

La maleta con los implementos playeros se quedó en las escaleras de la casa. Para salir rápido, a deslizar la tarjeta en la tienda del hotel. Accesorios para todos.



\$9,416
Tres noches de hotel, desayunos incluidos

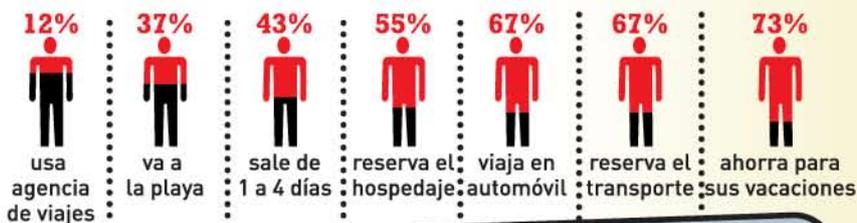
El calor sofoca las ilusiones de todos mientras peregrinan en busca de un cuarto, cueste lo que cueste: los económicos están todos atiborrados.



Esta selección de precios, servicios y productos se ha realizado de forma aleatoria.

En Semana Santa, entre los vacacionistas...

Fuente Encuesta Vacaciones de Semana Santa, febrero 2007, Dirección General de Estudios Sobre Consumo, Profeco.



Por no revisar el auto, una minifuga de anticongelante se convirtió en una cascada verde fosforescente. El auto se quedará en el taller y como no les alcanza el efectivo, aquí va el primer tarjetazo.



\$2,500
Grúa (hasta Morelia)



\$135
Casetas



\$325
Nuevo depósito para anticongelante



\$400
Servicio al sistema de enfriamiento (anticongelante incluido)



\$400
Comidas en el mercado



\$200
Refrescos, aguas y botanas comprados en el súper.



\$150
Figuras de yeso y llaveros de recuerdo

Domingo de Resurrección
El regreso. Para qué contar más, lo que quieren es llegar a casa.



\$170
Mano de obra

Gran total: \$25,956

¡Pobre tipo! Pero como tu caso es distinto, seguramente aprovecharás estas semanas de Semana Santa y así ahorrarte dinero, contratarenos, enojos, reprimendas, accidentes, llantos, malos tratos...



\$437
Tercera carga de gasolina



\$479
Casetas



\$700
Servicio básico, ahora sí, para salir a carretera



\$205
Casetas hasta Ixtapa



\$200
Segunda carga de gasolina

Jueves 9 de abril
De regreso al camino. Aunque faltan más de tres horas y media para llegar, el entusiasmo se ha renovado.



\$1,000
Cena y desayuno por la "escala técnica"



\$1,250
Una noche en un céntrico hotel de Morelia

Esto es: no tomes este artículo como una serie de recomendaciones de consumo.

Fuentes Servicio automotriz SpeedDee/ Servicio de grúas Rafael Galván, Morelia, Michoacán/ Restaurante El Portolino, Ixtapa/ Hotel Las Brisas, Ixtapa/ sct.gob.mx/ hotelcatedralmorelia.com/ lasbrisas.com.mx

VHS vs. Beta

La explicación de por qué durante los años 80 el formato VHS derrotó a los (aparentemente) superiores casetes Beta la podemos encontrar, por absurdo que parezca, en la relación sentimental entre Demi Moore y Ashton Kutcher.

Cuando Ashton Kutcher, un modelillo devenido actor, se casó con Demi Moore hace alrededor de cuatro años, el género masculino no encontraba razón alguna que justificara tal actitud. Bruce Willis, el hombre que todos los hombres quisieran ser, el detective David Addison, el genial John McClane, fue sustituido por un tipo que ocho años atrás barría una planta de cereales en Iowa, Estados Unidos. ¿Cómo podían explicar tal atrocidad?

Cuando la compañía japonesa Sony presentó su novedoso formato para la grabación en cinta llamado Betamax, por ahí de 1975, la empresa creyó que tenía en sus manos el dominio absoluto del mercado de video casero. Sin embargo, escasos meses después, la también japonesa JVC presentó sus cintas Video Home System o VHS, un formato que de acuerdo con muchos especialistas no era de tan alta calidad como el producto de Sony, y a pesar de ello, se convirtió en el estándar del mercado por casi 30 años. ¿Acaso el mundo está loco?

La última distribuidora de VHS en EU terminó sus operaciones la última semana de 2008, acabando así con más de 30 años de vida del formato.

La respuesta a ambas preguntas puede encontrarse dentro de la misma filmografía de Kutcher. *El efecto mariposa* (2004), aunque completamente olvidable (incluso si es la mejor cinta dentro de la

filmografía de Ashton) gira en torno a uno de los conceptos más importantes de la teoría del caos: un estímulo, por diminuto que parezca, puede detonar una reacción exponencial en determinados sistemas. La mejor manera de ejemplificar este fenómeno fue expuesta por Edward Lorenz, matemático y meteorólogo, en un trabajo cuyo título es *¿Puede el aleteo de una mariposa en Brasil provocar un tornado en Texas?*

Después de que se han estudiado las razones por las que Betamax perdió la guerra de los formatos de video ante VHS, la mayoría ha llegado a la conclusión de que fue una mezcla de suerte y habilidades gerenciales superiores lo que decidió la victoria de JVC. Las tiendas tuvieron acceso a más casetes pregrabados en formato VHS que Beta, un porcentaje ligeramente mayor de la gente que recién se decidía a comprar un sistema de video casero eligió VHS y ese pequeño aleteo que comenzó por robarle a Sony un poco del mercado de video casero para finales de 1975, repentinamente (en 1981) se transformó en 75% del total, y a los pocos años (en 1988) creció exponencialmente y dejó fuera del mercado al supuesto mejor formato. Simple y pura teoría del caos.

Desde luego, también hay quienes dicen que en realidad el triunfo de VHS nada tuvo que ver con la suerte: el público que conformaba el mercado prefería los

VHS porque en ellos podían grabar dos horas de video casi de la misma calidad, mientras que un Betamax sólo grababa 60 minutos (aunque Sony, años después, introdujo las velocidades Beta-2 y Beta-3 que lograban dar hasta cinco horas de grabación). ¿Y qué película o partido de fútbol puede grabarse en un casete de una sola hora? Nadie quería ver únicamente los primeros 60 minutos de *Duro de matar*, incluso si esos serían los 60 más nítidos y coloridos minutos de *Duro de matar* que pudieran verse en cualquier formato de video casero.

Por supuesto que también hay quienes aseguran que la victoria de VHS se debió a que ese fue el formato que eligieron los pornógrafos. "Cada cinta VHS costaba 50 dólares, mientras que las Beta costaban 55, así que elegimos los VHS y en cierta

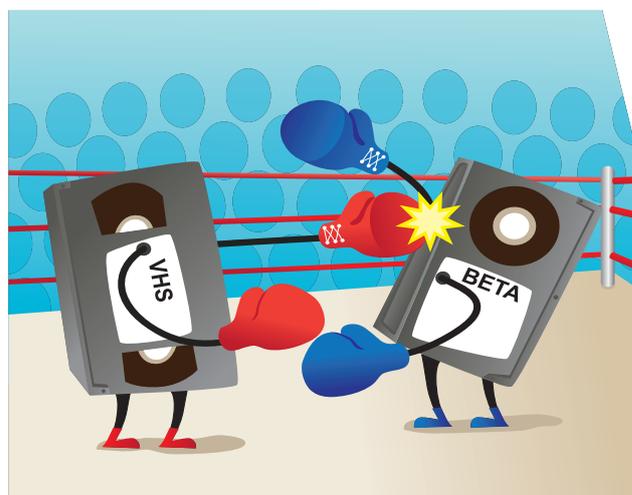


Gráfico Mónica Miranda

forma ayudamos a que ganaran la guerra", dijo recientemente Steve Hirsch, fundador y director de la casa productora de videos para adultos Vivid Entertainment, para el sitio MacWorld. Una decisión diminuta en un lado del mundo; un resultado catastrófico en el otro.

Cualquiera que haya sido la causa real, en lo que todos están de acuerdo es en que Ashton y los VHS no son los mejores en cuanto a calidad se refiere, aunque, después de todo, la calidad no es lo único que le interesa a las personas; a veces simplemente nos importa que duren más tiempo. Nosotros estamos seguros de que los VHS sí duraban más que los Beta. Sólo Demi sabrá si Ashton le dura más que el buen Bruce. —Rodrigo Sánchez

Una historia violenta (2005) de David Cronenberg fue la última película hollywoodense en ser editada en VHS.

Héroes locales

“Me siento útil”

Rosa Pérez, 59 años. Cada martes reparte despensas para 120 familias en Valle de Aragón, Estado de México. Y le saca jugo a la Tecnología Doméstica Profeco.



Desde hace ocho años, doña Rosa recibe y organiza en la parroquia de su comunidad a decenas de personas que van en busca de ayuda, y no precisamente espiritual: “Todos los martes les damos frijol, arroz, yogur, sopas, jugos, queso...”. Rosa Pérez Pensado no es ningún ángel de la filantropía, se trata más bien de una persona que se conmueve ante las necesidades de los demás. Un día, comenta, se acercó a una mujer evidentemente humilde. “Le dije que viniera por alimento y me respondió que no, porque no tenía cómo guisarlo”. A doña Rosa se le cayó el alma a los pies. “Quisiera abrazarlos y así resolver sus problemas”. Pero para ayudar debe hacer algo más terrenal. Las despensas para las 120 familias las saca de los Bancos de Alimentos, donde paga una cuota de recuperación. Todos los jueves, Rosa reúne a 30 personas para mostrarles las Tecnologías Domésticas

que le enseñaron en **Profeco**.

“La gente regresa contenta y preguntando qué más vamos a hacer. Por lo menos me siento útil”. Para este año, doña Rosa planea llevar a su comunidad estudios de Papanicolaou y mastografías. Ya está en pláticas con un par de laboratorios. “Te sonará ilusorio, pero lo que hago es la forma de agradecerle a Dios todo lo que me da”. Lejos de ilusorio, nos parece fantástico.

Cada mes reportaremos historias de gente como tú, que mejora su comunidad a través de los servicios y la educación en materia de consumo que ha recibido de parte de **Profeco**. ¿Tienes una historia que quieras compartir? Envíala a rconsumidor@profeco.gob.mx.



2,000 millones

de figuras de Playmobil vendidas desde su lanzamiento en 1974.

Hans Beck, su creador, murió el pasado 30 de enero.

Foto kg.owil

Neologismo: el “Negawatt”

El término se le ocurrió hace casi 20 años a Amory Lovins, científico del Rocky Mountain Institute, como una forma de definir a la **unidad de potencia no consumida**, que por lo tanto nunca fue creada, lo que se traduce en eficiencia energética. Es decir, se trata de energía que nunca existió, pero que puede ayudarnos a entender (y medir) la importancia de que la mejor manera de ahorrar energía es, precisamente, no consumirla. El *negawatt* viene a cuento porque, entre los problemas financieros y la búsqueda de crear conciencia hacia un consumo sustentable, la eficiencia energética es una prioridad para el presidente estadounidense Barack Obama, así que, posiblemente, en los próximos meses comenzaremos a escuchar sobre la necesidad de “producir” negawatts en casa. Vayámonos acostumbrando.

¡POR FAVOR, COMPRE!

En medio de la mayor crisis económica global que hayamos visto, ya hubo quien vaticinó (a través de un correo cadena) cuan dañadas resultarán algunas de las más grandes compañías internacionales. He aquí sus predicciones:





Barbie cumple 50 años

La dura vida de una chica plástica

Ella no necesita a nadie. No tiene padre ni madre. Sólo tiene fans. La mujer en venta más popular del mundo alcanza su quinta década luciendo (qué otro remedio tiene) tan rozagante como siempre. Pero su historia no ha sido tan fácil y suave como su piel. Pongámonos en su molde.

Estados Unidos, 1993. Un comando intercambia los microchips de la Barbie parlante con los de un muñeco de acción. Esa Navidad, 300 niños pudieron escuchar a un Duke G.I. Joe consternado y diciendo "¡La clase de matemáticas es difícil!" o "¿Alguna vez tendremos suficiente ropa?", mientras la Talking Teenage Barbie amenazaba: "Los hombres muertos no mienten", o "¡La venganza es mía!" La Organización para la Liberación de Barbie (BLO por sus siglas en inglés) le dio a la muñeca una de las pocas oportunidades que ha tenido en su vida de salirse de los estereotipos de género.

Y es que a sus 50 años, Barbie está comenzando a notar que la vida de una chica plástica puede ser muy dura.

Tal vez la culpa la tenga su "familia": la línea genealógica más directa se remonta a la Alemania de la post guerra y a una mujer llamada Lilli. El 24 de junio de 1952, el diario *Bild-Zeitung* se topó con un hueco en una plana que el caricaturista Rheinhard Beuthien relleno con las curvas de una joven y astuta secretaria que usaba

sus "encantos" para conseguir lo que quería. En los cartones, un día se quejaba de las huellas marcadas en su vestido que habían dejado unas manos masculinas en su *derrière* o en otro le confesaba a una amiga que ella podía vivir sin los hombres viejos y calvos, pero que su presupuesto ¡definitivamente no!

La Bild-Lilli se volvió tan famosa que en agosto de 1955 hubo que fabricarla en elastolina coloreada, maquillarla a mano y ponerle unos tacones negros de aguja que no se quitaría ni para dormir, porque serían parte del molde. Apareció en un catálogo en el que se le definía como una chica a la cual sus vestidos reveladores e intercambiables la volvían la estrella de todos los bares. ¡Oh sí! Ella era un juguete sexual masculino que se compraba en las tabaquerías para regalarla en las fiestas como una broma o para tenerla, en su versión más pequeña, colgando de un columpio del espejo retrovisor del automóvil.

Ruth Handler, cofundadora de Mattel, la conoce en un viaje a Europa y después

de un no muy claro acuerdo con el fabricante se la lleva a los Estados Unidos. Pero para poder presentarla frente a toda la sociedad, en marzo de 1959 hubo que pasteurizarla.

Primero fue nombrada Barbie (en honor a la hija de Handler, llamada Bárbara) y se le borró su pasado casquivano. Después vino el cambio de imagen a manos de Jack Ryan. Tal vez por su matrimonio con la explosiva Zsa Zsa Gabor o gracias su empleo anterior en Raytheon (la compañía más grande de misiles guiados que hay en el mundo, donde él diseñó los misiles Hawk y el Sparrow III), obtuvo la inspiración para equipar a Barbie con toda la balística, todo el arsenal que la distingue hasta el día de hoy.



Fotos José Rodríguez

SIN ARRUGAS

Desde que fue lanzada al mercado hace 50 años, Barbie se ha adaptado a los cambios mundiales, a la moda de cada año e incluso a los movimientos sociales.



1959
Se vende la primera muñeca Barbie por tres dólares



1961
Se gradúa como enfermera



1965
En 50 años, Barbie ha tenido 108 carreras



1967
Recibe su primera "cirugía plástica" y cambia su rostro



1973
IncurSIONa en la medicina



1977
Se vuelve una 'superestrella' y cambia de nuevo

Nadie se atrevería a negar que en la actualidad ella es la mujer más popular que está a la venta en el mundo. Y también que es la más irreal, no sólo porque tiene un cuerpo que ni la mejor selección natural pudo haber creado (y que si existiera en realidad no podría andar de pie) sino porque nunca cambia. Nunca ha dejado de ser una princesa de la clase media que sólo necesita dinero para lograr su nobleza. Desde que Barbie llegó a este planeta, lo hizo en su caja sin poseer nada más que lo que traía puesto y el mundo de Barbie sólo se construye comprándolo.



Viéndola en sus presentaciones de astronauta, policía, doctora, corista, dentista, estrella de rock, bailarina, o el modelo como vocera de UNICEF, casi parece deseable aspirar a ser como ella. El problema es que su preocupación principal está en cómo luce. No sólo hay que desear ser, también hay que verse "bien" para lograrlo, y hay que invertirle mucho para poder ser "tal y como ella".

Otro punto aún más flaco que su físico es su lado emocional o espiritual. Ella no necesita a nadie. No tiene padre, madre o hijos. Hasta su relación con Ken es esporádica, es un accesorio para coordinar con su guardarropa. (Si a eso le sumamos que Ken fue inspirado en el otro hijo de Ruth Handler, esa situación se vuelve terriblemente escabrosa).

Entonces, ¿qué hacemos? ¿quemarla? La respuesta es NO porque 1) tanto plástico chamuscado sería terrible para la atmósfera y 2) ella, desgraciadamente, no es el problema.

En un ensayo, Joshua Shindler pregunta: "¿Barbie es un espejo que nos obliga a vernos a nosotros mismos o somos nosotros un espejo de ella?" Yo creo que con sus escasos 30 centímetros, Barbie magnifica los valores de una sociedad hiper consumista que está lejos de ser admirable, pero a la pobre ni siquiera le pediría que se pusiera a cuestionarla porque eso significaría su extinción, y todos tenemos derecho a la supervivencia.

Lo que se nos ocurre es jugar con ella para quitarle su halo de icono y regresarle su rol de muñeca, (papel para el que originalmente fue creada hace medio siglo. Para empezar podemos cantarle al oído canciones irónicas como "Barbie Girl" del grupo danés Aqua o hacerle como Todd Haynes en 1987, que en la película *Superstar o Superestrella*, cuenta la muy real historia de Karen Carpenter y su lucha contra la anorexia, usando como protagonistas a las muñecas Barbie. En México, el mejor ejemplo de esta sana irreverencia es la de Eric Morales (mejor conocido como Morbito, un diseñador gráfico y artista alternativo), que usa a los personajes como parte de sus "Exvotoy" o exvotos en tercera dimensión, o bien los transfigura y los replastifica en figuras de santos como la "Barbirgen Lucía", con sus ojos desmontados y puestos en una charola.

Si podemos burlarnos de este estilo de vida immaculado, donde todos parecen inmunes al sufrimiento dentro de sus almas y cerebros empacados al alto vacío, sería un gran paso para liberar a Barbie de su estereotipo. —**Tania Negrete**

Barbie está de moda

Todos los grandes diseñadores la han vestido para convertirla en un icono *fashionista*. Y ahora que cumple 50 años, Barbie ha estado celebrando con sus propios *shows* de moda en pasarelas desde Londres hasta Toronto y Nueva York, donde festejó en grande con su propio desfile en la Semana de la moda 2009.

Diseñadores de gran renombre, como **Vera Wang** y **Jeremy Scott**, fueron los encargados de transformar a la muñeca en una súper modelo, al unirse al total de 50 artistas que

prestaron sus diseños para que la rubia los luciera. **Dior** y **Burberry**, **Versace** y **Armani**, **Oscar de la Renta** y **Carolina Herrera**. Todos han creado vestidos para la mujer de plástico más famosa del mundo. Y para acentuar aún más su lado *haute couture*, su propia tienda de moda, la House of Barbie, abrirá en breve en Shangai, con sucursales que aparecerán por todo el planeta. Parece que los 50 años le han caído de maravilla a Barbie que, admitámoslo, aún luce de 25.



Barbie, vestida por Giorgio Armani.

Fotos Barbie Media



1986
Barbie & The Rockers es el nombre de su grupo musical



1990
Más de 70 diseñadores famosos han creado modas para Barbie



1996
Cruza la frontera para volverse mexicana



2004
Después de 43 años, rompe con Ken



2004
Se lanza como candidata a la presidencia



2009
Hay 74.5 millones de resultados en Google para "Barbie"

Fotos Barbie Media

La invasión de los productos de seguridad

EL NEGOCIO DEL MIEDO

Desde circuitos cerrados de TV y ropa blindada, hasta simples películas antiasalto para cristales, la sorprendente industria de la seguridad está en auge en nuestro país. Su gancho: no hay mejor inversión que la orientada a salvar nuestras vidas. —*Adriana Nolasco*

Blindaje para vehículos

Para la protección de autos y camionetas, existen, al menos, dos empresas nacionales que fabrican cristales antibalas. Cada vez son menos los insumos importados para realizar el blindaje.

Ojo, no todos los vehículos son aptos para ser blindados. Cuando se trata de proteger contra fusiles de asalto, los autos deben de tener un mínimo de 8 cilindros.

“A la hora de elegir una compañía, hay que solicitar las certificaciones balísticas de los materiales que emplean y preguntar si manejan un contrato de prestación de servicios, una carta de garantía y el manual para el usuario”, puntualiza Beatriz Manrique, asesora en materia de seguridad.

La industria de la seguridad crece a un ritmo cercano al 4% anual, con inversiones de 3 mil 200 millones de dólares.

Protección de 360 grados

La “protección perimetral” es un término que empieza a utilizarse cada vez más. Se refiere a una mezcla integral de medidas de protección estructurales –puertas y ventanas resistentes, protecciones, muros, chapas y otras–, electrónicas –alarmas, circuito cerrado de televisión, sistemas de control de acceso– y de procedimientos –qué hacer antes de abrir la puerta, cómo contestar el teléfono, qué hacer en caso de emergencia, programas de protección con vecinos y familiares, etcétera–. En la página manualdeseguridad.com.mx, en la sección “Aprende a protegerte”, puedes encontrar buenos consejos y orientaciones sobre el tema.

¿Buscas asesoría en el tema? Acude a la **Asociación Mexicana de Blindadores de Automotores (AMBA)**, **Advancing Security Worldwide, (ASIS Capítulo México)**, o al **Consejo Nacional de Seguridad Privada (CNSP)**.

¿A dónde se llevaron mi auto?

Existen dos tipos de técnicas de localización de vehículos: los Sistemas de Geolocalización o Geoposicionamiento (GPS) –es decir, por vía satelital– y los Sistemas de Localización por radiofrecuencia. Dentro de este último se encuentra la empresa Lo Jack, que cuenta con diferentes soluciones para autos, motos, flotillas o cajas de productos. Recientemente, lanzó el sistema para localización de laptops: cada vez que la computadora se conecta a Internet comunica su ubicación y crea un patrón de uso.

La compañía en México afirma que cuenta con un 95% de efectividad y el tiempo promedio de recuperación de vehículos es de 90 minutos.

Ropa invulnerable

Anteriormente, las prendas blindadas eran casi exclusivas de militares y policías. En la actualidad son parte de los instrumentos de trabajo de periodistas y camarógrafos, sobre todo si se involucran en alguna situación de riesgo. “Los materiales con los que se fabrican estas prendas están hechos de fibras como la aramida, que las hace livianas, confortables y con bajos niveles de trauma para quien las utiliza”, asevera Beatriz Manrique, asesora de seguridad. También se confecciona ropa sport o de alta costura.



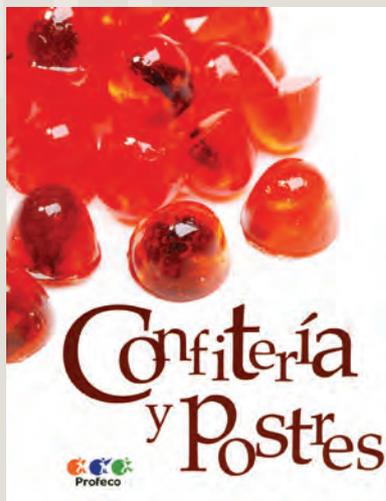
Foto Archivo

No debas letras, mejor cómpralas



Profeco

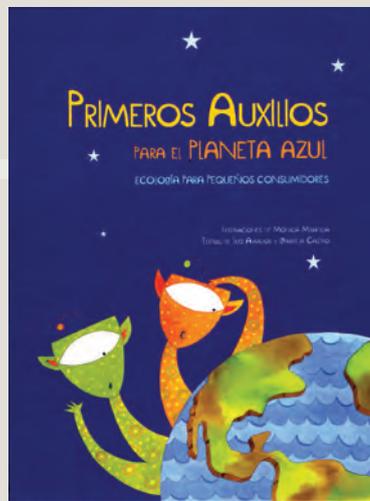
Conoce los **nuevos libros de consumo inteligente** publicados por **Profeco**:



Confitería y postres

La mejor y más dulce colección de Tecnologías Domésticas Profeco, para hacer en casa

\$ 60.00



Primeros auxilios para el planeta azul

Ecología para pequeños consumidores. Pasta dura completamente ilustrado

\$ 80.00



Hacia una cultura de consumo inteligente

Los siete pasos del consumo inteligente y otras herramientas para empoderar a los consumidores

\$ 70.00

Adquiérelos en el Centro de Documentación de **Profeco** (Cedoc) ubicado en José Vasconcelos 208, planta baja, colonia Condesa, México, Distrito Federal. Para más información llame al Teléfono del Consumidor: 5568 8722 desde el D. F. y 01 800 468 8722 desde cualquier otra parte del país, o envíe un correo electrónico a memaldonador@profeco.gob.mx



Vivir Mejor



El ocaso del Hummer

El último dinosaurio

La situación económica actual y una nueva ola de conciencia ambiental podrían darle el tiro de gracia a un vehículo inmensamente controversial.

Parece que las automotrices entendieron la clase de vehículos que deben producir en los tiempos difíciles: autos compactos con pocos defectos y buen rendimiento de combustible, con pocas emisiones contaminantes y comercializados a precios razonables. Durante mucho tiempo, las marcas que no entendieron las lecciones de la crisis del petróleo de los años 70 y se dedicaron a producir enormes vehículos que no estaban al tono con los nuevos tiempos; algo que ahora tiene al borde de la bancarrota a muchas armadoras.

Un claro ejemplo de lo anterior es el gigantesco Hummer. Originalmente construido para el ejército de Estados Unidos por la marca AM General, el "Hum-Vee" o HMMWV (High Mobility Multipurpose Wheeled Vehicle o Vehículo con ruedas multiusos de alta movilidad), fue transformado en un SUV para uso del público en general y al que pronto se denominó Hummer H1. Excepto por algunas modificaciones para que pudiera circular en las calles, el modelo "civil" que se lanzó en 1992 no era muy distinto a su primo militar. En 1998 AM General vendió el nombre de la marca para todo el mundo a General Motors, ésta empezó a comercializarlos en masa y a producir variantes de similares características.

Como si gastar más de \$80 mil dólares en un vehículo todo terreno de lujo no fuera suficientemente fuerte, tener un



Fotos General Motors

SUV de grandes dimensiones no sólo atenta contra el medio ambiente sino contra el mismo propietario y su bolsillo. Habría que tener en mente los siguientes aspectos antes de comprar y tratar de mantener uno de estos vehículos:

- **Tamaño:** algunos Hummers ocupan el espacio de dos autos compactos, lo que hace que estacionarse sea un logro.
- **Pésimo rendimiento de combustible:** el modelo H2, por ejemplo, porta un motor V8 de 6.2 litros y casi 400 caballos de fuerza (modelo 2008); las visitas a la gasolinera son todo menos esporádicas.
- **Seguridad:** varias pruebas realizadas por agencias gubernamentales en EU y Europa muestran que debido a su peso y dimensiones, los Hummers tardan más

tiempo en frenar que otros vehículos, y sus grandes puntos ciegos los hacen más proclives a accidentes.

Tal vez sea por esto que las ventas de los distintos Hummer disminuyeron en más de 50% de 2007 a 2008 y GM está cada vez más cerca de vender la marca. Las armadoras están modificando sus plantas de ensamblaje para producir autos compactos y evitar la pérdida de empleos, dejando atrás el ensamblaje de estos gigantes del camino. Un ejemplo es el Chevrolet Volt, la respuesta de GM al Toyota Prius, el híbrido más exitoso de la historia. La comercialización se espera a finales del 2010, justo en el momento en el que los Hummers podrían empezar a desaparecer. —Juan Carlos Lavín

Eco-opciones

Actualmente sólo se comercializa un auto híbrido en México, el **Honda Civic**, que tiene un precio de \$294,500 (16% más que el Civic más equipado), pero es especula que el **Toyota Prius** llegue pronto.

Los autos con tecnología turbodiesel de Volkswagen dan un gran rendimiento de combustible y tienen pocas emisiones contaminantes. El **Jetta TDI** tiene un precio de \$224,466 (10% más caro que un modelo similar a gasolina) y el **Bora TDI** manual cuesta \$251,854.

Gran tamaño, grandes gastos

Comparamos un Hummer y un smart en rendimiento y emisiones contaminantes.

Modelo: Hummer H2
Potencia: 325 HP a 5,200 rpm (modelo 2007)
Dimensiones: largo: 4,820 mm
 ancho: 2,063 mm
 alto: 2,075 mm
Rendimiento de combustible:
 Ciudad: 4.87 km/l,
 Carretera: 6.55 km/l,
 Combinado: 5.71 km/l
Emisiones de CO₂: 412 gr/km



Modelo: smart fortwo coupé
Potencia: 70 HP a 5,200 rpm
Dimensiones:
 largo: 2,695 mm,
 ancho: 1,559 mm,
 alto: 1,542 mm
Rendimiento de combustible:
 Ciudad: 15.38 km/l,
 Carretera: 21.73 km/l,
 Combinado: 18.55 km/l
Emisiones de CO₂: 112 gr/km



Foto smart.com

En un recorrido promedio anual (aproximadamente 20,000 km.), el propietario de un Hummer H2 se gastaría en combustible aproximadamente \$33,495.00 (3,500 litros x \$9.57 del litro de gasolina Premium) y emitiría 8.24 toneladas de CO₂. Por su parte, el dueño del smart fortwo coupé pagaría por su combustible \$10,318.05 anualmente y su cuota contaminante por el mismo periodo sería de 2.24 toneladas de CO₂.

Aunque no se venden aquí, en México se fabrican autos híbridos como la Captiva Sport Híbrida de General Motors y el Ford Fusion Hybrid.



Que no te tiene EL DIABLO

Ni hablar, consecuencias de la crisis: ese recibo de luz que pagabas sin ver, hoy es motivo de escrutinio detectivesco... ¡pero cómo cuesta descifrarlo! Entérate de una vez que “kilowatts/hora” no mide la velocidad a la que viaja la luz en tu casa.

Antes de recurrir a la nefasta idea del “diablito”, averigua de dónde salió ese “importe a pagar” en el recibo de tu compañía (Luz y Fuerza del Centro LFC o Comisión Federal de Electricidad CFE)

- 1 Datos generales del usuario.** Ya sabes, tu nombre (o razón social) y domicilio.
- 2 Número de cuenta.** Los datos que te identifican ante la compañía.
- 3 Periodo de consumo.** Te muestra la fecha inicial y final del consumo registrado.
- 4 Tarifa.** Las tarifas varían según el tipo de usuario (residencial o comercial). **Ojo:** para LFC, si tu consumo de kilowatts supera determinado límite, tu plan tarifario deja de beneficiarse de subsidios y el importe aumenta considerablemente.
- 5 Fecha de expedición.** Fecha (y lugar, en la CFE) en que se emitió el recibo.
- 6 Fecha límite de pago.** Para que evites recargos o la suspensión del servicio.
- 7 Número de medidor.** Código que identifica el medidor de tu casa o negocio.
- 8 Lectura anterior y actual.** La energía que gastas se cobra en Kilowatts/hora (kWh), y marca la diferencia que hay entre la última y la actual lectura del medidor.
- 9 Multiplicador.** El resultado de la resta anterior se multiplica generalmente por 1.
- 10 Consumo.** En el recibo de LFC que te presentamos, el consumo total se obtuvo así de fácil: $0700 - 0355 \times 1 = 345$. Esta cantidad de kWh se multiplica por la tarifa correspondiente. El recibo de la CFE es más específico y presenta el promedio de consumo diario en kWh (punto 10a).
- 11 Consumos anteriores.** El recibo de la CFE te da el historial de consumo de los últimos dos años y el de LFC muestra los pasados seis bimestres. Este último te informa sobre el consumo del bimestre a pagar, pero del año pasado (punto 11a).
- 12 Importe por pagar.** Es la cantidad neta que debes pagar, con impuestos y recargos incluidos. En ambos recibos se muestran a detalle los cargos realizados (punto 12a), pero en el de LFC tienes que leer el reverso sobre los conceptos.
- 13 Avisos importantes.** Ajá, informes.
- 14 Talón desprendible.** Sirve de vale de caja para las compañías de luz.
- 15 Código de barras.** El de LFC es para uso exclusivo de la compañía. En el recibo de la CFE, el código sirve para pagar en algunos establecimientos comerciales.

COMISIÓN FEDERAL DE ELECTRICIDAD

1 Datos generales del usuario

2 Número de cuenta

3 Periodo de consumo

4 Tarifa

7 Número de medidor

8 Lectura anterior y actual

9 Multiplicador

13 Avisos importantes

14 Talón desprendible

5 Fecha de expedición

6 Fecha límite de pago

10 Consumo

11 Consumos anteriores

12 Importe por pagar

15 Código de barras

LUZ Y FUERZA DEL CENTRO

1 Datos generales del usuario

2 Número de cuenta

3 Periodo de consumo

4 Tarifa

5 Fecha de expedición

6 Fecha límite de pago

7 Número de medidor

8 Lectura anterior y actual

9 Multiplicador

10 Consumo

11 Consumos anteriores

14 Talón desprendible

15 Código de barras

Totalmente perturbador

Una joven enfermiza huye de un lobo. Sí, cae en sus garras, pero todos tranquilos: era un sueño y su vestido, al final, no sufrió daño. ¡Menos mal! Cuando viste ese anuncio de TV, ¿no te atrapó la sospecha de que algo estaba cósmicamente mal? A nosotros también.

¿Qué ocurre cuando se ponen a girar sobre un tacón de mujer, a las trampas del inconsciente colectivo y a los fantasmas de la cultura contemporánea?

Sin duda, suceden cosas que son “totalmente Palacio”. Este eslogan no sólo es el emblema de una conocida campaña publicitaria, también se ha convertido en un referente que nos colocó de cara a los excesos alcanzados por ésta, nuestra muy innoble y desleal sociedad de consumismo.

Para muestra, literalmente basta sólo una garra. En uno de los más recientes comerciales de la firma, una joven va huyendo de un lobo a través del bosque. Cuando éste finalmente la acorrala, ella cae al abismo. En el siguiente cuadro despierta sobresaltada por la pesadilla y desesperada, corre a su armario para cerciorarse de que el vestido que había desgarrado en su huida, ese que invade sus sueños, se encuentra intacto.

¿Qué le importa a ella su propia muerte?, o su vida si se ve desde una perspectiva más dramática. Al final, lo que realmente es digno de su atención y cuidado es el vestido. Al respecto, la opinión del analista Eduardo Contreras Merino, es reveladora: “La ansiedad de la mujer por la prenda, remarca que en realidad ella no tiene nada que la sustente interiormente. El vestido adquiere un valor desproporcionado. Esto se debe a que es sólo a través de los objetos que en nuestra cultura los individuos llegan a ser, a adquirir sentido, a ocupar un lugar que los distinga de la masa”.

El notable problema alimenticio que sufre la modelo, simbólicamente sirve para reafirmar lo vacía que en realidad está. Su superficialidad demuestra que su valor radica en la imagen. Y es que la ropa, más allá de mostrar lo que se tiene, es la evidencia de los valores, vivencias y emociones que no se tienen y de alguna manera se deben compensar, en este caso con costosas prendas de vestir.

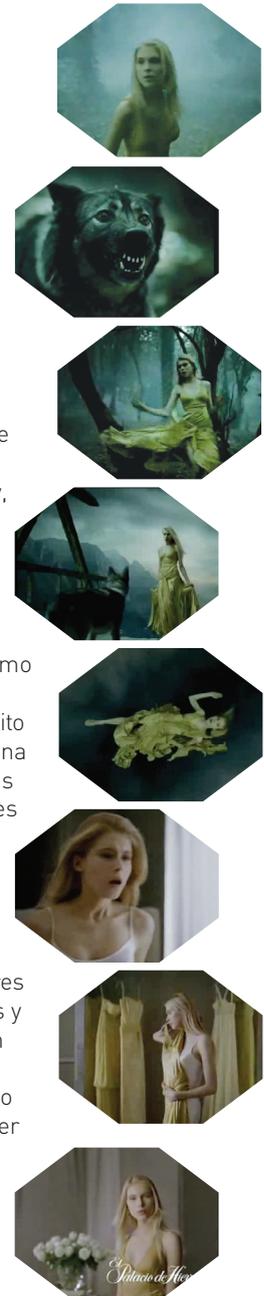
La evocación del cuento de hadas que rodea la estética del comercial, es otro golpe bien asestado. Genera una asociación inconsciente con las princesas, quienes incapaces de defenderse por ellas mismas y armadas con su mejor atributo que es la forma en que lucen, aún son los modelos aspiracionales de un muy amplio sector de mujeres enganchadas (ojo, hablamos de una adicción) entre personajes de Walt Disney y la revista ¡Hola!

Ellos tampoco quedan bien parados; el lobo es una imagen simbólica del hombre como depredador. Como una bestia primitiva que responde a sus instintos y reacciona salvajemente ante el avistamiento de una mujer, haciendo de lado su raciocinio.

Y no, la cosa no es trivial, ni puede desecharse como si fuera una simple acometida anticonsumista. La importancia estriba en que estos mensajes operan en el inconsciente colectivo y penetran profundamente en el sistema de valores y creencias de la sociedad. La publicidad es una sutil estrategia de manipulación ideológica y condicionamiento cultural; pero lo más interesante es que impacta con mayor fuerza en las colectividades más receptivas al mensaje que encuentran en él una especie de señal.

Al final parece que ni siquiera Gilles Lipovetsky, el filósofo francés que bautizó la nuestra como la Era del vacío, fue tan claro como la realidad que nos mostró el éxito demoleedor de una de las campañas más impactantes de los últimos años. Estamos vacíos, sólo valemos por lo que tenemos, los hombres son irracionales y las mujeres son unas brutas. Al menos, eso es lo que parece haber detrás de ser totalmente Palacio.

¡Grrrrrrr!
—**Maricruz Pineda Sánchez**



Una postura parcialmente Palacio

Por improbable que suene, existe una leve nostalgia por la campaña “Soy Totalmente Palacio”, del año 2000, cuando fue premiada internacionalmente y significó un terremoto dentro del mundo de la publicidad. Sí, hay muchos que aplauden el concepto. “¿Campaña que enajena de la realidad? Ok, lo podemos discutir. Pero, ¿de qué realidad estamos hablando?”

Así comienza Ana Belén Sanz, de 33 años de edad, ejecutiva de cuenta de publicidad, amante de la moda, puntualiza: “En verdad, ¿a poco no el olor de unos zapatos nuevos, como rezaba un eslogan antiguo de la campaña, es algo fabuloso?” La profesionalista considera que el concepto ‘Soy Totalmente Palacio’ brindó más que un puñado de introspecciones sobre el mundo de la mujer que, aunque lucen banales, causaron simpatía en las consumidoras. “Y el famoso anuncio del lobo que persigue a la rubia... Yo lo interpreto como una metáfora de lo mucho que nos preocupa nuestra apariencia. Si somos honestos, ¿qué tiene de malo eso?”

En todo caso, Ana Belén remarca el aspecto estratégico de la ‘campaña de campañas’. “Todas las tiendas departamentales habían intentado crear un sentido de pertenencia aspiracional. Y todas fallaron. Sólo el Palacio de Hierro ideó la forma de elevar su nivel”.



La calidad es nuestra fuerza

VUELVE EL ORGULLO NACIONAL



Si somos objetivos y nos olvidamos del malinchismo gratuito, podremos aceptar que en México hay claras muestras de que cuando se trata de hacer bien las cosas y se cuenta con los recursos para hacerlas, los resultados pueden ser muy exitosos e incluso exceder expectativas.

En los primeros días de enero, uno de los puntos más destacados que el presidente Felipe Calderón Hinojosa mencionó en el Acuerdo Nacional en favor de la Economía Familiar, señalaba que “se registrará y dará difusión a una nueva marca que contenga el lema ‘Hecho en México’, a fin de promover la adquisición de bienes y servicios nacionales”.

En este sentido, nuestro primer mandatario anunció que en los días venideros se implementará el programa de infraestructura más grande de los últimos tiempos, con el fin de impulsar el crecimiento de la economía, aumentar la competitividad del país y generar más empleos para los mexicanos, mientras disfrutamos de grandes productos creados por manos nacionales.

Por tanto, ‘Hecho en México’ es un lema con un amplio significado para nosotros, pues no sólo refiere el incremento de la calidad de los productos y servicios nacionales, incluye también mayor bienestar, mejores vías de transporte, mejores instalaciones públicas, entre ellas escuelas, agua potable para mayor número de personas... y desde luego, más empleos que permitan cumplir con estos objetivos y que se conviertan en necesarias y justas fuentes de ingreso para todos los mexicanos.

“Se dará difusión a una nueva marca con el lema ‘Hecho en México’, a fin de promover los bienes y servicios nacionales”.



TRAS LOS CARNÍVOROS JAPONESES

La carne de res mexicana tiene grandes posibilidades de ganar mayor participación en el mercado japonés, lo anterior de acuerdo con un estudio en el que participaron el área de Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA) de la SAGARPA y la Japan External Trade Organization (JETRO).

El estudio reveló que el consumidor japonés es exigente y se interesa por la calidad nutricional, sanitaria y los beneficios a la salud que le proporcionan los alimentos, por lo que hay un campo de oportunidad para la carne de res nacional, pues ésta no tendría inconvenientes para satisfacer tales exigencias.

En la actualidad, en Japón ya existe una fuerte presencia de otros productos mexicanos, entre los que más se exportan a ese país está la carne de cerdo, que ocupa el 41% del total de las exportaciones, luego el atún, el cual representa el 14%, la carne de res el 10% y por último el aguacate con el 9%.

Fuente Programa de Ferias Institucionales y Misiones Comerciales 2008-2009



CAFÉ MEXICANO BAJO CIELO MADRILEÑO

Bastaron cinco años en el mercado nacional para que un café de marca 100% mexicana se convirtiera en un producto de exportación. Nos referimos al caso de Café Punta del Cielo, que aprovechó el potencial de la industria cafetalera en nuestro país para crear nuevos conceptos y atraer a un mayor número de consumidores.

En poco tiempo, la empresa Punta del Cielo se posicionó como una de las cafeterías gourmet más representativas del país, con más de 60 sucursales y patentes que garantizan la calidad de su café. Hoy sus productos también están presentes en cadenas de autoservicio, y el éxito lo ha llevado al continente europeo, donde la empresa ya abrió su primera sucursal en Madrid, España.

Además de que en el establecimiento se puede adquirir café para llevar a casa, en cualquiera de sus variedades, éste funciona como cafetería, con desayunos adaptados al gusto español, es decir, tostada con tomate y aceite, con mantequilla, y pastelería. Quizás a futuro también ofrezcan churros y porras.

Fuente mundoejecutivo.com, guiamaximin.com

Nuestras recomendaciones de consumo cultural

Ve, lee y escucha con inteligencia

No importa si tu afición son los libros, la música, el cine o (quizás) las reflexiones sobre el tema del consumo. Sea cual sea tu preferencia cultural, en estas páginas encontrarás algo para ti. —**Una Pérez Ruíz y Alejandro García Williams**



TECNOCULTURA

Naief Yehya
Tusquets Editores, 2008

Para entender la manera en que nuestra vida se ha transformado con la expansión de la tecnología web, y en especial con la creciente importancia social y económica de las bitácoras electrónicas (blogs) y las redes sociales (como Facebook, Youtube o Myspace), Naief Yehya presenta este libro de ensayos bien documentado y agudo, que se enfoca en los cambios que se han dado tanto en el consumo como en las relaciones y la autopercepción de las personas a partir de sus experiencias virtuales. Lo que no es virtual es el impacto a escala planetaria de la tecnocultura.



LADRÓN DE SUEÑOS

Bernardo Fernández, Bef
Ilustrado por Patricio Betteo
Almadía, 2008

Primera imagen de la novela: el temible Somnirraptor, robot tecnorgánico, vuela a través de la noche, al tiempo que roba las ondas cerebrales que conforman las pesadillas de los niños. Con ellas, el villano Ventosa diseña videojuegos para la empresa HumanCorp. Andrea, la videojugadora punk, está destinada a ser la heroína que penetre y haga estallar las entrañas del maléfico plan. ¿Épica adolescente? ¿Ciencia-ficción cyberpunk con discurso actualizado? Sí, todo eso, más la constatación de que Bef, el autor, es la avanzadilla de una generación de escritores que han incorporado la narrativa de los videojuegos en el alma de la literatura.



POLÍTICAS PÚBLICAS DE CONSUMO TENDENCIAS INTERNACIONALES

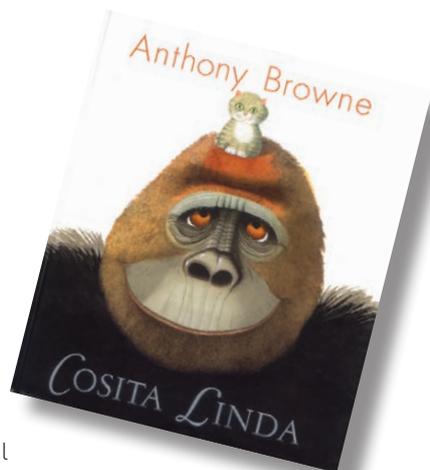
Varios autores
Profeco, 2008

No hay contextos socioeconómicos sanos sin el concurso de los consumidores y la protección de sus derechos. Esta es la inspiración que llevó a Profeco a publicar este libro, primero de la serie *Temas selectos de consumo*. Se trata de una compilación y análisis de los mejores materiales presentados por especialistas en el Foro Mundial de Competencia, celebrado en París en febrero de 2008. La compilación (que, estamos seguros, interesará por igual a los apasionados por el tema y público en general) desarrolla evidencias sustanciales; una de ellas es la forma en que la toma de decisiones de los consumidores afectan a los mercados: la llamada "la economía del comportamiento", rasgo que debe convertirse en guía a la hora de diseñar políticas públicas eficaces y justas.



COSITA LINDA
Anthony Browne
FCE, 2008

El zoológico tenía un solo gorila, pero era especial: dominaba el lenguaje por señas. Si quería algo (lo que sea: hamburguesas, tazas de café, TV con control remoto...) se lo pedía a sus cuidadores. El animal, de cualquier forma, no era feliz. Necesitaba amigos. Hasta que le regalaron a Linda, la hermosa y diminuta gatita. La relación entre ellos queda para la historia de la ternura y este libro, para el registro de la voluntad del Fondo de Cultura Económica por publicar buenos libros para niños. Las ilustraciones de Browne maravillan a los grandes y despiertan la imaginación de los chicos.



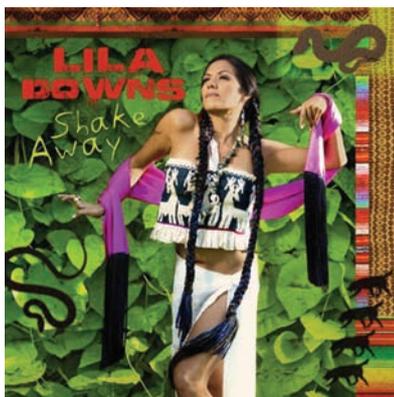


WORKING ON A DREAM

Bruce Springsteen
Columbia, 2009

Después de finalizar las sesiones de grabación de *Magic*, de 2008, Bruce Springsteen aún tenía varias canciones inconclusas que no habían entrado en aquel disco y que 'El Jefe' sentía la necesidad de grabar, ya que parecían la cara 'B' de su trabajo anterior. Con la evolución de las campañas electorales de Estados Unidos y la inminente salida de George W. Bush de la Casa Blanca, las canciones de Springsteen, siempre con una vena política, comenzaron a tornarse más esperanzadoras y con una visión más positiva de los días por venir. El resultado son 13 canciones impactantes, llenas de optimismo algunas, y otras inscritas en la reflexión sobre el curso que el mundo tomó en la última década. Eso sí, todas con gran personalidad y con el sonido americano que ha hecho de Springsteen un icono de la clase trabajadora de aquel país.

Durante la presente gira junto a su E Street Band, Springsteen estableció una lucha contra el sistema de venta de boletos Ticketmaster, ya que la compañía redirigía a los usuarios a TicketsNow, otra rama de la misma empresa dedicada a vender boletos por encima de su valor establecido cuando las entradas a un evento ya están agotadas. La trampa: todavía quedaban boletos disponibles para ir a ver a 'El Jefe'. Ticketmaster envió una carta pidiendo disculpas por lo sucedido y se vio obligada a devolver la diferencia sobre las entradas que habían pagado miles de personas.



OJO DE CULEBRA / SHAKE AWAY

Lila Downs
Manhattan Records, 2008

Después de una grabación muy parrandera (La cantina), la cantante oaxaqueña-estadunidense busca la salud, con un amuleto de Ojo de culebra, y se sacude las malas vibraciones con este disco bilingüe de influencias muy diversas que contiene buenos duetos, como "Perro negro", de aires balcánicos, que canta con Rubén Albarrán, el vocalista de Café Tacuba, o "Tierra de luz", con la legendaria Mercedes Sosa, y versiones muy logradas de clásicos como la romántica balada "I Envy the Wind" de Lucinda Williams. Como en sus grabaciones anteriores, aquí Lila también muestra su interés por temas sociales de actualidad (como en "Justicia", que canta a dúo con Bunbury) y por el rescate de ritmos tradicionales (como en "Los pollos", con el sonero Gilberto Gutiérrez), además de hacer gala de su potente y dúctil voz.

SESAME STREET PLAYGROUND

Varios artistas
Putumayo Kids, 2008

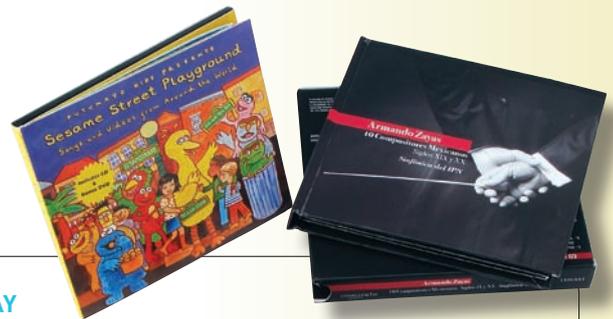
Sesame Street, el popular programa de televisión infantil que comenzó a transmitirse en 1969 y cuenta con versiones en más de cien países, acaba de lanzar *Sesame Street Playground*, un disco en colaboración con Putumayo Kids, con 13 temas que van desde la India hasta China o Tanzania. Además, incluye un DVD con cinco videos, entre los cuales está la pegajosa "Ricas frutas" de Aleks Syntek: un buen regalo para que los pequeños se acerquen a la lengua y la cultura de lugares lejanos a través de sus divertidos personajes.

10 COMPOSITORES MEXICANOS SIGLOS XIX Y XX

OSIPN, dirigida por Armando Zayas
Consecuencias/IPN, 2008

Este álbum doble (todo un hallazgo), conjunta obras de diez compositores mexicanos, comenzando por Joaquín Beristáin, quien vivió y compuso a fines del siglo XIX, y pasando por autores de la época nacionalista, como el oaxaqueño Leonardo Velázquez, hasta llegar a autores contemporáneos, algunos de los cuales son incluso integrantes actuales de la Orquesta Sinfónica del IPN, como el muy joven Jaime Ruiz Lobera, nacido en 1974. La selección y dirección corrieron a cargo del maestro Zayas, quien estuvo al frente de esta destacada orquesta sinfónica durante casi nueve años. Las grabaciones, realizadas en 1999, fueron rescatadas por el sello Consecuencias Discográficas, que además se lució preparando un librito trilingüe con la presentación de los autores, el director y la orquesta, ilustrado con bellas fotos antiguas. Las piezas elegidas son muy variadas; hay temas con dejes de tonadas tradicionales, pero también obras más festivas o de estilo expresionista, y en conjunto nos ofrecen un interesante panorama de la música de concierto mexicana.

Fotos José Rodríguez





LOCA POR LAS COMPRAS

Dirige PJ Hogan

Con Isla Fisher, Joan Cusak y Hugh Dancy

Distribuye Buenavista

Sería lindo pensar en esta película como una obra de ficción. Sin embargo, el problema que presenta es mucho más cotidiano y cruel de lo que nos gusta admitir: Rebecca Bloomwood, la protagonista, es adicta a las compras. Tiene la idea de que los recibos son sólo pedazos de papel y que las ofertas dos por uno son una buena forma de ahorrar, así que compra tres, cuatro, cinco pares de básicamente cualquier cosa

que se cruce en su camino, siempre y cuando tenga una etiqueta de precio. La cinta está basada en *Confessions of a Shopaholic*, la exitosísima serie de novelas de Sophie Kinsella, y tal vez sus altas ventas se deban a que la gente se identifica trágicamente con Rebecca. Aunque el tema es tratado con cierta ligereza en pro del buen funcionamiento de la comedia romántica, los problemas en los que se mete la heroína (quien, para colmo, escribe en una revista sobre cómo ahorrar) son bastante serios y deben ser tomados como ejemplo de todo lo que uno no debe hacer, como endeudarse hasta hacer llorar al Buró de crédito y comprar 500 pares de zapatos. Puedes reírte todo lo que quieras en el cine, solamente no te lles ideas a tu casa, ni a las tiendas.



Foto Cortesía Buenavista

GRACIAS POR FUMAR (2006)

Dirige Jason Reitman

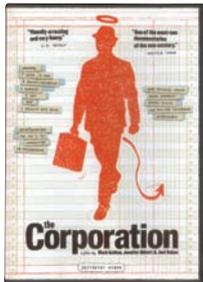
Con Aaron Eckhart, William H. Macy y Robert Duvall

Fumar causa cáncer, ¿cierto? No si le preguntas a Nick Naylor. El trabajo de Nick (Aaron Eckhart) consiste en promover a la industria tabacalera y 'mostrar' que las investigaciones sobre el vínculo entre fumar y el cáncer de pulmón no tienen sustento. La cinta, una sátira cómico-dramática sobre la hipocresía de las tabacaleras, se balancea entre distintas líneas morales. Las conclusiones son las mismas: dejar de fumar reduce importantes riesgos en la salud, como lo dicen las cajetillas, y ¿quién va a saber más que ellas?



LA CORPORACION (2003)

Dirigen Mark Achbar y Jennifer Abbott



Este documental no podría llamarse "Las corporaciones". El uso del singular en el título es la base del aclamado filme escrito por Joel Bakan –autor del libro *La Corporación: la patológica búsqueda por poder y ganancias*–, ya que postula que la corporación moderna, en sus recónditos fundamentos legales, es en realidad una persona con derechos y obligaciones ante la ley. Lo cual es un poco injusto, ya que se trata, en voz de uno de los entrevistados, de "personas" con enormes recursos financieros, desprovistos de conciencia moral, y cuyo único fin es "beneficiar solamente a sus accionistas". Con una edición trepidante, un potente elenco de entrevistados –que va de funcionarios gubernamentales

a destacados miembros de la opinión pública de Estados Unidos, como Noam Chomsky y Michael Moore– e imágenes claramente provocadoras, *La Corporación* relata el nacimiento de las grandes empresas privadas y las múltiples formas en que afectan nuestra vida diaria. De esta manera, este filme no sólo representa uno de los documentales clave para entender esta moribunda década, sino una verdadera sacudida para el espectador, que bien podría preguntarse: ¿y qué he hecho yo como consumidor para empoderar a las corporaciones?

HACIA RUTAS SALVAJES (2007)

Dirige Sean Penn

Con Emile Hirsch, Marcia Gay Harden y William Hurt

Basada en una historia real escrita por Jon Krakauer, *Hacia rutas salvajes* narra la aventura de Christopher McCandless en la búsqueda de una vida cercana a la naturaleza. A través de dos años, el protagonista recorrió la costa oeste de América del Norte hasta llegar a Alaska, en donde permaneció con vida durante sólo 112 días. Sus motivos para tal decisión extrema: la presión desmoralizadora de un mundo consumido por marcas, precios y ambiciones.





UN AUTOR

Verdú y su análisis del consumo

Periodista, escritor y doctor en Ciencias Sociales, el español Vicente Verdú es un notable analista cultural. Entre los temas sobre los que se especializa están el consumo, los medios y las nuevas tecnologías, y sus columnas, crónicas y ensayos ofrecen un enfoque crítico, a veces provocador y siempre interesante, enriquecedor. Por ejemplo, lee su opinión sobre la crisis cultural y los juegos de video, tomada de su libro *Tú y yo, objetos de lujo* (Debate, 2006), y reproducida en la bitácora electrónica *Comunicación Cultural* (comunicacion-cultural.com): "Para muchas personas 'cultas', un videojuego, no importa cómo sea, siempre empobrece; en cambio un libro, sea cual sea, siempre enriquece. Ni lo uno ni lo otro. Cada uno de estos productos culturales aporta habilidades y destrezas que ayudan a las personas a mejorar su capacidad de percepción, entendimiento y sensibilización." Verdú es una voz que, se comulgue o no con sus puntos de vista, siempre mueve a reflexión y vale la pena seguir de cerca.



Foto Cortesía Vicente Verdú



UN FESTIVAL

Diez años de Cumbre Tajín

Del 18 al 22 de marzo, Veracruz recibirá a decenas de miles de visitantes para celebrar la décima edición del festival cultural Cumbre Tajín, con un cartel musical muy variado, que va desde Los Tigres del Norte hasta Fito Páez, y una larga lista de paseos y actividades artísticas, culturales, ecológicas, deportivas y terapéuticas, entre las que destacan las que dan a conocer al mundo la cultura anfitriona del pueblo totonaco. El festival se ha distinguido por su preocupación por la ecología, por su conexión con iniciativas mundiales de paz y cultura, como las promovidas por la ONU y la UNESCO, así como porque las ganancias que se generan se quedan en la región del Totonacapan. Quienes han estado en ediciones anteriores, aseguran que la experiencia es inolvidable: decídate a recibir la primavera en Tajín, no te arrepentirás. Más información en www.cumbretajin.com

(UN DÍA FESTIVO DIFERENTE)

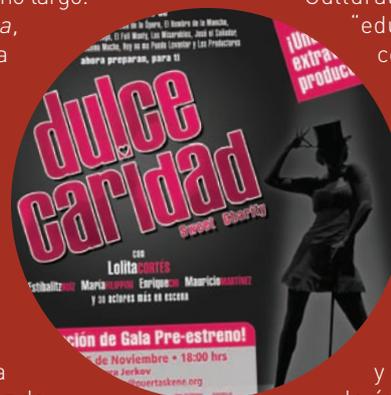
Día de San Jorge

En México, si algo sobra, son días festivos, es cierto. Justo acabamos de pasar por el 14 de febrero, que no es una fecha oficial de descanso y, sin embargo, no deja de estar presente en la casa, la escuela y la oficina mediante la apabullante presión social y comercial. Sin negar esa realidad, queremos darte a conocer, muy a tiempo, por si decides adoptarlo, un festejo alternativo para celebrar el amor y la amistad: el 23 de abril, día de San Jordi (el nombre catalán de San Jorge), en el que en España se acostumbra regalar un libro y una rosa a los seres queridos. A partir de esa costumbre, y tomando en cuenta que esa es la fecha en la que convencionalmente se sitúa el fallecimiento de grandes escritores, como Cervantes, Shakespeare y Garcilaso, el 23 de abril también fue declarado Día Internacional del Libro por la UNESCO, desde 1996 ¡Te invitamos a festejarlo!



ALGO QUE PUEDES EVITAR

La heroína sin matices de *Dulce Caridad*, el más reciente éxito de Ocesa Teatro en su cadena de adaptaciones a musicales de Broadway, ha recorrido un camino largo. Nació en *Le notti di Cabiria*, la película de 1957 dirigida por Federico Fellini. El coreógrafo Bob Fosse la convirtió en golosina de musical en 1966. En nuestro país, Lolita Cortés le da lustro ahora mismo. A lo largo del camino, la mujer se transformó. Ya no es una prostituta, sino una bailarina vagamente fichera. Ya no encarna un retrato feroz de la doble moral social, sino que sólo se regodea en el encanto de soñar con un hombre que la aparte de su modo de vida.



Lo anterior, por supuesto, no es una razón definitiva para evitar comprar un boleto y correr a verla en el Centro Cultural Telmex de México, DF. El "edulcoramiento" es un proceso natural cuando una narración sufre cambios de formato tan radicales. Pero, con toda sinceridad, durante tantas décadas nos han estado recetando melodramas genéricos desde la TV (historias tipo "la pobreza es dura pero romántica" y "la esperanza ciega es lo único que cuenta"), que a estas alturas ya resulta cansado asistir a otra epopeya más de superación personal color rosita.

Tendencias de consumo tecnológico

Evolución celular

Tu teléfono 3G podría servirte para ahorrar en largas distancias, ¿o no?

La telefonía 3G resolverá todos nuestros problemas. Las nuevas y todopoderosas redes 3G son capaces de hacer cosas que ni siquiera sabíamos que podían hacerse. Tener 3G es tener las llaves del mundo. Pobre es aquel que no conoce 3G. Omnipotente. Omnipotente. Así es 3G (al menos en la publicidad).

Sin embargo, ya puestos en práctica y dejando de lado el estado de cuenta que resulta ligeramente más elevado y ese estilizado teléfono celular, ¿en verdad qué tanto nos ha cambiado la vida? Sí, seguramente habrá quien diga que gracias a esta innovación puede estar todo el día en contacto con su oficina/familia/clientes, pero no olvidemos que la tecnología 3G no es la primera que nos dio esa disponibilidad; antes que ella estuvo la tecnología EDGE, y antes de esa estuvo GPRS. Así que, además de dejarnos ver videos en YouTube, ¿de qué nos ha servido traer todo el día pegada una conexión a Internet disponible?

En 2003, un par de estonios –Niklas Zennström and Janus Friis– desarrollaron un pequeño *software* que si bien no fue el primero ni es el único, sí es el que se convirtió en el estándar no sólo de llamadas telefónicas por IP, sino que incluso en un mensajero instantáneo con la fuerza de MSN Messenger o Gtalk: Skype. El principio de Skype es muy simple y se podría resumir en llamadas ilimitadas y gratuitas entre usuarios del servicio dondequiera que se encuentren. Lo mejor es que no está limitado a charlas entre sus usuarios: aquellos con una cuenta

pueden realizar llamadas a teléfonos fijos o móviles, incluso si es larga distancia, por una tarifa muy baja y además pueden tener un número local de su ciudad al que sus familiares les llamen sin costarles más que una llamada local típica, sin importar si es al otro lado del mundo. ¿Y qué es lo único que se necesita? Una conexión a Internet.

Si 3G nos da Internet en todo lugar y momento, y Skype sólo necesita Internet, ¿por qué no aprovechar ese gasto extra en transmisión de datos para poder ahorrar en nuestra cuenta de teléfono? En teoría, el plan suena de lo más atractivo. Desgraciadamente, en la actualidad no es más que una teoría.

En primer lugar, hasta ahora no existe una versión de Skype que funcione en teléfonos móviles fuera de conexiones WiFi (aunque ya hay una aplicación bastante popular de nombre Truphone para iPhone) y es una interrogante si pronto la habrá, así que todo queda limitado a computadoras con conexiones 3G (aunque las pruebas realizadas hasta ahora han tenido problemas de latencia –el tiempo de retraso entre quien llama y su interlocutor– de entre uno y cinco segundos). Por desgracia, para el momento del cierre de esta edición, no obtuvimos

una respuesta por parte de Skype con respecto al tema (aún no cuentan con oficinas en México), por lo que nos es imposible saber si pronto veremos nuevas herramientas o si existen pruebas serias sobre los problemas y ventajas del método.

Ahora, también debemos tomar en cuenta que utilizar VoIP significa una transmisión y recepción constante de datos (alrededor de 0.5 MB por minuto de llamada), y que, fuera de un plan de Internet ilimitado, en lugar de reducir gastos, utilizar telefonía IP puede resultar algo muy costoso (ver recuadro). Telcel, a través de sus representantes de comunicación y relaciones públicas, prefirió no hacer comentarios ni fijar una postura con respecto a este tipo de llamadas a través de su red; sin embargo, encontramos que en sus tarifas publicadas en Internet, cada KB adicional en planes limitados de iPhone tiene un precio de \$0.6 pesos, así que cada minuto de una llamada saldría aproximadamente en 20 pesos. ¿Caro? Tal vez ahora, pero una vez que la transferencia de datos sea tan barata que ni siquiera haya necesidad de hacer cuentas, tal vez entonces 3G habrá verdaderamente cambiado nuestras vidas. —Rodrigo Sánchez



Foto Archivo

¿Qué es VoIP?

‘Voz sobre Protocolo de Internet’ (VoIP, por sus siglas en inglés) se refiere al uso de tecnologías para transmitir voz a través de redes IP, como Internet. A diferencia de la telefonía típica que exige una conexión para cada llamada, la telefonía VoIP convierte la voz en paquetes digitales que se transportan por una conexión.

El que llama...

No conocer las tarifas por llamadas y utilización de servicios de datos en el extranjero pueden convertirse en un verdadero susto.

Llamada	Skype	Roaming int.	VoIP en 3G**
España-México	\$0.114 /min	\$3.28 /min	\$22 /min
México-España	\$0.114 /min	\$1.65 /min	\$0 /min***

*precios en dólares
**\$0.04 dólares por KB más IVA, suponiendo una transferencia de 0.5 MB/minuto
***suponiendo un plan ilimitado de datos

Skype tiene 370 millones de suscriptores en todo el mundo y 15 millones de usuarios en línea al mismo tiempo.

Qué es y cómo detener el síndrome del *burnout*



Foto archivo

Apaga tu incendio interior



¿Eres de las personas que maldice el despertador cada mañana? ¿Te diriges a la oficina como si estuvieras cargando un costal de piedras? O quizá también, ¿tienes años trabajando para esa empresa que ya no te motiva? Si tus respuestas son afirmativas, es probable que tengas el síndrome de *burnout*, una condición que tú mismo puedes sofocar.

No se trata de una de esas enfermedades emocionales que se ponen de moda y quedan solucionadas después de una 'terapia' con el cantinero, o con una plática kilométrica con la mejor amiga. Este síndrome tiene raíces más profundas de lo que crees.

"El término *burnout* surgió en 1974 para referirse a la sensación de estar exhausto por el trabajo y la falta de motivación para desempeñarlo; pero en la década de los años 80, una psicóloga social, Cristina Maslach, lo definió como síndrome, pues agrupa varios síntomas: agotamiento emocional, despersonalización y baja realización", explica Carolina Aranda Beltrán, investigadora del Departamento de Salud Pública del Centro Universitario de Ciencias de la Salud de la Universidad de Guadalajara. Así que el mal humor que acumulas al final del día, la hostilidad que

te hace parecer grosero con tus colegas, y la idea de no tener nada que aportar, vienen incluidos en el paquete.

¡Me hierve la cabeza!

Existen cientos de factores estresantes que a nivel profesional pueden orillarte a sentirte desvalorado y agotado. Todo cuenta: edad, sexo, estado civil, presiones familiares, antigüedad en la empresa (y en tu puesto), si laboras en un lugar que sea muy ruidoso o estresante, o si éste no responde a tus expectativas profesionales, por mencionar algunos. "A veces el estrés es de origen organizacional, por ejemplo cuando a un empleado no le proveen las herramientas requeridas para realizar su trabajo; esto lo hace más vulnerable al síndrome de *burnout*", afirma Mariel Martínez, investigadora de la Facultad de Pedagogía de la Universidad Panamericana.

5 tips para prevenir el *burnout*

- 1 Busca el trabajo adecuado según tus capacidades laborales.
- 2 Analiza si el estilo de vida que te brinda el trabajo que deseas es compatible con el de tu vida personal.
- 3 Ten amigos distintos dentro y fuera de tu trabajo.
- 4 Come y duerme bien, de lo contrario puedes volverte más vulnerable al estrés y sus consecuencias.
- 5 Haz ejercicio, será tu defensa contra la irritabilidad.

¡Hasta aquí!

Antes de que esa bola gigantesca de factores estresantes amenacen tu salud y te provoquen un infarto al miocardio, migraña, insomnio, alergias, náuseas o gripas recurrentes, tienes mucho por hacer. Puedes recurrir a técnicas de manejo de estrés o atención psicológica o psiquiátrica, que te ayudarán a modificar tu percepción hacia los agentes estresantes. "Si la causa es de tipo organizacional, pida apoyo en su empresa o a sus superiores; lo importante es comunicar su sentir y hallar una solución que le permita desempeñar sus labores con mayor eficiencia y motivación", enfatiza Aranda Beltrán. Identifica si estos factores pueden estar afectando tu trabajo y tu forma de vida. Es mejor tomar un breve descanso que no rendir y terminar con alguna enfermedad. —*Montserrat Bustos*

Las profesiones más "quemadas"

Según Carolina Aranda Beltrán, investigadora del Departamento de Salud Pública del Centro Universitario de Ciencias de la Salud de la Universidad de Guadalajara, cualquier empleado, sin importar su trabajo, está expuesto a presentar el síndrome de *burnout*, sin embargo en nuestro país estas son las profesiones que presentan una mayor prevalencia:

- Médicos
- Docentes de primaria
- Docentes universitarios
- Agentes de tránsito



Tecnología Doméstica Profeco

TALLARINES

Utensilios:
Máquina para aplanar
y cortar pasta

Ingredientes:



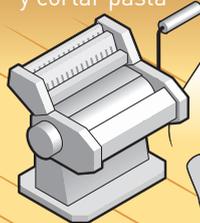
3 tazas de harina
de trigo



3/4 de taza de
agua purificada



1 cucharadita
de sal



Tiempo de preparación:
1 hora, aproximadamente

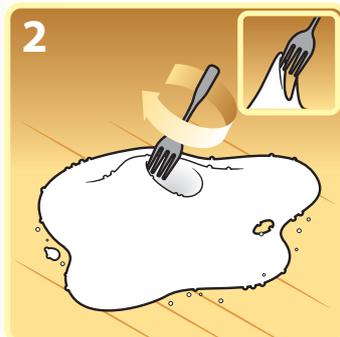
Rendimiento:
700 g, aprox.

Caducidad:
hasta 3 semanas

Conservación:
Deja reposar la pasta sobre una toalla
de papel de 15 a 30 minutos. Refrigera
la pasta en un recipiente cerrado.



1 Coloca la harina sobre una superficie perfectamente limpia y desinfectada (puede ser sobre una tabla para amasar). En medio haz un hueco y agrega ahí el agua y la sal.



2 Con un tenedor comienza a mezclar hasta que la masa se torne pegajosa, difícil de manejar.



3 Amasa con las manos unos 5 minutos.



4 Enseguida azota varias veces la masa sobre la superficie de trabajo hasta que adquiera una consistencia manejable (forma un rollo con la masa, tómalas por un extremo y azota el otro).



5 Cuando la masa tenga una consistencia tal que se pueda estirar 10 centímetros sin romperse...



6 ... deja reposar en un tazón cubierto con plástico para alimentos, durante 10 minutos. Tras ese lapso, amasa la mezcla 5 minutos más.



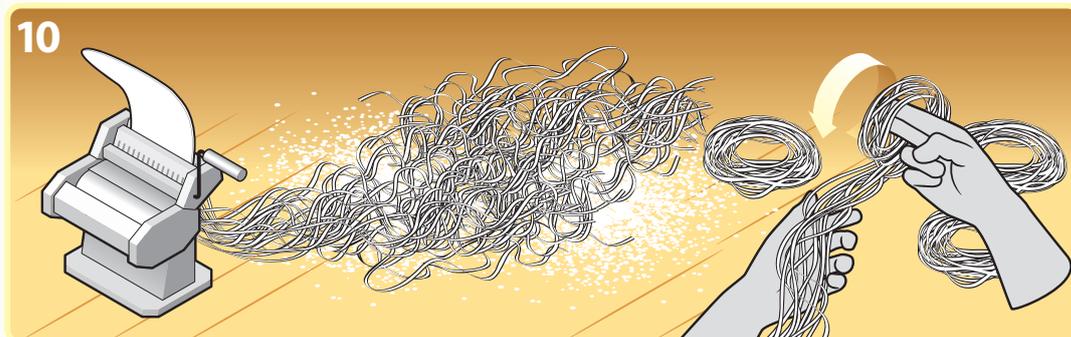
7 Divide la masa en cuatro porciones iguales, reservalas en el tazón y cúbrealas con plástico. Ajusta los rodillos de la máquina para pasta en el número 0. Pasa la pasta una vez.



8 Al salir dóblala en tres partes (a lo largo) y pásala de nuevo por la máquina. Repite este proceso una vez más.



9 Ajusta los rodillos de la máquina en el número 2 y pasa la pasta. Repite este paso, ajustando los rodillos cada vez en números más grandes, hasta que la pasta quede tan delgada como lo desees.



10 Corta la pasta con la máquina al grosor que quieras. Extiende la pasta sobre una superficie, espolvorea con abundante harina y enróllala alrededor de los dedos índice y medio (para formar un nido).

Ilustración Francisco González y García

¡Estrenamos podcast y programa de radio!



Profeco

◆ Escucha, descarga y suscríbete al podcast oficial de la **Revista del Consumidor**. Lo conducen Fernanda Tapia y Humberto Vélez.

◆ Además, nuestra clásica emisión radiofónica se transforma en un programa semanal femenino de asesoría y servicio.

REVISTA DEL

CONSUMIDOR



RADIO
profeco.gob.mx

REVISTA DEL

CONSUMIDOR



PODCAST
profeco.gob.mx

profeco.gob.mx/radio
Programa de radio semanal

profeco.gob.mx/podcast
Podcast de la Revista del Consumidor



Vivir Mejor

Platillo Sabio Profeco

Te presentamos la nueva imagen del **Platillo Sabio Profeco**

A partir de esta edición encontrarás cuatro fichas coleccionables para que comiences a armar tu recetario de **Platillos Sabios Profeco (PSP)**.

Te recordamos que el concepto de **PSP** se refiere a la posibilidad de integrar en un sólo plato, que podría ser el plato fuerte o principal de la comida, verduras, cereales, leguminosas o alimentos de origen animal, que cumpla con los principios de una dieta correcta.

Todos los ingredientes han sido cuidadosamente cuantificados para asegurar que las preparaciones sean agradables y nutritivas, es decir, que aporten energía, proteínas, vitaminas y minerales. Además de evitar alimentos que los expertos en nutrición recomiendan no consumir en grandes cantidades, como carne roja, azúcares refinados, sal y grasas saturadas.

Prepáralos porque, además de nutritivos, son muy sabrosos, económicos, prácticos y tradicionales.

De pollo, leguminosas, mariscos y un platillo muy tradicional es la variedad de este mes. ¡Comienza de una vez a comer de forma inteligente!



DEL APIO, DEBES SABER QUE...

Existen muchas variedades de apio, pero la más común es el de pascal, de color verde y superficie brillante.

El apio aporta muy poca energía (19 calorías por cada 100 g), por lo que es recomendable incluirlo en las dietas para bajar de peso. Además es rico en potasio y vitamina C.

En la medicina tradicional se considera que el apio tiene propiedades diuréticas y expectorantes, y ayuda a controlar la presión arterial. Además, el jugo de apio es un antiácido eficaz.



LO QUE TE ESPERA

La pera no nada más le da a tu corazón mayor fuerza, sino que ayuda a que te veas bien, ya que por su alto contenido de vitaminas B1, B2 y Niacina, te ayudan a mantener una piel sana y un cabello fuerte y sedoso. Además, su fibra mejora tu digestión y tiene pocas calorías.



¡QUÉ HONGO!



Los champiñones son hongos de cultivo. En promedio aportan 34 kilocalorías por cada 100 gramos, además de fibra dietética y proteínas. Destaca su contenido de potasio, y alto aporte de niacina y ácido fólico. La niacina es una vitamina del complejo B, esencial para la piel, el funcionamiento normal del tracto gastrointestinal, el mantenimiento del sistema nervioso y la síntesis de las hormonas sexuales. Entre los alimentos más ricos en niacina se encuentran la levadura, el germen de trigo y los cacahuates, seguidos de la carne y el pescado, y en menor cantidad, las verduras y las frutas.

Para limpiar los champiñones con mayor facilidad, colócalos en un recipiente hondo con agua fría y dos o tres cucharadas de harina de trigo, muévelos en forma circular unos cuantos minutos y enjuágalos hasta retirar los residuos de harina, lo que a su vez desprenderá los residuos de tierra que puedan contener.

VA DE NUEZ...

Aunque las nueces tienen proteínas, no contienen todos los aminoácidos esenciales (al igual que sucede con las leguminosas). Por eso, si quieres obtener proteínas de alta calidad, te recomendamos combinarlas con cereales, por ejemplo, pan con nueces.

Las nueces son fuente importante de vitaminas de complejo B, especialmente la vitamina B6, fundamental para que el cuerpo produzca glóbulos rojos.



Fotos Archivo

UN MULATO EN LA COCINA

Al chile poblano deshidratado se le conoce como chile ancho, y también como ají o pimienta de las Indias (es oriundo del continente americano). No te confundas, hay dos variedades: el chile ancho de color rojo y el de color oscuro, casi negro. El chile ancho aporta 534 calorías por cada 100 g, pero pocas veces consumimos más de una pieza, cuyo peso aproximado es de 20 g.

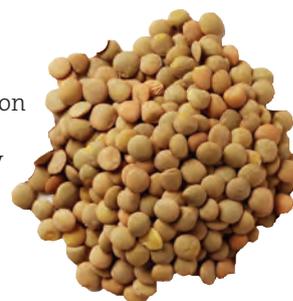
Para que los chiles secos se conserven en buen estado, guárdalos en una bolsa de papel o de plástico con perforaciones para que circule el aire, y manténlos en un lugar fresco y seco.



TIPS PARA COCER LENTEJAS

Antes de que las cocines, límpialas para quitarles las piedritas que puedan tener. No olvides remojarlas en agua templada para que se ablande la piel, y se cuezan más fácilmente. Y cuando las cuezas no les agregues sal, para evitar que se endurezcan.

¿Sabías que son ricas en proteínas, fibra y hierro?



Métodos para llevar fresca empacada a tu mesa

TECNOCONSERVACIÓN

La dinámica del mundo actual, caracterizado por la falta de tiempo, ha propiciado un ya conocido y reconocido mercado de comidas listas para llevarlas del empaque a la mesa.

No son nuevos ni poco conocidos los alimentos congelados que incluyen una variada gama de verduras y platillos; pero también ahora es posible encontrar en cualquier sección de congelados ensaladas listas para comerse o unos exquisitos chilaquiles que con únicamente calentarlos dejarán un buen sabor de boca al paladar más exigente.

Hoy más que nunca la industria de la alimentación valora el tiempo del consumidor y le ofrece un sinnúmero de opciones de comidas saludables, beneficiosas y convenientes.

CLASIFICACIÓN GAMA DE LOS ALIMENTOS

Existe, desde hace varias décadas, una clasificación denominada 'Gama', donde se agrupan frutas, hortalizas y alimentos preparados. Actualmente dicha denominación incluye hasta la Gama V y está determinada por el tratamiento que reciben los alimentos para su conservación.

En México los alimentos Gama existen, son conocidos y se consumen, sin embargo no se utiliza tal denominación para referirse a ellos como sucede en Inglaterra, Francia o España. Los productos de Gama IV y V son una buena alternativa cuando no se cuenta con mucho tiempo disponible para cocinar. Son caros, pero la frescura y calidad están garantizadas, ya que son seleccionados y desinfectados rigurosamente.

Su vida de anaquel es corta (entre tres y siete días, lo cual dependerá del tipo de alimento). Búscalos en los refrigeradores abiertos de los supermercados (generalmente los encontrarás en la sección de frutas y verduras), nunca en el área de congelados.

Es común encontrar los alimentos Gama IV en los principales supermercados de nuestro país; los Gama V se venden generalmente en restaurantes.

Es muy importante darle un manejo adecuado al producto, esto significa no romper la cadena de frío en la que deben conservarse, ya que hay ciertos microorganismos que precisamente se desarrollan a bajas temperaturas.

No olvides que una vez que hayas abierto el empaque, debes consumir el alimento. Lo anterior te permitirá disfrutar de todas sus características organolépticas (aroma, sabor y textura).

Alimentos Gama V en México... ¿Dónde?

En la Ciudad de México, desde hace algunos años hay restaurantes que ofrecen la opción de alimentos Gama V o mínimamente procesados. Son restaurantes que en su mayoría cuentan con un anexo o un pequeño espacio donde está la tienda gourmet o *delicatessen*.

Ahí puedes encontrar todo lo necesario para una cena: desde las bebidas, pan recién horneado y salsas, hasta menús rigurosamente preparados –con ingredientes de alta calidad– y deliciosos (alimentos Gama V), que sólo tendrás que calentar y disfrutar.

Muchos de estos restaurantes cuentan con un menú de alimentos "para llevar a casa", como ensaladas con lechugas orgánicas o pastas.



ATMÓSFERA MODIFICADA vs. ATMÓSFERA CONTROLADA

Para que los alimentos conserven todas sus propiedades y estén siempre aptos para el consumo, es muy común utilizar un método de envasado conocido como atmósfera modificada.

Esto significa inyectar algún gas una vez envuelto el producto (generalmente nitrógeno, por tratarse de un gas inerte) o utilizar el método de empaque al vacío, que evita reacciones de oxidación y detiene el desarrollo de microorganismos aeróbicos en la mayoría de los alimentos.

Existe también el método de envasado de atmósfera controlada, en el cual los alimentos se colocan en cámaras frías y si se detecta que las proporciones de gas no son las adecuadas, se inyectan más o se quitan los que no convienen. Este método se utiliza sobre todo para transportar o surtir productos perecederos fuera de temporada.

La desventaja de este método radica en que algunas veces las frutas, por ejemplo, no maduran en su totalidad o como se espera.

Mitos y verdades sobre la conservación de alimentos

Todos en algún momento nos hemos preguntado ¿se pueden guardar alimentos calientes en el refrigerador?, ¿en envases de plástico o de vidrio?, ¿y cómo los descongelo?, ¿es bueno consumir alimentos congelados?

María Covadonga Torre, directora de la Academia de Ciencias de la Escuela de Administración de Instituciones (ESDAI) de la Universidad Panamericana, otorga estos útiles consejos para conservar y descongelar alimentos:

- La refrigeración y congelación son los métodos que mejor mantienen la calidad nutritiva de los alimentos, pero el éxito dependerá del cuidado que se tenga al hacerlo. Siempre evita descongelar un alimento y volverlo a congelar.
 - Cuando se congela, el agua tiende a expandirse, ya que forma cristales y éstos rompen células que se pierden al momento de la descongelación. Por ejemplo, un trozo de carne al descongelarse pierde jugo y en éste vitaminas.
- Asimismo, hay microorganismos que no se eliminan durante la congelación y se reproducen al estar a cierta

temperatura, entonces si nuevamente congelas un alimento, probablemente se habrán desarrollado más microorganismos.

- Lo ideal es descongelar los alimentos dentro del refrigerador (la temperatura ambiente se favorece la proliferación de microorganismos); otra opción es hacerlo directamente con el método de cocción. Puedes utilizar el horno de microondas, pero corres el riesgo de que una parte de los alimentos se descongele y la otra se cueza.

- Los congelados sí tienen la misma calidad nutricional que los alimentos frescos, y una de sus grandes ventajas es que duran más tiempo.

- No es recomendable que los alimentos congelados estén más de cuatro horas a temperatura ambiente. Considera llevar una bolsa térmica o incluso una hielera para transportar tus compras si no vas a regresar de inmediato a tu domicilio.

- En tu visita al supermercado, deja hasta el final la compra de alimentos congelados y frescos.

- No refrigeres o congeles alimentos calientes, ya que ponen en riesgo tu refrigerador y los demás alimentos almacenados. Si guardas algo muy caliente todo el gabinete se calienta y los alimentos entran a la llamada zona de peligro de la temperatura (por arriba de 4° C).

- Si te urge guardar un alimento recién preparado te sugerimos acelerar el proceso de enfriamiento cambiándolo de recipiente y sumergiendo el refractario en agua fría.

- Las normas de manejo higiénico de los alimentos estipulan que todos los productos refrigerados deben estar por debajo de cuatro grados centígrados y los congelados a -10. Revisa tu refrigerador y congelador y procura mantenerlos en estos rangos.



Amalgama de métodos

Estas son las características de cada categoría en la novedosa nomenclatura Gama



GAMA I Son los alimentos frescos (verduras y todo tipo de carnes) que simplemente se refrigeran para conservarlos.

GAMA II Son los alimentos enlatados (conservas o vegetales) donde ya existe un tratamiento térmico para su conservación.

GAMA III En esta clasificación se incluyen todos los alimentos congelados.

GAMA IV Esta gama es conocida en nuestro país como alimentos mínimamente procesados y son particularmente vegetales y frutas cuidadosamente seleccionados, lavados, desinfectados y troceados a los cuales se les

elimina el agua. Una vez realizado dicho proceso, se envasan y quedan listos para el consumo.

En México los más conocidos son, por ejemplo, las ensaladas que se venden en bolsas flexibles o charolas y que traen incluso aderezo y crutones.

Estos alimentos no sufren ningún tratamiento térmico, se caracterizan por ser crudos y venderse frescos.



GAMA V Son alimentos preparados y cocidos que tienen la característica de conservar el sabor de un platillo "recién hecho" y, a diferencia de los precocidos, no contienen aditivos. El proceso de manufactura comprende: cocinar, envasar, quitar el oxígeno, sellar y refrigerar. El consumidor lo único que debe hacer es calentarlo adecuadamente.

Una de las ventajas de este tipo de alimentos es que el proceso de pasteurización y tratamiento térmico (someter el alimento a temperaturas elevadas) siempre es por debajo de los 100°C, por lo que casi no se afectan las sustancias nutritivas o el sabor y textura. De esta manera, su calidad organoléptica (color, sabor, textura) es excelente.

En este tipo de alimentos pueden encontrarse recetas típicas como chilaquiles, cochinita pibil o incluso pastas, carnes y pizzas. En México la clasificación Gama V se conoce como alimentos listos para calentar y consumir.

Cabe destacar que los productos Gama V ya se utilizan en nuestro país para disminuir las horas pico del servicio en varios comedores industriales –tanto de compañías públicas, privadas universidades e incluso en la Academia Militar.



La nutrióloga responde

PREGUNTA, QUE ES GRATIS

Sabemos que tienes un gran número de inquietudes y preguntas acerca de tu nutrición y la de tu familia. Nadie puede asesorarte mejor que una especialista acostumbrada a tratar con pacientes todos los días. De ahora en adelante, nuestra experta en nutrición **Leticia Huerta** se encargará de responderte hasta que no te quede ni un gramo de duda. Envíale un correo a rconsumidor@profeco.gob.mx con el asunto "Diván de nutrición".

La nutrióloga **Leticia Huerta** responderá a las dudas de interés general que lleguen a la **Revista del Consumidor**. Las cartas enviadas implican tu consentimiento para que sean editadas y publicadas. Toda la información que



envíes a nuestra publicación queda protegida conforme a los lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el Instituto Federal de Acceso a la Información.

Mi hijo de dos años es muy activo, aunque nunca lo han diagnosticado con algún síndrome de hiperactividad. Lo digo porque, generalmente, le cuesta conciliar el sueño; prefiere dar lata, andar de un lado al otro. ¿Es verdad que el azúcar es una especie de gasolina para los niños?, ¿qué los altera al punto de darles demasiada energía, la cual necesitan quemar? Es que me han dicho que no es conveniente darle dulces a mi hijo pasadas las 2:00 pm.

—**Maricruz Marina, Guadalajara, Jalisco.**

Maricruz, el azúcar es un hidrato de carbono, el cual es la principal fuente de energía para nuestro cuerpo. Además, nutre al cerebro, ¡por supuesto que es una gasolina para todas las personas! Pero eso de que "altera" a los niños no tiene ni pies ni cabeza.

Cuidado, el azúcar no se puede omitir de la dieta de un niño de dos años que está en pleno crecimiento y desarrollo. Tienes que evaluar qué tipo de azúcares le estás dando a tu hijo y qué cantidad, independientemente de la hora del día.

Si un niño está consumiendo más azúcares o hidratos de carbono de los que necesita su cuerpo y no realiza ejercicio, comenzará a subir de peso y a engordar. Lo que te recomiendo es que suspendas los chocolates y refrescos, ya que aceleran el ritmo del corazón. Bájale también a los dulces hechos con azúcar refinada.



Foto Archivo

¿Es verdad que cuando una persona tiene ganas de algo es porque el organismo lo necesita? Por ejemplo, dicen que los niños comen tierra porque necesitan calcio o que a la gente se le antoja algo ácido, como limón, porque necesita consumir vitamina C.

—**Rodrigo Linares, México, DF.**

Todos nacemos con la habilidad de "saber" las necesidades de nuestro cuerpo; lo que pasa es que con la influencia de los hábitos alimentarios de nuestros padres, el entorno social, cultural y económico, se va perdiendo gradualmente esta habilidad.

Por ejemplo, si a un niño de un año y medio o dos años de edad le ofreces en la comida un plato con diferentes alimentos

(fruta, queso, galleta), va a elegir comer lo que necesita su cuerpo, ni más ni menos. Por eso es importante ofrecer variedad en la alimentación a los hijos desde pequeños.

Ojo, me refiero a cantidades y tipo de nutrimentos.

El hecho de que los niños se llevan todo a la boca es otro asunto: es una manera de descubrir el mundo que les rodea y explorar las cosas que tienen cerca.

Además, no hay que olvidar que también influyen los gustos o las preferencias a los sabores de cada persona.



Foto Archivo

Sé que el tema de los "sueros de leche" ha sido tratado con suficiencia en la revista, pero me gustaría insistir: están distribuyendo en el país un producto llamado "Lebasi lactoserum", importado de Suiza, el cual (según la información del producto) posee 41 nutrientes en forma natural, entre ellos vitaminas, minerales y aminoácidos. Este producto es importado en Aguascalientes y es recomendado por la Sociedad Nacional de Medicina General, AC. ¿Tienen alguna noticia sobre este producto? ¿Es recomendable, en general? ¿Todos estos nutrientes los puedo adquirir de otra forma en un solo alimento? ¿Les parece justo el precio de \$250 por 500 g?

—**Beatriz Gordillo, Aguascalientes, Aguascalientes.**

Así es. Este producto es derivado de la leche de vaca y contiene numerosos nutrientes. Muchas veces compramos productos que vienen de otros países pensando que en México no contamos

con alimentos que cubran con las necesidades de nuestro organismo, pero no es así. Todos los nutrientes incluidos en este producto los puedes consumir de una forma mucho más natural, pero no en un solo alimento, sino en combinación de varios.

Si consumes diariamente un vaso con leche o yogur, dos veces alguna fruta (como naranja, manzana), dos veces alguna verdura (¿qué tal jitomate y espinaca?) y dos veces una porción de proteína animal (queso, huevo, pollo, pescado, atún o carne de res), es muy probable que hasta hayas consumido más nutrientes de los que contiene este producto y a un costo más económico.



Foto José Rodríguez

SEXUALIDAD

Dr. Juan Luis Álvarez-Gayou Jurgenson*

¿Alguna vez has sentido que tus obsesiones sexuales te controlan?, ¿o has perdido el control de tu voluntad por cuestiones sexuales? La idea de que hay personas adictas al sexo es errónea. El término adicción se refiere a una dependencia a drogas o fármacos, lo cual no tiene correspondencia en el ámbito sexual. Sin embargo, en la actualidad existen grupos de autoayuda que se denominan a sí mismos "adictos al sexo". En ellos, la mayor parte de las personas manifiestan tener relaciones sexuales indiscriminadas para cubrir carencias de cariño, afecto y amor. Ante esta situación, lo único que logran es sentir mucha frustración, ya que no son selectivos en sus relaciones y sólo encuentran sexo ocasional con personas que sólo buscan placer.

¿Compulsión o adicción sexual?

Hay personas con una vida sexual sumamente activa; ¿padecen adicción o compulsión por el sexo? Descúbrelo aquí

Ganar Salud

SUSCRÍBETE

Aprovecha la suscripción anual y obtén dos meses más ¡Gratis! Sólo \$300

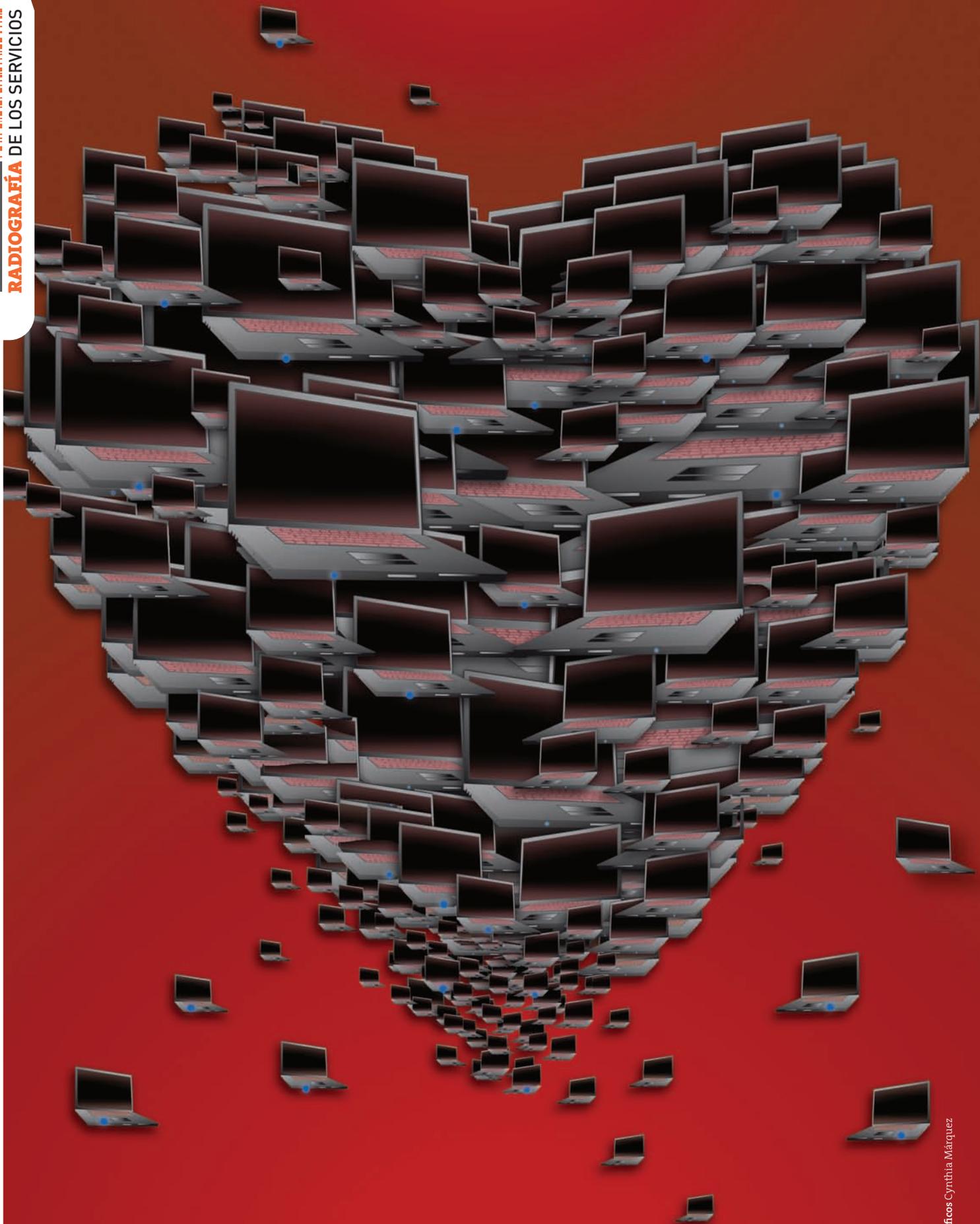


Ganar Salud

La revista que te cuida

Pediatría • Adolescentes • Salud para Él y Ella • En Plenitud • Nutrición
Salud Mental • Sexualidad • Del Siglo XXI • Medicina del Deporte y ¡Mucho Más!

¡Suscríbete ya!: 5515 3825 ó 5515 3818, suscribete@ganarsalud.com



Gráficos Cynthia Márquez



¿Cuánto por una celestina electrónica?

Aquello de “¡Pepita y Juanito se conocieron en la red!” ha dejado de ser una anécdota curiosa. El 31% de los usuarios de Internet en México ha buscado pareja en algún sitio web . Y pagan por ello. Videochat, test de personalidad, organización de maratones de citas... Aquí, el análisis de una explosión de servicios. **Por Faustino García**

Suponemos que las tribulaciones de Psique para alcanzar a Eros nunca tuvieron la dificultad añadida de un estilo de vida ajetreado hasta la neurosis. Queremos creer que las flechas de Cupido palidecen de debilidad ante la potencia conjunta de cientos de páginas web y laberintos virtuales que los consumidores transitan para encontrar su anhelada mitad faltante.

¿En qué consiste la *realización* del amor? En un ambiente de personalidades virtuales, la misma idea de *relación amorosa* se cuestiona. Sin embargo, el amor sigue y seguirá atado a la palabra.

Hasta hace poco más de una década, el lenguaje escrito impreso facilitaba la relación entre dos personas que aún sin conocerse se atraían; así existían los anuncios de contactos en periódicos y revistas, en los que el remitente se ocultaba bajo un seudónimo con un apartado postal, y debía esperar a que

alguien tuviera la iniciativa de escribir de vuelta, semanas después, cuando al fin saliera publicada la revista casadera.

Con Internet, todos estos intermediarios del amor han sido descontinuados, y Cupido ahora sólo se limita a ver mientras sus víctimas marchan de forma voluntaria hacia sus dominios. Actualmente hay más de una docena de sitios en español para buscar pareja que sirven de enlace para encontrar el alma gemela o el amor ideal, sin el peligro de un rechazo frente a frente.

El amor está en los periféricos

Cual Celestina electrónica, la red cuenta con toda una infraestructura mercadológica para propiciar la primera mirada entre Calisto y Melibea. El registro gratuito es el primer paso para exponerse en un aparador virtual que permite coquetear con otros usuarios cuya compatibilidad, en la mayoría de los casos,

haya sido comprobada de antemano. Sin embargo, para establecer comunicación con otro usuario es necesario suscribirse mediante el pago de una cuota. Del “tonteo” a la verdadera seducción hay dinero de distancia.

Una ventaja inicial es el anonimato de los participantes, pues nunca es necesario incluir datos personales como nombre completo, dirección o número de teléfono, y es sólo hasta que conocemos un poco más de la persona que se nos sugiere abrir nuestro corazón y nuestro mundo personal.

La relación virtual se desarrolla con alicientes periféricos, como el uso de cámara web, mensajes instantáneos en línea, videochats, mensajes por celular, llamadas, tarjetas o cartas y, finalmente, encuentros reales donde el desenlace depende de los protagonistas y no del sistema en que se conocieron. Celestina es propiciadora, no milagreira.

Cupido bajo la lupa

El acelerado ritmo del siglo XXI ha cambiado la forma de vida de los mexicanos. El índice de divorcios aumenta en un 12.5% y la edad promedio para casarse se sitúa entre los 25 y 28 años para mujeres y hombres, respectivamente.

Esta realidad se conjuga con los 22.3 millones de mexicanos usuarios de Internet. Casi una tercera parte de ellos tiene actividades de entretenimiento en la red y ha utilizado los servicios de búsqueda de pareja en línea.

Localizamos 10 sitios de búsqueda de pareja en línea en español y acompañamos a dos usuarios en el proceso de registro y uso de los diversos servicios que ofrecen. Todos los sitios visitados incluyen un espacio en la red para que el usuario coloque o exhiba sus datos y su foto (si lo desea); sin embargo, para poder aprovechar todas las herramientas en línea –envío de mensajes, salas de chat y videochat–, es necesario adquirir una membresía por un periodo de tiempo no menor a un mes.

Aunque todos los sitios especifican que están enfocados a personas mayores de

18 años, y en algunos casos hasta de 90 años, el público objetivo de estos servicios son personas en edad productiva, entre los 20 y 50 años. No están diseñados para personas con discapacidad visual y sólo algunos ofrecen el servicio de tutorial en línea.

En el cuestionario inicial algunos sitios solicitan el rango de ingresos del usuario: en el caso de **mx.match.com** es opcional, pero en el de **parship.com.mx** es forzoso. En **date.com** un campo obligatorio es la fe que se profesa y las metas en la vida.

Aunque incluir fotografía en el perfil de usuario gratuito es opcional, en la mayoría de las pantallas se comunica con bombo y platillo que para el usuario resulta muy beneficioso ser visto por los demás miembros del sitio.

Antes de contratar

Es necesario que cuentes con una cuenta de correo personal (gratuita) con un pseudónimo. Es mejor que evites incluir datos completos; así te resultará sencillo utilizarla como referencia al ingresar a los sitios de búsqueda de pareja.

Como en la contratación de cualquier servicio es importante que consultes varias opciones, puedes utilizar los servicios básicos de forma gratuita y así comparar el servicio por unos días.

Antes de dar clic para aceptar el servicio gratuito, recuerda que es tu derecho leer detenidamente las condiciones de uso o reglamento y las políticas de privacidad del proveedor, de esa forma sabrás a qué te estás comprometiendo.

Pago por ver

Todos ofrecen una opción gratuita para establecer contacto con personas, pero para poder contactar con otro usuario debes adquirir una suscripción. El costo de las membresías va de \$130 a \$500 si contratas sólo por un mes el servicio.

De acuerdo con información recabada en los sitios visitados, la tarifa disminuye si contratas por más tiempo. Si consideramos que el periodo más vendido es el de 3 meses, el desembolso se eleva a un rango entre \$279.30 y \$1,200, dependiendo de la empresa que se elija. **A continuación, detallamos en la tabla las tarifas de las diferentes modalidades.**

SEGÚN EL PLAN, LA PEDRADA

Tarifas de las diferentes modalidades

Sitio	Plan de usuario	un mes	3 meses	6 meses	12 meses
date.com ⁽³⁾	Saftpay	\$130.00	nd	\$400.00	
amigos.com	Resalta tu perfil en todos los resultados de búsqueda y mensajes	\$138.08	\$347.28	No	
cybercupido.com	Gold	\$139.00	\$348.00	\$585.00	\$891.00
corazones.com ⁽³⁾	Romance	\$139.30	\$349.29	\$629.28	
cybercupido.com ⁽³⁾	Tiempo fijo	\$139.30	\$349.29	\$587.28	\$895.32
cybercupido.com ⁽³⁾	Renovación automática	\$139.30	\$336.00	\$682.00	\$1,344.00
date.com ⁽³⁾	Tarjeta de crédito / paypal	\$139.30	\$279.30	\$419.16	\$698.88
amigos.com	Plateada	\$139.33	\$348.54	No	
juntos en línea.com.mx ⁽³⁾	Suscriptor	\$139.86	\$349.29	\$559.32	
puntodeencuentro.com.mx	Master	\$140.00	\$279.99	\$489.96	
cybercupido.com	Destacado	\$195.00	\$543.00	\$919.02	\$1,392.00
mx.match.com ⁽¹⁾	Suscriptor	\$275.00	\$549.99	\$850.02	\$2,000.04
amigos.com	Permite que los usuarios estándar te envíen mensajes sin que tengan que desembolsar dinero	\$277.55	\$166.90	No	
amigos.com	Dorada	\$278.16	\$366.00	No	
onedate.com ^{(2) (4)}	Onepass	\$423.30	\$950.64	\$1,511.64	
parship.com.mx	Premium	\$500.00	\$1,197.00	\$1,794.00	
be2.com/es	Premium	No ofrece	\$1,200.00	\$1,494.00	\$2,400.00

Fuente Información recabada en los propios sitios de las empresas la semana del 19 al 23 de enero 2009.

Nota: ⁽¹⁾ Paquete estrella 6 meses

⁽²⁾ Tarifas en euros convertidos a pesos al tipo de cambio de 17 x 1

⁽³⁾ Tarifas en dólares convertidos a pesos al tipo de cambio de 14 x 1

⁽⁴⁾ Ofrece servicio gratuito a mujeres que buscan pareja del sexo opuesto

¿Crédito, efectivo, chequera?

Las formas de pago que aceptan son muy diversas. Van desde pago en efectivo hasta transferencias electrónicas, aunque los propios sitios recomiendan que la compra se realice por medio

de tarjeta de crédito. El inconveniente es que la mayoría de los proveedores realiza la renovación automática para facilitar la navegación continua en línea, por lo que si optas por esta opción de pago es muy importante que revise

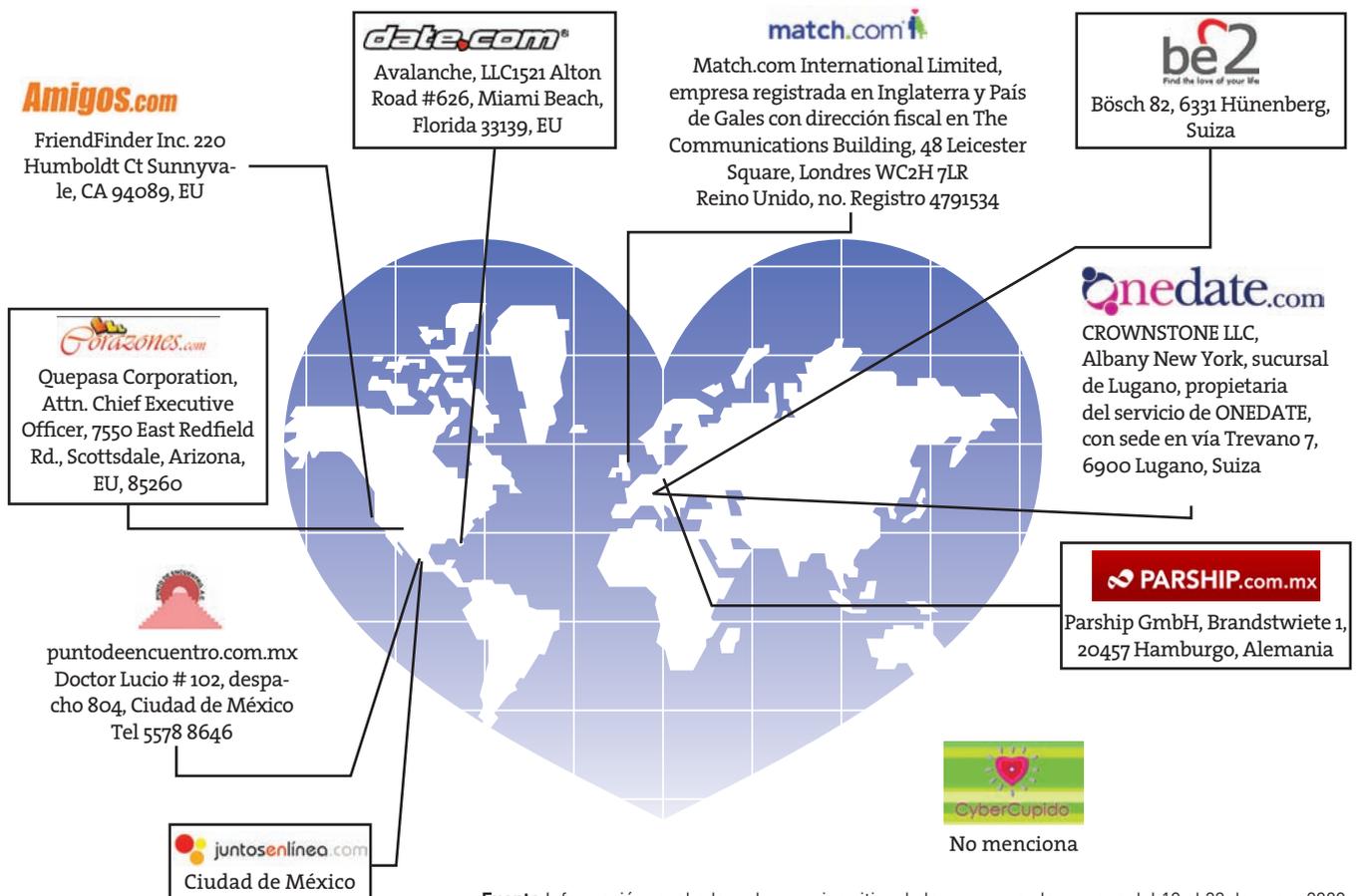
las condiciones de uso y que notifiques al proveedor, en ocasiones con dos semanas de antelación, que no deseas renovar. **A continuación, detallamos en la tabla las diferentes formas de pago para las páginas que estudiamos.**

Sitio	Tarjeta de crédito	Tarjeta de débito	Transferencia bancaria	Paypal	Western Union	Efectivo	Depósito bancario	Cheque	Giro postal	Saftpay
amigos.com	✓							✓	✓	
be2.com	✓									
corazon.es	✓	✓		✓						
cybercupido.com			✓			✓		✓		
date.com	✓			✓						✓
juntosenlinea.com.mx			✓	✓			✓			
mx.match.com	✓	✓	✓	✓	✓					
onedate.com	✓									
parship.com.mx	✓									
punto de encuentro	✓		✓	✓		✓				

Fuente Información recabada en los propios sitios de las empresas la semana del 19 al 23 de enero 2009.

UN NEGOCIO MULTINACIONAL

La mayoría de los sitios de encuentro tiene sus oficinas en países de habla inglesa.



Fuente Información recabada en los propios sitios de las empresas la semana del 19 al 23 de enero 2009.

Personalidad escrutada

Si bien no hay garantía de que se encuentre el amor ideal en línea (¿quién podría garantizar eso?), algunos sitios ofrecen herramientas adicionales para ayudarte en este proceso. Al menos tres de los sitios visitados tienen cuestionarios en línea para que el usuario se describa con más detalle en aspectos psicológicos y de percepción, los cuales incluyen preguntas de opción múltiple cerradas e interpretación de imágenes o reacción ante situaciones. El tiempo promedio para contestar estos test es de media hora.

Sitio	mx.match.com	parship.com.mx	be2.com/es
Test de personalidad	Sí	Sí	Sí
Número de preguntas	94	88	102
Categorías	19	5	4
Pantallas a desplegar	20	65	8
Tiempo aproximado en responder	30 minutos	24	19
Incluye opción de "Otro" en las respuestas	Sí	Sí	Sí
Solicita rango de ingresos del usuario	No	No	Opcional

Fuente Información recabada en los propios sitios de las empresas la semana del 19 al 23 de enero 2009.

RECOMENDACIÓN 1

Dando y dando

En varios de los servicios en línea para encontrar pareja puedes pagar en línea, así que recuerda que los sitios que utilizan Internet para realizar una transacción comercial deben contar con la siguiente información:

Nombre del sitio	Domicilio físico (calle y número, colonia, código postal, delegación o municipio, ciudad y estado)	Número telefónico fijo	Los sitios donde el usuario pueda comprar y pagar en línea deberán contar con una medida de seguridad (Secure Socket Layer, SSL) para encriptar datos personales y financieros en la página donde soliciten esta información
		Correo electrónico	

Es recomendable que cuando los niños utilicen Internet sean vigilados por los padres con un horario establecido y es responsabilidad de los adultos que se cumpla cabalmente.

RECOMENDACIÓN 2

Cuidado con los niños

En México, los menores suelen navegar sin compañía por la red, y el chateo con desconocidos es una práctica habitual entre uno de cada tres adolescentes, según los resultados del estudio *La generación interactiva en Iberoamérica*, realizado por Fundación Telefónica en 2008, entre la población escolarizada comprendida entre los 6 y los 18 años de siete países de América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela.

Los sitios de búsqueda de pareja solicitan la confirmación de que el usuario es mayor de edad. Por ejemplo, match.com México menciona que: "es posible que los niños, incluidos los adolescentes, no sean capaces de tomar decisiones con conocimiento de causa sobre la información personal que se solicita online... Por lo tanto, no se dirige ni a niños ni a adolescentes (menores de 18 años) al recabar información".

Lo anterior obedece a que el cerebro completa su desarrollo neurológico a los 18 años, de acuerdo con la psiquiatra Rosario Alonso Martínez. Es hasta entonces que fisiológicamente se cuenta con el entendimiento, buen juicio y el control de los comportamientos riesgosos.

El hecho de que los menores estén en casa, seguros físicamente frente a la computadora, no implica que lo estén emocional o mentalmente. Por ello, es recomendable que cuando los menores utilicen Internet sean vigilados por los padres con un horario establecido. Es responsabilidad de los adultos que el horario se cumpla, incluso con "reloj en mano", enfatiza la Dra. Alonso, quien es especialista en adicciones juveniles. De esta forma, lograrás prevenir la depredación sexual y la incentivación infantil para citarse con desconocidos y poner en riesgo su integridad física.



Foto Archivo

LOS QUE SON GRATIS Principales servicios gratuitos

Sitio	mx.match.com	parship.com.mx	be2.com	amigos.com	puntodeencuentro.com.mx	corazones.com	date.com	cybercupido.com	onedate.com	juntosonline.com.mx
Servicio	No suscriptor	Gratuito	Registrado	Inscripción gratis	Básico	Amistad	Gratuito	Inscrito	Sin Onepass	Inscrito
Crear perfil	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Incluir fotografía	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Hacer búsquedas	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Envío de piropos	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
Recibir solicitudes	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
Buscar personas compatibles	✓	✓	✓	✓						✓
Test de personalidad	✓	✓	✓							
Resultados inmediatos del test	✓	✓	✓							
Comunicarte con usuarios paquete Estrella / Gold	✓	✓						✓		
Video introductorio				✓						
Audio introductorio				✓						

LOS QUE TE CUESTAN Principales servicios de paga

Sitio	mx.match.com	parship.com.mx	be2.com	amigos.com	puntodeencuentro.com.mx	corazones.com	date.com	cybercupido.com	onedate.com	juntosonline.com.mx
Servicio	Suscriptores	Premium	Premium	Dorada	Master	Romance	Dorada	Miembro Gold	Onepass	Membría
Contactar con otros usuarios	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Enviar mails	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Responder mails	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Saber quién ha visto tu perfil	✓	✓				✓		✓		
Eliminar perfiles de las búsquedas	✓					✓				
Con paquete Estrella/ Gold cualquier usuario puede escribirte	✓							✓		
Resultados inmediatos online del test									✓	
Chat						✓	✓	✓	✓	✓
Área privada, calculadora, inscripción VIP									✓	
Videochat						✓				
Acceso a videos completos de otros usuarios				✓						
Acumular puntos								✓		
Mensajes de audio y video							✓			

Fuente Información recabada en los propios sitios de las empresas la semana del 19 al23 de enero 2009.



Los servicios de búsqueda de pareja en línea ofrecen de forma gratuita el registro de los participantes. Sin embargo, para tener contacto con usuarios compatibles se debe pagar una mensualidad, cuyo costo oscila entre los \$130 y \$500.

Llegando a la fiesta...

Desde hace más de una década, el sitio www.puntodeencuentro.com organiza reuniones, los viernes por la noche, en un restaurante bar de la Ciudad de México. Para animar a los asistentes cuenta con música grabada para bailar.

De acuerdo con el Lic. Raymundo Olea, creador de este concepto, estas reuniones no son entre extraños, sino “de amigos que no han sido presentados”.

Para asistir no es necesario ser miembro; sólo hay que pagar un cover (con derecho a tres bebidas) de \$150 para las damas y \$190 para los caballeros para convivir dentro de un grupo que va de 70 personas a más de 100.

Al llegar a la reunión, te ofrecen una suscripción (\$100) en promoción (\$50), así como la posibilidad de anunciarte en la versión impresa de su directorio de contactos (\$200).

El ambiente es agradable y seguro, la concurrencia es de mediana edad (mayores de 30) y la mayoría tienen bastante tiempo asistiendo a estas reuniones, no tanto para encontrar pareja sino como un círculo de amigos.

Testimonio

Virtualmente enamorada

Hace 12 años, Fátima entró en una depresión muy fuerte, originada por su divorcio. Una de sus hijas adolescentes le recomendó usar Internet para distraerse. “Ella me prestó su dirección de correo electrónico y me mostró algunas salas de chat”, recuerda, y así comenzó a navegar en la red, a conocer personas y a distinguir a los usuarios honestos de los que no lo son.



Gráfico Cynthia Márquez

Poco después descubrió un grupo de Hotmail donde encontró afinidad con el resto de los participantes. Con el tiempo, los miembros del grupo decidieron conocerse y se citaron en un restaurante. Actualmente combinan sus encuentros virtuales con reuniones esporádicas en las distintas ciudades de origen.

Hoy en día es la satisfecha anfitriona del grupo y aunque nunca ha pagado por usar un servicio de búsqueda de pareja, reconoce que ha tenido incluso un novio español.

¿A qué edad empieza la cacería?

7.5%

de los hogares son unipersonales

25

La edad promedio de las mujeres que se casan



27.8

La edad promedio de los hombres que se casan

¿Y las segundas vueltas?

12.3%

Es la tasa de divorcio



34.9

La edad promedio de las mujeres que se divorcian



37.6

La edad promedio de los hombres que se divorcian

Fuente cuentame.inegi.gob.mx

Costos paralelos de ligar en Internet

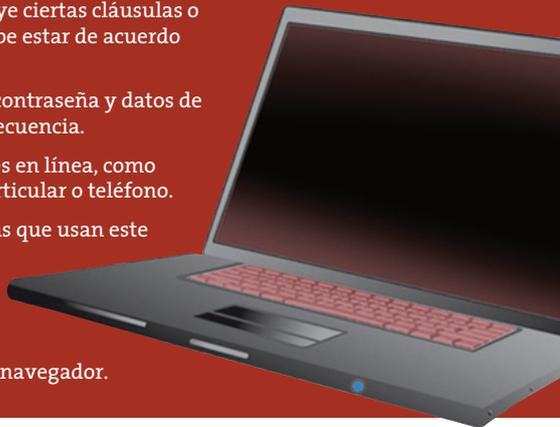
Además de la tarifa mensual por suscribirse en los servicios de búsqueda de pareja, debes considerar el gasto en adquirir o equipar un equipo de cómputo y la conexión a Internet para poder tener esas románticas charlas como si estuvieras junto a tu amante.

Artículo/servicio	Desde \$	Hasta \$
Computadora	5,000	8,000
Servicio de Internet	389	687
Webcam	500	1000
Audífonos	90	350
Micrófono	60	100

RECOMENDACIÓN 3

Sé tú mismo

- Cuando estés en una cita virtual, sé lo más sincero posible en cuanto a gustos, aficiones, intereses o descripción física; de ello dependerá que las personas indicadas hagan contacto.
- Revisa las condiciones de uso, reglamentos y políticas de privacidad; la mayoría incluye ciertas cláusulas o reglas con las que el usuario debe estar de acuerdo antes de registrarse.
- No compartas los datos de tu contraseña y datos de usuario. Cambia tu clave con frecuencia.
- No compartas datos personales en línea, como nombre completo, dirección particular o teléfono.
- Ojo: es posible que las personas que usan este tipo de comunicación no sean quienes dicen ser.
- Al terminar de navegar en el sitio que visitaste, utiliza la opción Salir y cierra siempre tu navegador.



Glosario

Anuncio de contacto

Es una descripción personal que crea una persona que busca pareja. Incluye información sobre nivel de estudios, intereses y situación familiar. Incluso es posible adjuntar una o más fotos personales.

Guiño o beso virtual

Es una manera de romper el hielo y de mostrarle tu interés al prospecto, sin necesidad de escribirle texto.

Contactos webcam

Son espacios donde los usuarios establecen contacto de audio y video vía cámara a través de la red.

Perfil de usuario

La recopilación de datos personales del usuario que las páginas web tienen en su base de datos. Dependiendo del tipo de suscripción (gratuita o de pago), se tiene acceso a todos los miembros, sólo a los candidatos afines o sólo a una parte de ellos.

Red social o comunidad virtual

Es un tipo de aplicación web que sirve para poner en contacto a las personas con sus amigos y hacer nuevos amigos en el proceso.

Single Coaching

Persona integrante de un portal que a través de sus conocimientos de psicología y relaciones personales, ayuda y asesora a los usuarios desde una perspectiva científica.

Speed Dating

Es una variante de la clásica cita a ciegas. Un grupo numeroso de hombres y mujeres se reúnen en un bar para conversar en un tiempo determinado. Después, cada usuario escribe en un papel el nombre de la persona a quien quiera conocer más detalladamente. Si hay interés mutuo, la organización se encarga de facilitar los datos personales, si los propios "singles" no lo han hecho todavía.

Test de personalidad

Pruebas que, con base en preguntas con cierto rigor científico, estudian parámetros de la personalidad humana y ayudan a crear un perfil psicológico del usuario. Con esta base proponen parejas potencialmente compatibles.



Crónica de una tarde de *speed dating*

Cazando dragones en siete minutos

Para aquellos que vivimos con angustia el hecho de no tener pareja, las opciones parecen ser muy cortas cuando de encuentros frontales se trata, pero muy amplias para hallarlas en línea. Así es como un soltero se encuentra de pronto frente a 15 mujeres, a las cuales debe conocer, juzgar y escoger en un par de horas.

Por Alejandro García Williams

El amor es maravilloso. Es la luz que ilumina el universo, el motor que hace que el mundo gire, el perfume que da fragancia a las flores. O eso es lo que diría una persona infatuada, que encontró ese amor al que Mario Benedetti llama "un centro", el que está en la obertura *Genoveva* de Robert Schumann.

O, muy por el contrario, para aquel que ha sido despechado, para el que ha sido abandonado, el que nunca lo ha conocido, el amor no es más que un tirano, una maldición, un tiradero de basura sobre el cual viertes todas tus angustias y te da razón para todos tus malestares.

Maravilloso o tiránico, nadie puede escapar de él. En un cuento de hadas del medioevo, hallar el amor era muy fácil. El caballero rescataba a la damisela del dragón o del malvado alguacil o del brujo y la relación estaba armada. No importaba la apariencia, no importaba el carácter, no importaba el sueldo. Nada más salva a la chica, y es tuya.

En ese sentido, el *speed dating*, ese evento en el que conoces tanta gente como puedas durante citas de apenas unos minutos, es similar. Sólo que hombres y mujeres juegan ambos papeles, el de caballero y el de damisela, el de

rescatista y el de atrapado. Aquel que ofrezca vencer al maligno dragón que es la soledad, vivirá feliz para siempre (por *siempre* entendemos el lapso entre el inicio de una relación y el momento en que, o ambos terminan por detestarse o ambos logran superar adversidades y ser, en efecto, felices).

Tomar la decisión de llenar ese formato en línea no es fácil. Pero yo, siendo un valiente hidalgo, convencido de que el amor galante está allá afuera, agregué mis datos, contesté un breve test psicológico que buscaba determinar si podría ser yo un posible



Citas para todo gusto

Además del servicio regular de Speed Dating Club, hay eventos organizados como viajes, club de lectura, cineclub y encuentros especiales de acuerdo con gustos y preferencias. Hay reuniones para ex alumnos de algunas de las principales universidades del país, como la Universidad Iberoamericana, el Tecnológico de Monterrey, la UP, Anáhuac, etc. Y si tu tendencia es mirar a las personas de tu mismo sexo con ojos de amor, también hay un servicio para gays.

El evento que más llama la atención es el “Speed dating para los más guapos”. ¿Según quién? Los organizadores, seguramente, aunque no descubrimos el mecanismo de elección.

asesino serial (aparentemente no lo soy) y accedí a tener entre 10 y 20 citas de siete minutos el sábado siguiente.

“¿Quién irá a este tipo de encuentros?”, era mi pregunta más recurrente. “¿Será algo más cotidiano de lo que creo?” Sé que Steve Carell lo hizo en *Virgen a los 40*, pero vamos, ¡él era virgen y tenía 40!

Al día siguiente, una misiva del reino de las parejas rápidas, sellada con la cera electrónica, me confirmaba para participar en el evento/cena, además de una llamada de no una de las damiselas en peligro, sino de la organizadora de las damiselas en peligro.

Unos 45 minutos antes de la cita (o citas, mejor dicho), me llegó un mensaje de texto a mi celular, recordándome sobre el evento. Desde luego yo no quería llegar a la hora en punto. ¿Por qué romper el encanto del anonimato presentándome antes al encuentro, y dejando que todos me juzgaran previamente a mis siete minutos de interacción?

Cuando por fin llegué, con 15 elegantes minutos de retraso, el salón estaba lleno. Traté de no escudriñar a nadie demasiado, esperando que todos hicieran lo mismo conmigo. No quería sacar ninguna conclusión anticipada y de antemano escoger a alguien para robármela y gritar “¡jella es, ella es, no hay necesidad de seguir con esta charada! Apartad a todos

los demás caballeros, no vaya a ser que al final no me elija”. No, cumpliré con todas mis citas. Quince, según me informó la coordinadora. Quince oportunidades de encontrar el amor en tres horas.

Para empezar mi cabalgata hacia el romance, debía recibir un nombre. “Te llamarás ‘Alex’”. No, espera, ya hay un caballero con ese nombre. “¿Qué tal ‘el otro Alex’?”, sugirió una voz. “¿Por qué habría yo de ser ‘el otro’? ¿Que cambie él su nombre!” Y al parecer, ya lo había hecho. Un tercer Alejandro en disputa del apelativo había tenido que tomar ‘Aleks’. “‘Alejandro’ servirá”, y así fue; como ‘Alejandro #9 (para encontrar la mesa)’ comencé mi búsqueda.

Las reglas eran básicas. Nada de intercambiar información de contacto en la mesa, nada de obligar a la otra persona a apuntarte en su lista. Los hombres se movían alrededor de las mesas, las mujeres se quedaban sentadas y a los siete minutos, una campana nos indicaría la hora de cambiar. En la hoja para anotar con qué persona habías hecho *clic*, venían una serie de preguntas sugeridas (“¿Qué es lo más tonto que has comprado?” “¿Qué pedirías en tu última cena?”) por si se te acababan los temas de conversación en esos tormentosos e interminables siete minutos.

Estaba yo seguro de no necesitar ningún tipo de salvavidas conversacional, así que descarté esas cuestiones y me dirigí a mi mesa. Por desgracia, la damisela con el #9 en su gafete no aparecía por ningún lado. Al parecer, se trataba de una emergencia y había tenido que huir del lugar. Valiente forma de comenzar: sin cita, sentado en una mesa vacía mientras otras 14 parejas felizmente encontraban puntos en común. ¿Sería ese el tenor de la velada, un indicativo de que no encontraría lo que mi corazón buscaba con tanto anhelo?

Afortunadamente, esos 420 segundos transcurrieron tan rápido como cualquier intervalo normal de 420 segundos puede hacerlo, y en un instante me encontré frente a la primera chica, cuya conversación no resultaría diferente a la de la segunda, la tercera o la octava. A todas les relaté las dificultades para escoger un nombre digno que poner en mi gafete, y a todas parecía caerles en gracia, aunque es difícil saber si esto era por cortesía o por sinceridad. Y todas tenían siempre la misma profunda y necesaria pregunta, en todas sus variaciones posibles: “¿A qué te dedicas?” “¿En qué trabajas?” “¿Cuál es tu profesión?” En revistas.

En revistas. En revistas. Casi todos los asistentes éramos profesionistas, así que reconozco que era una pregunta pertinente, pero la sexta vez que escuché este cuestionamiento, quería volverme loco y en mi locura inventarme los empleos más fantásticos. "Soy catador de bebidas energéticas." "Soy espía para un país que no puedo nombrar." "Soy el tipo que coloca las bombillas en los techos de los centros comerciales, esos que parecen inalcanzables". ¿De verdad le interesa al amor saber a qué me dedico como carta de presentación? Tal vez era un poco pretensioso esperar de entrada algo tan incómodo como "¿cuáles son

otro lugar podrías conocer gente de tan diversas índoles, desde periodistas hasta químicas, traductoras, maestras y psicólogas, todo en la comodidad de 15 mesas en 4 metros cuadrados?"

Había historias fascinantes, otras aburridas. "Lo mejor es venir con la mente abierta", me decía mi cita número 7, mientras que la novena me aseguraba que "en una de esas, encuentras a la persona ideal". La confesión más reveladora, sin embargo, tal vez por ser la más sincera y la que mejor englobaba la situación fue promulgada por la tercera cita sieteminutina: "me siento muy sola". Para tomar la decisión de venir a exponerte

Cuando la quinceava cita terminó, me marché después de llenar mi tarjeta. Había apuntado a tres personas que me parecieron interesantes, con la esperanza de que ellas me hubieran anotado a mí también. Había que correr un riesgo más: descubrir que nadie había hecho *clic* contigo y que ésta tampoco era una opción para encontrar el amor.

Mirando a esas otras 14 parejas hablar, hacer el esfuerzo por presentar su mejor cara y sus mejores credenciales, todo parecía... frío. Ver estas preguntas estudiadas, esa falsa seguridad que otorga la certeza de que no importa lo insulso o encantador que puedas ser, la otra

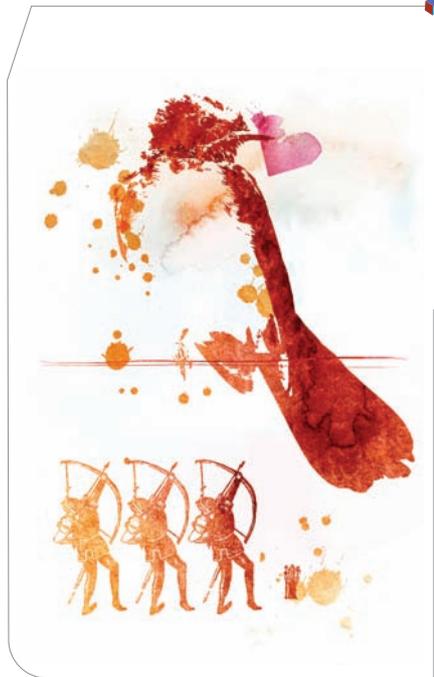
“La confesión más sincera y contundente fue ‘me siento sola’.”

tus sueños?" o algo tan pedestre como "¿cuál fue la última película que te hizo llorar?", pero eso es lo que esperaría saber Alejandro, el caballero, sobre la princesa que rescataría de las fauces del dragón, aunque supongo que algunos datos sobre lo que haces para vivir nunca están de más. Al fin y al cabo, ¿en qué

(no en el sentido de peligro, porque todo está muy bien controlado y al parecer no hay desaciertos por parte del staff, sino quedar expuesto en el sentido emocional) se necesita gran valentía. Es lanzarse a buscar algo desconocido y tal vez inexistente, como verdaderos caballeros de la corte tras dragones, temerosos ante la posibilidad de encontrarlo, pero más aterrados por la idea de no hacerlo. Y es que el común denominador de todas las personas que estaban reunidas en el café era ese: la soledad. Nadie estaba ahí convencido de que encontraría a su pareja ideal, sino esperanzado de que tal vez podría suceder algo diferente con sus vidas y conocer a alguien 'especial'. Y si no resulta ideal, al menos hallar a alguien con quien compartir la soledad.

persona te tiene que escuchar durante al menos siete minutos, era como ser un espectador de una película de terror, donde el asesino despiadado, en este caso la nula espontaneidad, con todo y sierra eléctrica, machete y guante de navajas, descuartizaba cualquier dejo de magia y romanticismo que pudiera existir entre los que estábamos ahí. No había cosquilleo, no había palpitations aceleradas ni fantasías inmediatas. Todo era medido y estudiado. Eso sí, presentado de forma impecable por los organizadores, y con la compensación más grande que 100 pesos de suscripción mensual que un servicio de citas rápidas puedan pagar.

Tal vez sólo fui yo. Tal vez las otras 14 parejas encontraron algo único y especial, y los caballeros rescataron a las princesas. Tal vez esto ha sucedido en cada encuentro. "Pronto nacerá el primer bebé surgido de una relación de este servicio de *speed dating*", me decía la más entusiasta de las coordinadoras. Tal vez sólo fui yo, pero sin el caos, la angustia y el desorden emocional que, supongo, será hallar el romance verdadero y total, la lucha por salvar a la damisela no parece digna de ser peleada. Como sea, me quedan tres meses de suscripción, así que regresaré el siguiente fin de semana, con una mejor historia sobre mi profesión. "Soy cazador de dragones". Sí.



¿Casado y buscando?

La página de citas ashleymadison.com es exclusivamente para gente con pareja que quiere tener una relación extramarital. Sólo opera en Estados Unidos y Canadá, en donde se promocionan con el lema "La vida es corta. Ten una aventura".



Foto Archivo

En esta época en que el tiempo para cocinar se achica sin remedio, una buena pechuga de pollo fresco está destinada a perder puntos frente a los populares bocadillos fritos y empanizados, listos para el sartén. Pero, ¿qué tal te suena una carga extra de carbohidratos y grasa? ¿Menos proteína? ¿Y un precio, kilo por kilo de pollo, cinco veces más alto? Entre las marcas de nuggets hay notables diferencias.

Esos carísimos



trozos de ¿pechuga?

Los nuggets, un producto que goza de gran aceptación entre los niños y también entre nosotros, esforzados padres que intentamos hacerlos comer, forman parte de la denominada 'comida rápida', que nos brinda buena ayuda a la hora de preparar algo sabroso con rapidez. Está claro que el término se popularizó gracias a esas cadenas de restaurantes donde los infantes aprovechan además el entretenimiento de diversos juegos y aparatos instalados en sus patios, una estrategia más de comercialización.

La disminución del tiempo que se destina a la preparación de comidas ha llevado a un aumento en el consumo de alimentos ya preparados o semilistos, entre los cuales destacan los nuggets (bocadillos) de pollo.

Los nuggets de pollo fueron introducidos en el mercado como piezas sólidas de carne de pechuga, que se troceaba en forma de triángulo y, tras el empanizado, eran sometidas a fritura. Sin embargo, este proceso original ha derivado actualmente en otras formas de elaboración; la creciente demanda ha provocado una necesidad continua de emplear nuevas materias primas y usar tecnologías que

permitan mejorar su aspecto y también sus rendimientos. Como resultado, la cantidad de pollo en ellos ha disminuido y no se compone necesariamente de la pechuga; algunas marcas también suelen utilizar pierna, muslo, carne deshuesada de otras parte del pollo, pasta de pollo e, incluso, piel. Además, se adicionan otros ingredientes como agua, aceite vegetal, harinas, almidones, sal, saborizantes, especias y proteína de soya. Hoy llamamos a esta extraña composición nugget.

¿Qué buscamos en los nuggets?

Se evaluaron 17 marcas distintas de nuggets que se comercializan para preparar en casa y dos de los que se venden en dos restaurantes de comida rápida: McDonald's y Chazz. En lo que toca a estos últimos, elegimos al azar un par de establecimientos; con esto queremos remarcar que los resultados provenientes de nuggets de otras cursales podrían ser diferentes.

En todos los casos se verificaron sus contenidos de proteína, carbohidratos, grasa y el aporte calórico. También se revisó que la información fuera veraz y no causara confusión.

Ficha técnica

Periodo del estudio: 26 de noviembre de 2008 al 15 de enero de 2009

Periodo de muestreo: 26 de noviembre de 2008 al 08 de enero de 2009

Marcas analizadas: 19

Pruebas realizadas: 2,196



Se evaluaron 17 marcas de nuggets que se comercializan para preparar en casa y dos de aquellos que se venden en los restaurantes McDonald's y Chazz.



Nuggets de pollo

¿Y los nuggets

FOSTER FARMS

(950 g • \$12.60/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets de

pechuga de pollo

PAÍS DE ORIGEN EU



HALLAZGOS

- La tabla nutrimental no está conforme a la norma
- Tuvo hasta 4.2% menos proteína de la declarada
- No demostró contenido de carne
- Grasa promedio 13.6%
- Proteína promedio 14.3%
- Carbohidratos promedio 18.1%
- kcal/100g 251.6



KW FOODS

(400 g • \$4.25/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets de pollo empanizados

precocidos y congelados individualmente

PAÍS DE ORIGEN México



HALLAZGOS

- Tuvo hasta 29.9% más grasa de la declarada
- No declara ingredientes en orden cuantitativo decreciente
- Carne de pollo 24.2%
- Grasa promedio 15.6%
- Proteína promedio 13.2%
- Carbohidratos promedio 19%
- kcal/100g 269



SUGERENCIAS DEL CHEF

DINONUGGETS

(360 g • \$8.10/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets de pollo empanizados

PAÍS DE ORIGEN México



HALLAZGOS

- Tuvo hasta 4.2% menos contenido neto y 3.5% menos grasa de la declarada
- No declara ingredientes en orden cuantitativo decreciente
- Pollo y pasta de pollo 35%
- Grasa promedio 12.2%
- Proteína promedio 13.7%
- Carbohidratos promedio 25.4%
- kcal/100g 265.9



TYSON

(500 y 900 g • \$8.10/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets de

pechuga de pollo empanizados

PAÍS DE ORIGEN México



HALLAZGOS

- Ostenta 65% de carne, pero la pechuga de pollo sólo compone un 54%; descubrimos un 11% de piel de pollo
- Grasa promedio 16.1%
- Proteína promedio 13.7%
- Carbohidratos promedio 13.8%
- kcal/100g 255.2



LIBRA

(900 g • \$6.20/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets de

pollo precocido

PAÍS DE ORIGEN México



HALLAZGOS

- Tuvo hasta 9.7% menos grasa de la declarada y 3.1% menos proteína de la declarada.
- No declara ingredientes en orden cuantitativo decreciente
- Carne de pollo 61%
- Grasa promedio 9.9%
- Proteína promedio 13.8%
- Carbohidratos promedio 18.2%
- kcal/100g 216.6



VALLEY FOODS

(900 g • \$5.45/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets de

pollo precocido

PAÍS DE ORIGEN México



HALLAZGOS

- Tuvo hasta 12% menos grasa de la declarada.
- No declara ingredientes en orden cuantitativo decreciente
- Carne de pollo 58.7%
- Grasa promedio 9.6%
- Proteína promedio 14.5%
- Carbohidratos promedio 15.3%
- kcal/100g 205.8



SUGERENCIAS DEL CHEF

(450 g • \$6.65/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets de

pechuga de pollo

PAÍS DE ORIGEN México



HALLAZGOS

- No declara ingredientes en orden cuantitativo decreciente
- Pollo y pasta de pollo 35%
- Grasa promedio 12.1%
- Proteína promedio 12.6%
- Carbohidratos promedio 21.8%
- kcal/100g 246.4



SUGERENCIAS DEL CHEF

DINONUGGETS

(360 g • \$8.30/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets de

pollo (empanizados prefritos)

PAÍS DE ORIGEN México



HALLAZGOS

- Tuvo hasta 11.9% menos grasa de la declarada
- No declara ingredientes en orden cuantitativo decreciente
- Pollo y pasta de pollo 35%
- Grasa promedio 11.1%
- Proteína promedio 12.6%
- Carbohidratos promedio 24.5%
- kcal/100g 248.3



SUGERENCIAS DEL CHEF

(425 g • \$9.20/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets de

pechuga de pollo con queso

PAÍS DE ORIGEN México



HALLAZGOS

- Tuvo hasta 1.8% menos proteína de la declarada.
- No declara ingredientes en orden cuantitativo decreciente
- Pollo y pasta de pollo 29%
- Grasa promedio 12.5%
- Proteína promedio 14.4%
- Carbohidratos promedio 22.1%
- kcal/100g 258.6



de pollo, mamá?

ADVANCE FOOD DE MÉXICO
(454 g • \$6.30/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets de pollo empanizados
PAÍS DE ORIGEN EU



HALLAZGOS

- Tuvo hasta 4.7% menos contenido neto del declarada y 10.1% más grasa de la declarada.
- La tabla nutricional no está conforme a la norma
- No demostró contenido de carne
- Grasa promedio 14.2%
- Proteína promedio 11.6%
- Carbohidratos promedio 22.7%
- kcal/100g 265.6

ADVANCE FOOD DE MÉXICO
(454 g • \$6.95/100 g)

DEN. Nuggets de pollo con queso
PAÍS DE ORIGEN EU



HALLAZGOS

- La tabla nutricional no está conforme a la norma
- No demostró contenido de carne
- Grasa promedio 14.3%
- Proteína promedio 11.2%
- Carbohidratos promedio 27.1%
- kcal/100g 282.1

GOLDEN HILLS

(500 g • \$8.40/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets de pollo empanizados
PAÍS DE ORIGEN México



HALLAZGOS

- Tuvo hasta 530% más grasa de la declarada
- No declara ingredientes en orden cuantitativo decreciente
- Carne de pollo 24.2%
- Grasa promedio 15.1%
- Proteína promedio 13.6%
- Carbohidratos promedio 27.2%
- kcal/100g 298.7

DISNEY MICKEY

(500 g • \$10/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets de pollo sabor casero rebozados
PAÍS DE ORIGEN México



HALLAZGOS

- Tuvo hasta 446% más grasa de la declarada
- No declara ingredientes en orden cuantitativo decreciente
- Carne de pollo 23.3%
- Grasa promedio 13.1%
- Proteína promedio 14.4%
- Carbohidratos promedio 22.2%
- kcal/100g 264.0

GOLDEN HILLS

(500 g • \$8.40/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets de pollo rebozados
PAÍS DE ORIGEN México



HALLAZGOS

- Tuvo hasta 448% más grasa de la declarada
- No declara ingredientes en orden cuantitativo decreciente
- Carne de pollo 23.3%
- Grasa promedio 13.1%
- Proteína promedio 14.0%
- Carbohidratos promedio 22.3%
- kcal/100g 263.3



PILGRIM'S PRIDE
NUGGETINES

(500 g • \$8.40/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets 100% de pechuga de pollo cocido
PAÍS DE ORIGEN EU



HALLAZGOS

- No presenta lote ni caducidad
- Ostenta 85% de pechuga de pollo, pero tiene 68%
- Carne de pollo 68%
- Grasa promedio 16.2%
- Proteína promedio 12.9%
- Carbohidratos promedio 16.1%
- kcal/100g 262.0

BACHOCO JUNGLA

(450 g • \$9.55/100 g)

DENOMINACIÓN Nuggets de pollo empanizados y cocidos
PAÍS DE ORIGEN México



HALLAZGOS

- Tuvo hasta 14.6% mas grasa de la declarada y 32.6% menos proteína de la declarada
- No declara ingredientes en orden cuantitativo decreciente
- Carne de pollo 32.7%
- Grasa promedio % 12.6
- Proteína promedio % 9.9
- Carbohidratos promedio 29.1%
- kcal/100g 269.4



Nuggets de Pollo

en establecimientos de comida rápida

CHAZZ

(6 piezas • \$28.90/100 g)

TIPO Nuggets de pollo



HALLAZGOS

- Grasa promedio 16.6%
- Proteína promedio 17.5%
- Carbohidratos promedio 17.4%
- kcal/100g 289.3



MCDONALD'S MCNUGETS

(10 piezas • \$25.00/100 g)

TIPO Nugget de pollo



HALLAZGOS

- Grasa promedio 15.6%
- Proteína promedio 15.1%
- Carbohidratos promedio 22.9%
- kcal/100g 292.5



EL LABORATORIO SE PUSO A COCINAR



NUESTROS PROPIOS NUGGETS

En un afán de comparar la calidad de los nuggets que venden en establecimientos de comida rápida con aquellos preparados en casa, cocinamos nuestros propios bocadillos, creados 100% con pechuga de pollo molida.

HALLAZGOS

- Grasa promedio 13.3%
- Proteína promedio 20.8%
- Carbohidratos promedio 13.3%
- kcal/100g 256.6
- Los nuestros presentan menores cantidades de grasa, carbohidratos y kilocalorías por 100 gramos, y en proteína ganamos por mucho. ¿Qué tal si los comparamos con los de tiendas de autoservicio? Bueno... presentan cantidades similares de grasa, pero OJO, a los caseros les tomamos mediciones DESPUÉS de freírlos en aceite.

ELABORACIÓN

A partir de molida de pechuga de pollo, una yema de huevo, un poco de cebolla picada, pan molido, harina, una pizca de pimienta y sal, se hace una masa. Para dar forma triangular a las porciones, se toman pequeñas cantidades de la misma y se recorta con el cuchillo, dándole la forma deseada. A continuación, se frien las raciones en aceite muy caliente.

Fotos José Rodríguez

El gran shock: precio por kilo de pollo

Nos llamó mucho la atención el costo del producto, ya que dependiendo de la marca se podría llegar a pagar hasta \$126 por kilo, y recuerda que no todo es pollo. En los nuggets que se venden en restaurantes de comida rápida, el asunto es todavía más sorprendente: en ellos el costo puede llegar hasta \$289 el kilo.

¿Necesitas comparaciones? Mediante el programa **Quién es Quién en los precios**, en **Profeco** recopilamos precios al menudeo, recabando información los cinco días de la semana en más de 1,000 establecimientos en 27 ciudades del país. Esta información sirve como una referencia de compra para el consumidor. Veamos cómo pintaban los números en lo que se refiere al pollo en México DF, de 6 al 12 de enero de 2009.

Artículo	Tienda/cadena	Mínimo	Tienda/cadena	Máximo
Pechuga de pollo, 1 Kg Granel	Mercado público	42.89		55.50
Pechuga de pollo, 1 Kg Granel/precio frecuente		55.50		
Pierna de pollo, 1 Kg Granel/precio frecuente		37.70		
Pollo entero, 1 Kg Granel	ISSSTE	22.90	City Market	27.90
Pierna de pollo, 1 Kg Granel/precio frecuente		37.70		

Nota: los precios promedio que se presentan fueron calculados con datos del periodo señalado y la disponibilidad de productos a esos precios puede haber variado a la fecha.

¿Vas a comprar nuggets? **Primero lee esto**



Verifica que el producto se encuentre dentro de la fecha de caducidad. No compres productos con envases que estén rotos, dañados o abiertos.



Lee y sigue las instrucciones de almacenamiento que deben aparecer en los envases.



Recuerda que a la grasa contenida en la fórmula del producto se suma la que se puede adicionar al cocinar.



Como otros perecederos, los nuggets son productos que deben conservarse en congelación. Como buena práctica te sugerimos que sólo descongeles el producto que vas a consumir.



Recuerda que consumir comidas preparadas tiene un alto costo; si deseas ahorrar, ¡empaniza tu propio pollo!

Foto Archivo

¿Qué descubrimos?

→ A diferencia de sólo ingerir principalmente proteínas y grasa al comer pollo, cuando comemos nuggets estamos adicionando a la dieta carbohidratos: entre **13.8%** y **27.1%** (dependiendo de la marca), que provienen de los otros ingredientes.

→ Existieron desviaciones en los contenidos netos declarados; con esta falla encontramos a las marcas **Sugerencias del Chef / DinoNuggets** y **Advance Foods de México**, con pollo empanizado.



→ En cuanto a veracidad de información, detectamos ciertos incumplimientos en lo declarado en las tablas nutrimentales de algunos productos, principalmente en lo relativo a los contenidos de grasa y proteína. Resaltan las desviaciones de las marcas **Golden Hills** y **Disney Mickey**.

→ Dependiendo de cada una de las marcas, el contenido de pollo en los productos varía. **Esto, por supuesto, impacta en el precio.**



→ También se comercializan nuggets que se dicen "altos en proteína" (**14.3%** en la marca **Disney Mickey**), pero su contenido es similar al de otras marcas como **Sugerencias del Chef, Foster Farm** y **Valley Foods**. Cabe señalar que en todos los casos el contenido de proteína es menor al que se podría obtener por consumir sólo pechuga de pollo, que contiene alrededor de **20%**.



Fotos José Rodríguez

→ Aunque el contenido de grasa depende de la formulación, encontramos en tiendas comerciales nuggets hasta con un **16.2%** de grasa (marca **Pilgrim's Pride**), que es muy superior al que comeríamos si sólo se consumiera la pechuga de pollo, pues ésta tiene en promedio **9.8%**. Y ni hablar de aquellos de establecimientos de comida rápida, en donde detectamos algunos hasta con **16.7%** de grasa. 🌟

Yo,
consumidora
de comida
rápida



Pesares maternos dentro de un Combo Infantil

Todo está calculado para capturar el deseo de los niños: el envoltorio, el ambiente, el contenido, la publicidad... El Combo Infantil es un chantaje ¿inocente?, ¿perverso? Una madre se lo pregunta.

Por Annuska Angulo

Por mucho que lo intenté esquivar, aunque nunca mencioné el Gran Nombre y siempre me ha repugnado la comida que sirven en sus establecimientos, la lucha parecía en vano: estaban uno después del otro. En cuanto mis hijos alcanzaron el uso de la palabra y un poco de raciocinio, empezaron a dar la lata para que los lleváramos a comer a la Hamburguesería Feliz, cuyo nombre, si me lo permiten, abreviaré como 'HF'. "¿Cuándo nos vas a llevar, mamá?", repetían infinidad de veces. "¿Por qué nunca vamos?" Utilizaron todos sus refinados trucos de coerción: amenazas ("no voy a comer zanahorias nunca jamás"), chantaje emocional ("si vamos te voy a amar para siempre"), insistencia, berrinches... en fin, todo el repertorio.

Así fue la caída

Era un domingo lluvioso, mi marido estaba de viaje, las amigas quién sabe dónde, y a mí no se me ocurrió otra cosa que hacer felices a los niños y llevarles a comer a la HF. Es obvio que lo único

que querían mis hijos era el juguete del Combo Infantil, que si no me equivocó en aquella ocasión incluía a Spider-Man. Las resbaladillas de plástico rojo, las albercas de pelotas y los demás juegos del lugar también ayudaban.

Yo pensaba que los iba a hacer felices, quise decir anteriormente. Tal vez

clientes vitalicios de la marca. Para el resto de sus vidas de adultos, las hamburguesas de la HF tendrán el sabor de los dulces momentos de la infancia.

Aquel mediodía gris, el restaurante rebosaba de gente. Al instante me arrepentí de haber ido, pero ya era demasiado tarde, y de cualquier manera, yo

Mis hijos gritaban en el gym plástico. Yo, resignada y un poco triste, me fui comiendo los contenidos de los dos Combos Infantiles. Con mucha catsup.

esa sea la razón por la cual los restaurantes de la HF tienen tanto éxito: los papás llevamos allí a nuestros hijos para "hacerlos felices". De paso, y si la experiencia se repite la cantidad de veces necesarias, sospecho que la HF deja una huella indeleble en la memoria emocional de los niños, que se harán

iba decidida a colmar los deseos de mis hijos de una vez por todas. La gran mayoría de los clientes eran familias con niños chiquitos, entre 2 y 8 años, con algunos bebés y abuelitas desconcertadas. El sonido de niños excitados con sobredosis de azúcar era poco menos que ensordecedor, como un enjambre

de abejas buscando un nuevo panal. Los míos tampoco estaban quietos, revoloteando a mi alrededor con anticipación, mientras yo encargaba dos cajitas felices a una muchacha que parecía mortalmente aburrida y desinteresada. "Yo no sé dónde le ven el encanto a este lugar", pensé. En el momento entre que esperábamos la comida y llegamos a una mesa libre y grasienta, uno de mis hijos me hizo perder los estribos con alguna travesura, y aquel fue sólo el primero de mis gritos desquiciados de la tarde.

El drama empezó al instante. A los dos les tocó el mismo juguetito, el más feo de la serie de seis diferentes figuras de plástico. Mientras ellos lloraban en sonido estereofónico, yo recordaba amargamente la última vez que estuve en una HF, cinco o seis años atrás, en el aeropuerto de Newark, en Nueva Jersey. Mi hijo mayor tenía en aquel entonces poco menos de un año y casi se ahoga con una papa frita. Mi esposo lo tuvo que poner boca abajo para que la maldita cosa saliera.

Poco después de aquel episodio, leí *Fast Food Nation*, de Eric Schlosser, un ensayo/reportaje sobre la cultura de las franquicias, sobre cómo y hasta qué punto marcas como McDonald's, Disney, Coca-Cola, Burger King, etc., han influenciado en nuestras vidas, en la ecología y en el paisaje del planeta. Es un libro de fácil lectura, fascinante, sorprendente, muy bien escrito y sobre todo, aterrador. Después de leer el capítulo sobre la "fabricación" de la carne para hamburguesas de cadenas de comida rápida, prometí no volver a poner el pie en un restaurante de ese tipo.

Otro libro que había leído anteriormente, *McLibel*, de John Vidal, no había surtido un efecto tan definitivo, pero fue sin duda el primer detonador de mi rechazo hacia la comida rápida industrial. En dicho libro se narra el origen, desarrollo y desenlace del juicio más largo de la historia de Inglaterra. El demandante era McDonald's; y los demandados (por difamación a través de panfletos en los que se criticaba a la gigantesca empresa), Hellen Steel, una joven jardinera, y Dave Morris, un excartero desempleado y padre soltero, ambos activistas sociales y voluntarios de Greenpeace en Londres desde principios de los años 80. Como la ley inglesa dicta que no se puede emplear dinero público para defender a ciudadanos acusados de difamación, estas dos personas decidieron defenderse a sí

mismas contra el gigante. Y ganaron. "¿Quién dice que la gente común no puede cambiar el mundo?", declaraba Dave Morris después del veredicto.

Sin embargo, ahí estaba yo, de nuevo ante la mesa diminuta. Mis hijos comieron dos o tres papas, le dieron un bocado a sus respectivas hamburguesas, se bebieron todo el refresco y ahora sudaban y gritaban en el gym plástico con otros niños. Yo, resignada y un poco triste, me fui comiendo los



Gráficos Roberto Paz

contenidos de los dos Combos Infantiles. Con mucha catsup. No puedo soportar la idea de tirar comida a la basura después de haber aprendido cuánto le cuestan a la Tierra nuestros hábitos idiotas, como el de ir a una HF, comprar el juguetito feliz y tirar, sin más, lo comestible. ¿Es otra razón para llamarla comida basura?

De alguna manera mis hijos habían conseguido que les cambiaran uno de los juguetitos, el que todavía estaba en su bolsa de plástico. Ya tenían dos distintos, y parecían satisfechos. Pero el tiempo de paz no duró mucho, porque en unos minutos se empezó a desarrollar una pelea entre hermanos: "El Spider-Man negro es MÍO", dijo uno; y el otro, "no, es mío, me lo dio a mí la señora", y el otro, "no, pero se lo cambiamos por la figura que era mía, acuérdate", "aaay, ¿por qué tu siempre te quedas con todo?", etcétera. Cuando empezaron los golpes intervine, porque si hay algo que no soporto es la violencia. ¿Esto es ser feliz?

McColeccionismo

Los juguetes de la Cajita Feliz son cuestión de niños, pero las obsesiones son adultas.

Linda Gegorski debe ser una mujer realizada porque creó y preside el más grande club de coleccionistas de juguetes de McDonald's, y los coleccionistas de juguetes de McDonald's, ya se sabe... pues no, se sabe muy poco. Pero esas cabezas que quisieran teñirse de rojo existen: Mel Retell, coleccionista honorario del club, manejó su camioneta 560 kilómetros para llevar a su casa un anuncio que obtuvo de un McDonald's en Pennsylvania, Estados Unidos. Ahora, cada que alguien entra a su "McDonald's room", el anuncio de 2.7 metros de alto ilumina su techo. Para este club creado en 1990, su *hobby* es tan apasionante que en su página en Internet (mcdclub.com) tiene cada uno de los juguetes que la Cajita Feliz ha sacado en Estados Unidos desde 2000.

Pero entre los que sólo lo consideran un pasatiempo y los que lo han hecho su coartada existencial, están aquellos que decidieron convertir su colección en negocio: Janice Antone abrió la McJan's Happy Meal Heaven (macjans.com), tienda virtual que ofrece "la más extensa colección de juguetes de comida rápida". Suponemos que cuando comenzó a llover el dinero, su hijo olvidó la amenaza que alguna vez le lanzó: "Voy a hacer una enorme hoguera donde quemaré todas esas cosas".

La vida afuera de la Caja

Por fin salimos al exterior. Había dejado de llover y la ciudad estaba tranquila, dominguera. Fuimos al parque, donde compramos fruta fresca recién cortada en uno de esos puestitos con grandes ruedas y vitrinas: sandía, piña y jícama rociadas con chile y limón. Los niños jugaron al aire libre con un balón y otros veinte chiquillos. El Combo Infantil y sus contenidos, olvidados. Pero yo no olvido. Esa fue la última vez que pisamos una HF, hace ya más de dos años.

Mi hijo mayor, por alguna razón misteriosa, ahora odia las Hamburgueserías Felices, aunque ni por asomo pueda entender las características de la transnacional. Algo habrá escuchado por ahí en la escuela, y seguramente habrá más niños por ahí que la "odian". ¿Podemos empezar a hablar de una tendencia? Viviendo en el país de la mejor comida rápida del mundo (el taco), si un día decrece el consumo de hamburguesas prefabricadas me parecería un hecho lógico. Y feliz. ☺



Fotos Archivo

El Laboratorio Profeco reporta: básculas personales

Kilos de a kilo

(o la cruda realidad)

A menos que seamos maestros del autoengaño, a los mexicanos nos conviene contar con básculas cuya exactitud se garantice prueba tras prueba, mes con mes: **el 30% de la población sufre obesidad.** Analizamos la calidad de 15 modelos, electrónicas y mecánicas. **La mayoría cumplió, pero atención: no todas presentan garantía.**

Verdad de Perogrullo: la mejor manera de controlar el peso es conociéndolo y para esto lo más fácil es adquirir una báscula, normalmente identificada como de baño o personal. Su gran ventaja es que son portátiles y compactas, por lo que pueden guardarse en casi cualquier lado. Casi todas tienen precios accesibles (\$300 a \$600, en promedio), aunque las hay hasta de casi.

¿Qué analizamos de cada una?

Se estudiaron 15 modelos de 13 marcas de básculas personales que están a la venta en el mercado nacional en tiendas departamentales, de autoservicio y especializadas en electrónica del país. Los hallazgos del análisis se agrupan en los siguientes rubros:

Ficha técnica

Periodo de análisis: 24 de noviembre de 2008 al 12 de enero de 2009.

Periodo de muestreo: 19 de noviembre de 2008 al 9 de enero de 2009.

Marcas/modelos analizados: 13/14

Pruebas realizadas: 720



Foto Archivo



Información al consumidor.

Se verificó que el etiquetado presente en las básculas personales y en su empaque mostrara la información, en español, requerida en la normatividad nacional vigente, como: denominación genérica del producto; razón social y domicilio fiscal del fabricante o bien del importador (todas las básculas analizadas provienen de China); país de origen; advertencias e información sobre su uso y conservación.

También se corroboró que los productos analizados contaran con un manual de usuario y garantía, en idioma español, en términos comprensibles, legibles y que la garantía estuviera expedida en los términos y forma establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor. Excepto en dónde se indica, todas cumplieron con lo establecido



Acabados.

Se verificó, por medio de inspección visual y prueba manual, que las muestras analizadas no presentaran aristas pronunciadas o filos punzocortantes que pudieran poner en riesgo la integridad física del usuario, así como posibles defectos de ensamblaje, cambio de color del material en las partes que constituyen el cuerpo, etc., es decir, cualquier detalle que pueda desmeritar la presentación y calidad del producto.



Atributos y características físicas.

Esta prueba tuvo como propósito verificar que las funciones y características que vienen indicadas dentro de la información del producto estuvieran presentes en las básculas y que éstas operaran de acuerdo con lo esperado, sin presentar fallas o errores notables.



Prueba de exactitud.

Nuestra tarea se basó en conocer la habilidad de la báscula para proporcionar una lectura lo más cercana al valor (en peso) conocido de una carga dada. O sea, que cada vez que se incrementa o decrementa la carga sobre la plataforma de la báscula, la lectura proporcionada en su indicador aumente (carga ascendente) o disminuya (carga descendente) de forma similar a ella, sin sobrepasar una cierta tolerancia de variación aceptable para la medición, empezando por su nivel más bajo y llegando a su capacidad máxima.

Eso sí, la prueba de exactitud no puede llevarse a cabo en las básculas electrónicas, ya que su funcionamiento no lo permite. Una vez que se coloca la carga sobre su plataforma, el indicador digital parpadea tres veces y congela la lectura realizada. Para volver a efectuar una nueva medición es necesario retirar la carga de la plataforma hasta que la báscula indica que está lista para ejecutar una nueva medición.



Prueba de excentricidad.

Se corroboró que las lecturas o indicaciones (en peso) de una carga conocida, permanezcan dentro de una cierta tolerancia de variación aceptable para la medición, incluso cuando se cambie de posición sobre la plataforma de la báscula y no se mantenga la misma vertical.



Prueba de repetibilidad.

Se verificó que la diferencia entre los resultados arrojados por varias pesadas simultáneas de una misma carga no sobrepasara una cierta tolerancia entre ellas, aceptable para la medición sin presentar problemas.



Básculas personales electrónicas



TAYLOR • \$349
MODELO 7533

HALLAZGOS

- Garantía **1 año**
- Capacidad **12-180 kg**
- Acabados **Sin defectos**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Excentricidad
- Evaluación **★★★★**



WEIGHT WATCHERS • \$516
MODELO WW11R

HALLAZGOS

- El instructivo no está en español
- No presenta advertencias o notas precautorias
- Garantía **No presenta**
- Capacidad **0-150 kg**
- Acabados **Sin defectos**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Excentricidad
- Evaluación **★★★**



CAMRY • \$879
MODELO EF411BW

HALLAZGOS

- No presenta instructivo
- Garantía **No presenta**
- Capacidad **2-150 kg**
- Acabados **Sin defectos**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Excentricidad
- Evaluación **★★**



HOMEDICS • \$455.20
MODELO SC-404

HALLAZGOS

- Garantía **No presenta**
- Capacidad **12-160 kg**
- Acabados **Sin defectos**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Excentricidad
- Evaluación **★★**



LIFE WISE • \$479
MODELO LWDS107

HALLAZGOS

- Garantía **3 meses**
- Capacidad **3-150 kg**
- Acabados **Sin defectos**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Excentricidad
- Evaluación **★★★**



MIC HEALTH • \$499
MODELO DB2201

HALLAZGOS

- Garantía **3 meses**
- Capacidad **3-150 kg**
- Acabados **Sin defectos**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Excentricidad
- Evaluación **★★★**



IMPORTACIÓN CHEDRAUI • \$159
MODELO GLE-2003A1-1

HALLAZGOS

- No presenta instructivo
- Garantía **No presenta**
- Capacidad **0-150 kg**
- Acabados **Sin defectos**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Excentricidad
- Evaluación **★**



GA.MA ITALY • \$489
MODELO HCG-2110QM

HALLAZGOS

- Garantía **1 año**
- Capacidad **2-150 kg**
- Acabados **Sin defectos**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Excentricidad
- Evaluación **★**



STEREN • \$320
MODELO MED-100

HALLAZGOS

- Garantía **1 año**
- Capacidad **0-150 kg**
- Acabados **Sin defectos**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Excentricidad
- Evaluación **★**

SIMBOLOGÍA: Cumple • No cumple • Excelente **★★★★** • Muy bien **★★★** • Bien **★★** • Regular **★** • Deficiente **★**

Fotos José Rodríguez



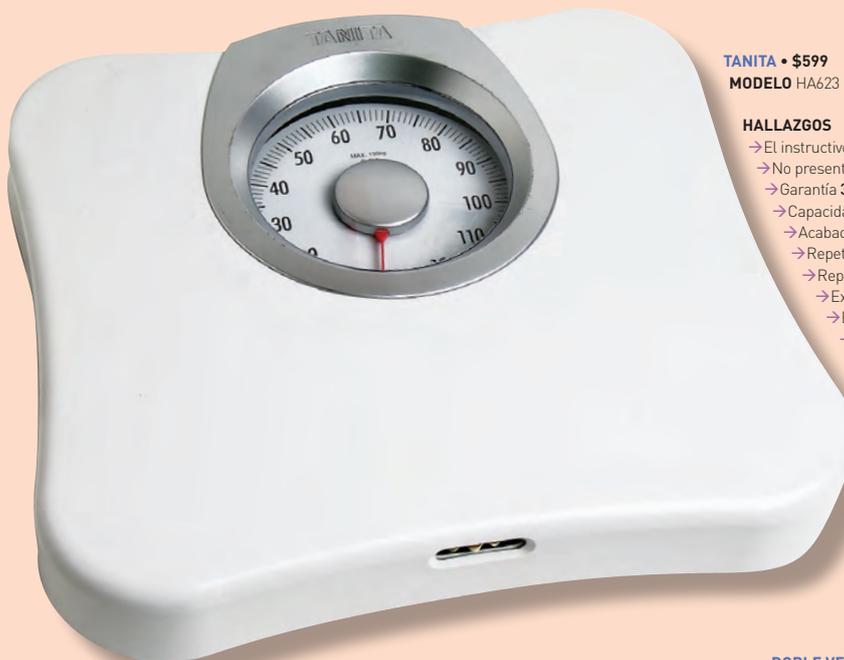
Básculas personales mecánicas



CAMRY • \$177.65
MODELO BR9201

HALLAZGOS

- El instructivo no está en español
- No presenta advertencias o notas precautorias
- Garantía **No presenta**
- Capacidad **0-130 kg**
- Acabados **Sin defectos**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Exactitud ascendente
- Exactitud descendente
- Excentricidad
- Evaluación ★★★★★



TANITA • \$599
MODELO HA623

HALLAZGOS

- El instructivo no está en español
- No presenta advertencias
- Garantía **3 meses**
- Capacidad **0-130 kg**
- Acabados **Sin defectos**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Exactitud ascendente
- Exactitud descendente
- Excentricidad
- Evaluación ★★★★★

Fotos: José Rodríguez



ANDREE ZOELLE • \$519
MODELO P2-0338

HALLAZGOS

- No presenta leyenda que invite a leer el instructivo
- Garantía **No presenta**
- Capacidad **0-125 kg**
- Acabados **Sin defectos**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Exactitud ascendente
- Exactitud descendente
- Excentricidad
- Evaluación ★★



TAYLOR • \$97
MODELO 2020

HALLAZGOS

- Garantía **No presenta**
- Capacidad **0-136 kg**
- Acabados **Sin defectos**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Exactitud ascendente
- Exactitud descendente
- Excentricidad
- Evaluación ★



DOBLE VELA • \$117
MODELO BAS113

HALLAZGOS

- El instructivo no está en español
- No presenta advertencias o notas precautorias
- Garantía **No presenta**
- Capacidad **10-150 kg**
- Acabados **Presenta rebabas**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Exactitud ascendente
- Exactitud descendente
- Excentricidad
- Evaluación ★★★



DO RE MI • \$98
MODELO B1007J

HALLAZGOS

- Garantía **No presenta**
- Capacidad **0-120 kg**
- Acabados **Sin defectos**
- Repetibilidad al 50%
- Repetibilidad al 100%
- Exactitud ascendente
- Exactitud descendente
- Excentricidad
- Evaluación ★

Así les fue



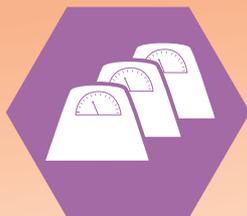
¿Información al consumidor? De los productos analizados, los modelos **BAS113** de **Doble Vela**, **HA623** de **Tanita**, **WW11R** de **Weight Watchers** y **BR9201** de **Camry**, fueron los únicos que no presentaron notas precautorias. Además, sus instructivos de uso no se muestran en idioma español. El modelo **GLE-2003A1-1** de **Importaciones Chedraui**, no presentó manual de usuario.



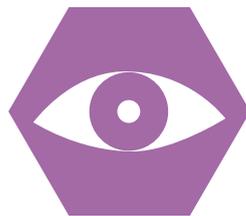
¿Excentricidad? Sólo los modelos de **Taylor** (mecánica), **Weight Watchers** y la **importada por Chedraui** (electrónicas), fueron los únicos modelos que sobrepasaron la tolerancia permitida para la medición.



¿Garantía? Muy mal: la mayoría no presenta. Los modelos de **Tanita**, **Mic Health** y **Life Wise** ofrecen garantías de 3 meses y los de **Taylor**, **Steren** y **GA.MA ITALY** de un año.



¿Repetibilidad? Sobre la repetibilidad del producto al 50% y al 100% de su capacidad máxima, encontramos que sólo tres de las básculas analizadas obtuvieron resultados similares en ambas capacidades; las que restan fallan en una de las dos, y los modelos de **DO RE MI** (mecánica), **GA.MA ITALY** y **Steren** (electrónicas) fallaron en las dos.



¿Acabados? Ninguna de las muestras que analizadas presentó defectos perceptibles a simple vista, a excepción del modelo de la marca **Doble Vela** que presentó sobranes de material.



¿Digitales con ventaja? Aunque las básculas digitales son un poco más caras que las mecánicas, el indicador digital facilita mucho la lectura, ya que las personas que presentan un vientre prominente no siempre alcanzan a visualizar la lectura de su peso de manera precisa, pues no pueden permanecer quietas durante dicho proceso. El indicador digital guarda el registro de su peso por algunos segundos después de descender de la báscula, tiempo suficiente para observar el resultado.



¿Fáciles de utilizar? Una báscula mecánica, no presenta ningún problema o duda a la hora de utilizarla. Sin embargo, en lo que se refiere a básculas electrónicas es necesario leer el manual antes de ponerlas en servicio, ya que hay algunas que presentan un switch en la parte interna del indicador digital para programar la visualización en libras o en kilogramos, al cual se tiene acceso quitando la tapa del compartimiento de baterías. Otro punto importante es que hay que hacer presión sobre la plataforma de la báscula para que inicie el proceso de medición, la báscula encienda el indicador electrónico y se ajuste a cero, previo a que se realice el proceso de pesarse.

Si requieres más información sobre este estudio, puedes comunicarte al **Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor**, al 5544 2122 si vives en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puedes consultar otros estudios de calidad de diversos productos en nuestro sitio de Internet, visitando profeco.gob.mx.

Obesidad: la epidemia del siglo



→ El 60% de los mexicanos presentan sobrepeso, de los cuales la mitad padece franca obesidad, lo que pone a México como el segundo país del mundo que más padece este problema global.

→ Según datos del Instituto Nacional de Salud Pública, más de 70 millones de mexicanos presentan problemas de sobrepeso u obesidad, de éstos, más de 4 millones son niños de entre 5 y 11 años, y más de 5 millones son jóvenes y adolescentes. Las causas principales son la falta de actividad física y el cambio que han sufrido los hábitos alimenticios. Si esto no se corrige a la brevedad, en diez años 90% de la población podría padecer este tipo de problemas. Esta situación es alarmante, ya que afecta a todas las edades y clases sociales de nuestro país y, aunque podemos decir que ya se tiene cuantificado el riesgo, los expertos indican que aún falta evaluar el impacto del daño

que podría ocasionar a la salud y por su magnitud y costo en el tratamiento de las enfermedades colaterales que suelen presentarse también se verá reflejado en la economía nacional.

→ La Organización Mundial de la Salud ha calificado dicha enfermedad como la epidemia de este siglo, ya que ésta afecta no sólo al mundo desarrollado, sino también a los países en vías de desarrollo. Es un tema prioritario de salud pública, porque constituye un factor de riesgo muy importante para la diabetes, la hipertensión arterial, la enfermedad coronaria y la cerebrovascular.



→ El origen de la obesidad es multifactorial, pues, junto a los factores genéticos, la obesidad es el resultado de un desequilibrio entre la ingestión y el gasto energético. Este desequilibrio es, por lo general, consecuencia de la ingestión de dietas con alta densidad energética y bajas en fibra, y de bebidas azucaradas, en combinación con una muy escasa actividad física.

→ La promoción de una actividad física moderada, o incluso vigorosa, aunada a una dieta saludable, son acciones indispensables para la prevención y el control del sobrepeso y obesidad en la adolescencia, lo cual trae como resultado la disminución del riesgo de enfermedades crónicas en la juventud y la edad adulta.

→ Si no corregimos nuestro estilo de vida desde la infancia, habrá un grave problema con el incremento de diabetes tipo 2 y otros riesgos inducidos por la obesidad.

→ Un modo sencillo de saber si una persona tiene sobrepeso es medir la cintura, donde su perímetro no debe ser mayor de 80 cm si es mujer y 94 cm si es hombre.

Fuente IMSS, Revista del Consumidor, octubre 2007



Fotos Archivo



Ideario del usuario de básculas

- 1 Coloca tu báscula en un lugar seguro, lejos de salpicaduras de agua o donde pueda provocar que las personas se tropiecen con ella.
- 2 Para realizar la medición, pon la báscula en una superficie plana y firme.
- 3 No realices movimientos bruscos sobre la báscula, ya que esto puede dañarla de forma irreversible y aquellas que cuentan con plataforma de vidrio, incluso pueden llegar a quebrarse, provocando daños o lesiones.
- 4 En las básculas electrónicas es necesario verificar el estado de carga de la batería antes de realizar cualquier medición, ya que si el indicador muestra una batería baja, la lectura visualizada puede ser errónea o poco confiable.
- 5 Mide tu peso y regístralo, procurando llevar un control periódico (sugerimos lo hagas de forma semanal), además de verificar el peso que te corresponde de acuerdo con tu estatura (índice de masa corporal) en imss.gob.mx.



Abran paso a la diversidad

Los nuevos consumidores

Nuevas necesidades, nuevos estilos de compra y elecciones de vida. Estas son las señas, apenas unos ejemplos elocuentes, de una sociedad marcada por las preferencias individuales, la libertad de elección, la información, la hiperconectividad, y no siempre bajo el influjo de la tradición. Así consumimos en México cada vez más personas.
Por **Ágata Székely** con fotos de **Alejandra Vega**



Lo que antes era consumo de masas es ahora el consumo de la suma de diversos y cada vez más específicos segmentos de la población. Más allá de las crisis eventuales, estilos de vida diferentes a los convencionales emergen cada vez con más fuerza, y son, por supuesto, un espejo a escala mexicana de lo que sucede alrededor del mundo. ¿Quiénes son los consumidores actuales y qué los une? Una lectura rápida podría indicar la independencia de la tradición familiar (por lo menos el hecho de no seguir sus antiguos mandatos de forma automática), la decisión de actuar siguiendo nuevos principios éticos –como por ejemplo, el consumo amigable con la naturaleza– o estéticos y de placer, como la opción de destinar un gran porcentaje de los propios gastos a objetos de diseño o tecnología. Sin embargo, fuera de la particularidad de cada caso que detallamos aquí, podría encontrarse un denominador común: libertad para vivir –y, por tanto, consumir– de acuerdo con las propias ideas, aunque sean éstas distintas a las del “grueso” de la comunidad. →

Raúl, 36 años

Consumo apasionado

Existe un consumo gay? ¿Es apenas más que una etiqueta ideada por la mercadotecnia? Mejor que responda... un gay. Raúl, de 36 años, comunicador especializado en diseño, opina: “Creo que sí, se va mucho por la ropa, los *gadgets*, y lo que otorga estatus, pero en México no lo han entendido. Tu ves en revistas americanas marcas que tienen muy bien segmentado su mercado gay, pero en México no lo hacen. No se atreven, porque tienen miedo de que los heterosexuales van a dejar de comprar si el producto le

habla a un gay. Aquí las marcas aún no han descubierto el potencial que tiene este tipo de consumidor, que finalmente recibe un sueldo que se gasta todo en él. Es decir, que no se va a gastar en su pareja, porque su pareja gana igual que él”.

Por si hiciera falta tener mayores demostraciones del empuje peculiar entrañado en sus hábitos de consumo, Raúl nos muestra su vida. Trabaja entre 8 y 10 horas en su propia empresa, pero procura salir a las 6 de la tarde para dedicarle casi dos horas al día al gimnasio (Sport City, 2 mil pesos al mes).

La decoración de su hogar es algo primordial para él. “Soy muy celoso de

mi espacio. No me gusta que parezca aparador de ninguna tienda. Sí me interesa que sea trendy y moderno, no convencional, pero con calor de hogar. No busco la tienda, sino el objeto. Me encanta encontrar cosas viejas restauradas en el Mercado de la Lagunilla (México, DF). En general busco que el valor vaya de acuerdo al precio, nunca voy a comprar algo que a mi consideración valga muchísimo menos de lo que me lo quieren vender. En el diseño a veces hay valores desmedidos y eso me puede llegar a enojar. No busco comprar estatus, sino originalidad. No creo que una silla deba valer más de 1,500 pesos”. Pero si le gusta, lo compra.

→ Esta es una época libre en la que hay mayor diversidad. Constatamos que los viejos moldes se están adecuando a la dinámica realidad. Indudablemente la sociedad ve de manera muy natural a las mujeres y hombres solos, a las parejas divorciadas, y a las familias diferentes. Aunque continúa el predominio de ciertos roles para cada sexo, percibimos cambios: hombres o mujeres que, en pareja o solos, deciden no casarse o no tener hijos, y usar sus ingresos para darse gustos. Además, el cuidado de la salud y la preocupación por el ambiente son temas que encuentran cada vez más eco.

Pero la metamorfosis cualitativa y cuantitativa del consumo también ocurre en las familias tradicionales, los niños —expuestos a 22 mil mensajes publicitarios por año, según se estima— toman cada vez más decisiones. Ellos no tienen el dinero, pero sí el poder y las herramientas para pedir o manipular a sus padres para que compren cosas a nombre de ellos, o para ellos. La inserción de la tecnología en las casas a veces es

señal de su influencia. Antes, las familias se podían reunir a jugar en torno a un juego de mesa. Ahora tal vez se reúnen en torno a una consola de videojuegos, compra que fue motivada por los más chicos. Otra clave de la época es cómo ha otorgado poder el uso de Internet a los consumidores. Podemos buscar precios sin ir a las tiendas, y saber cuál es la más barata o la que da el mejor servicio. Internet ha abaratado la búsqueda de información e incrementa la competencia entre los proveedores.

¿Son realmente nuevos todos estos consumidores? No exactamente. Más bien, la mercadotecnia actual los ha logrado identificar mejor, lo que implica nuevas oportunidades de negocios. La tendencia, además, es global. Los cambios de México se observan también en el mundo, pero aquí se tropicalizan (o adaptan), de acuerdo con el nivel de ingreso y la distribución de la riqueza.

En su libro *I Want That (una historia del shopping*, de editorial Lumen), el investigador Thomas Hine afirma que

las necesidades se convierten en tales cuando se decide vivir de una forma determinada: “Aunque a veces suponemos que las personas consumen para competir unas con otras, por regla general consumimos para encajar en un grupo. Queremos tener lo que tienen quienes nos rodean. De este modo, los objetos se definen como necesidades. La sociedad actual trata al consumo como una cuestión privada, casi sagrada.”

Una pareja de treintañeros que decide no tener hijos y dar a su mascota un trato especial. Un joven arquitecto que opta por que cada rincón de su casa y de su oficina sea ecológico y sostenible. Un par de niños que saben muy bien lo que quieren...que les compren. Una mujer independiente y ultra ocupada que usa la mayor parte de sus recursos en educación y cultura. Un hombre que tiene una relación muy cercana con sus computadoras y pantallas.

Los que siguen son algunos ejemplos, las caras y un fragmento de las vidas de los nuevos consumidores. 📺



Emiliano y Sebastián, 8 y 12 años Consumo insaciable

Esta tarde, después de la escuela, Emiliano y Sebastián llevaron sus juguetes favoritos a la casa de su abuela, en un suburbio superpoblado. El más grande juega con uno de los regalos que le trajeron los Reyes Magos: un PSP (PlayStation Portable, de 3,500 pesos). Ante la pregunta de cuántas horas por día le dedica a la novedad, Emiliano confiesa pícaro a Paola, su madre: “Jugamos cuando tú estas dormida, en la noche. Luego de apagarlo lo prendo de nuevo”. Sebastián, que antes corría en el jardín, con su perro, entra y toma la pequeña consola en

En México se estima que **el mercado potencial de niños muy informados es de alrededor de 7.8 millones**, según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares, del INEGI. De acuerdo con el estudio Kids Power, de TNS México, los chicos de hoy lideran las decisiones de consumo en productos como galletas y golosinas (ocho de cada diez madres así lo aseguraron). El 66% de las mamás consultadas en el país –y también en Brasil y Argentina– dijeron estar dispuestas a pagar un plus para comprar la marca específica que el hijo les exige.

Fuente tnsglobal.com.mx, inegi.gob.mx



sus manos. No la dejará a lo largo de una hora. Pese a esto, asegura que su juego preferido es *Guitar Hero World Tour* (3,990 pesos), sobre todo la simulación de la batería. Sí, también es un regalo del último 6 de enero.

“Con la abuela jugamos dominó, pero porque es lo único que ella sabe jugar”, dice Emiliano. Él utiliza Internet: navega en youtube.com, en el sitio de Cartoon Network y chatea en su nueva laptop: una pequeña Acer de 5 mil pesos,

(otro obsequio de Melchor, Gaspar y Baltazar): “Está mucho mejor que la mía” –observa su mamá, respecto a la computadora. ¿Libros? No muchos. “No me gusta leer, es aburrido”, se sincera Emiliano, a quien, sin embargo, le agrada mirar ilustraciones y figuras de animales, sobre todo de pulpos, y sí terminó “el dos de Harry Potter” (*Harry Potter y la cámara secreta*, de J.K. Rowling).

Películas, sí. La mejor, para el más chiquito, es *Cars*. ¿Algo que quieran y

aún los Reyes no han llevado? Más juegos para el PSP (cada uno de 400 pesos), para lo cual están ahorrando.

“Siempre saben lo que quieren, lo tienen muy claro”, asegura Paola. ¿Alimentos favoritos? Si es cereal, mejor el que traiga un monito. Golosinas, el Negrito, el Napolitano, y el huevo Kinder. Mucha leche en cajas pequeñas y de comida “pasta con exceso, pero exceso de queso parmesano”, nos sorprende Sebastián.



Mariana, Gerardo y Bruna, 33, 39 y 2 años

Consumo en jauría

A pesar de que el cielo está oscuro hace horas, *Bruna*, una inquieta beagle blanca y café, continúa saltando sobre los sillones con la misma energía de la mañana. La cachorra es la consentida de Mariana y Gerardo, una joven pareja de profesionistas de los llamados DINKS (*double income/no kids*, por sus siglas en inglés) parejas donde ambos reciben ingresos y no tienen niños por decisión consciente.

En su pulcro y luminoso departamento en una colonia de antiguo esplendor, Mariana, ingeniera en alimentos y docente, y Gerardo, ilustrador y diseñador, platican sobre las vacaciones planeadas. Pronto, si todo sale bien, llevarán a *Bruna* a conocer Los Cabos, en Baja California. Es que a la perra le encanta la playa. La pareja –ella 33 años, él 39– acomoda con gusto su vida a su mascota. “Los perros son seres muy sociables y nosotros somos su jauría”, dice Mariana. “Ya casi no vamos al cine, porque si salimos ella sufre trastorno de ansiedad por

separación y tiembla. Tal vez es hora de tener el hermanito –otro perro– para que le haga compañía”. ¿Hijos? Siempre supieron –incluso antes de conocerse, 12 años atrás– que no querrían tenerlos, por convicción.

Según Estudios De la Riva, **los dinks producen una derrama de 220 mil millones de pesos al año**: el 5.7% del ingreso corriente total de hogares mexicanos. En comparación con familias con hijos, ellos compran un 7% más en centros comerciales, acuden un 19% más a los cines, un 18% más a los restaurantes, tienen carros de modelos más nuevos, y el 44% posee computadora en casa, contra el 22% de familias con hijos.

Fuente delariva.com.mx

¿En qué gastan estos *dinks*? Uno de los grandes placeres que acaban de darse es haber cruzado la frontera hasta el Paso, Texas, sólo para escuchar la voz mágica de Tom Waits [algo que les costó unos 8 mil pesos a cada uno. “Pero no hubo un dólar que no me hubiera gastado”, dice Gerardo,

apasionado). También fueron a pasear a Austin, Texas –esta vez sin *Bruna*, que se hospedó mientras tanto en una pensión especial en las afueras del Distrito Federal, lugar donde hay jardín para sus juegos y cuesta 165 pesos la noche, sin incluir comidas.

Conciertos, discos, libros y revistas extranjeras –*Traveller*, *Wired*, *Computer Arts*– son consumos habituales en ellos. Él también “muere” por los videojuegos –muestra uno de zombies, de 940 pesos– máscaras de luchador originales y juguetes de diseñador. Ella cuenta que planea seguir estudiando: hay una maestría en su horizonte. A muy, muy largo plazo –“el plazo final”, ríen– se ven “en alguna casa en Veracruz cultivando lechugas”, pero por el momento prefieren la activa y cultural vida urbana al alcance de la mano, que también les permite trabajar e ir pagando su apartamento hipotecado a 20 años.

Por la mañana, Mariana saca a *Bruna* a pasear y por la noche es el turno de Gerardo para llevar a su mascota a dar una vuelta. Los fines de semana se desfogan por Chapultepec, Ciudad Universitaria u otro sitio al aire libre. Si bien tiene su propio cojín para dormir, *Bruna*, por la noche, salta a la cama para descansar entre los dos.

Erika, 33 años

Consumo en solitario

Hago todo lo que quiero”, dice Erika mientras muestra la línea de aretes, pares dispares de plata y nácar, que acaba de diseñar y por la que ganó un concurso de Nuevos Talentos. Esta diseñadora gráfica de 33 años, independiente y adicta al trabajo, recién concluye su Maestría en Artes Visuales y reconoce que la mayor parte de su dinero se va en cultura y educación. Clases de astrología con reconocidos profesionales del país y del mundo (unos 400 dólares por trimestre), cursos de actualización en programas de diseño, y un gasto de unos 2 mil pesos en libros, por mes, ratifican su ferviente afición.

También los viajes. Erika pasó el Año Nuevo en Las Vegas y recientemente tomó unas vacaciones en la isla de Cozumel. Una biblioteca nutrida y varias obras de arte –un cuadro original de Héctor Falcón en la sala, uno de Marta Chapa en la cocina, entre otros– pueblan el departamento que renta en una zona codiciada por su abundancia de áreas verdes. ¿Otros placeres? Accesorios para el iPhone, para la iMac y las temporadas completas de un par de series favoritas, *Life* y *Grey’s Anatomy*, un alto cenicero de diseño (600 pesos)...

Erika también invierte en su bienestar físico: gimnasia y yoga (900 y 800 pesos por mes) la ayudan a sobrellevar las muchas horas de trabajo “al final del día, prefiero trabajar a hacer otra cosa” –se excusa cuando cuenta que a veces comienza a las 7 de la mañana y continúa sin parar hasta el filo de la medianoche. Variados téis y tisanas importados y comida orgánica también son su perdición. Sus cremas y maquillaje son siempre Chanel, y suele ir a comprarlos a San Antonio, donde también adquiere su ropa: “No me gusta comprarla aquí porque se deshace a las dos lavadas”.

“Con este tipo de vida pago mi adicción a los libros, salgo a la hora que quiero y no le doy explicaciones a nadie”, asegura Erika. “No creo en los príncipes azules, aunque si llega el amor de mi vida puede ser que me case”. ¿Hijos? No cree. “Hay mucho para leer, mucho para conocer y hay mucho por viajar”. Hong Kong es uno de los destinos soñados que aún esperan. “Mi hija es mi compu” –se ríe, y no duda al decir que estudiará hasta que llegue el fin de la vida: “Seguro me voy a morir estudiando y leyendo”.



• Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), **de los 80,5 millones** de mexicanos mayores de 12 años –37.9 millones son hombres y 42.6 millones, mujeres–, **38% vive en la soltería.**

• En 20 años, de 1976 a 1996, las mujeres de 20 a 39 años redujeron 46% sus niveles de fecundidad. Para 1999 las de 35 a 39 años lo hicieron en 70%. **Hoy en día se tienen en promedio 2.4 hijos** y el Consejo Nacional de Población prevé una disminución de la descendencia de 1.68 hijos promedio para el 2030.

• De las mujeres que trabajan (15 millones) **las solteras representan el 50%.**

• Entre las mujeres con un nivel de educación mínimo, el porcentaje de casamiento es de 67% y entre las que tienen **arriba del nivel secundario o más es del 46%.**

Fuente: Soltería, elección o circunstancia, María Antonieta Barragán, Editorial Norma, inegi.gob.mx

Elías, 29 años

Consumo verde

La luz matutina entra por un inmenso ventanal de vidrios verdes, desde donde se observan varias copas de los árboles de la calle con camellón. El edificio fue proyectado por Elías, un arquitecto de 29 años de los llamados sostenibles o verdes, aquellos que se fijan en que sus construcciones, tanto en el diseño como en los materiales y el funcionamiento posterior, sea amigable con la naturaleza. El departamento no es tan ecológico como podría, aclara Elías –faltaría reutilizar el agua, por ejemplo– pero se ven en él muchos detalles de esta clase: grandes plantas, luz natural, focos de bajo consumo, cómodos sillones realizados con madera de pino de segunda –que en general se desperdicia– y almohadones recubiertos con tela de algodón orgánico. Tanto en su empleo como en su vida doméstica cotidiana, Elías intenta llevar a los hechos su conciencia de cuidado

del planeta. En su oficina de arquitecto sólo escoge materiales y proveedores que no causen daño al ambiente, y procura trabajar siempre en proyectos ecoturísticos y de azoteas verdes (los llamados techos vivos).

Para su consumo personal, compra en supermercados orgánicos, donde se venden productos hechos sin pesticidas, hormonas ni químicos agregados, como el Green Corner o el Orígenes Orgánicos. Prefiere los productos locales. Incluso para su perro, Elías busca croquetas que sean de origen orgánico.

Elías trabaja muy cerca de su casa, camina mucho, y usa el carro sólo para ir a dar clase a la Universidad. Su hobby y pasión, en lo que más gasta, es en viajar, preferentemente de camping. También sus ingresos se usan en libros, casi todos de temas ecológicos, que adquiere vía amazon.com. “Creo que fue acampar lo que me llevó a querer

a la naturaleza y a hacer lo que hago profesionalmente”, afirma.

¿Es más caro el consumo verde? “Tenemos que cambiar esa parte de nuestro lenguaje”, opina. “Tendemos a ver lo “caro” y lo “barato” como una transacción inmediata y no contabilizamos todo lo que implica: el ciclo de vida completo de los productos que estamos comprando. Por ejemplo, el hecho de que yo adquiera algo que es muy barato y que es cancerígeno y me mata, resulta al final mucho más caro. Si te gastas el dinero en un “techo vivo” puede ser más caro que sólo colocar impermeabilizante común, pero tiene una gran cantidad de beneficios para ti, y para la sociedad. Hay que tener en cuenta que nuestras decisiones de consumo afectan al mundo. Con el dinero que inviertes, votas por una idea. Si apoyas a algún producto determinado, fomentas una ideología.”



Según un estudio internacional de HAVAS Media sobre la conducta del consumidor en referencia al Calentamiento Global, el 79% de los consumidores están dispuestos a adquirir los productos de aquellas empresas que se esfuercen por minimizar sus impactos en el medio ambiente, un 89% piensan adquirir más bienes ecológicos durante el próximo año y el 74% cree que puede ser parte activa en la solución al problema del cambio climático.

La Organización Mundial de Comercio estima que la derrama económica por **consumo “verde” es de más de 550 mil millones de dólares cada año.**

Fuente havasmedia.com



Daniel, 29 años

Consumo tecnoadicto

Uno no sospecharía nunca los tesoros que se acumulan en el cuarto de Daniel. En una sencilla casa a mitad de un barrio popular atravesando un oscuro depósito, y en un pequeño espacio de pocos metros cuadrados, se encuentran, en varios estantes que ocupan toda la pared "muchos años encajados". Daniel, de 29 años, a quien los investigadores de mercado ubicarían como "geek" (un fanático de la tecnología) es ex redactor de una revista de videojuegos y planea ahora dedicarse a los contenidos web. Los "años encajados" a los que se refiere son los que ha pasado siendo, desde pequeño, amante de los *gadgets*: un home theater, varias bocinas, dos grandes televisores de plasma, una iMac reluciente, cables, discos y cajas ocupan todo su cuarto que no tiene rincones libres. Una bandera mexicana tapa la colección de unos 300 videojuegos originales. Desde el Atari hasta el Xbox original y el 360 y el Wii, pasando por el PlayStation 1, 2 y 3.

Daniel es un *early adopter*, un pionero en adquirir cada novedad que llega al país. "Cuando salió el iPhone, yo estaba en la fila para ser uno de los primeros en comprarlo", cuenta.

La casa que habita Daniel es de su familia, y él ha decidido, por el momento, no independizarse "para poder mantener este modo de vida, ya que el 50% de lo que gano lo gasto en todo esto".

A Daniel le gustan los deportes y es coleccionista de playeras de fútbol. Los "juguetitos" más recientes que ha adquirido, y que muestra con evidente entusiasmo, son los videojuegos *Rock Band* y *Guitar Hero* (las versiones más recientes, desde luego), que cuestan unos 4 mil pesos cada uno, con baterías, guitarras y hasta micrófonos. Juntarse con sus amigos en una azotea cercana, con pizzas y cervezas, es uno de los mejores planes que se le ocurre para pasar una buena tarde de viernes. "Ese es un juego de luces", señala. "Las conectas al estéreo y se arma la discoteca".

Para Daniel la tecnología es fuente de entretenimiento y también de trabajo. No cree, además, que los aparatos aislen a las personas: "Tú tienes que usar la tecnología con equilibrio, saber desde dónde explotarla. De alguna manera yo he sido evangelizador de muchos amigos, yo les muestro algo y luego se lo compran. Eso pasa muy seguido".





Un estudio de la consultora EJL Wireless Research indicó que durante 2006, los mexicanos invirtieron cerca de **7.3 millones de dólares en la compra de videojuegos en línea**, que descargaron principalmente en teléfonos móviles, colocando a México como el tercer consumidor más grande de América Latina. Ese año, la industria de productos electrónicos creció casi el 40%.

Fuente: Brújula de compra, Profeco, ejlwireless.com

Los conciertos masivos, consumo popular de lujo

México baila

(al rock que le toquen)





Un negocio que parece inmune a la fragilidad de la economía son los conciertos masivos. Cada año, cientos de bandas se presentan en México pensando que venderán todas las entradas a sus *shows*, y a pesar de la crisis y los elevados precios, lo logran.

Por Sara Herrera

México es un país jacarandoso aun en sus horas más bajas. La música, en cualquiera de sus géneros, forma parte de su vida tanto como la política. Supo recuperarse del periodo en que se le reprimía hasta salir triunfante en las plazas públicas, y hasta se da el lujo de desafiar constantemente a la economía.

El creciente número de conciertos realizados en México sugeriría que sus precios tendrían que mantenerse en niveles accesibles, más no es así. En este país, entre más conciertos se realicen, mayor será el gasto para sus asistentes.

Una muralla franqueable

Entre 1952 y 1966, la Ciudad de México, sin duda el mercado más importante de todo el país en ese momento, estuvo bajo el comando del inexpugnable Ernesto Peralta Uruchurtu, un hombre que amaneció –y menguó– con el siglo



Las 96 mil entradas para los conciertos de Madonna en el DF, en otoño de 2008, se agotaron en 132 minutos.

XX. Al “Regente de Hierro”, como se le conocía, le tocó despachar en una época en la que el pop llegaba a la cúspide de sus manifestaciones, especialmente la musical, una situación alocada para un sonorenses de costumbres tupidas.

Uruchurtu, apadrinado por el régimen de Gustavo Díaz Ordaz y sus antecesores, edificó una muralla entre su férreo mandato y el espectáculo, misma que “defendió” a la juventud capitalina de los embates del rocanrol extranjero, incluyendo el de la Invasión británica y los mismísimos Beatles. Si bien hubo actos en vivo que lograron colarse por aquella cortina, como los californianos Doors en 1969, el muro no habría de derrumbarse del todo sino hasta 1981.

Fue en ese año cuando las huestes de Freddy Mercury y Brian May consumaron el primer concierto masivo en México. Las presentaciones de Queen en Monterrey y Puebla marcarían el inicio de un país sin más restricciones para realizar o acudir a un concierto que las que su propia economía le pudiera imponer.

Después de Queen vinieron The Police, Soda Stereo y el auge de la propia movida mexicana, encabezada por bandas como Caifanes. Transcurrió una década más llena de dificultades para que por fin la producción de conciertos se convirtiera en un negocio rentable, aunque de lento andar. Los grupos internacionales que cruzaban nuestra frontera lo hacían a →

Polvo en las billeteras

Un gran número de grupos han encontrado en nuestro país el oasis ideal para rellenar sus bolsillos, ofreciendo conciertos casi anuales para un público que, por alguna razón, continúa ávido de corear sus éxitos setenteros. Tal vez sea una nostalgia permeada por la falta de actos en vivo en la cima de sus carreras, pero bandas de rock como Kansas, White Lion e incluso The Doors (siempre con algún ex miembro del grupo y un vocalista menor queriendo sustituir a Jim Morrison) regresan a nuestro país. Estos últimos, junto con Yes y Chicago, tocaron a principios de febrero en el DF y Monterrey, respectivamente. Peter Gabriel tocará en Guadalajara y el Distrito Federal en marzo, mes en el que también estará Santana de gira extensa por nuestro país. Todos ellos tratando de revivir glorias pasadas a costa del dinero de mexicanos siempre listos para gustarlo.



→ cuentagotas, o no lo hacían del todo, por lo que acudir a un espectáculo de primer nivel, como el de The Cure en 1992 en la ciudad de Monterrey, era un acontecimiento y un lujo.

No obstante, México tuvo visitas de ensueño en los años 90, como Guns N' Roses, Madonna, Paul McCartney, Pink Floyd, Michael Jackson, Metallica y el entonces modesto Radiohead (por mencionar a un puñado). Hacia el ocaso de la década llegó el festival Vive Latino, que reúne en dos días a las bandas más importantes de América Latina, y unos años más tarde, la variedad de grupos que ofrecía conciertos era gigantesca.

La presente década, sin duda, ha sido la más copiosa en cuanto a conciertos se refiere. Cada mes, y con su epicentro en la Ciudad de México, la gran oferta

de entretenimiento musical masivo cobija a todos los gustos y prácticamente a todas las generaciones, aunque a cambio se extiende una factura que sólo algunos pueden levantar.

Por un puñado de pesos

De acuerdo con las cifras que arroja el SAT, el salario mínimo en México –para el 2009– es de \$54.80, \$53.26 o \$51.95, según el área geográfica (A, B y C). Los números sugieren que el consumo crónico de espectáculos no es precisamente algo recomendable para un país de poder adquisitivo limitado, no obstante, la industria del entretenimiento se granjea los medios para vender producciones de costos elevadísimos.

Las 96 mil entradas disponibles para la última presentación de Madonna en

la Ciudad de México, en otoño del año pasado, se vendieron entre \$380 (precio más bajo) y la friolera de \$3,980 es decir, 72 días de salario mínimo. A pesar de sus precios, los boletos se agotaron en 132 minutos, y la gira Sticky & Sweet de la Reina del Pop no será la última *tournée* en resultar un negocio dádioso con las promotoras locales y especialmente con sus ejecutantes.

Madonna pertenece al escaso 1% de “súper artistas” que recibe más del 50% de las ganancias generadas por su *show*. Tal porcentaje supera, categóricamente, el de las ventas de sus discos, así sea en CD, MP3, radio, televisión y regalías por el uso de derechos en otro medio.

Alan Krueger, eminente economista de la Universidad de Princeton, en EU, bautizó a ese sencillo, pero contundente principio como la “Teoría Bowie”. Krueger, a quien suele describirse como “el primer profesor de rockonomía”, afirma que los 35 artistas “más caros” del mundo han hecho más dinero de los conciertos que de los discos, y es que sus ingresos por presentarse en directo rebasaron a las ventas 7.5 a 1 tan sólo en el 2002.

Como puede suponerse, Krueger tomó a David Bowie como inspiración para su teoría, y es que una de las frases más célebres del Camaleón es que “la música se va a convertir en un servicio de paga, como lo es el agua o la electricidad”.

Y como pasa con todos los servicios, el primer afectado con esta tendencia es el consumidor, quien deberá cargar con el cierre de tiendas de discos, la desaparición de emisoras radiofónicas y el creciente mercado digital. En resumen, el consumidor deberá invertir cada vez más dinero para acudir a un concierto.



Un negocio de 360°

Sobre el papel, la negociación de un concierto depende de las habilidades del promotor y las exigencias del agente (siempre en beneficio de su cliente), pero la transformación de la industria musical y sus formas de consumo han traído a las discográficas a la mesa. "Cada día es más común que los sellos tengan injerencia en las giras, y es que actualmente se hacen tratos completos, en los que la disquera participa en todas las actividades de sus artistas", señala Pablo Zacarías, fundador de Producciones 2Abejas.

Los acuerdos de 360 grados incluyen los derechos sobre las grabaciones, la publicación de la música y discos, la comercialización del nombre del artista y sus producciones; los derechos por el uso de las canciones en Internet y en mayor medida, los ingresos generados por un concierto. "Es normal que se den estos procesos, ya que la caída de las ventas de discos, así sea por Internet o la piratería, ha mermado el potencial hasta de los grandes sellos. La estrategia de los 360 grados enriquece a todos los involucrados y genera fondos para que la disquera siga en posibilidades de promover a su talento", asegura Gabriela Gómez, de MUN Management, México.

Y por unos pesos más

En nuestro país, las discográficas distan de tener el capital humano y financiero que sus matrices americanas o europeas, por lo que los conciertos aquí suelen correr a cuenta de promotoras como OCESA o 2Abejas, instancias que, seleccionan el talento y el foro, llevan a cabo las negociaciones y le asignan un precio específico a cada concierto.



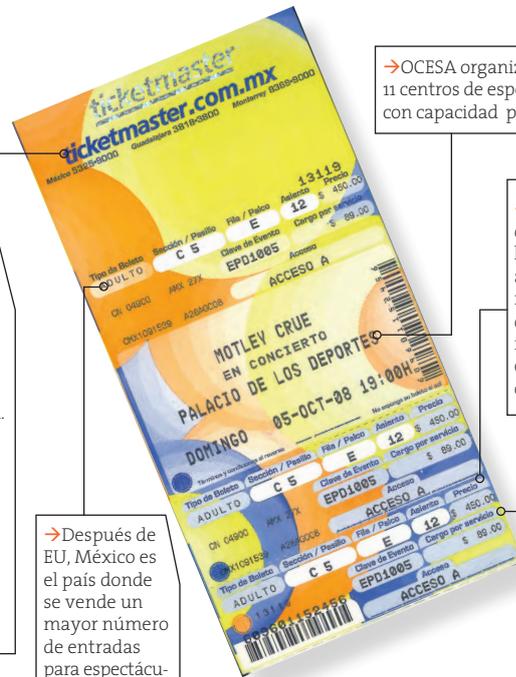
→ Los cargos por el servicio Ticketmaster varían de acuerdo al evento, pero por lo general son cercanos al 20% del valor del boleto. De acuerdo con ticketmaster.com.mx, "Los cargos por servicio constituyen la fuente de ingresos a través de la cual Ticketmaster hace posible ofrecer a nuestros usuarios una distribución simultánea de boletaje".

→ Después de EU, México es el país donde se vende un mayor número de entradas para espectáculos y eventos deportivos a nivel mundial.

→ OCESA organiza eventos masivos en 11 centros de espectáculos en México con capacidad para 230 mil personas.

→ De cada 100 pesos del precio del boleto, la empresa destina 43 a gastos (el artista, promotor, dueño del local, difusión, escenografía, impuestos, seguridad, etc.) y obtiene 57 pesos en ganancias.

→ Otros cargos a considerar son el envío de boletos, que van desde 36 pesos por pedido en el DF hasta 72 en el interior de la República.



Fuentes Brújula de Compra El costo de asistir a un concierto, reforma.com, expansión.com.mx, jornada.unam.mx

"El monto de un boleto se fija a partir de todo el costo de la producción, que incluye la cuota del talento, la locación, los hoteles, visas de trabajo y transporte aéreo si se trata de un artista internacional, los alimentos, la seguridad y la promoción. Con etodos so en cuenta, se establece un punto de equilibrio en el que por cierto número de entradas se recupera la inversión", dice Pablo Zacarías.

"Los espectáculos en vivo en México genera millones de pesos y van en ascenso". —Guillermo Parra, director de Negociación y Talento en Ocesa Entretenimiento.

Para que un evento sea redituable, hay que subir el precio establecido por dicho punto de equilibrio. Por ejemplo, si para un evento de mil personas se deben vender 900 boletos para recuperar la inversión, se aumenta el importe, de tal suerte que haya una ganancia aun cuando se vendan menos localidades. La entrada de uno o varios patrocinadores en la ecuación reduce el costo para la promotora y con ello, el del consumidor.

La carga para el público se antoja tan pesada como la del Pípila, pero parece que su objetivo es mucho más gratificante que defender la Alhóndiga de Granaditas. La venta fulminante de boletos para conciertos de Luis Miguel, Timbiriche, Madonna o Radiohead, refleja la voluntad de una clientela voraz y completamente resuelta a pagar lo que sea con tal de ver a sus artistas favoritos, aun cuando

los precios vayan más allá de sus propias posibilidades económicas.

El público mexicano aguarda el regreso de Radiohead desde 1994, cuando se presentara en Ojo de Agua, Estado de México. El grupo se presentará en el Foro Sol este mes. El costo de las entradas (unas 100,000 para ambos conciertos) fue entre \$230 y \$1,250 pesos, es decir, unos \$740 pesos promedio y al día de

hoy, no hay un solo boleto disponible. Lo cual quiere decir que los capitalinos se gastaron 74 millones de pesos en entradas para un concierto de un par de horas.

"La gente no escatima en gastos de entretenimiento por tratarse de un aficionado a la vida cotidiana. En un concierto no existe otra cosa que la música, misma que desprende al público de sus deudas o problemas laborales. Es un momento de placer total", asegura Pablo Zacarías.

Los motivos románticos no son los únicos que desplazan a millares de mexicanos a los principales foros de la República. Existen agendas aspiracionales que en realidad no son ajenas a otros aspectos en la vida del mexicano, pero para los más puristas, empañan ese momento sublime en que una ola de encendedores (o celulares) arroja a los melómanos junto a sus ídolos.

Diviértete y aprende a ahorrar agua

¡Tripas de gato!

Te invitamos a usar toda tu astucia para ganar el reto de las tripas de gato. Busca un compañero de juego y averigua con él cómo pueden gastar menos agua y conservar este tesoro natural, mientras ponen a prueba su habilidad.



Instrucciones

El juego de las tripas de gato consiste en juntar parejas de números sin que las rayas que los unen se toquen.

Necesitas:

- Un compañero para jugar.
- Dos lápices de colores diferentes, uno para cada jugador.

En este entretenido juego se pierde cuando a fuerza de tanto ir y venir de rayas (que se vuelven un laberinto) uno de los jugadores termina por tocar una línea.

Un buen consejo por cada número

Nuestra versión **Profeco** del juego de las tripas de gato incluye diez consejos muy útiles para cuidar el agua. Si los pones en práctica, te unirás a uno de los esfuerzos más grandes en todo el mundo para que el agua nunca falte en nuestro planeta. ¡Participa con entusiasmo!

- 1** Al lavarte las manos, cierra la llave del agua mientras te enjabonas y frotas. Abre la llave sólo para enjuagarlas.
- 2** Utiliza un vaso con agua para enjuagarte los dientes después de cepillarlos.
- 3** Avisa a tus papás si descubres goteras o fugas de agua en tu casa, y a tus maestros si hay fugas en la escuela.
- 4** Olvídate de jugar con pistolas de agua o de llenar globos de agua para arrojarlos a las personas.

5 Mientras te bañas, no juegues en la regadera ni desperdicies agua. Tu baño diario debe durar menos de 10 minutos.

6 No utilices la taza del baño para deshacerte de objetos que deben tirarse en la basura.

7 Si ayudas en casa a lavar los trastos, enjabónalos primero con la llave cerrada y ábrela sólo para enjuagarlos.

8 Recomienda a tu papá lavar el auto con una cubeta con agua y no con la manguera.

9 Sugiere a tus papas que utilicen el agua que elimina la lavadora para lavar los patios y banquetas.

10 No tires basura en los ríos, lagos y mares que visites, pues los contaminas y pones en riesgo la vida de las especies que viven en ellos.

¡Celebra el día del agua!

El agua es tan importante para las personas, animales y plantas que habitan la Tierra, que se ha elegido un día para que todo el mundo recuerde lo valioso que es este recurso natural. El Día mundial del agua es el 22 de marzo, y en este 2009, la invitación para todos es cuidar y proteger los lagos y ríos de agua dulce, ¿cómo?, basta con no tirar basura ni desperdicios en ellos. Recuerda esto cuando bebas un delicioso vaso de agua fresca y transparente, cuando te metas a bañar o quieras tirarte un chapuzón en una alberca.





Son figuras prominentes del país, y son consumidores como todos nosotros. **Denise Maerker**, rigurosa periodista, entrevistadora tenaz, ex investigadora académica y conductora del noticiario de Televisa *Punto de partida*, es la primera en responder el cuestionario de consumo de la serie que, de ahora en adelante, podrás encontrar en este espacio.

DENISE MAERKER, CONSUMIDORA

¿En qué gastas sin miramientos?

En regalos útiles para mis seres queridos.

¿Alguna vez te has arrepentido de comprar algo que no necesitas?

Sí, zapatos que no me quedan.

¿Cuál es la peor excusa que te ha dicho un proveedor?

Que no llegó porque no durmió en toda la noche.

La última vez que tuviste un problema con un comerciante, ¿le exigiste una solución o preferiste no armar lío?

Preferí no armar lío.

El planeta tarda 15 meses en regenerar lo que consumimos y desechamos en un año, ¿piensas en ese tipo de cosas cuando vas de compras?

Honestamente, no.

Te acabas de comprar un nuevo gadget, ¿lees el instructivo o sigues tu intuición?

Me informo con alguien que lo haya leído.

¿Hay algo cercano al producto perfecto?

No. Nunca he pensado en un objeto de esa manera.

¿Como consumidora, tienes placeres culpables?

No soy una gran consumidora.

¿Quién es el consumidor más inteligente que conoces?

Una amiga que invierte tiempo para conseguir la mejor oferta.

¿Qué te sugiere el término "consumo consciente"?

No gastar a lo loco.

¿Cuál es la peor publicidad que has visto últimamente?

La de los partidos políticos.

¿Cómo calificarías al consumidor mexicano?

Fácil. Poco conciencioso. Y me incluyo.

¿Qué le recomendarías para mitigar los efectos de la crisis económica en el hogar?

Por el bien de todos: si puedes, sigue consumiendo; si no, dedica más tiempo para ahorrar dinero.

¿El cliente siempre tiene la razón?

No.

Cuando lees la lista de ingredientes de un alimento enlatado, ¿qué piensas?

Leerla me resulta fundamental para no consumir ciertos agentes químicos nocivos.

¿Te consideras despilfarradora?

No. Pero no dedico el tiempo suficiente para comprar ni de manera consciente ni de la forma más racional. Pago de más por ahorrarme tiempo.

“El consumidor mexicano es muy poco conciencioso. Y me incluyo.”



¡MUCHO CUIDADO CON EL GASTO HORMIGA!

Para mejorar la economía de tu familia, presta atención a los pequeños gastos diarios, porque a fin de mes son un buen dinero. ¿Te has puesto a pensar cuánto desembolsas cada día en gasto hormiga, ya sabes, ese dinero que gastas casi sin darte cuenta?

3

Echa números y entérate de lo que gastas a la semana y al mes.

1

Piensa cuánto dinero destinas cada día a cumplir tus caprichos, como café, galletas, dulces, cigarros, revistas, etc.

2

Házlo tú mismo: bolear tus zapatos, lavar tu auto, preparar tu lunch es una buena forma de ahorrar.

(SIGUE A LAS HORMIGAS)



6

Decídate ya. Comienza a ahorrar en este momento. Evita que el dinero se fugue poco a poco de tu bolsillo.

4

Imagínate ¿cuánto podrías ahorrar en seis meses o en un año?

5

Convierte esa cantidad en un 'capricho' mayor, como unas vacaciones, disminuir tus deudas, liquidar una tarjeta de crédito o ir al médico.

**Encuentra más tips para proteger tu economía
en la *Revista del Consumidor*
y en profeco.gob.mx**

Platillo Sabio Profeco

Ensalada de pollo



Platillo Sabio Profeco

Lentejas con queso



Platillo Sabio Profeco

Manchamanteles



Platillo Sabio Profeco

Pasta con calamares



Platillo Sabio Profeco

Lentejas con queso (6 raciones)

Aporte nutrimental (por ración): Kilocalorías 385 • Proteínas 22 g • Grasa 15 g
• Colesterol 32 mg • Fibra dietética 7 g

Ingredientes (6 raciones)

- 360 g de lentejas limpias
- 1/2 cebolla mediana
- 2 dientes de ajo
- 1 hoja de laurel
- 1/4 de cucharadita de tomillo
- 2 cucharadas de aceite
- 2 tomates rojos grandes picados
- 2 zanahorias grandes cortadas en rebanadas y cocidas
- 2 cucharadas de cilantro picado
- 180 g de queso cheddar rallado
- sal y pimienta al gusto

Preparación:

1 Las lentejas se cuecen en 6 tazas de agua con un trozo de cebolla, un diente de ajo, el laurel y el tomillo.

Una vez que estén suaves se cuecen y se reserva el caldo.

2 En el aceite caliente se acitronan el resto de la cebolla y un ajo finamente picados; después se agrega el tomate rojo y se guisa durante unos minutos.

3 Al final se incorporan las lentejas, las zanahorias, el cilantro, el queso y el caldo de cocción al gusto. Se salpimentan y se dejan sazonar a fuego bajo durante 10 minutos. Deben quedar espesa.

Foto Arturo Buitrón



Platillo Sabio Profeco

Pasta con calamares

Aporte nutrimental (por ración): Kilocalorías 408 • Proteínas 25 g • Grasa 9 g
• Colesterol 7 mg • Fibra dietética 2 g

Ingredientes (6 raciones)

- 1/2 kg de filete de calamar limpio (cocido y cortado en cuadritos)
- 375 g de champiñones rebanados
- 360 g de espagueti cocido con sal y escurrido
- 2 tazas de puré de tomate rojo
- 2 cucharadas de hierbas de olor (tomillo, orégano, salvia, mejorana, romero y albahaca)
- 1/4 de taza de caldo de calamar
- 3 cucharadas de perejil picado
- 1 chile guajillo desvenado y cortado en aros
- 3 dientes de ajo finamente picados
- 3 cucharadas de aceite de oliva
- 60 g de queso parmesano

Preparación:

1 En el aceite de oliva caliente saltea el ajo y el chile guajillo. Añade el calamar y sofríelo.

2 Agrega los champiñones, baja el fuego y déjalos hasta que suelten su jugo.

3 Añade el puré de tomate y las hierbas de olor.

4 Cuando la salsa se oscurezca un poco, vierte el caldo de calamar y el perejil picado. Sazona con sal y pimienta al gusto. Deja calentar a fuego bajo hasta que la salsa espese ligeramente.

5 Sirve el espagueti y encima la salsa que debe estar bien caliente. Por último espolvorea el queso rallado.

Foto Arturo Buitrón



Platillo Sabio Profeco

Ensalada de pollo (6 raciones)

Aporte nutrimental (por ración): Kilocalorías 370 • Proteínas 14 g • Grasa 21 g
• Colesterol 45 mg • Fibra dietética 2 g

Ingredientes (6 raciones)

- 1 manzana
- 1 limón
- 2 aguacates
- 300 g de pollo cocido y deshebrado
- 3 cucharadas de cebollín picado
- 1 tallo de apio picado
- 60 g de nueces picadas
- 3 cucharadas de mayonesa
- 2 cucharadas de hierbas finas picadas
- 12 rebanadas de pan tostado

Preparación:

1 Pela, descorazona y corta en cuadritos la manzana, colócala en una ensaladera y rocíala con el jugo de limón.

2 Haz lo mismo con los aguacates.

3 Agrega el pollo, cebollín, apio, nuez y mayonesa y revuelve todos los ingredientes.

4 Espolvorea las hierbas finas sobre la ensalada. Refrigera.

5 Sirve la ensalada sobre las rebanadas de pan tostado o acompañada con galletas saladas (si vas a preparar un refrigerio escolar, es más recomendable hacer un sándwich).

Foto Arturo Buitrón



Platillo Sabio Profeco

Manchamanteles

Aporte nutrimental (por ración): Kilocalorías 508 • Proteínas 25 g • Grasa 25 g
• Colesterol 74 mg • Fibra dietética 5 g

Ingredientes (6 raciones)

- 3 chiles mulatos y 3 chiles anchos asados desvenados y remojados en agua caliente
- 2 cucharadas de cacahuates sin cáscara y tostados
- 6 cucharadas de aceite
- 2 rebanadas de piña cortada en triángulos, fresca o enlatada
- 2 duraznos sin cáscara cortados
- 1 plátano macho rebanado y frito en poco aceite
- 1 perón sin cáscara en gajos
- 1 pera sin cáscara en gajos
- 2 cucharadas de vinagre blanco
- 1 taza de caldo de cocción de las carnes
- 1/2 cebolla
- 1/2 pieza de pan blanco tostado
- 3 tomates rojos asados
- 1 cucharada de azúcar
- 2 granos de pimienta
- 1 rajita de canela
- 2 clavos de olor
- 1 diente de ajo
- 1 manojito de hierbas de olor
- 400 g de pulpa de cerdo
- 3 muslos de pollo cortados por la mitad

Preparación:

1 Por separado, cuece con sal y hierbas de olor la carne de cerdo y la de pollo. Cuela la carne y reserva el caldo. Corta la pulpa de cerdo en tiritas.

2 Licua los chiles con la cebolla, el ajo, los cacahuates, el pan tostado, la pimienta, los clavos, la canela y los tomates rojos. Cuela la salsa y sofríe en dos cucharadas de aceite caliente.

3 Agrega el caldo de ambas carnes hasta obtener una salsa ligera. Deja hervir a fuego bajo de 10 a 15 minutos.

4 Añade la carne de cerdo, la de pollo y la fruta (a excepción del plátano) y deja hervir 5 minutos más.

5 Al final, añade el azúcar y el vinagre. Agrega sal y pimienta al gusto y deja hervir unos minutos más, hasta que las frutas estén cocidas y la salsa tenga una consistencia espesa. Sirve de inmediato y adorna con las rebanadas de plátano macho.

Foto Arturo Buitrón

