ISSN 0185-8874

NÚM. 192 • FEBRERO DE 1993, MÉXICO. PRECIO PACTO N$2.50-$2.500

# revista del consumidor

- Guía de precios de autos nuevos y usados
- Todo sobre los juegos de azar




Conozca cuál es el mejor

## *La crema y nata de los yogures*

# SUMARIO


EDITORIAL
1

BUZON DEL CONSUMIDOR
2

EL TEMA DEL MES
¿Quiere una vivienda digna?
5

LA ENTREVISTA DEL MES
¡Ay amor, no me consumas tanto!
9

ESTUDIOS
Precios de autos nuevos y usados
12

Juegos de azar
25

CAMPAÑAS
Cuidemos el agua
30

LA SALUD Y SUS SERVICIOS
Servicios de enfermería particulares
32

Homeopatía
35

QUE HAY DETRAS DE...
Ocultismo a pleno sol
38

Mercado de medicamentos
41

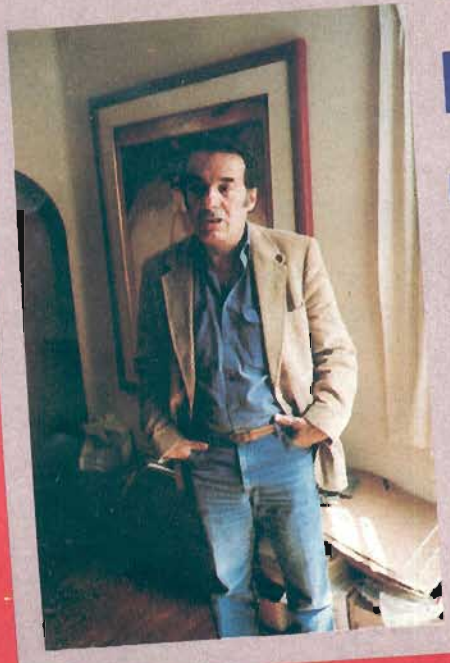
FOTORREPORTAJE
Con-sumo-amor
44

EL CONSUMIDOR EN EL MUNDO
46

PRUEBAS DE CALIDAD
Yogures
1

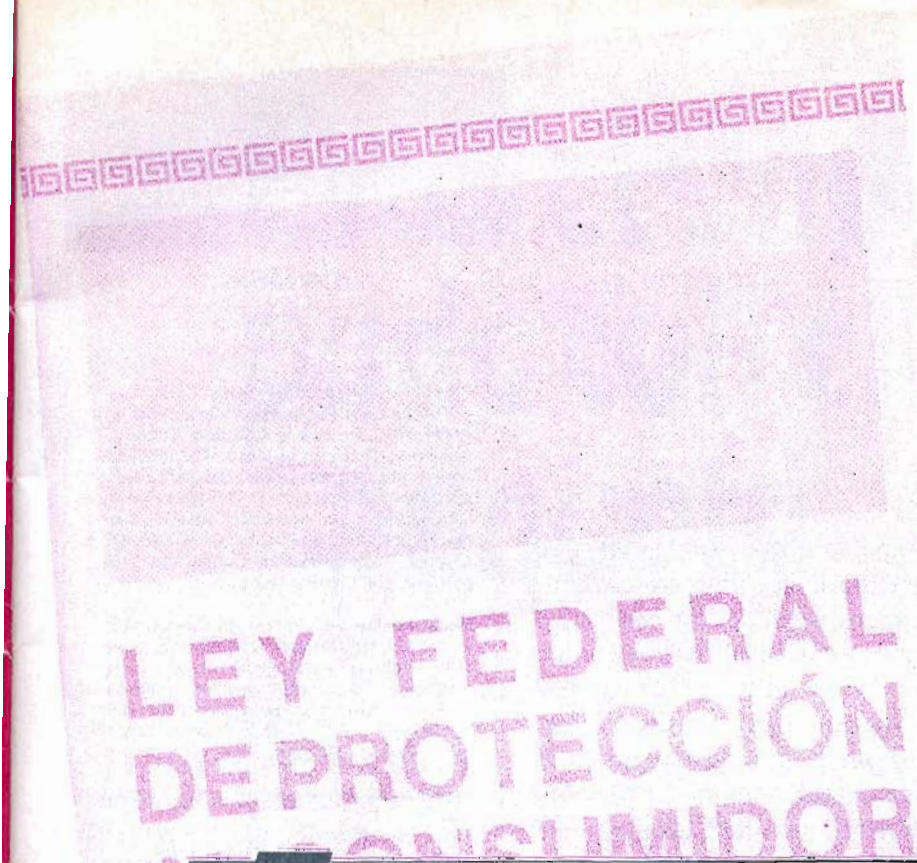








# Con la ley a su favor




*Este mes de febrero, cuando la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) cumple 17 años de vida, queremos compartir con usted los cambios y mejoras que ésta ha experimentado con el propósito de perfeccionar las instancias y mecanismos que informan, orientan y protegen al consumidor para que obtenga bienes y servicios de mayor calidad y a menores precios.*

*La nueva ley busca actualizar la protección al consumidor al incorporar prácticas modernas antes no contempladas o reguladas parcialmente, como son las ventas a domicilio, el telemercadeo, los servicios de tiempo compartido, las operaciones de crédito y otros servicios.*

*Al asumir la Procuraduría Federal del Consumidor las funciones antes encomendadas al Instituto Nacional del Consumidor —como la realización de investigaciones sobre bienes y servicios y la difusión de campañas de orientación—, amén de continuar su labor como perito y consultor, se suman los esfuerzos en favor de la población a través de la atención de una "ventanilla única"; pero no sólo eso, ahora la Profeco cuenta con nuevas y sustantivas atribuciones, como la de participar en un Consejo Consultivo que asesora a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial sobre políticas de protección, normas oficiales y, en general, informar y orientar sobre hábitos y prácticas de consumo; asimismo, cuenta con la facultad de suspender aquella publicidad que engañe o confunda a los consumidores.*

*Con base en una nueva ley y una Profeco fortalecida, los consumidores mexicanos tendremos más y mejores servicios de orientación y protección; de esta forma, es nuestro más vehemente deseo que se sienta seguro de contar con una nueva Profeco cerca de usted, como usted de nosotros: con esta extraordinaria noticia celebramos un año más.*

*Por un 1993 venturoso y pletórico de logros, nos complace ser, como siempre, su más seguro servidor.*

# En busca del código de barras

**Revista del Consumidor:**

Les escribo para agradecerles toda la información útil que preparan para nosotros los consumidores a través de la **Revista del Consumidor**, **El Periódico del Consumidor** y sus programas de televisión

Las sugerencias que hacen son muy valiosas para mí Ahora quisiera que me ayudaran a entender el significado exacto de una sección de barras que aparece en todos los productos, incluso en su revista Yo supongo que es una clave para facilitar la identificación y el manejo de éstos.

Les agradezco la atención que le brinden a esta carta; asimismo aprecio su trabajo y espero que continúen proporcionándonos por mucho tiempo sus sugerencias e investigaciones.

*Atentamente*
*Rubén González Maldonado*
*Calicanto núm 409*
*Colonia del Bosque*
*c.p 68100*
*Oaxaca, Oax.*

**Señor González:**

Nos es grato saber que la información que publicamos en nuestra revista le es de gran utilidad Enseguida atendemos sus requerimientos de información acerca del **código de barras**.

El código de barras o código del producto sirve para clasificarlos y hacer más rápida su circulación en las cajas de pago de tiendas y supermercados Se basa en que todos y cada uno de los artículos están identificados con un número y con una serie de barras y espacios paralelos de anchos variables, los cuales son leídos por equipos ópticos especiales llamados ''escáners''

La lectura de los datos se lleva a cabo a través de un código numérico de 13 dígitos que define al bien. tres números identifican al país de origen; cinco al fabricante; cuatro al producto, y por último hay un dígito verificador

Si requiere mayor información lo invitamos a consultar la **Revista del Consumidor** correspondiente al mes de abril de 1991 donde publicamos un reportaje sobre el ''Nuevo sistema para clasificar productos'' y que precisamente se refiere al funcionamiento del código de barras.




revista del consumidor

Directorio

Director:
Lic. Alfredo Baranda García

**Editor**: Marco Antonio López Gallo; **Responsable de la Publicación**: Oscar Romero Rojas; **Responsable del Equipo Editorial**: Guillermo Torales Caballero; Responsable de Información: Juan Pedro Labastida; Responsable de Redacción: Dora Torres Ponce; Coordinación de Reporteros: Marta S. García; Reporteros: Guadalupe Cruz, Graciela Muñoz, Rodolfo Valadez; Corrección: Cristina Rodríguez, Leticia Muñoz.

**Responsable del Equipo de Diseño**: Alejandro Lobato Rosales; Diseñadores: Francisco Alatriste, Víctor Gutiérrez, Francisco Hernández, Fernando R. Molina; Apoyo Informático: Sandra Salgado; Tipografía: Ana S. Chio, Ma. Concepción Aguilar; Fotógrafo: Gonzalo Gutiérrez.

Ilustradores: Alfonso Orvañanos e Ismael García.

Teléfono de la revista: 559-73-77 exts. 262 ó 263. Para correspondencia, diríjase al editor de la **Revista del Consumidor**, en Insurgentes Sur núm. 1228, 5o. piso, c.p. 03200, o al A.P. 20600, México, D.F.

La **Revista del Consumidor**, es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Sus oficinas se encuentran ubicadas en Insurgentes Sur núm. 1228, colonia Tlacoquemécatl del Valle, teléfono 559-73-77 (conmutador con 14 líneas directas). El contenido de los artículos publicados -firmados o no- refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista. Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. No autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.
Se autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.
Certificado de licitud de título núm 1127 y de contenido núm 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981.
Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor.
Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos. Registro núm. 015-1176. Características 218621140. Distribución Nacional.
**Tiraje: 55 mil ejemplares.** Impreso en los talleres. Complejo Editorial Metropolitano, S.A. de C.V., Bahía de Ballenas núm. 15, colonia Verónica Anzures, c.p. 11300 México, D.F.

# Estafeta no pudo con el paquete

**Revista del Consumidor:**

El 2 de octubre de 1992 solicité los servicios de la empresa de mensajería **Estafeta**, sucursal Mixcoac, ubicada entre Insurgentes Sur y Río Mixcoac, D F., para enviar la invitación de un curso de diseño gráfico a Nueva Jersey, Estados Unidos La compañía se comprometió a entregar el documento a más tardar en 48 horas.

10 días después, mi amigo Gabriel Castro, quien era el destinatario, me informó que aún no había recibido nada De inmediato me dirigí a la agencia de mensajería para reclamarles por su informalidad Para colmo, me indicaron que debía trasladarme a las oficinas generales de **Estafeta**, donde me informarían la suerte que había corrido mi envío

Transcurrieron 20 días y la invitación no llegaba a su destino ¡vaya rapidez y eficiencia envidiables!; entonces solicité el reembolso de mi dinero y del paquete, pero me contestaron que a más tardar en una semana me devolverían lo solicitado

No es que yo sea incrédulo, pero si no pudieron entregar un paquete en 48 horas, como se habían comprometido, menos me devolverán el dinero y el documento en una semana, ¿a poco en este caso sí serían eficientes?

Finalmente, el envío llegó a su destino después de transcurrir 504 horas (21 días), pero ya no tenía ningún caso pues el documento -repito- era una invitación a un evento que en ese momento ya había concluido.

¡Qué poca seriedad! ¿No opinan ustedes lo mismo?

*Atentamente*
*Fernando Rodríguez*
*Calle 37 núm. 37*
*Unidad Santa Cruz Meyehualco*
*Iztapalapa, D.F.*

**Estimado señor Rodríguez:**

Comprendemos su malestar por la situación que le hizo pasar **Estafeta** y agradecemos su interés por compartir esa experiencia a fin de prevenir a otros consumidores que pudieran estar en su caso

Le recordamos que el artículo 52 de la Ley Federal de Protección al Consumidor señala: ``Todo proveedor está obligado a respetar los precios, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, condiciones, modalidades, reservaciones y demás circunstancias conforme a las cuales se hubiere ofrecido, obligado o convenido originalmente con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio``

Le recomendamos a nuestros lectores que tengan presente este artículo cuando requieran de los servicios de mensajería o similares, y estén pendientes de los compromisos y obligaciones convenidos en el contrato para evitar alguna anomalía

Actúe de inmediato y exija sus derechos como consumidor.



# Candidata a millonaria decepcionada

**Revista del Consumidor:**

Estimados amigos, utilizo este espacio para exponer una queja contra la compañía **Anway de México**, con sede em Monterrey, Nuevo León.




reclutar a vendedores en toda la república. Todos los prospectos reciben un casete por medio del cual son aleccionados para ganar más de ``25 mil nuevos pesos mensuales`` o sea 25 millones de pesos anteriores

Esto sólo es el comienzo de una serie de pláticas para envolver a los ``interfectos``; posteriormente celebran una magna reunión en la ciudad de Morelia, Michoacán. Para asistir al evento es necesario dar una ``pequeña`` cooperación de 30 nuevos pesos (30 mil pesos anteriores). Es ahí donde nos revelan el ``secreto``: la venta de artículos de limpieza, cosméticos y baterías de cocina extremadamente caros

Por ejemplo, un detergente de 1 kg tiene un valor de 23 nuevos pesos (23 mil pesos anteriores), un champú de 400 ml cuesta 23.60 nuevos pesos (23 mil 600 pesos anteriores), y una olla ``holandesa`` en mil 23 nuevos pesos equivalentes a un millón 23 mil pesos anteriores Pero el asunto no para aquí para recibir este paquete se tiene que desembolsar un adelanto de 350 nuevos pesos (350 mil pesos anteriores) que implican una parte de las ganancias por 11 nuevos pesos (11 mil pesos anteriores).

¿No creen que debería hacerse algo al respecto? Estos embaucadores se aseguran un ejército de vendedores sin ningún sueldo o prestación. ¿Habrá alguna disposición legal que prohíba este tipo de engaños?, y si es así ¿con quién hay que levantar la denuncia correspondiente?

*Atentamente*
*Virginia M de Castro*
*Priv Diego Abad núm. 35*
*colonia Colimillas*
*Pátzcuaro, Michoacán*
*c.p. 61600*

**Estimada señora de Castro:**

Al igual que lo expresa en su carta, no existe tal reclutamiento, en virtud de que no se establece compromiso laboral alguno entre la empresa y el posible vendedor por el solo hecho de asistir a las sesiones, o comprar el casete y pagar por participar en el evento

De lo anterior se desprende que no hay punto de referencia que nos permita establecer, en forma concreta, alguna acción legal contra la empresa. Le sugerimos no comprometerse más con este tipo de negocios, ya que en su mayoría trabajan dentro de los límites legales permitidos y escapan de la jurisdicción de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

También le recomendamos que acuda a la oficina estatal de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social donde le proporcionarán información más amplia y detallada sobre este asunto

# ¿Quiere una vivienda digna?



Disfrutar de casa propia sigue siendo el sueño imposible de muchos mexicanos, a pesar de las acciones que ha realizado el gobierno federal para abatir el déficit de 6 millones 100 mil casas-habitación, a lo que se suma la necesidad de construir y reparar 3 millones de viviendas más.

Ambas circunstancias influyen y determinan los problemas que tienen que enfrentar los arrendatarios, situación que comienza con las enormes dificultades para firmar el contrato (debido a los requisitos que exigen los caseros) y continúa con los precios elevados y las deficientes condiciones de higiene y espacio de muchos inmuebles.

## ¿Y si de renta se trata?

Según el estudio **La vivienda en arrendamiento**, realizado por el Instituto Nacional del Consumidor en 1991, una persona destina desde el 38 hasta el 69 por ciento de su salario para pagar la renta mensual; hay que mencionar que la vivienda arrendada difícilmente cubre las necesidades mínimas de las familias de cuatro o cinco miembros, pues en general cuentan con uno o dos cuartos.

Otro dato revelador es que el 74 por ciento de los inquilinos rentan la vivienda donde la encuentran y no donde la desean, lo que provoca conflictos

de transporte para el 50 por ciento de esa población.

Ante esto, el subsecretario de Vivienda de la Secretaría de Desarrollo Social, Alfredo Phillips Olmedo, comenta:

"Sólo cerca del 14 por ciento del parque total de la vivienda es de arrendamiento, muy lejos del 50 por ciento que tienen otros países".

## El problema en nuestro país

Si bien el problema del arrendamiento en México se agudiza rápidamente, las dificultades no son menores al tratar de adquirir casa propia, pues este proceso se encuentra inmerso en una serie de complicaciones reconocidas por las propias autoridades de la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) y del Instituto del Fondo Nacional para la Vivienda de los Trabajadores (Infonavit), que pueden traducirse en:

Tramitación excesiva, burocratismo, despotismo, corrupción generalizada y altísimos intereses a pagar -principalmente-, aspectos que en conjunto significan un cuello de botella



inevitable para el solicitante, quien generalmente termina por desanimarse y desertar.

Al respecto, el subsecretario de Vivienda de la Secretaría de Desarrollo Social opina que "es fundamental desregularizar la vivienda en nuestro país para promover el desarrollo social. Aprobar o negar un trámite no debe tardar más de dos semanas. Además, tenemos que evitar que el exceso de papeleo impida la construcción o mejora de las casas-habitación, o que estos trámites se conviertan en costos que pesen demasiado en el precio final de la vivienda, porque se limitaría la posibilidad de que el mexicano tenga un hogar digno".

Para enfrentar esta situación el gobierno de la república, en coordinación con organismos financieros de vivienda, firmó en octubre de 1992 el Programa de Fomento y Desregulación de la Vivienda cuya finalidad consiste en eliminar trámites excesivos y avanzar en la simplificación administrativa, fiscal y notarial; asimismo, contempla la reducción del costo de la vivienda en un 10 por ciento sin demeritar la calidad de los materiales que se utilicen para la construcción.

Se prevé que para 1993 se edificarán 320 mil viviendas para desahogar la demanda. Los créditos serán otorgados con base en el ingreso familiar en conjunto y no sólo en el del jefe de familia.



## ¿Cuál es la solución?

La manera más viable de obtener casa propia es mediante el crédito financiero que le permite al consumidor ahorrarse momentáneamente la necesidad de erogar una fuerte cantidad de dinero.

Tal vez por eso, más del 60 por ciento de las compraventas se hacen a través de los créditos que ofrecen los organismos financieros públicos y privados, el resto corresponde a transacciones directas entre particulares.

El contador público Pedro Reynoso Ennis, subdirector financiero del Infonavit, explica la nueva política que se ha fijado en esta institución para otorgar créditos:

"El propósito de la reforma es contar con un sistema claro y objetivo para que los trabajadores, en su momento, puedan saber si tienen derecho a un crédito o no. Los criterios actuales son muy objetivos porque indican cómo se asignarán los créditos; para esto se tomará en cuenta: la edad, el salario, los bimestres que el trabajador ha cotizado al instituto, el saldo de la subcuenta y el número de dependientes económicos".

Desde octubre del año pasado, el Infonavit dejó de participar directamente en la construcción de vivienda y ahora se dedica a dar financiamientos a la construcción. Es decir que de la construcción se encargan los constructores y el instituto vigila la correcta inversión de los recursos.

Infonavit tienen registrados entre 8.5 y 9 millones de derechohabientes, según Pedro Reynoso, y el grado de atención al público es de 20 ó 25 por ciento. El instituto tiene capacidad para otorgar un crédito hasta por 72 mil nuevos pesos (72 millones de pesos anteriores), con un interés del 6 por ciento aproximadamente.

Por otra parte, se tiene proyectado que para este año el Infonavit lleve a cabo convenios con la banca mexicana para cofinanciar la vivienda, ampliando de esta manera el crédito para los trabajadores.

Además, con el propósito de aniquilar vicios de corrupción en la gestión y otorgamiento de créditos, el instituto ha dispuesto terminar con las promociones sindicales para dar paso a la tramitación personal del trabajador.

## Al servicio del Estado

Por su parte Fovissste, con 22 años de labores, atiende la demanda de los trabajadores al servicio del Estado. Este organismo cuenta con diez programas de financiamiento para vivienda, que a continuación se enumeran:

1. Construcción de vivienda en terreno propio.
2. Adquisición de vivienda a terceros.
3. Retención de pasivos (o hipotecarios).
4. Mejoramiento, reparación y ampliación de la vivienda.
5. Vivienda financiada.
6. Mejoramiento de la vivienda (mediante pagaré).
7. Cofinanciamiento individual (Fovissste-Instituciones bancarias).
8. Financiamiento Fovissste - Banobras para la construcción.
9. Financiamiento Fovissste - Banobras para la adquisición.







SUSCRIBÁSE

DOBLE, ENGOME Y PEGUE

Correspondencia con derechos por cobrar.
Solamente servicio nacional.

El porte será pagado por:

revista del consumidor

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

DOBLE, ENGOME Y PEGUE

DOBLE, ENGOME Y PEGUE

revista del
consumidor

**NOTA** LLENAR CON LETRA DE MOLDE NO NOS HACEMOS RESPONSABLES DE SUSCRIPCIONES CON DATOS INCOMPLETOS O ILEGIBLES

NOMBRE _____
DIRECCIÓN _____
COLONIA _____
DELEGACIÓN O MUNICIPIO _____ C.P. □□□□□
ESTADO _____ TELÉFONO _____

SUSCRIPCIÓN POR UN AÑO N$ 25.00, 25 MIL PESOS □ A NOMBRE DE LA **REVISTA DEL CONSUMIDOR**

SUSCRIPCIÓN NUEVA □ RENOVACIÓN DE SUSCRIPCIÓN □

**FORMA DE PAGO**

GIRO POSTAL □ CHEQUE □ TARJETA DE CRÉDITO □

No. _____ BANCOMER □ CARNET □ BANAMEX □

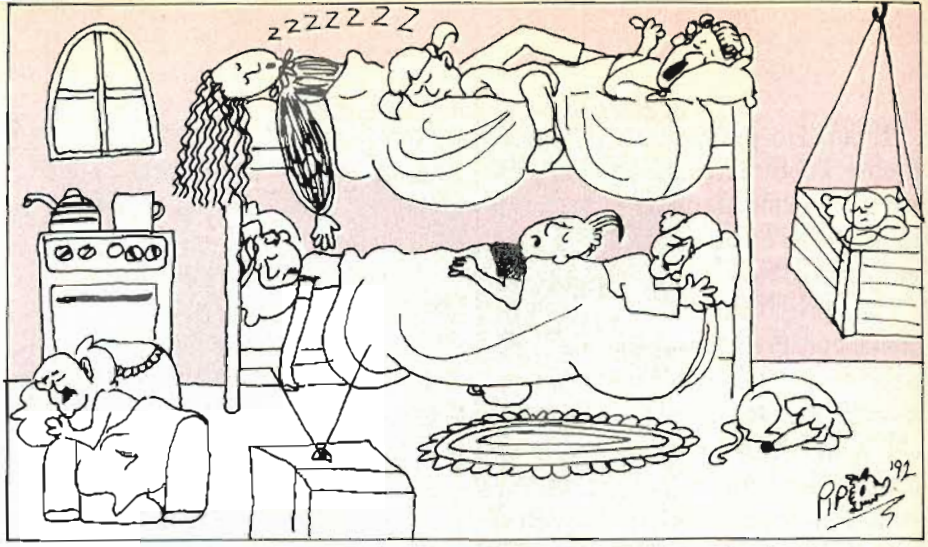
ACLARACIONES: TELÉFONOS 559-73-77 EXT. 117 y 568-87-22, O DIRECTAMENTE A INSURGENTES SUR No. 1228, 5o. PISO, COL. TLACOQUEMÉCATL DEL VALLE, DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ, MÉXICO, D.F., C.P. 03200.

TARIFA PROMOCIONAL
VIGENTE PARA 1993

¡Aproveche!
reciba 12 y pague 10




12 REVISTAS X
N$ 25.00
25 MIL PESOS
**INSERTE AQUÍ SU FORMA DE PAGO**




10. Fovi-Fovissste.

La persona que solicite un crédito en cualquiera de las anteriores modalidades tiene que cubrir los siguientes requisitos:

- Tener 18 meses como mínimo cotizando al instituto.
- Familia establecida o dependientes económicos.
- Presentar la carta como candidato para el crédito, la cual deberá tramitarse a través del sindicato de la dependencia a la que pertenece.
- No ser propietario de ninguna vivienda.

Es necesario mencionar que para el otorgamiento del crédito no se requiere enganche alguno, sólo si se tratara de un cofinanciamiento con el banco. Así, el trabajador es beneficiado con 36 mil nuevos pesos (36 millones de pesos anteriores) como máximo, para adquirir su vivienda.

## Crédito bancario

También las instituciones bancarias poseen una gran variedad de opciones para la adquisición de vivienda.

Últimamente el crédito bancario ha tenido enorme demanda por su celeridad en el otorgamiento (dos meses aproximadamente).

Este tipo de créditos significan para el consumidor una buena opción, pero también la aventura más tortuosa que pudiera vivir en cuanto a los intereses que debe pagar.

El Banco Internacional, Bancomer, Banamex, Comermex, Serfín, Banobras, entre otros, cuentan con programas de financiamiento a la vivienda, y otorgan créditos de 50 mil nuevos pesos (50 millones de pesos anteriores) en adelante, de acuerdo con la condición socioeconómica del solicitante. Si desea conocer en detalle el mecanismo de los créditos bancarios de vivienda, le sugerimos consultar la **Revista del Consumidor** núm. 187, correspondiente al mes de septiembre de 1992.

Los requisitos a cubrir para obtenerlo son: nombre, edad, número de dependientes económicos, si es padre de familia o no lo es, presentar documentación en el caso de tener bienes inmuebles, comprobantes de ingreso mensual, antigüedad en el trabajo actual así como en el anterior, y tipo de crédito que solicita. Estos requisitos varían de acuerdo con la política de la institución bancaria.

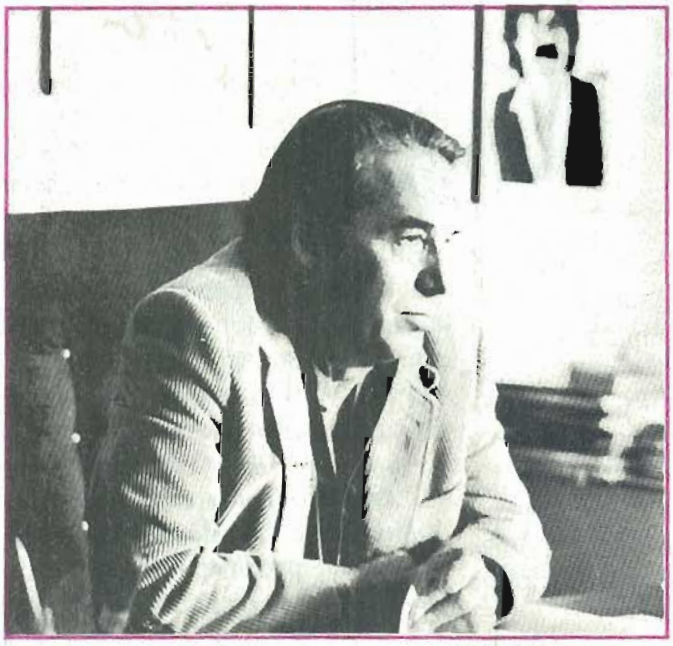
Como podrá observar, amigo lector, el camino para alcanzar una vivienda propia está lleno de obstáculos que, no obstante, pueden superarse si usted realiza su mejor esfuerzo y elige la opción de financiamiento más adecuada a sus necesidades y posibilidades económicas.

**Rodolfo Valadez**

*Fuentes: -Secretaría de Desarrollo Social.*
*-Programa de Fomento y Desregulación de la Vivienda; 20 de octubre, 1992.*
*-Infonavit.*
*-Fovissste.*
*-Revista Época; 19 de octubre, 1992.*

## Oscar Chávez

# ¡Ay amor, no me consumas tanto!



***Por ti, el dolor es el sol sin la flor, el infierno es amor tan eterno, el infierno es amor.***

*Por ti*, Oscar Chávez

El 14 de febrero se celebra una de las fechas más populares del calendario del consumo en México: el "Día del amor y la amistad". En esta fecha, el concepto "amor" -siempre tan escurridizo, subjetivo e íntimo- se vuelve algo concreto y asequible: se nos revela en forma de caja de chocolates o en el "total" a pagar por una cena de restaurante, en el "poder" de una firma a cambio de un anillo de compromiso, o en una tierna y amorosa canción, "disponible en casete, disco y *compact*"

A fin de reflexionar en torno al amor, su consumo y el lugar que ocupa como mercancía dentro de la música mexicana, platicamos con un popular compositor e intérprete que cuenta ya con más de 30 años de experiencia en el rítmico y, a veces, poco armonioso mundo de la música: Oscar Chávez.

### Con-sumo amor

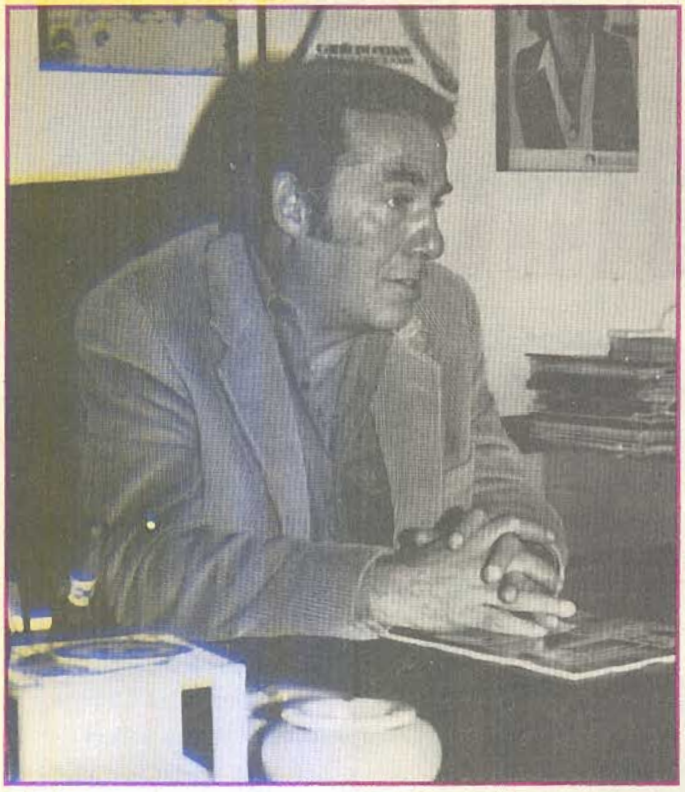
"Por ti" "Macondo" y "La niña de Guatemala", son sólo tres ejemplos de canciones que han dado nombre y renombre a Oscar Chávez en su larga trayectoria como compositor, cantante, compilador y folclorista de la canción popular mexicana. Estas tres composiciones difieren por su tratamiento literario y musical, pero coinciden al girar en torno al amor como tema central.

**R.C.: ¿Qué significa el amor para Oscar Chávez? ¿Ocupa un lugar importante en sus composiciones y en las canciones que canta?**

**O.Ch.:** "Es muy difícil definir lo que es el amor; nos llevaríamos miles de años y no podríamos ponernos de acuerdo sobre lo que es, pero sí puedo decir que sin él no existiría el mundo. Cuando alguien recuerda alguna de sus canciones preferidas, ésta siempre es de amor"

''He grabado muchas canciones de amor que no son mías, pero que recuerdo especialmente como 'Un año más sin ti', 'Perdón', 'Flores negras'... en fin. También he hecho mucha canción política que, incluso, lleva una carga de amor o desamor. No se concibe la vida sin amor.

''Como compositor -continúa nuestro entrevistado- empecé a incluir cosas mías hasta el cuarto disco que grabé, con temas como 'Por ti' y la música para 'La niña de Guatemala' -cuya letra es del poeta cubano José Martí-; así comencé a aventurarme como compositor y me ha ido bien. No compongo mucho, pero no dejo de hacerlo''.



**R.C.: ¿Cuánto se consumen en nuestros días los temas de amor, la canción romántica?**

**O. Ch.**: ''Mucho, un ejemplo de ello es 'Por ti', que se conoce en todo el país. Hay gente que me dice 'gracias a tu canción conocí a mi mujer', o 'por tu culpa me casé'. Esta canción y 'La niña de Guatemala' son dos temas de amor que he grabado muchas veces y con diferentes acompañamientos''.

**R.C.: Hoy en día se habla de un ''resurgimiento'' de la canción romántica, ¿estás de acuerdo con el diagnóstico?**

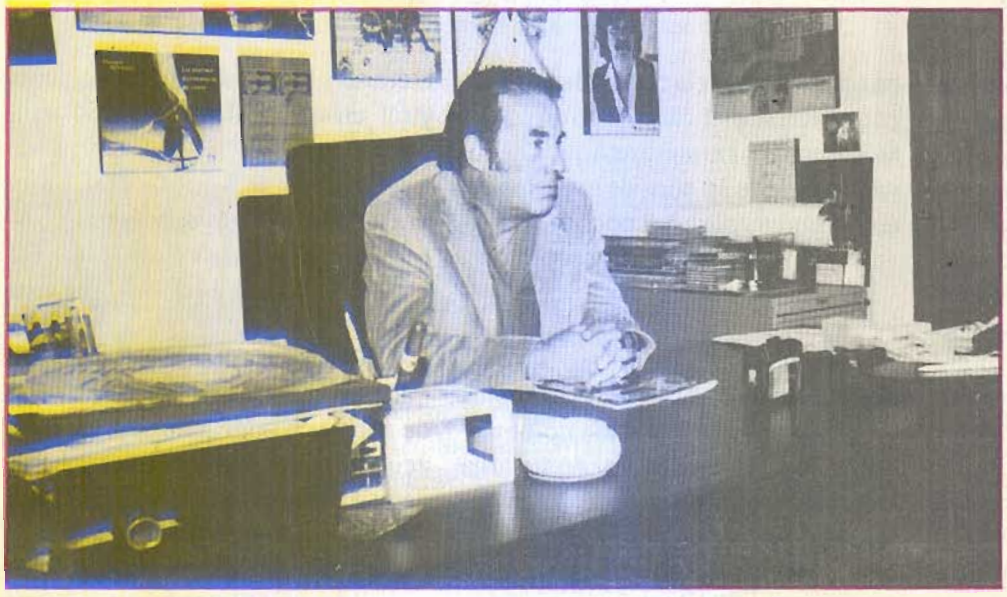
**O.Ch.**: ''Todo es cíclico. Creo que actualmente la gente está comprobando que muchas canciones de otra época tienen mayor valor que las de hoy. Los jóvenes se están dando cuenta de que las producciones de Agustín Lara, Gonzalo Curiel y Vicente Garrido, son muy bellas, literaria y musicalmente hablando. Ahí tenemos lo que hizo este niñito Luis Miguel, ¿quién iba a decir que le 'llegaría' tanto al público joven? Pareciera que han 'descubierto' el bolero y ahora todo mundo quiere grabar boleros... yo los grabé hace ya más de 15 años''.

**R.C.: ¿No será este ''resurgimiento'' sólo una moda?**

**O.Ch.**: ''Yo creo que es una revaloración, aunque desde luego nunca faltan los 'coyotes', pero eso es aparte. Si las grandes compañías disqueras ven que hay forma de hacer negocio, pues 'ambién le entran''.

**R.C.: ¿Qué tanto se hace negocio con la canción romántica en el ''Día del amor y la amistad''?**

**O.Ch.**: ''Todas estas fechas son simplemente para que la gente consuma: no le puedes poner fecha a los novios ni al amor. Es como el 'Día del padre', sólo un pretexto para que la gente consuma, y como con la publicidad le 'lavan el cerebro' por todos lados, la gente consume''.



## Vende caro tu amor

Locutor y productor radiofónico en sus años mozos, actor y director de teatro, protagonista de filmes como ''Los Caifanes'', ''María de mi corazón'' y ''Rompe el alba'', Oscar Chávez es hoy socio de la firma disquera **Pentagrama**, empresa que ha producido sus más recientes discos para sumar ya más de 70 títulos.



**R.C.: De frente a los tiempos del libre comercio, ¿cómo ve Oscar Chávez el futuro del mercado musical y su oferta al consumidor?**

**O.Ch.**: ''¿El futuro? No lo sé, adivino no soy. Sólo sé que las cosas cambian a una velocidad impresionante, nos rebasan; por ejemplo, además de canciones que tienen como tema el amor, he grabado mucha canción política, pero la he dejado de hacer, no porque ya no me interese, sino porque ahora los medios de comunicación nos informan con tal rapidez que en lo que yo escribo una canción y la grabo, la situación ya cambió.

''Sé también que nos están invadiendo y cerrando los espacios en la radio, en la televisión y en el teatro. Yo no puedo hacer cine en México porque estoy fuera de la ANDA -Asociación Nacional de Actores- desde hace 12 años; tampoco puedo hacer teatro ni cabaret donde está la ANDA... ni quiero. Mi actividad principal se ha suscrito, finalmente, a la música, a grabar discos y a realizar algunas presentaciones''.

**R.C.: ¿Conservas un público consumidor que te sigue?**

**O.Ch.**: Sí, pero por terco. Trabajar ahora no es nada fácil, no tengo el respaldo económico necesario. Por ejemplo, en 1987 celebré mis 25 años como músico en el Auditorio Nacional, entrar allí ahora es imposible, no tengo el dinero para hacerlo.

''Sin embargo, pienso seguir trabajando. Acabo de montar una pastorela y quiero repetir este año otra temporada de conciertos en Bellas Artes''.

Son ya 30 años de cantarle al amor y a otras cosas. Es toda una vida dedicada a ofrecer a su público un producto musical de excelente y reconocida calidad, hecho con el amor a la música que su padre le inculcó desde pequeño. 70 discos y un sinnúmero de presentaciones han sido su oferta al consumidor. De rostro adusto y parco hablar, Oscar Chávez escucha nuestra última pregunta, nota final de esta entrevista musical.

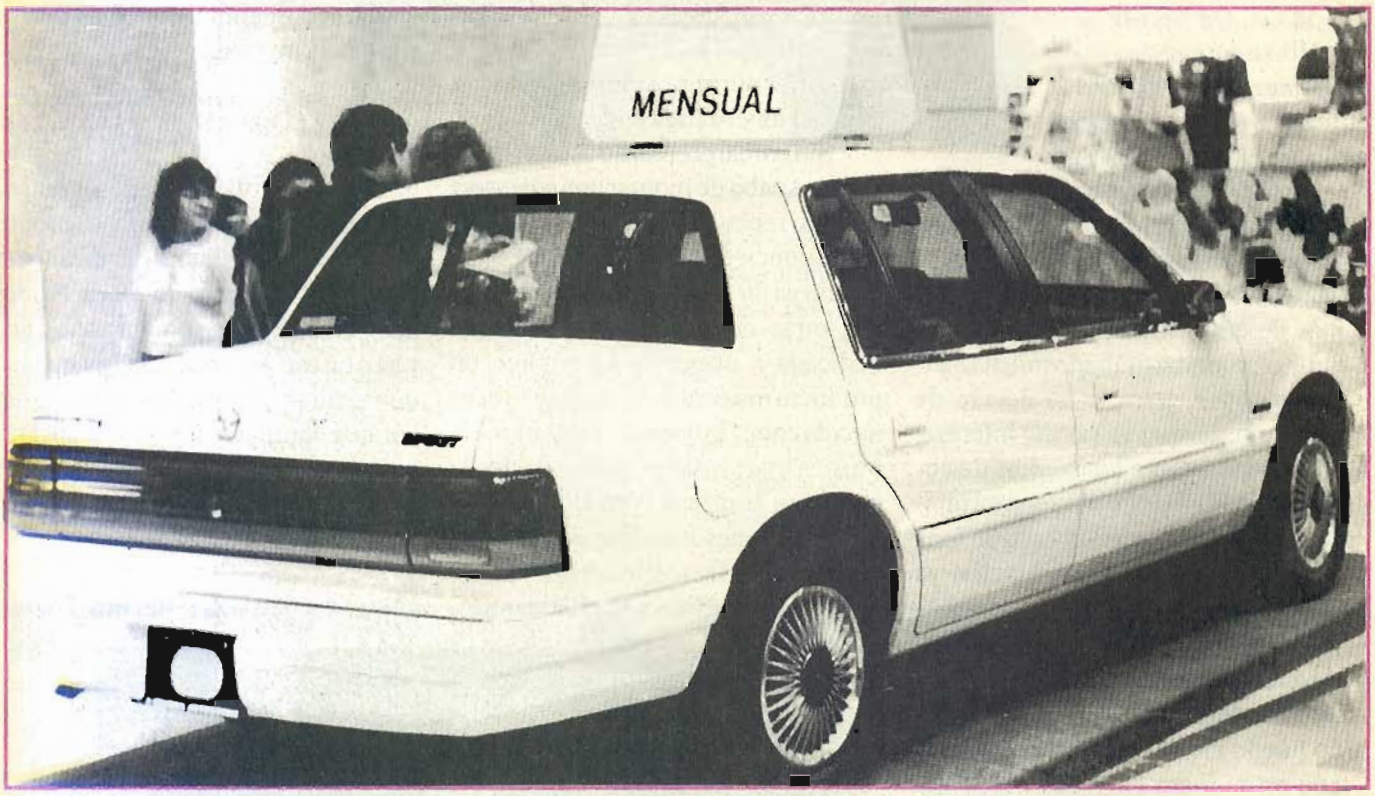
**R.C.: ¿Qué tal eres como consumidor?**

**O.Ch.**: ''Totalmente desorganizado y por lo mismo con muchos problemas. No tengo nada de tacaño, al contrario, me paso de rosca. No soy una persona que se ponga a ahorrar... y sé que eso está mal, es algo que hay que pensar porque los años pasan, aunque tampoco me voy a pasar la vida escondiendo mi dinero en el ropero, porque no me interesa el 'agiotismo', es más, lo odio''.

**Guillermo Torales**



# Guía de precios de autos nuevos y usados



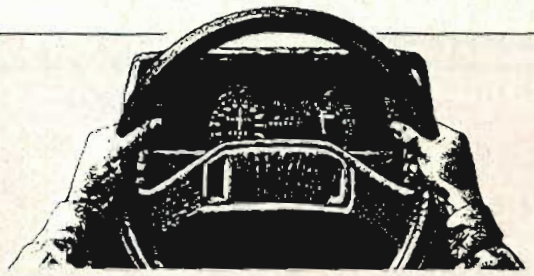

Periódicamente elaboramos una Guía de Precios de Autos Nuevos y Usados con el objeto de orientar al público consumidor para que en el momento de elegir alguno, o si desea vender el suyo, conozca las tendencias de este mercado.

Esta guía incluye los precios de los modelos 93 de las marcas **Ford**, **Nissan**, **Chrysler** y **General Motors**; al momento de elaborarla aún no salían al mercado los modelos 93 de la firma **Volkswagen**, razón por la cual no aparecen.

Para realizar este estudio se utilizaron como fuentes de información la sección "Aviso Oportuno" del periódico *El Universal*, la revista *Segunda Mano* y la guía *EBC* (Libro Azul), en sus ediciones correspondientes al mes de octubre de 1992.

Cabe advertir que cuando usted adquiera o venda un automóvil usado, el precio de la unidad dependerá del estado general en que se encuentre y los accesorios que incluya, pues ello genera fluctuaciones al alza o a la baja de un 15 ó 20 por ciento aproximadamente en los precios promedio.

*Fuentes: -Secofi. Tratado de Libre Comercio en América del Norte. Monografías tomo I. México, 1992.*
*-Bancomer. Revista Panorama Económico. 5º bimestre 1991.*
*-El Financiero. 1º de septiembre, 1992.*
*-La Jornada. 2 de septiembre, 1992.*



## Panorama de la Industria Automotriz

La industria automotriz se integra a la economía mexicana en 1925 con el establecimiento de la primera planta de su tipo, dedicada al ensamble de autopartes y vehículos.

Está compuesta por dos ramas, a saber: la industria terminal o de producción de vehículos y la industria de autopartes; la industria maquiladora de autopartes, en algunos casos es considerada como una tercera rama.

En conjunto, en 1990 tuvieron una participación del 2.3 por ciento en el PIB nacional y 9 por ciento en el del sector manufacturero. Esta industria tiene un peso importante en la economía nacional, puesto que durante el año aludido ocupó el segundo lugar en la captación de divisas, superada únicamente por la industria petroquímica.

La producción de vehículos en 1990 creció 23.4 por ciento; 20.1 por ciento entre enero-agosto de 1991 y para el mismo periodo de 1992, dicho crecimiento se estima en 21 por ciento. Los factores que favorecen el comportamiento positivo de esta rama son: estabilidad de precios, recuperación del poder adquisitivo de algunos estratos, caída de las tasas de interés, proliferación de planes de financiamiento, estabilidad en los costos de producción y estabilidad en el tipo de cambio, entre otros.

Por su parte, las ventas domésticas de automóviles son realizadas por las empresas **Volkswagen**, **Nissan**, **General Motors**, **Ford** y **Chrysler**, quienes colocaron en 1990 aproximadamente 341 mil unidades, alrededor de 406 mil en 1991 y, en los primeros 6 meses de 1992 se calcula que alcanzaron las 300 mil unidades vendidas.

Las empresas **Volkswagen**, **Nissan** y **Ford** son las que dominan el mercado mexicano, a juzgar por el volumen de ventas por unidad.



## Volumen aproximado de las ventas por empresa 1990 y 1991 (unidades)

| Empresas | 1990 | 1991 | Variación |
|---|---|---|---|
| Volkswagen | 95,025 | 102,847 | 8.2 |
| Nissan | 73,943 | 82,812 | 12.0 |
| General Motors | 60,647 | 73,516 | 21.2 |
| Ford | 55,973 | 79,524 | 42.1 |
| Chrysler | 55,254 | 67,854 | 23.0 |
| Total | 340,842 | 406,553 | 19.3 |

*Fuente: Bancomer. Rev. Panorama Económico, 5º bimestre, agosto de 1992.*

# * PRECIOS PROMEDIO EN EL MERCADO DE AUTOS 1981 - 1993 (nuevos pesos)

| NOMBRE DE LA UNIDAD | CARACTERISTICA | PRECIOS PROMEDIO (1) | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | MOD. 1981 | MOD. 1982 | MOD. 1983 | MOD. 1984 | MOD. 1985 | MOD. 1986 | MOD. 1987 | MOD. 1988 | MOD. 1989 | MOD. 1990 | MOD. 1991 | MOD. 1992 | MOD. 1993 |
| VAM | | | | | | | | | | | | | | |
| Gremlin | 2p Std | 6,150 | 6,390 | 6,650 | | | | | | | | | | |
| Jeep | Capota lona | 7,000 | 7,500 | 9,350 | 10,750 | 12,000 | 13,025 | | | | | | | |
| | Capota plástico | N.D. | 8,150 | 9,600 | 11,300 | 12,500 | 13,750 | | | | | | | |
| | Wagoneer Alpina | N.D. | N.D. | 14,300 | 14,800 | 15,150 | 15,965 | | | | | | | |
| | Wagoneer GD aut a/ac | N.D. | N.D. | N.D. | 16,000 | 18,500 | 19,200 | | | | | | | |
| | Wagoneer St. | 8,000 | 9,950 | 12,800 | 13,050 | 14,200 | N.D. | | | | | | | |
| American | 2p Std | 5,500 | 6,200 | 6,350 | | | | | | | | | | |
| | 2p Aut | 6,050 | 6,300 | 6,700 | | | | | | | | | | |
| | 4p Std | 6,125 | 6,800 | 7,150 | | | | | | | | | | |
| | 4p Aut | 6,275 | 6,875 | 7,250 | | | | | | | | | | |
| | 2p Rally AMX std | 6,325 | 6,865 | 7,200 | | | | | | | | | | |
| | 2p Rally AMX aut | N.D. | N.D. | 7,883 | | | | | | | | | | |
| | 5p Vagoneta std | 7,350 | 7,800 | 8,150 | | | | | | | | | | |
| | 5p Vagoneta DL aut | N.D. | 8,450 | 8,650 | | | | | | | | | | |
| | 5p Vagoneta aut | 7,530 | 7,875 | 8,925 | | | | | | | | | | |
| | 4p Ecd aut a/ac | 7,275 | 7,450 | N.D. | | | | | | | | | | |
| GENERAL MOTORS | | | | | | | | | | | | | | |
| Blazer Nevada | 4p Típico 5 vel | | | | | | | | | | | 40,385 | 57,581 | N.D. |
| | 4p Lujo 5 vel a/ac | | | | | | | | | | | 43,218 | 64,514 | N.D. |
| | 4p Lujo aut a/ac | | | | | | | | | | | 47,390 | 67,473 | N.D. |
| Cadillac (Importado) | Sedán de Ville 4p aut | | | | | | | | | | | 115,000 | 159,088 | N.D. |
| | Tarín | | | | | | | | | | | N.D. | 17,142 | N.D. |
| Caprice | 2p Semi equipado | 9,500 | 12,000 | | | | | | | | | | | |
| | 2p Classic a/ac | 9,950 | 11,500 | | | | | | | | | | | |
| | 4p Semi equipado | 7,950 | 11,000 | | | | | | | | | | | |
| | 4p Classic a/ac | 10,000 | 12,500 | | | | | | | | | | | |
| Cavalier | 2p Sedán aut Típico a/ac | | | | | | | | | | N.D. | 37,187 | 53,136 | 54,749 |
| | 2p Sedán aut equip a/ac | | | | | | | | | | N.D. | 37,900 | 53,890 | 58,132 |
| | 4p Sedán 5 vel Austero | | | | | | | | | | 32,000 | 33,750 | 40,330 | 42,334 |
| | 4p Sedán 5 vel Típico | | | | | | | | | | N.D. | 35,700 | 47,300 | 49,423 |
| | 4p Sedán aut Típico a/ac | | | | | | | | | | N.D. | 35,975 | 51,694 | 56,260 |
| | Z24 Sport I-2p 5 vel | | | | | | | | | | N.D | 38,031 | 53,530 | 57,708 |
| | Z24 Sport S-2p 5 vel equip a/ac | | | | | | | | | | N.D. | 41,687 | 55,308 | 61,081 |
| | Z24 Sport K-2p aut | | | | | | | | | | N.D. | 41,355 | 62,184 | 65,293 |

*LOS PRECIOS FUERON ENCUESTADOS EN NOVIEMBRE DE 1992

| NOMBRE DE LA UNIDAD | CARACTERISTICA | PRECIOS PROMEDIO (1) | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | MOD. 1981 | MOD. 1982 | MOD. 1983 | MOD. 1984 | MOD. 1985 | MOD. 1986 | MOD. 1987 | MOD. 1988 | MOD. 1989 | MOD. 1990 | MOD. 1991 | MOD. 1992 | MOD. 1993 ** |
| Cavalier | Z24 Sport L-2p aut equip a/ac | | | | | | | | | | | 42,357 | 63,219 | 68,196 |
| | 2p Sedán 5 vel Austero | | | | | | | | | | | 29,150 | 37,907 | 41,162 |
| | 2p Sedán 5 vel Típico | | | | | | | | | | | 35,500 | 43,880 | 47,945 |
| | 4p Sedán tip aut equip a/ac | | | | | | | | | | | | 56,786 | 60,981 |
| Celebrity | 4p 4 vel Austero | | 11,000 | 12,112 | 13,200 | 16,475 | 18,800 | N.D. | N.D. | N.D. | | | | |
| | 4p 4 vel Custom | | 11,100 | 12,475 | 14,050 | 15,900 | 17,000 | 19,580 | 22,080 | 24,560 | | | | |
| | 2p 4 vel Austero | | N.D. | 12,300 | 14,000 | N.D. | 16,150 | N.D. | 20,500 | N.D. | | | | |
| | 2p 4 vel Típico | | 11,537 | 14,500 | 17,962 | N.D. | 18,625 | 19,980 | N.D. | N.D. | | | | |
| | 4p 5 vel Motor F.I. | | 12,200 | N.D. | 15,750 | 19,000 | N.D. | 22,400 | 22,537 | 24,000 | | | | |
| Century | 4p Sedan aut equipado | | | 15,792 | 17,912 | 20,062 | N.D. | N.D. | 35,690 | 42,637 | 49,575 | 57,590 | N.D. | N.D. |
| | 4p Limited coupe aut F.I | | | N.D. | N.D. | 22,000 | 25,400 | N.D. | 30,450 | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. |
| | 2p Limited coupe aut F.I | | | N.D. | N.D. | 23,300 | 24,125 | 29,062 | 31,950 | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. |
| | 4p Sedán F.I. | | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 55,250 | 77,000 | 82,390 |
| | 4p Sedán F.I. vest piel | | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 54,000 | 58,435 | 83,482 | 90,385 |
| Citation | 2p 4 vel Típico | | 6,050 | 7,550 | 9,300 | 10,385 | 10,700 | | | | | | | |
| | 2p 4 vel X-11 | | N.D. | 9,425 | 11,000 | 11,350 | 12,540 | | | | | | | |
| | 4p aut Custom | | 8,387 | 9,215 | 10,742 | 12,800 | N.D. | | | | | | | |
| | 4p 4 vel | | 8,275 | 9,300 | 11,468 | 12,050 | 12,792 | | | | | | | |
| Corvette (Importado) | 2p Coupe deportivo | | | | | | | | | | | 129,000 | 170,529 | |
| | Convertible | | | | | | | | | | | N.D. | 199,510 | |
| Cutlass | 2p aut Típico a/ac | | | | | | | 26,700 | 26,900 | 34,375 | 40,750 | 45,032 | 62,602 | 65,694 |
| | 4p aut Típico a/ac | | | | | | | 25,980 | 29,420 | 36,912 | 41,587 | 42,967 | 64,348 | 66,900 |
| | 4p aut Lujo a/ac | | | | | | | 29,000 | 32,200 | 38,675 | 44,400 | 48,550 | 67,458 | 73,116 |
| | 2p aut Lujo a/ac | | | | | | | 28,100 | 30,550 | 34,900 | 42,784 | 47,045 | 64,545 | 70,205 |
| Cutlass (Eurosport) | 2p 5 vel a/ac | | | | | | | N.D. | 32,600 | 40,385 | 44,650 | 50,885 | 66,998 | 72,674 |
| | 2p aut a/ac | | | | | | | 27,000 | N.D. | 43,050 | 47,915 | 54,350 | 74,100 | 80,389 |
| | 2p 5 vel a/ac piel | | | | | | | N.D. | 33,725 | 41,760 | 47,350 | 53,450 | 73,981 | 80,111 |
| | 4p 5 vel a/ac | | | | | | | N.D. | 33,300 | 40,325 | 45,087 | 53,850 | 71,870 | 75,758 |
| | 4p aut a/ac | | | | | | | 30,000 | N.D. | 43,537 | 49,737 | 52,500 | 78,950 | 83,473 |
| | 4p aut a/ac piel | | | | | | | N.D. | N.D. | 45,188 | 52,447 | 55,500 | 83,800 | 90,911 |
| | 2p aut piel a/ac | | | | | | | | | | | | 80,967 | 87,826 |
| | 4p std piel a/ac | | | | | | | | | | | | 76,898 | 83,196 |
| Chevelle y Malibu | 2p Chevelle 6 cil 3 vel | 8,625 | | | | | | | | | | | | |
| | 2p Malibu 6 cil 4 vel | 9,300 | | | | | | | | | | | | |
| | 2p Malibu 6 cil aut | 9,450 | | | | | | | | | | | | |
| | 2p Classic V8 aut | 8,241 | | | | | | | | | | | | |
| | 2p Landau V8 4 vel | 8,307 | | | | | | | | | | | | |
| | 2p Landau V8 aut | 8,307 | | | | | | | | | | | | |
| | 4p Chevelle 6 cil 3 vel | 8,450 | | | | | | | | | | | | |
| | 4p Malibu 6 cil aut | 9,325 | | | | | | | | | | | | |
| | 4p Malibu o Classic V8 aut | 7,975 | | | | | | | | | | | | |

| NOMBRE DE LA UNIDAD | CARACTERISTICA | PRECIOS PROMEDIO (1) | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | MOD. 1981 | MOD. 1982 | MOD. 1983 | MOD. 1984 | MOD. 1985 | MOD. 1986 | MOD. 1987 | MOD. 1988 | MOD. 1989 | MOD. 1990 | MOD. 1991 | MOD. 1992 | MOD. 1993 ** |
| Monte Carlo | 2p V8 aut semiequipado | 12,125 | 13,000 | N.D. | 17,990 | | | | | | | | | |
| | 2p V8 aut Classic a/ac | 12,210 | N.D. | 14,320 | 17,200 | | | | | | | | | |
| | 2p V8 aut Landau a/ac | 13,680 | 15,122 | 17,496 | 18,000 | | | | | | | | | |
| Suburban | 4 vel Lujo | | | | | | | 36,000 | 40,500 | 43,550 | N.D. | N.D. | N.D. | 87,356 |
| | 4 vel Custom | | | | | | | 32,827 | 39,000 | 40,700 | 45,000 | N.D. | 79,688 | N.D. |
| | 5p Custom 4 vel a/ac | | | | | | | N.D. | 38,900 | N.D. | N.D. | 50,500 | 80,300 | N.D. |
| | 20 Cheyenne aut a/ac | | | | | | | N.D. | N.D. | 53,400 | 50,000 | 51,180 | 95,662 | 104,195 |
| | 5p Lujo aut a/ac | | | | | | | N.D. | N.D. | N.D. | 52,000 | 65,500 | 97,661 | N.D. |
| CHRYSLER DE MEXICO | | | | | | | | | | | | | | |
| Cordoba | 2p aut V8 | 9,000 | 10,500 | | | | | | | | | | | |
| Imperial (Importado) | 4p Sedán aut | | | | | | | | | | | 110,000 | | |
| Le Baron "K" | 2p Tipico | | | 11,000 | 12,000 | 14,000 | 16,000 | 17,000 | | | | | | |
| | 2p Equipado | | | 12,500 | 13,000 | 15,000 | 17,000 | 18,000 | | | | | | |
| | 4p Típico | | | 11,000 | 12,000 | 14,200 | 15,700 | 16,700 | | | | | | |
| | 5p Vagoneta Típica | | | 11,000 | 14,000 | 16,300 | 17,900 | 20,000 | | | | | | |
| | 4p Equipado | | | 12,000 | 13,500 | 15,200 | 18,000 | 19,000 | | | | | | |
| | 5p Vagoneta equipada | | | N D | 15,000 | 17,500 | 20,000 | 23,000 | | | | | | |
| Le Baron | 2p Coupe 6 cil | 9,000 | 11,000 | N.D | 13,000 | N D. | 21,000 | N.D. | | | | | | |
| | 4p Sedán 6 cil | 9,000 | 11,000 | N D. | 12,800 | N.D. | N.D . | N.D. | | | | | | |
| | 5p Vagoneta 6 cil | 10,500 | 12,000 | N.D. | 16,000 | N.D. | N.D. | N.D. | | | | | | |
| | 4p de Lujo | N.D. | N.D. | 14,000 | 15,000 | 19,400 | N.D. | N.D. | * | * | * | * | 63,583 | 67,938 |
| Newyorker | 4p Equipado 4 cil | | | | | 19,000 | 23,250 | 27,000 | 33,500 | 36,000 | 43,900 | 53,200 | 74,300 | 78,672 |
| | 4p Equipado 6 cil | | | | | N.D | N.D. | N.D. | N D. | N.D. | N D | N.D | 75,928 | 80,217 |
| | 4p Tipico | | | | | 16,950 | 19,888 | N.D | N D | N.D. | N D. | N.D. | 75,120 | N D. |
| Phantom | 2p Lujo aut | | | | | | | 24,500 | 29,900 | 34,475 | 44,000 | 47,500 | 62,834 | 67,348 |
| | 2p Lujo aut vest piel | | | | | | | 29,300 | 31,000 | 32,250 | 40,850 | 54,580 | 73,040 | 73,202 |
| | 2p Lujo aut 16 válvulas | | | | | | | N.D. | N.D. | N D | N D. | N.D. | 91,991 | 97,817 |
| | 2p deportivo 5 vel | | | | | | | 26,000 | 29,900 | 34,385 | N.D | N.D. | 68,500 | 74,299 |
| Shadow | 2p Típico aut a/ac | | | | | | | | | 20,600 | 24,200 | 29,700 | 43,369 | 45,652 |
| | 2p Equipado aut | | | | | | | | | 23,350 | 25,100 | 32,800 | 40,521 | 42,654 |
| | 2p Deportivo aut | | | | | | | | | N.D. | N.D. | N.D. | 42,111 | 45,099 |
| | 2p Deportivo aut Equip | | | | | | | | | N.D. | N.D. | N.D. | 44,931 | 47,105 |
| | 2p Convertible aut | | | | | | | | | N.D. | N.D. | 45,400 | 53,868 | 56,800 |
| | 2p Convertible Turbo a/ac | | | | | | | | | 28,309 | N.D. | 45,200 | 62,000 | 64,220 |
| | 4p Austero aut | | | | | | | | | 20,400 | 24,000 | 29,500 | 37,226 | N.D. |
| | 4p Tipico aut | | | | | | | | | 23,940 | 26,375 | 30,467 | 39,258 | 41,722 |
| | 4p Equipado aut | | | | | | | | | N D. | 28,000 | 37,250 | 41,944 | 44,606 |
| | 4p Equipado aut a/ac | | | | | | | | | 23,750 | 27,000 | 35,750 | 46,922 | 49,648 |
| | 4p Deportivo aut | | | | | | | | | N D | N D | N.D. | 43,200 | 46,224 |
| | 4p Deportivo aut Equip | | | | | | | | | N D. | N.D. | N.D. | 46,004 | 49,229 |

| NOMBRE DE LA UNIDAD | CARACTERISTICA | PRECIOS PROMEDIO (1) | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | MOD. 1981 | MOD. 1982 | MOD. 1983 | MOD. 1984 | MOD. 1985 | MOD. 1986 | MOD. 1987 | MOD. 1988 | MOD. 1989 | MOD. 1990 | MOD. 1991 | MOD. 1992 | MOD. 1993 ** |
| Shadow | 2p GTS equipado 5 vel | | | | | | | | | 23,320 | 28,488 | 35,500 | 46,922 | N.D. |
| | 2p GTS Típico c/a | | | | | | | | | 23,000 | 26,000 | 28,800 | 58,000 | N.D. |
| | 2p Austero aut | | | | | | | | | 19,900 | 24,750 | 29,500 | 36,506 | N.D. |
| | 2p Típico aut | | | | | | | | | 21,000 | 27,400 | 30,260 | 38,568 | 40,598 |
| | 2p aut equip a/ac | | | | | | | | | | | | | 47,604 |
| | 4p aut tip a/ac | | | | | | | | | | | | | 46,785 |
| | 2p juveniles tip s/ac | | | | | | | | | | | | | 43,278 |
| | 2p juveniles tip a/ac | | | | | | | | | | | | | 48,417 |
| | 2p juv equip s/ac | | | | | | | | | | | | | 45,316 |
| | 2p juv equip a/ac | | | | | | | | | | | | | 50,392 |
| | 4p juv tip s/ac | | | | | | | | | | | | | 44,403 |
| | 4p juv tip a/ac | | | | | | | | | | | | | 49,592 |
| | 4p juv equip s/ac | | | | | | | | | | | | | 47,322 |
| | 4p juv equip a/ac | | | | | | | | | | | | | 52,456 |
| | 2p Dep tip a/ac | | | | | | | | | | | | | 50,165 |
| | 2p Dep equip a/ac | | | | | | | | | | | | | 52,319 |
| | 4p Dep tip a/ac | | | | | | | | | | | | | 51,343 |
| | 4p Dep equip a/ac | | | | | | | | | | | | | 54,363 |
| Spirit | 4p Típico aut | | | | | | | | | | 29,690 | 32,675 | 42,658 | 49,175 |
| | 4p Típico aut a/ac | | | | | | | | | | 33,666 | 35,813 | 51,658 | 54,467 |
| | 4p Equipado aut a/ac | | | | | | | | | | 36,000 | 39,150 | 54,501 | 57,835 |
| | 4p Equipado aut Turbo a/ac | | | | | | | | | | N.D. | 44,000 | 54,155 | 60,055 |
| | 4p RT aut Equipado a/ac | | | | | | | | | | N.D. | 42,120 | 57,945 | 66,294 |
| | 4p turbo típico | | | | | | | | | | | | | 51,457 |
| | 4p turbo típico a/ac | | | | | | | | | | | | | 56,680 |
| | 4p RT típico a/ac | | | | | | | | | | | | | 61,580 |
| | 4p RT 16 válvulas | | | | | | | | | | | | | 91,245 |
| Volare "K" | 2p manual austero | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 13,000 | 14,500 | 17,000 | | | | | |
| | 2p manual equipado | | 10,000 | N.D. | N.D. | 13,500 | 15,800 | N.D. | 17,250 | | | | | |
| | 4p manual austero | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 15,900 | 16,500 | | | | | |
| | 4p manual equipado | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 14,000 | N.D. | 17,800 | | | | | |
| Valiant "K" | 2p Volare 4 vel | 10,080 | 10,150 | 10,650 | 11,500 | 12,800 | 13,600 | N.D. | N.D. | | | | | |
| | 4p Volare 4 vel | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 13,000 | 14,300 | 16,000 | 19,900 | | | | | |
| Dart "K" | 2p MTX 5 vel Típico | | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 16,120 | 18,000 | | | | | |
| | 2p ATX aut equipado | | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 20,000 | | | | | |
| | 4p MTX 5 vel Típico | | | 9,368 | 12,850 | 13,000 | 15,350 | 16,000 | 18,750 | | | | | |
| | 4p ATX aut equipado | | | 10,243 | N.D. | N.D. | 17,800 | 20,130 | 21,000 | | | | | |
| | 5p vagoneta 5 vel Típica | | | 14,000 | N.D. | N.D. | N.D. | 16,350 | 19,800 | | | | | |
| | 2p 4 vel | | 10,000 | 10,800 | 12,950 | 14,200 | 16,500 | N.D. | N.D. | | | | | |
| | 2p Aut | | 10,250 | 12,500 | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 20,156 | | | | | |
| | 4p 4 vel equipado | | N.D. | 11,050 | 12,000 | 13,444 | N.D. | N.D. | N.D. | | | | | |
| | 5p vagoneta Aut | | 8,980 | N.D. | N.D. | N.D. | 16,540 | 18,000 | N.D. | | | | | |
| | 5p vagoneta aut equipado | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 16,400 | 11,250 | 22,000 | | | | | |
| | 2p Magnum 5 vel Típico | | N.D. | 14,395 | 14,200 | 14,780 | 15,000 | 17,150 | 19,000 | | | | | |
| | 2p Magnum 5 vel Turbo | | N.D. | 14,900 | 14,000 | 14,000 | 15,000 | 17,650 | 19,500 | | | | | |

| NOMBRE DE LA UNIDAD | CARACTERISTICA | PRECIOS PROMEDIO (1) | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | MOD. 1981 | MOD. 1982 | MOD. 1983 | MOD. 1984 | MOD. 1985 | MOD. 1986 | MOD. 1987 | MOD. 1988 | MOD. 1989 | MOD. 1990 | MOD. 1991 | MOD. 1992 | MOD. 1993 ** |
| Dart "E" | 4p std Típico | | | | | | | | | 22,212 | | | | |
| | 4p aut Típico | | | | | | | | | 22,350 | | | | |
| | 4p aut equipado | | | | | | | | | 23,000 | | | | |
| Ram Charger | 3p Royal aut 4x2 a/ac | | | | | | | | | 32,000 | 40,250 | 54,700 | 68,865 | 74,415 |
| | 3p Deportiva aut 4x2 a/ac | | | | | | | | | 39,200 | N.D. | N.D. | 74,329 | 76,504 |
| | 3p Limited a/ac | | | | | | | | | N.D. | N.D. | 58,000 | 79,870 | 81,892 |
| | 3p Royal Limited 4x4 | | | | | | | | | 40,000 | 49,000 | 55,000 | 81,897 | N.D. |
| Plymouth | Voyager (Importado) | | | | | | | | | | | 74,500 | 98,157 | N.D. |
| FORD MOTOR Co. | | | | | | | | | | | | | | |
| Ford Aerostar (Importado) | IM5BO Típico Aut | | | | | | | | | | | 70,000 | 87,040 | N.D. |
| | IM5AO Equip Aut | | | | | | | | | | | 76,250 | 98,742 | N.D. |
| Ford Cougar | 2p Aut V8 | | | | | 24,000 | N.D. | 30,150 | 36,000 | * | N.D. | 63,825 | 83,479 | 86,794 |
| | 2p Aut V8 vest piel | | | | | 21,000 | 25,350 | 28,499 | N.D | * | 58,000 | N.D. | 86,542 | 91,154 |
| | 2p Aut V6 super cargado | | | | | 22,330 | 25,035 | 26,400 | 32,900 | * | 50,000 | 76,000 | 106,175 | 110,705 |
| | 2p Aut eléctrico/piel/cd | | | | | 26,000 | N.D. | 26,335 | N.D | * | N D | N.D. | 91,501 | N.D. |
| | 2p Aut eléctrico/cd | | | | | 20,000 | 23,200 | N.D. | N.D | * | N.D. | N.D. | 86,709 | N.D. |
| Ford Explorer (Importa | 5pVagoneta 4x2 Aut | | | | | | | | | | | 75,000 | 93,780 | N.D. |
| | 5pVagoneta 4x4 Aut | | | | | | | | | | | 85,000 | 102,000 | 121,247 |
| Ford Fairmont | 2p 6 cil Std | 8,000 | 10,500 | 11,850 | | | | | | | | | | |
| | 2p V8 Std | 9,100 | 10,600 | 11,500 | | | | | | | | | | |
| | 2p V8 Elite Aut a/ac | 9,500 | 10,500 | 13,500 | | | | | | | | | | |
| | 4p V8 Std | 8,210 | 9,067 | 10,500 | | | | | | | | | | |
| | 4p V8 Elite aut a/ac | N.D. | 10,960 | 12,500 | | | | | | | | | | |
| | 5p Vagoneta 6 cil Std | 9,072 | N.D. | 13,000 | | | | | | | | | | |
| | 5p Vagoneta V8 Std | 11,000 | 12,700 | 16,000 | | | | | | | | | | |
| | 5p Vagoneta V8 Aut Equip | 12,000 | 13,500 | 16,000 | | | | | | | | | | |
| Ford Ghia | 4p Sedán Std a/ac | | | | | | | | | | | 40,000 | 58,000 | |
| | 4p Sedán Aut a/ac/piel | | | | | | | | | | | 43,833 | 62,543 | 65,548 |
| | 4p aut equip | | | | | | | | | | | | | 82,354 |
| Ford Grand Marquis | 2p Aut Equip a/ac e.e. | | 19,250 | 26,000 | 28,000 | | | | | | | | 89,000 | N.D. |
| | 4p Aut Calefacción | | 19,000 | 24,000 | 26,000 | | | | | | | | N.D. | N.D. |
| | 4p Aut Equip a/ac e.e. | | 21,500 | 26,000 | 29,000 | | | | | | | | 102,080 | 110,470 |
| | 5p Vagoneta calefacción | | 21,000 | 28,000 | 30,000 | | | | | | | | 100,130 | N.D. |
| | 5p Vagoneta Equip a/ac | | 23,000 | 25,000 | 30,000 | | | | | | | | N.D. | N.D. |
| | Automático Eléctrico | | | | | | | | | | | | 99,657 | 106,652 |
| | Automático Eléctrico/piel | | | | | | | | | | | | 102,083 | 109,196 |
| | Automático Eléctrico/piel/cd | | | | | | | | | | | | 105,673 | 112,958 |
| | Automático Eléctrico/cd | | | | | | | | | | | | 103,250 | 110,470 |
| | 4p Aut Equip | | | | | | | | | | | | 103,420 | N.D. |

| NOMBRE DE LA UNIDAD | CARACTERISTICA | PRECIOS PROMEDIO (1) MOD. 1981 | MOD. 1982 | MOD. 1983 | MOD. 1984 | MOD. 1985 | MOD. 1986 | MOD. 1987 | MOD. 1988 | MOD. 1989 | MOD. 1990 | MOD. 1991 | MOD. 1992 | MOD. 1993 ** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Ford LTD | 2p Normal | 10,800 | | | | | | | | | | | | |
| | 2p Equip a/ac e.e. | 13,000 | | | | | | | | | | | | |
| | 4p Normal | 10,500 | | | | | | | | | | | | |
| | 4p Equip a/ac e.e. | 13,600 | | | | | | | | | | | | |
| | 5p Vagoneta normal | 14,100 | | | | | | | | | | | | |
| | 5p Vagoneta Equip. a/ac ee. | 16,700 | | | | | | | | | | | | |
| Ford Mustang | 2p H.T. 4 vel | 9,800 | 11,500 | 12,000 | 15,500 | | | | | | | | | |
| | 2p H.T. 4 vel a/ac | 10,000 | 12,100 | 14,000 | 15,760 | | | | | | | | | |
| | 3p F.B. 4 vel | 9,800 | 11,200 | 12,000 | 16,000 | | | | | | | | | |
| | 3p F.B. 4 vel a/ac | 11,550 | 12,500 | 13,600 | 17,500 | | | | | | | | | |
| Ford Taurus | 5p vagoneta vest piel | | | | | | | | 36,500 | 40,132 | 49,250 | 58,500 | * | |
| | 4p Equip | | | | | | | | 32,500 | 38,000 | 50,036 | 81,630 | * | |
| | 5p Vagoneta Equip vest piel | | | | | | | | 35,500 | 43,000 | 48,000 | 57,960 | * | |
| | 4p sedán | | | | | | | | N.D. | N.D. | 44,000 | 52,000 | * | |
| Ford Thunderbird | 2p Aut V8 | | | | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 25,108 | 60,000 | 83,403 | N.D. |
| | 2p Aut V8 vest piel | | | | | N.D. | N.D. | 21,500 | 24,590 | 50,000 | N.D. | 64,357 | 79,203 | 86,890 |
| | 2p 5 vel V6 supercargado D2F | | | | | N.D. | N.D. | N.D. | 30,702 | N.D. | 51,130 | 57,750 | 86,346 | 90,267 |
| | 2p std Típico | | | | | 18,125 | 19,500 | 26,000 | 29,000 | 33,000 | 45,000 | N.D. | 84,120 | N.D. |
| | 2p Aut V6 supercargado D2F/p | | | | | N.D. | 26,000 | N.D. | 33,780 | N.D. | 61,000 | 63,650 | 99,431 | 163,763 |
| | 2p std equipado | | | | | 21,000 | 21,525 | 25,720 | 30,000 | 33,250 | 48,000 | N.D. | 91,104 | N.D. |
| | 2p aut equipado eléctrico | | | | | 21,350 | 23,860 | 27,500 | 32,800 | 36,000 | 49,800 | N.D. | 78,000 | 82,340 |
| | 2p aut equip a.c. | | | | | | | | | | | | | 99,040 |
| Ford Topaz | 2p austero | | | | 13,000 | 13,800 | 16,000 | 17,000 | 19,000 | 23,750 | 25,600 | N.D. | 40,553 | N.D. |
| | 2p 5 vel GS | | | | 12,500 | 14,500 | 16,015 | 16,800 | 20,080 | 24,800 | 29,000 | 30,900 | 40,553 | N.D. |
| | 2p std GLX a/ac | | | | 15,000 | 16,500 | 18,000 | 20,500 | 23,000 | 26,000 | 32,150 | 33,000 | 48,570 | N.D. |
| | 4p std GLX a/ac | | | | 15,500 | 17,000 | 19,200 | 21,500 | 24,000 | 27,500 | 34,150 | N.D. | 50,000 | N.D. |
| | 2p Aut | | | | 14,130 | N.D. | N.D. | 17,250 | 20,500 | 24,000 | 28,000 | 31,800 | 41,662 | N.D. |
| | 4p austero | | | | 13,500 | 14,300 | 15,600 | 18,000 | 20,000 | 23,500 | 27,000 | N.D. | N.D. | N.D. |
| | 2p Aut Equip a/ac | | | | N.D. | N.D. | N.D. | 21,000 | 23,500 | N.D. | N.D. | 37,500 | 46,835 | 48,350 |
| | 4p 5 vel austero | | | | 13,220 | 13,860 | 16,180 | 18,308 | 25,277 | 26,000 | 27,060 | 33,180 | 39,484 | 43,209 |
| | 4p 5 vel std | | | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 44,694 | 46,341 |
| | 4p Aut GS | | | | N.D. | N.D. | N.D. | 18,000 | 21,500 | 25,900 | 30,750 | 34,300 | 45,880 | 48,558 |
| | 4p Aut Equip a/ac | | | | 16,135 | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 37,870 | 50,740 | 51,718 |
| | 4p automático austero | | | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 40,818 | 45,266 |
| | 4p austero D/H | | | | | | | | | | | | | 43,269 |
| | 4p aust D/H aut SE a/ac | | | | | | | | | | | | | 46,988 |
| | 4p aust D/H aut SE | | | | | | | | | | | | | 44,869 |
| | 4P aust d/h std a/ac | | | | | | | | | | | | | 45,000 |
| Lincoln (importado) | T4B 4p Sedán vest velour 8 cil | | | | | | | | | | | 125,000 | 152,700 | |
| | T4A 4p Sedán vest piel 8 cil | | | | | | | | | | | 128,000 | 155,168 | 176,510 |
| NISSAN DE MEXICO | | | | | | | | | | | | | | |
| Datsun Sakura | 2p H.T. 5 vel Austero 4 cil | | N.D. | 9,900 | 10,680 | 12,500 | 14,000 | | | | | | | |

| NOMBRE DE LA UNIDAD | CARACTERISTICA | PRECIOS PROMEDIO (1) MOD. 1981 | MOD. 1982 | MOD. 1983 | MOD. 1984 | MOD. 1985 | MOD. 1986 | MOD. 1987 | MOD. 1988 | MOD. 1989 | MOD. 1990 | MOD. 1991 | MOD. 1992 | MOD. 1993 ** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Datsun Sakura | 2p H.T. 5 vel Típico 4 cil | | 9,800 | 10,050 | 11,080 | 13,000 | 14,000 | | | | | | | |
| | 2p H.T. 5 vel Lujo 4 cil | | N.D. | 10,500 | 11,200 | 13,000 | 14,030 | | | | | | | |
| | 2p H.T. Aut Típico 4 cil | | 9,800 | 9,825 | 10,000 | 13,000 | 13,500 | | | | | | | |
| | 2p H.T. Aut Lujo 4 cil | | N.D. | 10,500 | 11,280 | 12,600 | 14,300 | | | | | | | |
| Datsun Samurai | 5p 4 vel Austero 4 cil | 7,500 | 9,000 | 9,500 | 11,300 | 12,300 | 13,175 | | | | | | | |
| | 5p 4 vel Típico 4 cil | 9,500 | 10,100 | 10,800 | 11,600 | 12,137 | 13,000 | | | | | | | |
| | 5p 4 vel Lujo 4 cil | 9,650 | 10,300 | 10,900 | 11,900 | 12,580 | 14,180 | | | | | | | |
| | 5p Aut Típico 4 cil | 8,500 | 9,200 | 10,600 | 11,750 | 12,600 | 14,500 | | | | | | | |
| Datsun Sedán y Vagoneta | 2p Sedán 4 vel Austero 4 cil | N D | N D | 9,000 | 9,500 | | | | | | | | | |
| | 2p Sedán 4 vel Típico 4 cil | 8,700 | 8,700 | 9,200 | 9,700 | | | | | | | | | |
| | 2p Sedán 4 vel Lujo 4 cil | N.D. | 8,900 | 9,600 | 10,200 | | | | | | | | | |
| | 2p Sedan Aut Típico 4 cil | 8,700 | 9,700 | 9,950 | 9,900 | | | | | | | | | |
| | 2p Sedán Aut Lujo 4 cil | N.D. | 8,900 | 9,850 | 10,400 | | | | | | | | | |
| | 4p Sedán 4 vel Austero 4 cil | 8,800 | N.D. | 9,300 | 10,000 | | | | | | | | | |
| | 4p Sedán 4 vel Típico 4 cil | 8,350 | 9,000 | 10,500 | 10,200 | | | | | | | | | |
| | 4p Sedán 4 vel Lujo 4 cil | N.D. | 9,200 | 9,900 | 10,700 | | | | | | | | | |
| | 4p Sedán Aut Típico 4 cil | 8,650 | 9,000 | 9,550 | 10,400 | | | | | | | | | |
| | 4p Sedán Aut Lujo 4 cil | N.D. | 9,200 | 10,150 | 10,900 | | | | | | | | | |
| | 5p Vagoneta 4 vel Austera 4 cil | N.D. | N.D. | 10,600 | 11,700 | | | | | | | | | |
| | 5p Vagoneta 4 vel Típica 4 cil | 9,250 | 9,300 | 10,150 | 10,400 | | | | | | | | | |
| | 5p Vagoneta Aut Típica 4 cil | 9,250 | 9,600 | 10,250 | 10,600 | | | | | | | | | |
| Hikari | 2p Coupe 5 vel Lujo 4 cil | | | | | | N.D. | N.D. | 20,980 | 26,775 | 32,000 | 35,700 | | |
| | 2p Coupe Aut Lujo 4 cil | | | | | | 15,550 | 18,060 | 22,000 | 28,875 | 33,000 | 37,000 | | |
| | 2p Coupe Aut Lujo Turbo 4 cil | | | | | | N.D. | N.D. | 24,000 | 28,000 | 35,770 | 42,600 | 51,192 | |
| Ichi Van | Típica Std 4 cil | | | | | | | 21,000 | 23,300 | 26,500 | 33,725 | 37,700 | 51,025 | 54,295 |
| | Lujo Std 4 cil | | | | | | | 23,500 | 24,350 | 28,250 | 34,750 | 39,550 | 55,989 | 58,239 |
| | Super lujo Std 4 cil | | | | | | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 43,250 | 61,921 | 64,371 |
| | Super lujo Aut 4 cil | | | | | | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 45,000 | 66,886 | 69,496 |
| | Panel | | | | | | | | | | | | 46,072 | 48,773 |
| Máxima (Importado) | 4p Sedán Aut vest piel 6 cil | | | | | | | | | | | 80,500 | 115,341 | |
| Tsuru | 2p Std Austero 4 cil | | | | 10,200 | 11,500 | 13,000 | 14,400 | | | | | | |
| | 2p 4 vel Típico 4 cil | | | | 11,000 | 11,700 | 12,300 | 14,800 | | | | | | |
| | 2p Aut Típico 4 cil | | | | 11,300 | 11,800 | 12,400 | 16,300 | | | | | | |
| | 4p Std Austero 4 cil | | | | 11,800 | 12,650 | 14,200 | 16,250 | | | | | | |
| | 4p 4 vel Típico 4 cil | | | | 10,100 | 11,850 | 12,500 | 14,200 | | | | | | |
| | 4p Aut Típico 4 cil | | | | 10,400 | 11,950 | 14,600 | 15,600 | | | | | | |
| | 5p Vagoneta 4 vel Típica 4 cil | | | | 10,300 | 12,200 | 14,000 | 15,500 | | | | | | |
| | 5p Vagoneta Aut Típica 4 cil | | | | 10,600 | 12,300 | 13,100 | 14,800 | | | | | | |
| Tsuru II | 2p 4 vel Austero | | | | | | | | 15,680 | 18,000 | 20,000 | 24,400 | | |
| | 2p 5 vel Típico | | | | | | | | 16,775 | 17,900 | 23,800 | 26,275 | | |
| | 2p Aut Típico | | | | | | | | 17,150 | 20,000 | 26,500 | 28,250 | | |
| | 4p std Austero | | | | | | | | 16,912 | 18,200 | 20,800 | 23,700 | | |

| NOMBRE DE LA UNIDAD | CARACTERISTICA | PRECIOS PROMEDIO (1) MOD. 1981 | MOD. 1982 | MOD. 1983 | MOD. 1984 | MOD. 1985 | MOD. 1986 | MOD. 1987 | MOD. 1988 | MOD. 1989 | MOD. 1990 | MOD. 1991 | MOD. 1992 | MOD. 1993 ** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Tsuru II | 4p 5 vel Típico | | | | | | | | 17,850 | 19,250 | 25,150 | 27,500 | | |
| | 4p 5 vel Lujo | | | | | | | | 17,785 | 21,600 | 28,500 | 33,200 | | |
| | 4p Aut Típico | | | | | | | | 17,300 | 20,300 | 24,300 | 28,500 | | |
| | 4p Aut Lujo a/ac | | | | | | | | 18,275 | 22,600 | 29,300 | 35,500 | | |
| | 5p Vagoneta 5 vel Típica | | | | | | | | 17,650 | 19,875 | 25,200 | 28,000 | | |
| | 5p Vagoneta Aut Típica | | | | | | | | 18,130 | 21,885 | 25,750 | 33,000 | | |
| | 5p Vagoneta Aut lujo 2 a/av 4 cil | | | | | | | | 19,110 | 24,700 | 32,000 | 36,000 | | |
| Tsuru 92 | 2p Austero | | | | | | | | | | | | 31,862 | N.D. |
| | 2p Típico estándar | | | | | | | | | | | | 36,995 | 38,274 |
| | 2p Típico automático | | | | | | | | | | | | 40,599 | 42,786 |
| | 2p Deportivo | | | | | | | | | | | | | 59,364 |
| | 4p Típico estándar | | | | | | | | | | | | 37,425 | 40,576 |
| | 4p Típico automático | | | | | | | | | | | | 42,089 | 44,257 |
| | 4p Austero | | | | | | | | | | | | 33,036 | 37,115 |
| | 4p austero P.M. | | | | | | | | | | | | 34,613 | N.D. |
| | 4p super lujo P.M. aut | | | | | | | | | | | | 47,329 | 54,816 |
| | 4p superlujo P.P. aut | | | | | | | | | | | | 50,353 | 54,844 |
| | 4p super lujo std P.M. | | | | | | | | | | | | 46,306 | 50,433 |
| | 4p super lujo std P.P. | | | | | | | | | | | | 46,329 | 50,459 |
| | 4p Lujo std | | | | | | | | | | | | | 47,840 |
| | 4p Lujo aut | | | | | | | | | | | | | 52,120 |
| Tsuru Sentra | 4p típico std | | | | | | | | | | | | 52,187 | N.D. |
| | 4p típico autom | | | | | | | | | | | | 55,538 | N.D. |
| | 4p lujo std | | | | | | | | | | | | 58,444 | N.D. |
| | 4p lujo aut | | | | | | | | | | | | 61,827 | N.D. |
| Nissan 300 ZX | Automático | | | | | | | | | | | 115,000 | 163,762 | N.D. |
| (Importado) | 2p Deportivo Aut v 6 | | | | | | | | | | | 113,000 | 160,000 | N.D. |
| RENAULT DE MEXICO | | | | | | | | | | | | | | |
| Alliance | 4p LTD 5 vel 4 cil | | | | 8,400 | 9,793 | 10,800 | | | | | | | |
| | 4p LTD aut 4 cil | | | | 9,442 | 9,718 | 10,750 | | | | | | | |
| | 2p LS 5 vel 4 cil | | | | 8,500 | 9,700 | 10,370 | | | | | | | |
| Encore | 3p LTD 4 cil | | | | N.D. | 10,000 | N.D. | | | | | | | |
| | 3p LTD Aut 4 cil | | | | N.D. | 9,900 | N.D. | | | | | | | |
| | 3p GTX 4 cil | | | | 7,120 | 10,000 | N.D. | | | | | | | |
| | 3p GTX 5 vel 4 cil | | | | N.D. | 10,650 | 11,200 | | | | | | | |
| | 5p LTD 5 vel 4 cil | | | | N.D. | N.D. | 10,600 | | | | | | | |
| | 5p LTD Aut 4 cil | | | | N.D. | N.D. | 10,000 | | | | | | | |
| Renault 5 | 3P Custom 4 cil | 4,750 | 5,250 | 5,500 | 6,000 | | | | | | | | | |
| | 3p Mirage TX 4 cil | 4,750 | 5,100 | 5,750 | 6,250 | | | | | | | | | |
| Renault 12 | 4p Sedán Custom 4 cil | 5,000 | 5,150 | N.D. | | | | | | | | | | |
| | 4p Sedán Routier 4 cil | 5,000 | 5,250 | 5,500 | | | | | | | | | | |
| | 5p Guayín Routier 4 cil | 5,300 | 5,830 | 6,800 | | | | | | | | | | |
| Renault 18 | 4p Sedán Básico 4 cil | 5,540 | 7,080 | 8,000 | 8,750 | 9,400 | 9,700 | | | | | | | |

| NOMBRE DE LA UNIDAD | CARACTERISTICA | PRECIOS PROMEDIO (1) | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | MOD. 1981 | MOD. 1982 | MOD 1983 | MOD. 1984 | MOD. 1985 | MOD. 1986 | MOD. 1987 | MOD. 1988 | MOD. 1989 | MOD. 1990 | MOD. 1991 | MOD. 1992 | MOD. 1993 ** |
| Renault 18 | 4p Sedán GTX 5 vel 4 cil | N.D. | N D | 8,322 | 9,265 | 11,580 | 12,159 | | | | | | | |
| | 4p Sedán GTX Aut 4 cil | N.D. | N D | 7,416 | 9,065 | 11,330 | 11,896 | | | | | | | |
| | 5p Guayin GTX 5 vel 4 cil | N.D. | N.D. | N.D. | 9,250 | 10,750 | 11,287 | | | | | | | |
| | 5p Guayin GTX Aut 4 cil | N.D | 7,500 | N.D. | 9,250 | 11,800 | 12,800 | | | | | | | |
| | 4p Sedán Custom 4 cil | 5,985 | 6,200 | 7,000 | 7,550 | N.D. | N.D. | | | | | | | |
| | 4p Sedán Típico 4 cil | 6,620 | 6,928 | 7,150 | 7,655 | N.D. | N.D. | | | | | | | |
| | Guayin Custom 4 vel 4 cil | 6,390 | 6,690 | 8,000 | 8,400 | N.D. | N.D. | | | | | | | |
| VOLKSWAGEN (2) | | | | | | | | | | | | | | |
| Volkswagen Atlantic | 4p 4 vel Austero | 9,100 | 10,000 | 10,300 | 10,635 | 12,200 | 13,100 | 14,108 | | | | | | |
| | 4p 4 vel GL | 9,200 | 10,275 | 10,800 | 12,080 | 12,975 | 13,600 | 14,450 | | | | | | |
| | 4p Aut GL | 10,100 | 10,127 | 11,100 | 12,100 | 12,550 | 14,485 | 14,575 | | | | | | |
| | 2p 4v GL | 9,100 | 9,775 | 11,300 | 11,633 | 11,575 | 16,800 | N.D. | | | | | | |
| | 2p aut GL | 9,100 | 10,200 | 10,517 | 11,900 | 13,175 | 15,000 | N.D. | | | | | | |
| | 4p 4 vel GLS | N.D. | N.D. | N.D. | 12,175 | 12,800 | 13,550 | 14,350 | | | | | | |
| | 4p Aut GLS | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 13,800 | 15,475 | 15,750 | | | | | | |
| Volkswagen Brasilia | Brasilia 4 cil | 6,250 | 7,000 | | | | | | | | | | | |
| Volkswagen Caribe | 2p 4 vel GL | 7,700 | 8,400 | 9,275 | 10,675 | 11,092 | 11,725 | 12,700 | | | | | | |
| | 2p 4 vel C | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 10,300 | 11,400 | | | | | | |
| | 2p Aut GL | 8,025 | 8,250 | 8,500 | 9,775 | 10,400 | 11,500 | 13,200 | | | | | | |
| | 4p Aut GL | 7,300 | 8,950 | 9,750 | 9,900 | 10,500 | 11,000 | 13,300 | | | | | | |
| | 4p 4 vel GL | 7,125 | 8,850 | 9,250 | 9,700 | 10,900 | 11,500 | 15,033 | | | | | | |
| | 2p 4 vel Austero | 6,400 | 7,850 | 8,000 | 8,600 | 9,500 | 12,500 | N.D. | | | | | | |
| | 4p 4 vel Austero | 7,133 | 8,400 | 8,700 | 9,100 | 10,700 | 12,800 | N.D. | | | | | | |
| Volkswagen Combi | Vagoneta c/pasillo | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | 42,500 | 56,252 | |
| | Vagoneta c/pasillo | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | 41,500 | 56,890 | |
| | Vagoneta Caravelle | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | N.D | 35,250 | 39,725 | 49,000 | 61,252 | |
| | Vagoneta normal | 11,425 | 12,337 | 14,990 | 15,175 | 16,825 | 19,887 | 20,750 | 23,450 | 27,250 | 31,250 | 35,830 | 56,890 | |
| | 4p Ecológica | | | | | | | | | | | | 60,150 | |
| Volkswagen Corsar | 4p Sedán 4 vel | | | | 14,725 | 15,500 | N.D. | N.D. | N.D. | | | | | |
| | 4p Sedán aut | | | | 15,500 | 17,517 | 18,000 | N.D. | N.D. | | | | | |
| | 4p Sedán CD 5 vel | | | | N.D. | 17,100 | 18,000 | 20,500 | 24,000 | | | | | |
| | 4p Sedán CD 5 Aut | | | | 13,900 | 16,450 | 18,700 | 22,000 | 23,250 | | | | | |
| | 5p Vagoneta Variant 5 vel | | | | N.D. | N.D. | 20,400 | 21,500 | 23,125 | | | | | |
| | 5p Vagoneta Variant Aut | | | | N.D. | N.D. | 20,000 | 22,000 | 26,500 | | | | | |
| Volkswagen Golf | 4p GL 4 vel | | | | | | | 17,530 | 19,250 | 20,650 | 24,100 | 27,000 | N.D. | |
| | 4p GL aut | | | | | | | 17,850 | 19,225 | 21,750 | 24,350 | 29,500 | N.D. | |
| | 2p CL 4 vel | | | | | | | 18,300 | 19,764 | 20,750 | 25,130 | 28,760 | N.D. | |
| | 2p Básico 4 vel (70 HP) | | | | | | | N.D. | 18,500 | 20,950 | 23,000 | 26,800 | N.D. | |
| | 2p GL 5 vel (90 PH) | | | | | | | N.D. | N.D. | 22,000 | 25,738 | 30,000 | N.D. | |
| | 2p GTi 5 vel con equipo | | | | | | | N.D. | N.D. | 27,000 | 32,275 | 38,246 | 52,788 | |
| | 4p Básico 4 vel (70 HP) | | | | | | | N.D. | 17,000 | 21,700 | 23,500 | 24,500 | N.D. | |
| | 2p GL 5 vel | | | | | | | 19,000 | 20,520 | N.D. | N.D. | N.D. | 38,100 | |

| NOMBRE DE LA UNIDAD | CARACTERISTICA | PRECIOS PROMEDIO (1) | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | MOD. 1981 | MOD. 1982 | MOD. 1983 | MOD. 1984 | MOD. 1985 | MOD. 1986 | MOD. 1987 | MOD. 1988 | MOD. 1989 | MOD. 1990 | MOD. 1991 | MOD. 1992 | MOD. 1993 ** |
| Volkswagen Golf | 2p austero | | | | | | | | | | | | 32,069 | |
| | 4p austero | | | | | | | | | | | | 32,931 | |
| | 4p GTI 5 vel | | | | | | | | | | | | 52,778 | |
| | 4p GL | | | | | | | | | | | | 37,489 | |
| | CL 4p Austero | | | | | | | | | | | | 35,615 | |
| | GL 4p Equipado | | | | | | | | | | | | 45,805 | |
| Volkswagen Jetta | Jetta GLI | | | | | | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 62,025 | |
| | Jetta GLI aut | | | | | | | 23,000 | 24,560 | N.D. | N.D. | 48,000 | 62,470 | |
| | 4p LX aut | | | | | | | 20,850 | 23,800 | N.D. | 29,800 | 36,138 | N.D. | |
| | 2p Básico 4 vel | | | | | | | N.D. | 22,850 | 23,600 | 26,850 | 33,030 | 42,430 | |
| | 4p Básico 4 vel | | | | | | | N.D. | N.D. | 23,800 | 26,283 | 31,750 | 42,000 | |
| | 4p GL 5 vel (90 HP) | | | | | | | N.D. | N.D. | 28,975 | 30,150 | 35,975 | 46,936 | |
| | 4p GL Aut (90 HP) | | | | | | | N.D. | N.D. | 27,250 | 28,450 | 33,975 | 48,539 | |
| | 4p GL Aut (90 HP) a/ac | | | | | | | N.D. | N.D. | 27,908 | 28,850 | 37,150 | N.D. | |
| | 4p GLI 5 vel (100 HP) a/ac | | | | | | | N.D. | N.D. | 26,750 | 40,050 | 46,500 | N.D. | |
| | 4p GLI Carat aut | | | | | | | N.D. | 32,000 | 35,000 | 39,050 | 48,000 | 49,370 | |
| | 4p GLA | | | | | | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 47,020 | |
| | 4p GLA aut | | | | | | | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | N.D. | 49,350 | |
| | GL Austero | | | | | | | | | | | | 45,281 | |
| | GL Equipado | | | | | | | | | | | | 58,000 | |
| Volkswagen Passat (importado) | 4p Sedán GL 4 vel a/ac | | | | | | | | | | | 65,000 | 78,153 | |
| | 4p Sedán GL Aut a/ac | | | | | | | | | | | 67,000 | 82,059 | |
| | 5p Vagoneta Variant Aut a/c | | | | | | | | | | | 70,000 | 84,054 | |
| Volkswagen Sedán | 2p Sedán | 7,400 | 7,850 | 8,500 | 9,000 | 10,000 | 11,700 | 13,000 | 13,700 | 15,000 | 17,175 | 18,963 | 21,430 | |
| | 2p GL | | | | | | | | | | | | 23,810 | |



Observaciones:

(1) Estos precios pueden variar en el mercado ± 15 a 20 por ciento según las condiciones o características adicionales del modelo de auto.

(2) De la marca Volkswagen no se dispone de precios para los modelos 1993.

* En este año no se produjo en México

** Precios aproximados al público para los modelos 1993

N.D. No Disponible

Los precios de este listado se encuentran en nuevos pesos; para convertirlos a pesos anteriores sólo se deben agregar 3 ceros a las cantidades.





## ¿Castillos en el aire?

# Una institución llamada juegos de azar

El ser humano trae consigo desde sus orígenes el gusto por el juego de azar, que generalmente implica apostar, condimento indispensable si se quiere mayor sabor y emoción

En México se reglamentó la celebración de juegos de azar durante la época colonial, incluso se hizo oficial la participación de las autoridades en este tipo de eventos a través de la lotería, en aquel entonces el billete (o número) costaba cuatro pesos españoles, y para facilitar su venta se fraccionaba en 2 ó 4 "cachitos"

Actualmente la Secretaría de Gobernación es la instancia encargada de controlar y reglamentar los juegos de azar para garantizar que la lotería o rifa sea legal en todos los sentidos, y evitar que el consumidor sea engañado en los procedimientos o al recibir los premios.

### Juegos institucionales

Nuestro país cuenta con dos instituciones autorizadas para efectuar este tipo de juegos: Lotería Nacional para la Asistencia Pública y Pronósticos Deportivos para la Asistencia Pública. La variedad de opciones que le ofrecen al consumidor de este tipo de juegos es amplia

Por ejemplo, para las personas atentas a lo que dicta su horóscopo está el Sorteo Zodiaco, poniendo a prueba los conocimientos y preferencias deportivas del público existe Progol, Prohit o Protouch; quienes confían en su buena suerte y "corazonadas" tienen a su alcance Melate, y los

jugadores que no quieren esperar días para saber si son ganadores o no, prefieren Tris. Pero si desea conocer los resultados al momento, está a su disposición la Lotería Instantánea que aprovecha juegos tradicionales como el "gato", rivalidades futbolísticas, la popularidad de la lucha libre, etcétera.

Los jugadores tradicionalistas pueden comprar en cualquier esquina de la ciudad su billete para participar en el Sorteo Mayor, Superior o Magno.

## ¿Le late?

En todo sorteo o rifa necesita saber básicamente tres cosas: cuánto cuesta el número, cuántos de ellos participan y cuáles son los premios; así podrá definir si le conviene o no participar.

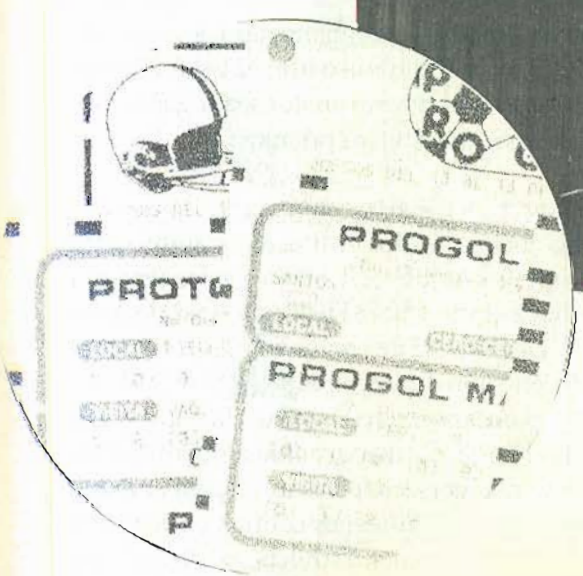
En las loterías usted sabe cuántos números se emiten, y si quiere jugar con un número exclusivo completo, por ejemplo el 1524 del Sortec Mayor, tendría que comprar los 20 cachitos en que se fracciono, que equivalen a N$ 50.00 (20 x 2,500=$ 50,000 anteriores) pero resulta que si fue en 10 series el sorteo (esto quiere decir que el billete 1524 está repetido 10 veces y en cada una se fraccionó en 20 cachitos) entonces el precio total del número sería N$ 500, que equivaldrían a $ 500,000 anteriores por 10 series.

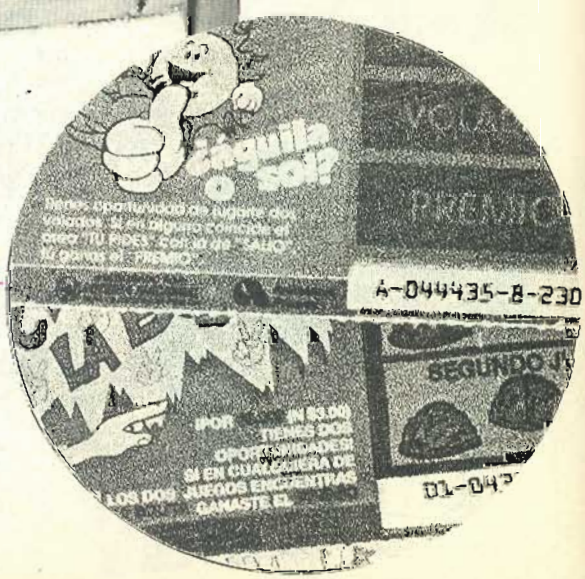
En los pronósticos no se sabe con anticipación cuántas personas están jugando con la misma quiniela, y por lo tanto usted no cuenta con datos que le indiquen si es el único que juega esa combinación o son decenas o cientos de quinielas con las cuales debe compartir el premio, en caso de ser ganador.

La excepción es Tris porque no se reparte el premio con los otros jugadores, pues así exista un solo ganador o más, el monto por el premio no varía y en cualquier caso es de N$ 500 ($ 500,000 anteriores) por persona.

En el caso de la Lotería Instantánea, la gran emisión de billetes (casi 219 millones) y de premios (alrededor de 45 millones de ganadores) abren la posibilidad de obtener un premio cualquiera, ya que en promedio, de cada 5 billetes aparece uno premiado, que va de N$ 2.00 ($2,000 anteriores) hasta N$ 10,000 ($ 10'000,000 anteriores) para el primer lugar; sin embargo, debido a que la duración del sorteo es de varios meses sucede que cuando usted participa no sabe el número de ganadores ni de premios que se han otorgado hasta ese momento.



## Quítele la máscara a los juegos de azar

¿Qué posibilidades hay de que usted obtenga un premio? Para comprenderlo mejor, le ofrecemos algunos ejemplos. En el Sorteo Mayor de la Lotería Nacional, de 100 personas que juegan (100%) son 31 las que obtienen algún premio (en su mayor parte, reintegros), y cerca de 69 no lo logran. Esta estructura distributiva en la cual sólo una tercera parte se lleva premios, es la que permite a su vez los pocos ganadores del primer lugar, por eso resulta estimulante y un verdadero acontecimiento para quien le pega al "gordo"

**EMISIÓN DE NÚMEROS**

| | | | |
|---|---|---|---|
| JUEGOS | Loterías | TRADICIONAL | Sorteo Mayor, Superior y Magno ..... 50,000<br>Zodiaco ..... 120,000 |
| | | INSTANTÁNEA (Máscara vs. Cabellera) ..... | 218,700,000 |
| | Pronósticos | MELATE, PROGOL, PROHIT, PROTOUCH y TRIS ..... | Ilimitado |

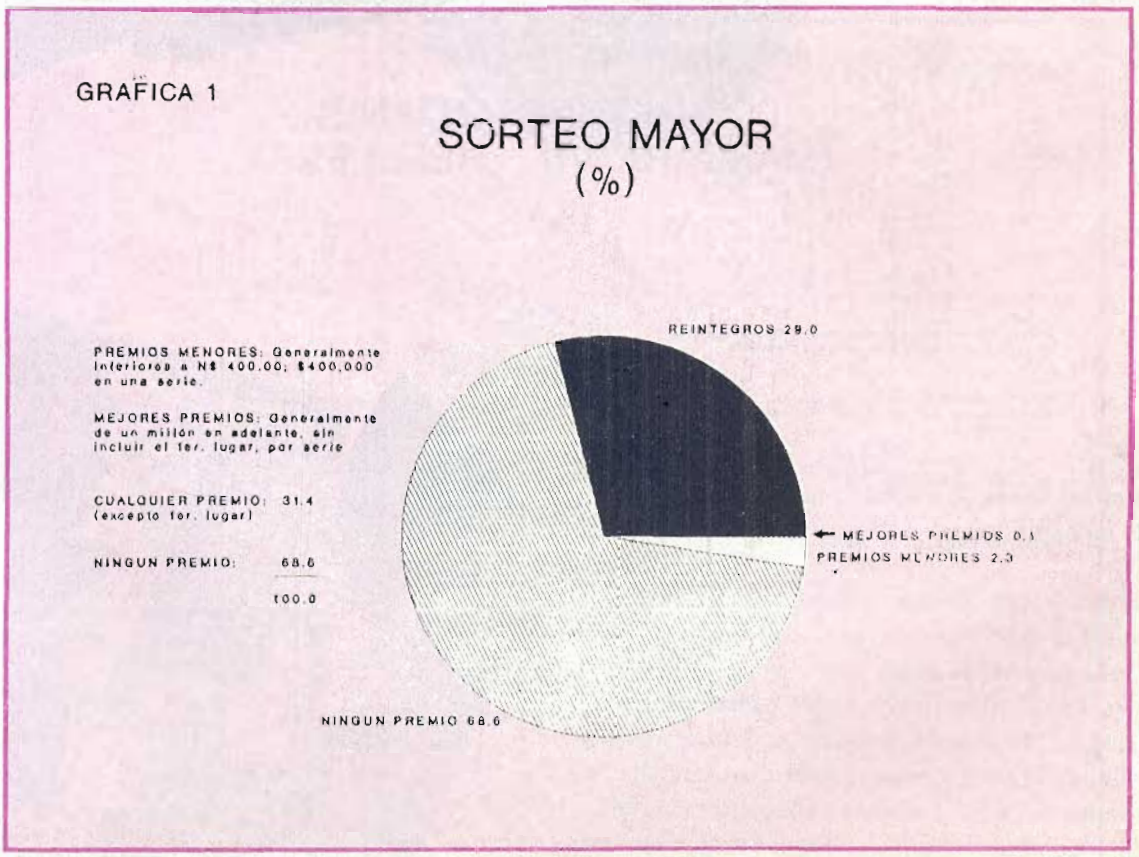
**PRECIO DEL BILLETE O QUINIELA SENCILLA**
**AGOSTO DE 1992**

| | | | PESOS |
|---|---|---|---|
| LOTERÍAS | TRADICIONAL | Sorteo Zodiaco ..... | 2,000 |
| | | Sorteo Mayor ..... | 2,500 |
| | | Sorteo Superior ..... | 3,000 |
| | | Sorteo Magno ..... | 25,000 (vigésimos) |
| | INSTANTÁNEA (Máscara vs. Cabellera) ..... | | 2,000 |
| PRONÓSTICOS | TRIS ..... | | 1,000 |
| | MELATE, PROGOL, PROHIT, PROTOUCH ..... | | 2,000 |

En el Sorteo Mayor, de los 50 mil números que se emiten el 31.4 por ciento obtienen premios; de ellos, el 29 por ciento son reintegros, 2.3 premios menores y sólo el 0.1 por ciento corresponden a mejores premios. La cantidad de números premiados no es igual a la cantidad de ganadores, debido a que la mayoría de apostadores no compra todos los cachitos y series para poder jugar con un número exclusivo. La probabilidad de que usted le pegue al "gordo" es una entre 50 mil, por lo quel el nivel promedio de venta se encuentra en 80 por ciento.

GRAFICA 1

SORTEO MAYOR
(%)






## Aplíqueles la razón

En el sorteo Máscara vs. Cabellera, la situación seria así:

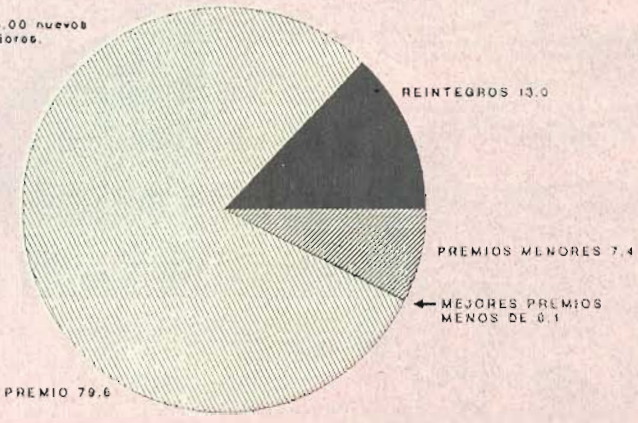
GRAFICA 2

### LOTERIA INSTANTANEA (MASCARA VS. CABELLERA) (%)

PREMIOS MENORES: De 4.00 a 50.00 nuevos pesos; 4 mil a 50 mil pesos anteriores.

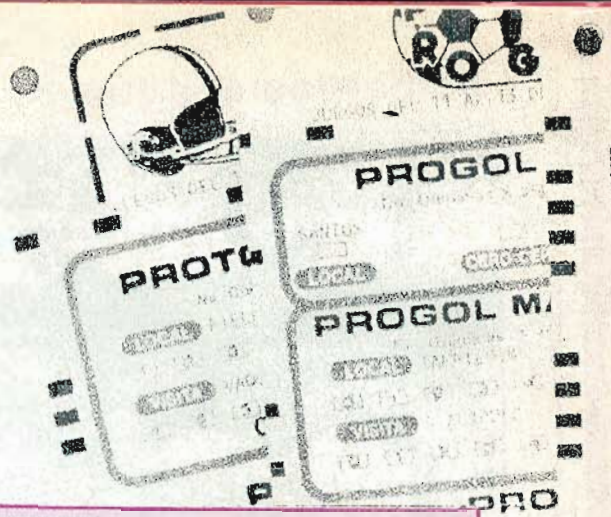
MEJORES PREMIOS: De un millón en adelante, sin incluir el premio mayor

| | |
|---|---|
| CUALQUIER PREMIO: (excepto 1er. lugar) | 20.4 |
| NINGUN PREMIO: | 79.6 |
| | 100.0 |



La posibilidad de que se gane cualquier premio es de 20.4 por ciento, compuesto por 13 por ciento reintegros, premios menores 7.4 y los mejores 0.1 por ciento; comparativamente con el Sorteo Mayor se abre aún más la posibilidad de obtener premios menores, aunque todos sus montos son más bajos.

En el Melate, baja en forma considerable la probabilidad de ser un afortunado con un premio cualquiera, ya que la posibilidad es de 0.00003 pero esta cifra tan reducida se compensa con la bolsa inicial que asciende a N$ 100,000 ($ 1,000 millones anteriores).




GRAFICA 3

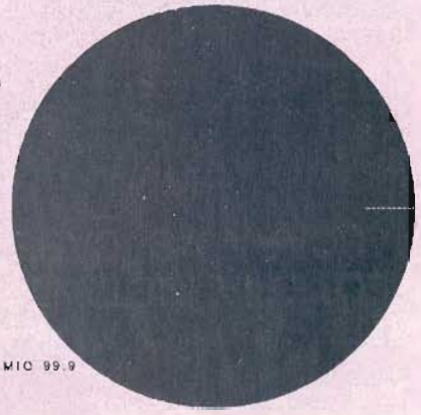
MELATE
(%)

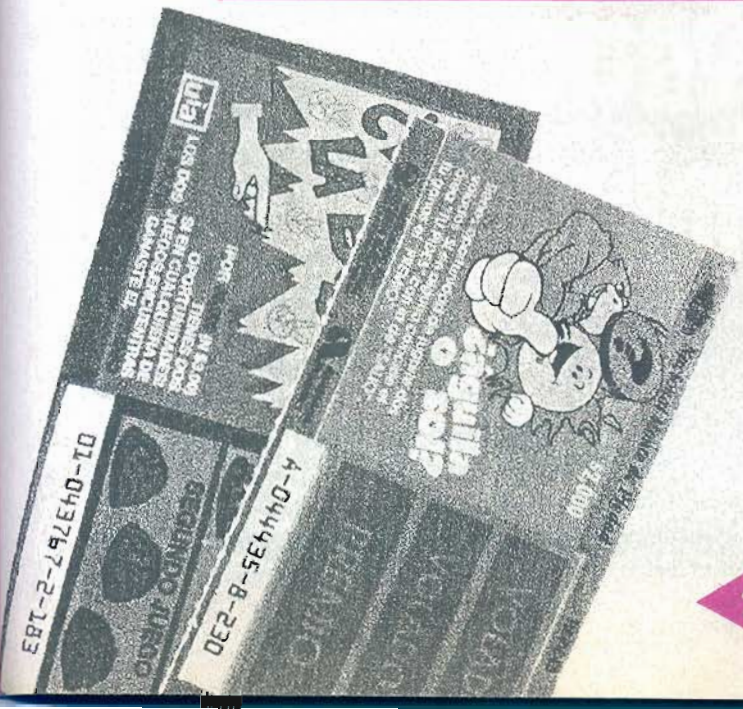
En este caso se considera acertar en 5, 4, 3 y 2 números naturales. Aun si se incluyeran los adicionales habría poca variación

ACERTAR DE 5 A 2 números 0.1
(excepto ter. lugar)

NINGUN PREMIO: 99.9

100.0



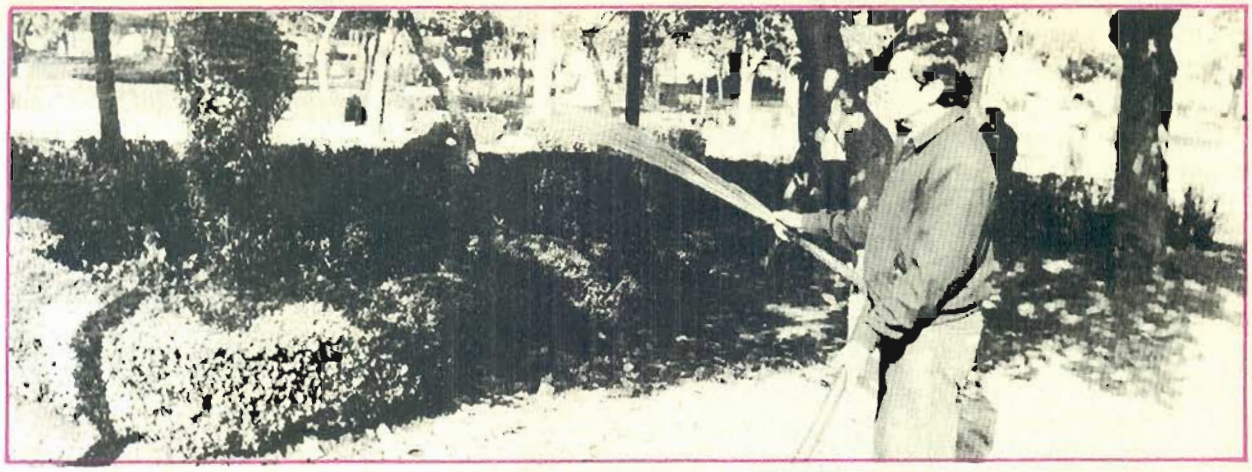



## ¡Usted decide!

Si usted es un consumidor de juegos de azar, busque cuál le ofrece mayor honradez y confiabilidad en el aspecto legal del juego.

Si va a apostar, hágalo con instituciones serias y autorizadas, y si se decide por los sorteos y rifas de Pronósticos o de la Lotería Nacional, debe saber que además estas empresas tienen como objetivo principal ayudar a la asistencia pública, donde un 10 por ciento de sus ingresos es canalizado a la federación para hospitales, asilos, albergues y otros, de tal manera que aprovechan una vieja tradición para beneficiar a quien más lo necesita.

# Cuidemos el agua



## Un recurso vital para la subsistencia del hombre

La explosión demográfica en las grandes urbes, así como el crecimiento de las actividades agrícolas e industriales, son algunos de los factores que han contribuido al aumento constante en la demanda de agua potable y, por tanto, a la escasez del líquido.

Pese a que más de la tercera parte de nuestro planeta está compuesto por agua, no toda es potable ni tampoco se encuentra cerca del lugar donde vivimos; asimismo, no siempre es posible contar con suministros acuíferos que garanticen el abasto suficiente. Esto se debe a numerosas causas, como el uso irracional de algunos consumidores y el estiaje, época del año en que el caudal de las fuentes suministradoras disminuye.

### No basta sólo con abrir la llave

Para que el agua potable llegue a todos los consumidores con sólo abrir una llave se necesita de una complejísima infraestructura, trabajo, tiempo y dinero.

Es importante mencionar que su distribución en México aún no es equitativa, debido fundamentalmente al desordenado crecimiento de las ciudades; a la existencia de zonas donde el abasto resulta problemático; al derroche irracional de este recurso y a la falta de infraestructura para conducir grandes volúmenes de agua a las zonas donde se concentra la demanda más elevada.

### Agua que no has de beber...

Debido a estos "inconvenientes" que hacen que gota a gota el agua se agote, se desarrollan acciones dirigidas a mejorar su uso, aprovechamiento y cuidado, por ejemplo, las campañas de detección y reparación de fugas, estudio y desarrollo de nuevos muebles sanitarios y accesorios hidráulicos de bajo consumo. Estas actividades se llevan a cabo desde 1989, año en que dio inicio la instalación de muebles sanitarios y accesorios de bajo consumo (sólo requieren seis litros por descarga) en sustitución de los muebles sanitarios convencionales de 16

litros por descarga. Se tiene programado que para finales de 1996 se hayan instalado 2 millones de muebles de bajo consumo.

## La ley y la ciudadanía

Con el fin de lograr un uso más racional de agua, preservar y aumentar la infraestructura hidráulica, así como la conservación de los recursos existentes, en marzo de 1990 entró en vigor el Reglamento para los Servicios de Agua Potable y Drenaje y la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente.

Con estas disposiciones se pretende que el usuario asuma un papel más activo en la detección y eliminación de fugas intradomiciliarias y en el empleo y conservación de aguas pluviales en las nuevas edificaciones.

Sin embargo, la labor de educación sobre la importancia del buen uso del agua potable y su preservación todavía es limitada y dispersa. Ante ello, se necesita una campaña de difusión permanente con base en recomendaciones para reducir su innecesario y exagerado consumo.

## Tomemos conciencia: ahorremos vida

Amigo consumidor, para seguir gozando de los beneficios que el agua nos brinda, la **Revista del Consumidor** le recomienda:

- No deje abierta la llave del lavabo mientras se cepilla los dientes. Un vaso de agua es suficiente para hacerlo.

- Si al abrir la llave de la regadera el agua sale fría, no la tire; júntela en una cubeta mientras sale la caliente, y utilícela para regar el jardín o para la limpieza de la casa.



- Al enjuagar la ropa no tire el agua jabonosa, mejor empléela para lavar pisos, patios o banquetas.

- Riegue su jardín de preferencia en la tarde o noche, así evitará que se evapore este vital líquido.

- Una jerga y una cubeta con agua bastarán para lavar su automóvil.

- Cuando lave los trastes, enjabone unos cuantos, enjuáguelos y cierre la llave hasta volver a juntar otros, así el agua que sirvió para enjuagar uno, irá enjuagando otros.

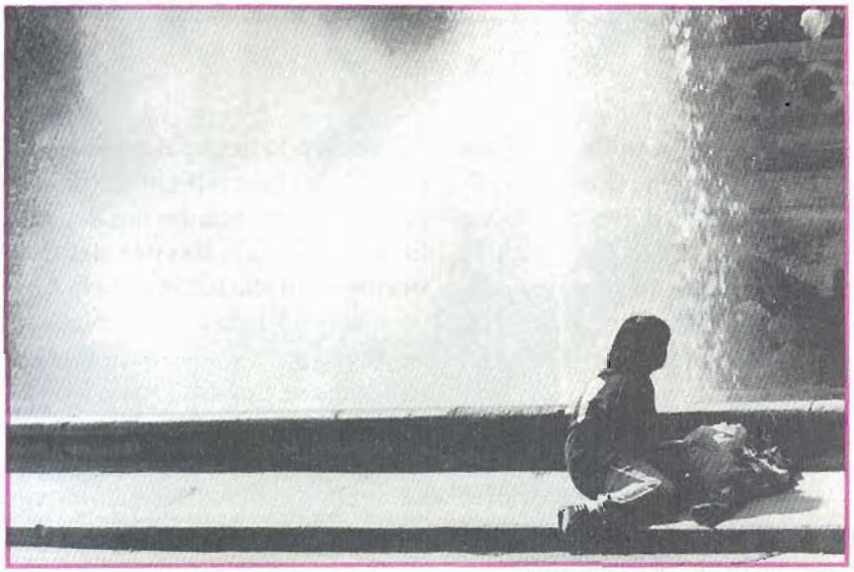
- Revise periódicamente las tuberías e instalaciones ya que pueden existir fugas.

- Si detecta fugas en la calle, no dude y repórtelas a la oficina de aguas de su localidad.

- Para purificar el agua le sugerimos agregar cinco gotas de hipoclorito por cada litro o hervirla a fuego lento durante 15 minutos, así evitará posibles infecciones gastrointestinales.

Tomemos conciencia del problema que implica desperdiciar agua; ahorrarla es una necesidad tanto para preservar los recursos naturales como para reducir la cuenta de su consumo.

**Graciela Muñoz**



# ¿Servicios privados de enfermería?



"¿Tiene enfermo en casa? Enfermeras Asociadas lo atiende las 24 horas". "Para la atención de su enfermo, Unión de Enfermeras y Cuidadoras". Mensajes publicitarios como estos se ven con frecuencia en diversas publicaciones, sobre todo en periódicos, e incluso como desplegados en algunos hospitales.

Sin embargo, estas agencias o asociaciones no se encuentran bajo la supervisión directa de la Secretaría de Salud. Entonces, ¿cómo saber si los servicios que ofrecen son de calidad? Con la finalidad de darles a conocer qué hay detrás de dichos servicios, la **Revista del Consumidor** indagó en varias agencias, así como en la Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia de la UNAM.

## La incógnita

"Ante la necesidad de elevar el grado de calidad tanto técnico como humano de los servicios de enfermería, se creó la licenciatura en enfermería que además permitirá dar respuesta a la demanda que nos depara el futuro", dice a la **Revista del Consumidor** la licenciada Graciela Arroyo, directora de la Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia de la Universidad Nacional Autónoma de México.

En cuanto al por qué las enfermeras se unen para prestar sus servicios en forma independiente, la licenciada Arroyo contesta: "Es una forma de

ayudarse ellas mismas, ya que el trabajo de la enfermera es muy importante y mal remunerado; para buscar mejores expectativas se organizan, se capacitan más y ofrecen sus servicios en forma privada, de esta manera su sueldo aumenta. Además, con este tipo de asociaciones la enfermera se enriquece en conocimiento y trato con los pacientes''

Por otro lado, la coordinadora del Departamento de Enfermería del Hospital General del Centro Médico ''La Raza'', Guadalupe Ortega Mendoza opina: ''Esta profesión pasa por una situación crítica debido a que se sigue pensando que una enfermera es sólo la 'ayudante', y existe un problema de remuneración muy escasa, por lo que tienen que buscar otras alternativas''.

Otra interrogante fue saber como se integra la plantilla de enfermeras que trabajan en una agencia o un servicio privado. Éstas son las opiniones recabadas:

''Las formas de unirse son muchas y muy variadas'' -dice a la **Revista del Consumidor** el enfermero Jesús Amado Castro, director de la Unión de Enfermeras y Enfermeros del mismo nombre.

''Nosotros ya tenemos muchos años de haber conformado esta asociación. La idea surgió a partir de varios compañeros recomendados por sus mismos pacientes; comenzaron a prestar sus servicios a domicilio y vieron que era necesario que existiera un lugar al cual la gente se pudiera comunicar para solicitar los servicios de enfermería

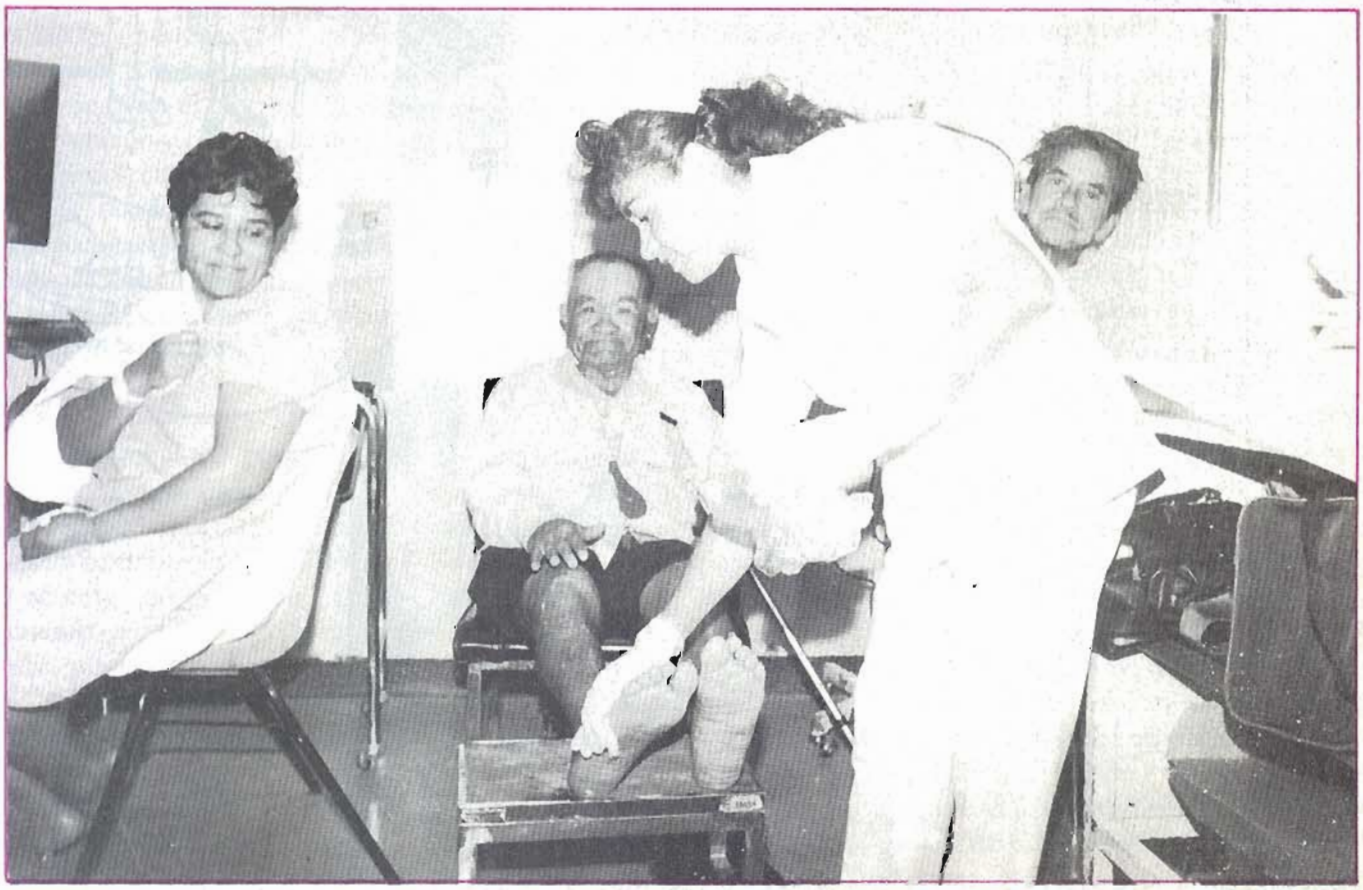
''Así, entre varios colegas buscamos un lugar, nos asociamos, hicimos trámites en la Secretaría de Hacienda y ¡aquí estamos!''

La enfermera Lucero Zinzer trabaja en forma independiente y aunque no ha constituido una agencia, coordina y organiza a enfermeras intensivistas para prestar servicios a domicilio. Ella nos explica cómo se conformó su asociación: ''Nos dimos cuenta de la existencia de enfermos que necesitan de un cuidado muy especial que sus familiares no les pueden dar cuando se encuentran en su hogar, así nos especializamos en terapia intensiva y nos unimos bajo un mismo fin, prestar nuestros servicios a quienes lo soliciten''

## Cómo trabajan y qué ofrecen

Antes de continuar es importante diferenciar una asociación de enfermeras de una agencia de servicios de enfermería. Son diferentes a pesar de que ambas ofrecen un servicio privado. Una agencia trabaja básicamente tres categorías: cuidadoras, auxiliares y generales, mientras que una asociación maneja una sola categoría: la especializada, es decir, enfermeras pediatras, cardiólogas, y de medicina crítica, entre otras.

Además, las agencias laboran por turnos o jornadas de trabajo de 12 horas, ya sea de 8 de la mañana a 8 de



la noche, de las 8 de la noche a las 8 de la mañana o por una semana completa. Por su parte, las asociaciones trabajan por día, semana o mes.

Ambas atienden a niños, jóvenes y ancianos, y ofrecen un servicio constante durante el tiempo que se requiera, día y noche, los 365 días del año con personal altamente calificado.

## Cómo contratar el servicio

La contratación del servicio generalmente se hace por vía telefónica, aunque existen algunas asociaciones a las que usted puede acudir personalmente.

Al ampliarse la variedad de servicios de enfermería que se ofrecen, el costo también varía: por ejemplo, el pago por una enfermera cuidadora va desde 60 hasta 80 nuevos pesos (60 mil a 80 mil pesos anteriores); por una auxiliar, de 90 a 100 nuevos pesos (90 mil a 100 mil pesos anteriores); y por una general, de 130 a 150 nuevos pesos (130 mil a 150 mil pesos anteriores). El costo es por día en turnos de 12 horas. Otra forma de cobro es la mensual, que va de mil a mil 500 nuevos pesos, en caso de así solicitarlo.

## Recomendaciones

Contratar los servicios de una enfermera particular le puede ser benéfico pero es importante que antes tome en cuenta estas recomendaciones:

- Indague primero sobre la antigüedad que tiene prestando dichos servicios, así como lo referente a capacitación y experiencia en el campo.
- Si sus estudios tienen reconocimiento oficial.
- La forma de pago y si la persona se encuentra inscrita en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público como prestadora de servicios.
- Pida referencias a otras personas que hayan utilizado los servicios de la agencia o asociación que piensa contratar, de esta forma realizará la mejor elección.

**Guadalupe Cruz**








# Vivir entre "chochitos"



La homeopatía es un método de curación que forma parte de la medicina tradicional a la cual recurren, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), dos terceras partes de la población mundial. Sin embargo no es una panacea, como comúnmente se cree. Si bien se aplica en la prevención y tratamiento de enfermedades crónicas o agudas, en algunas ocasiones se auxilia de otras técnicas como la cirugía o los fármacos, cuando así lo requiere el paciente. ¿Desea saber más acerca de esta disciplina?

## En qué consiste

La homeopatía parte de un principio mencionado en la antigüedad por Hipócrates: *Similia similibus curantur*, es decir, "lo similar se cura con lo similar". El tratamiento consiste en suministrar dosis mínimas de medicamentos que en cantidades considerables producirían síntomas iguales a los que se trata de combatir.

De acuerdo con el doctor Álvaro Ixtla Salgado, director del Hospital Nacional Homeopático, "dicha terapéutica (entendida como todo lo que cura) concibe al hombre de manera integral: como una persona con síntomas y efectos, dos aspectos que no se pueden separar".

El directivo nos explica que para diagnosticar enfermedades y recetar tratamientos, la homeopatía se fundamenta en ocho principios básicos:

**El organismo se cura por sí mismo:** Toda enfermedad tiene una curva de seguimiento y el medicamento se utiliza para acortar esta curva. Los medicamentos homeopáticos sólo son una pequeña ayuda para que el cuerpo reaccione.

**La ley de la similitud:** Los síntomas que experimentalmente fueron provocados en personas sanas a través de sustancias de origen animal, vegetal o mineral, servirán para seleccionar el medicamento que cause reacciones semejantes a las que presenta el paciente. Es decir, el fármaco curará aquellas manifestaciones que afectaron al individuo sano, porque lo similar cura lo similar.

**La experimentación pura**: De lo anterior se desprende otro principio, el de la experimentación pura, ya que la homeopatía es la única terapéutica que realiza estudios directamente en el hombre sano, bajo análisis previos.

**La individualidad morbosa**: Es el diagnóstico individual del paciente. Al momento de realizar la prescripción se considera la predisposición del individuo para contraer y desarrollar la enfermedad, su constitución y su temperamento.

Del principio anterior se deriva el de la **individualidad medicamentosa**. El remedio actuará de acuerdo con las características del paciente, pues el tratamiento prescrito es un estímulo para hacer reaccionar al organismo.

**Materia médica homeopática o farmacodinamia homeopática**: Trata y describe la acción de los fármacos; según los investigadores, los medicamentos se prescriben de acuerdo con los síntomas, comenzando de la cabeza hacia los pies, región por región y órgano por órgano, o por aparatos y sistemas.

**Dosis mínimas**: Los medicamentos se toman en dosis mínimas pues de acuerdo con la ley de la



experimentación pura, una sustancia cura -en determinadas concentraciones- lo que ella misma provoca en concentraciones mayores.

**El dinamismo vital**: Es la energía que poseen los organismos vivos (bioenergía); aunque existen aparatos para medir el aura y otro tipo de energía, este principio aún está en entredicho.

### ¿Sólo "chochos" y alcohol?

Mucha gente cree que los "chochos" son el medicamento homeopático, pero en realidad estas tabletas o glóbulos sólo constituyen el vehículo para que el agente curativo penetre en el organismo. El verdadero medicamento es el líquido que contienen los frascos con chochitos.

Al elaborarlos se emplean sustancias de todos los reinos: vegetal, animal, mineral e incluso algunas que genera el propio organismo -como pus u otras supuraciones-, y se procede a preparar los concentrados.

El doctor Rodolfo Luna Resén-diz, subdirector técnico de la Escuela de Medicina y Homeopatía del Instituto Politécnico Nacional (IPN), explica a la **Revista del Consumidor:** "La técnica consiste en diluir una parte de la sustancia en 99 partes de agua, alcohol o glicerina, según se requiera, y agitar para obtener así la primera dinamización centesimal (1 c). Posteriormente se toma una parte de esta mezcla y se incorpora en 99 partes de solvente, nuevamente se agita y de allí surge otra dinamización centesimal, pero ello no significa que se divida una gota en 200 partes, sino que se obtiene una energía multiplicada".

Para explicar lo anterior, el doctor Luis Salinas Ramos menciona: "Hahneman -el creador de la homeopatía- las denominó potencias y no diluciones, para sugerir la idea de energía que se liberaba gracias a las agitaciones o trituraciones sucesivas que sufren los componentes homeopáticos al efectuarse su preparación".

De acuerdo con el médico se han hecho investigaciones en un laboratorio homeopático argentino demostrando ante el Real Colegio de Londres el dinamismo de que están animadas las altas diluciones homeopáticas, por medio del emanómeno que registra la emisión de ondas electromagnéticas; éstas son tanto más cortas cuanto más elevadas son las dinamizaciones. Asimismo, en Estrasburgo se hace referencia a la identificación de las sustancias dinamizadas hasta la 30 decimal por medio de espectroanálisis infrarrojo y medición de la conductibilidad eléctrica.

### La alopatía frente a la homeopatía

Existe una gran controversia sobre la efectividad de los medicamentos homeopáticos, debido a que la medicina oficial alópata es considerada por muchos como la única científica. Al respecto, el doctor Manuel Barquín, jefe de la Coordinación de Programas Interdepartamentales de la Facultad de Medicina de la UNAM, explica:

"La diferencia estriba en que las medicinas paralelas, como la homeopatía, no pueden demostrar en el laboratorio la efectividad de sus medicamentos, pero tampoco puede afirmarse que no curan, pues producen un fenómeno todavía no estudiado conocido como **placebo** (píldora sin valor terapéutico que provoca en el enfermo un efecto psicológico). Es decir, influye mucho la fe de curación del paciente, aunque se ha descubierto que sí se presentan algunas reacciones. Sin embargo, todavía no puede afirmarse que la homeopatía abarque todas las áreas de la medicina, de ahí que los homeópatas estudien cirugía y en ocasiones recurran a los fármacos".

Por otro lado, el doctor Eusebio Contreras Chaires, jefe del Departamento de Farmacología de la UNAM, opina que desde el punto de vista farmacológico el medicamento homeopático es un placebo, ya que las diluciones tan altas restan el poder curativo de la sustan-

cia, aunque aquel es válido en los casos en que no interfiere con los mecanismos de defensa del paciente dando lugar a que éste se restablezca. No obstante, cabe señalar que estos medicamentos deben evitarse cuando hay cáncer, infecciones graves o si el paciente se encuentra inconsciente, porque en esas circunstancias se requiere medicina de acción.

### ¿A quiénes acudir?

Debido a la falta de difusión y conocimiento, la homeopatía se puede prestar a charlatanería, por ello los médicos homeópatas recomiendan al consumidor verificar que la persona a quien recurra sea médico general, titulado y egresado de la Escuela de Medicina y Homeopatía del IPN, de la Escuela Libre de Homeopatía, o bien que tenga algún posgrado o reconocimiento de las escuelas mencionadas o de Homeopatía de México, A.C., que es una institución de libre enseñanza.

Para mayor seguridad pueden dirigirse al Hospital Nacional Homeopático, ubicado en la calle 5 de Febrero en el centro de la ciudad de México, a la Escuela Libre de Homeopatía o al anexo de la Escuela de Homeopatía del Instituto Politécnico Nacional, donde los médicos y los estudiantes homeópatas dan consulta.

### Para un mayor beneficio

Algunas recomendaciones para obtener el mejor resultado de los medicamentos homeopáticos son:

- No se autorrecete ni dé "chochitos" a los niños para entretenerlos; recuerde que aunque los medicamentos homeopáticos no ponen en riesgo la vida, pueden obstaculizar la curación.
- No adquiera los "tratamientos" comerciales en las farmacias homeopáticas y tome en cuenta que el médico necesita examinar al paciente para poder recetarlo, ya que cada caso es distinto.
- Interrogue a su médico sobre todo aquello que quiera saber hasta que quede satisfecho con las respuestas.
- Sea paciente, dé oportunidad a que el organismo reaccione.

**Marta S. García**

## Historia de la homeopatía

La homeopatía fue descubierta por Samuel Federico Hahneman Spies -médico prusiano decepcionado de la terapéutica de su tiempo- cuando traducía un libro de medicina en el que se daba a conocer la sintomatología de la intoxicación de la quina en los obreros y la relación con los síntomas del paludismo, pues él creía que esa misma sustancia curaba la enfermedad.

Fue entonces cuando comenzó a experimentar consigo mismo y con sus familiares y amigos. Seis años después enunció la Ley de lo Semejante o Ley de la Similitud, insinuada en la antigüedad por Hipócrates y Paracelso. Más tarde escribió el *Organón de la Medicina Homeopática*, libro que contiene los principios básicos de esta disciplina.

La terapéutica homeopática fue traída a nuestro país por el médico español Cornelio Andrade y Baz en 1849, pero dicha especialidad siempre se ha enfrentado a críticas fuertes, según lo demuestran las constantes fundaciones y desapariciones de hospitales.

A pesar de ello, la medicina homeopática ha demostrado ser un método más de curación; así en 1893, luego de varios estudios y control estadístico satisfactorio, el Ministerio de Gobernación decidió inaugurar el Hospital Nacional Homeopático. Y un año más tarde se creó en el mismo hospital la Escuela Nacional de Medicina Homeopática, con carácter oficial, concediendo a sus egresados las mismas prerrogativas que a los de otras escuelas oficiales de medicina.

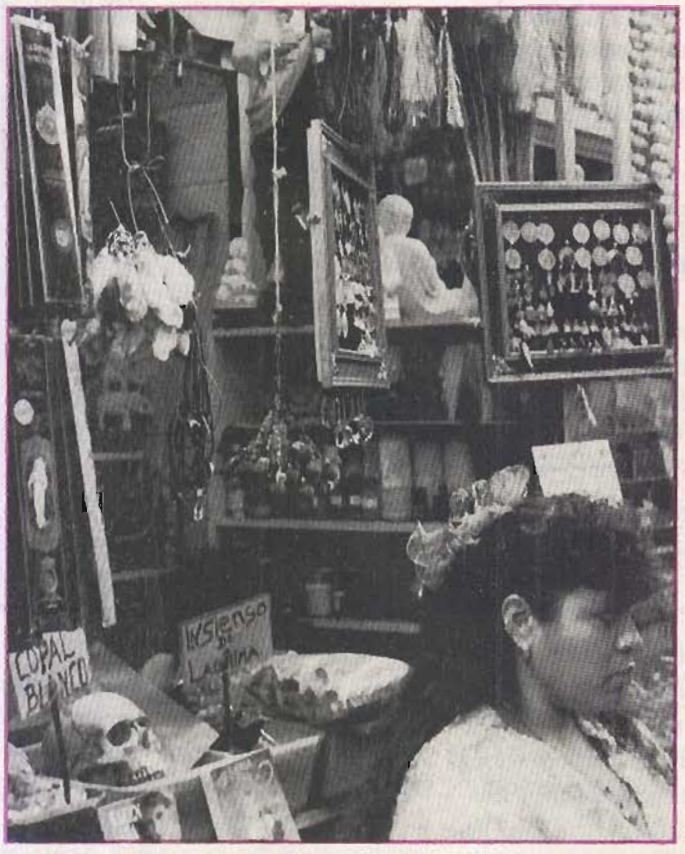
En 1923, a esta institución se le otorgó el rango de **facultad** en la Universidad Nacional Autónoma de México y tiempo después desapareció -por desavenencias políticas-, aunque algunas de sus materias todavía se siguen impartiendo dentro de la facultad de altos estudios.

En 1924, por decreto, la Escuela Nacional de Homeopatía recobra su personalidad legal y pasa a formar parte de la Secretaría de Educación Pública, hasta que en 1935 es incorporada al Instituto Politécnico Nacional, donde hasta la fecha se siguen preparando profesionales en esta especialidad.

*Fuente: Síntesis para la historia general de la medicina en México.*
*Dr. Luis R. Salinas Ramos; revista "Homeopatía, medicina social", 1980.*



# El ocultismo o el plano los engaños




Atrapar a la suerte es para algunos sólo un pasatiempo divertido y para otros una tabla de salvación. En el caso de numerosos oficiantes de lo oculto, esta actividad constituye sobre todo una magnífica oportunidad para obtener considerables ganancias.

"Atraiga carretadas de dinero con la triada", "No hay barreras para el gran elefante de la energía", "Sufre por un amor: venga con nosotros y en menos de 30 días verá los resultados". Estos son algunos mensajes publicitarios de los que abundan hoy en día en una gran variedad de publicaciones, principalmente en revistas, con el fin de inducir a los consumidores a que adquieran objetos de la "buena suerte".

Así, en el mercado podemos encontrar una gran diversidad de pirámides mágicas, budas, talismanes para los jugadores, el tetragramatón, la Estrella de David, la Cruz Egipcia, la Santísima muerte... en fin, las ofertas son incontables y los resultados aún incomprobables. Sin embargo mucha gente los adquiere y está segura de "creer" en ellos, ¿por qué?

## Beneficios ilusorios

Desde los albores de la humanidad, es bien sabido que el hombre ha creado objetos para "cuidarse" de los peligros que le asechan, pero no se conoce ningún estudio o investigación que compruebe la efectividad de esos amuletos.

En el plano del pensamiento mágico, la psicóloga y etnóloga mexicana Liliana Sheffer escribió en su investigación *Magia y Brujería en México*:

"El hombre siente que su vida se encuentra rodeada de espíritus y fuerzas anímicas que pueden ocasionarle daño, pero a las cuales puede también invocar en determinadas circunstancias para su beneficio".

El ingeniero Mario Méndez, presidente de la Sociedad para la Investigación Escéptica, opina al respecto: "Es un aspecto de la conducta supersticiosa; a fin de cuentas la gente cree que con ciertas conductas o actos es capaz de cambiar su destino, pero lamentablemente la naturaleza y el universo son indiferentes a lo que el hombre hace. Lógicamente la gente se deja influir, y el usar alguno de estos productos le da confianza en ciertas áreas para actuar con mayor seguridad".

Más allá de ambas opiniones, en el mercado se da una venta masiva de talismanes y amuletos, tal es el caso de la Triada, la Pirámide Egipcia y la Estrella de David. Pero, ¿cómo saber si estos objetos que se venden en grandes cantidades realmente funcionan?

## Casos reales

Para conocer la opinión de quienes adquieren dichos artículos, la **Revista del Consumidor** platicó sobre el particular con varios vendedores y consumidores:

-¿Vienen muy seguido a comprar aquí? -preguntamos al señor José Rosas.

-¡No! -contestó con temor.

-Entonces ¿por qué compró la herradura? -insistimos.

-Nomás por curiosidad, por hacerle al tonto un rato; si la herradura funcionara todos seríamos millonarios, ¿no cree? -se alejó rápidamente.

-¿Cree en lo que está comprando? -preguntamos a la señora Ofelia Pazos en el momento que adquiría unos ajos en forma de corona.

-¡Claro!, fíjese que antes mi negocio iba muy mal, no sabía qué hacer. Entonces mi comadre me habló sobre la posibilidad de adquirir un amuleto para la buena suerte. Así lo hice, y viera ahora cómo mi negocio se ha levantado considerablemente.

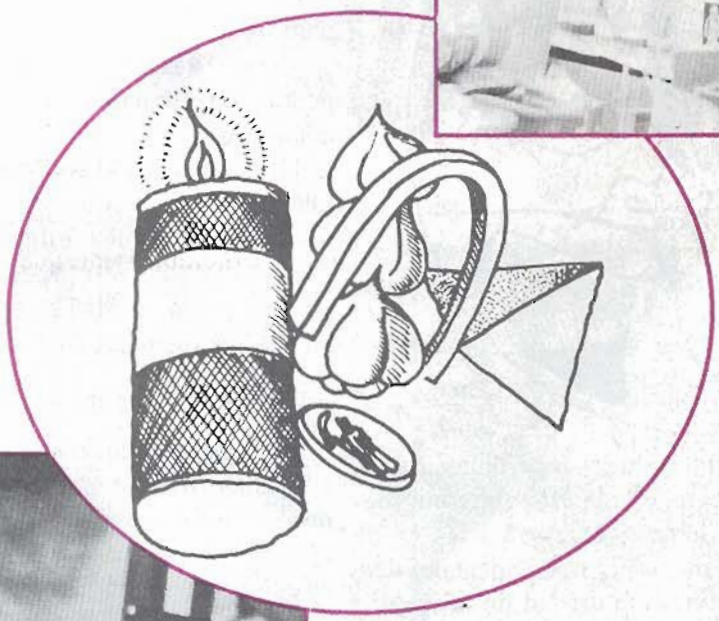
En eso estábamos cuando un grupo de tres jóvenes se acercó a un puesto para adquirir un talismán en forma de pirámide.

-¿Cómo funciona este talismán? -preguntaron al vendedor.

-Te lo tienes que poner y no dejar que nadie te lo toque; si no, te quita energía.

-Para que un amuleto funcione, la fe de la gente es muy importante -comentó la señora Francisca López, locataria del mismo mercado-, porque si empiezan con tendencias negativas o a no creer, automáticamente se anula todo lo bueno del amuleto o talismán.







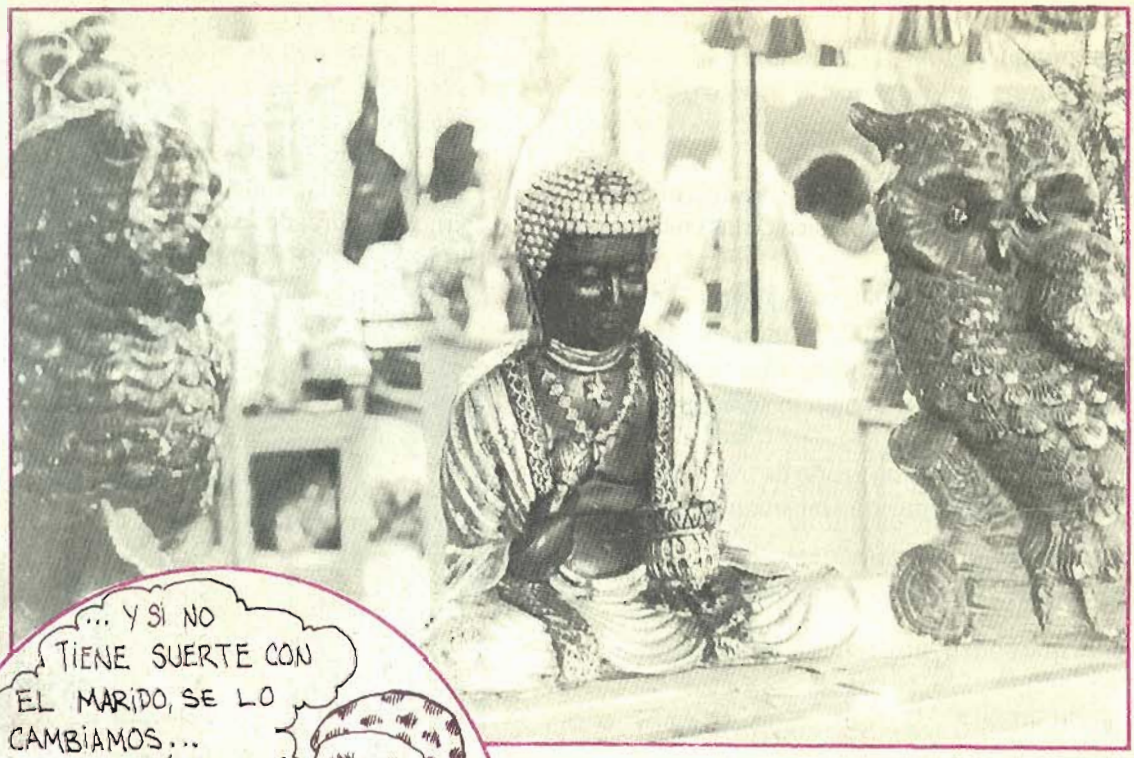
-¿Viene mucha gente a comprarle?

-Sí, afortunadamente vienen personas de todos lados y de todos los estratos sociales; incluso los individuos muy estudiados y preparados recurren a los amuletos y talismanes para protegerse, porque en su medio hay muchas envidias.

## Cuestión de enfoques

Quizá la necesidad de creer en algo, de sentirse protegido, ha influido para que la gente adquiera objetos de la "buena suerte".

"Uno es libre de creer en algo -comenta el ingeniero Méndez-, y si la gente piensa que con traer uno de esos objetos va a tener suerte, allá ellos... pero en el momento






en que la publicidad en revistas les dice "será millonario", "conseguirá pareja", esto es un fraude. No se ha comprobado la suerte en quienes usan esos objetos".

Por su parte, la señora Francisca López, locataria del popular mercado de Sonora en la ciudad de México, opina: "Aunque estos objetos fueron hechos por el hombre tienen poderes revelados para el bien de la humanidad y confiados a una persona para que los que crean en ellos gocen de sus beneficios; mucha gente los adquiere, cree en ellos y su suerte ha cambiado".

Jugar a consumir la suerte también cuesta. Los precios de los fetiches varían de acuerdo al material con que fueron elaborados, al tamaño y según la forma, tal como lo comentó el señor Manuel Valadez, locatario del mercado de Sonora; por ejemplo, un talismán de alpaca, que es el de mayor venta, oscila entre 5 y 12 nuevos pesos (5 mil y 12 mil pesos anteriores); un amuleto -si no es manufacturado para alguien en especial- desde un nuevo peso (mil pesos anteriores) hasta 25 (25 mil pesos anteriores), y si es bajo pedido cuesta hasta 80 nuevos pesos (80 mil pesos anteriores).

Un anuncio de **Mass-Media. Comercialización Especializada** pone a la venta una gran variedad de talismanes, asegurando que son de auténtica plata quintada, a sólo 69 nuevos pesos (69 mil pesos anteriores) si la compra es por giro postal, y si la gente lo adquiere directamente en una de sus sucursales habrá un descuento especial.

"Se debe creer en la capacidad del hombre -recomienda el ingeniero Méndez a los consumidores- para resolver sus propios problemas y encontrar la justicia sin necesidad de ayudas mágicas. Lo que realmente provocan esos objetos es evitar que el individuo se esfuerce en encontrar una solución a sus problemas y culpe de sus errores a la 'mala suerte'".

Detrás de todo esto hay incluso problemas psicológicos debido a que la misma persona no desea su propio triunfo y actúa con temor. Al final de cuentas la venta de dichos artículos es un negocio que sólo otorga un beneficio ilusorio.

Por eso le recomendamos no dejarse llevar por anuncios engañosos y, aunque uno es libre de creer en lo que quiera, recuerde que aún no existe ningún estudio o investigación que demuestre la efectividad de los amuletos o talismanes.

**Guadalupe Cruz**

## Mercado de medicamentos

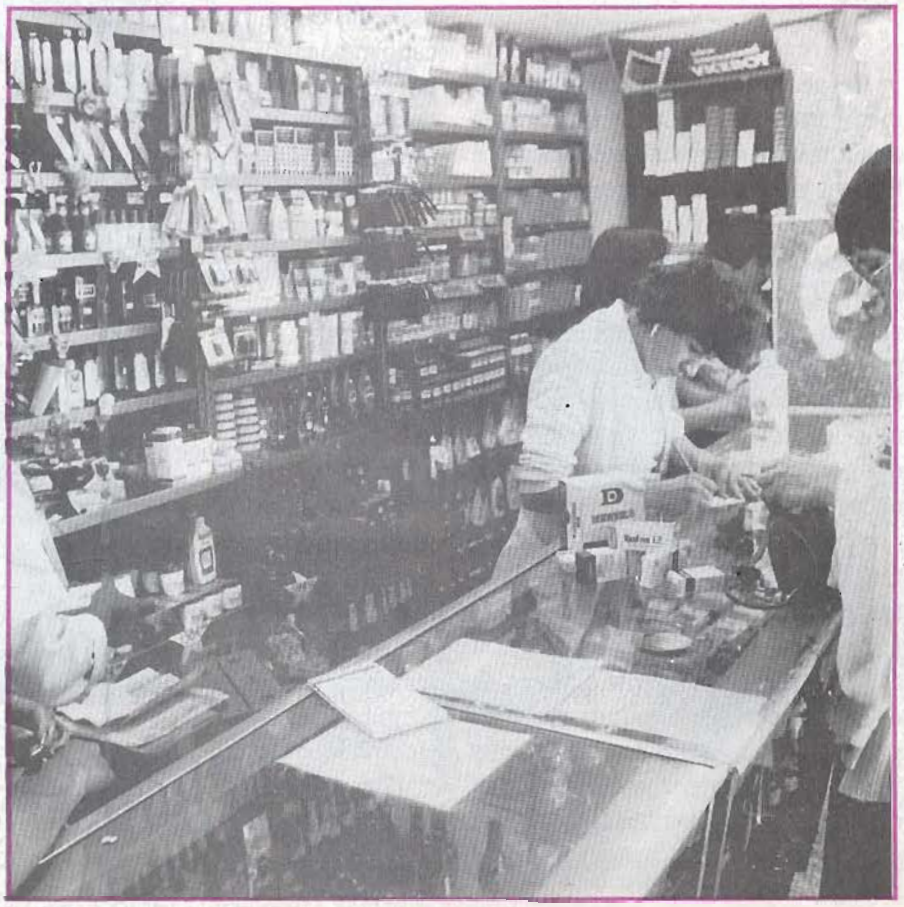
# No todo lo caro cura

Según datos del Departamento de Estudios Económicos e Informática de la Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica (Canifarma), la Industria Farmacéutica Mexicana se encuentra conformada por 389 empresas, de las cuales un 63.5 por ciento corresponde a la micro y pequeña empresa, 12.8 por ciento a la mediana y 23.7 por ciento a los grandes laboratorios. En conjunto ofrecen una amplia gama de posibilidades para la atención a la salud.

Pero la forma como se comercializan y distribuyen los medicamentos es un poco compleja, empezando por el origen trasnacional de la mayor parte de las empresas que conforman esta industria, las cuales cubren cerca del 80 por ciento del mercado, excepto el sector salud donde predominan los laboratorios nacionales.

### Precios reales

Para comprender cómo se determina el precio de un medicamento, con-



viene conocer los factores que influyen en su elaboración: en primer lugar se debe separar la fase de producción de la comercialización, pues cada una de ellas tiene sus propios costos.

El precio que los consumidores pagamos al comprar un medicamento es el resultado de los costos de los laboratorios al realizar actividades de investigación, producción y distribución de sus productos, a lo cual se le agrega un cierto margen de ganancia.

Es importante mencionar que en nuestro país los costos de investigación son muy bajos.

La entidad que regula directamente el registro, control y comercialización de los medicamentos es la Dirección General de Insumos para la Salud de la Secretaría de Salud, mientras que la Dirección de Política del Comercio de Medicamentos de la Secofi establece un determinado margen de ganancia para el distribuidor y la farmacia, no debiendo rebasar el 40 por ciento del precio de venta fijado por el laboratorio.

## Estructura de distribución

Respecto de la comercialización de medicamentos, el licenciado Fernando Quintero, director de Políticas de Precios de Medicamentos de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi) comenta a la **Revista del Consumidor**: "Para comercializar medicamentos existen diferentes alternativas y tanto el productor como el distribuidor eligen la que más les conviene, desde luego los márgenes de utilidad son acordes a las necesidades reales".

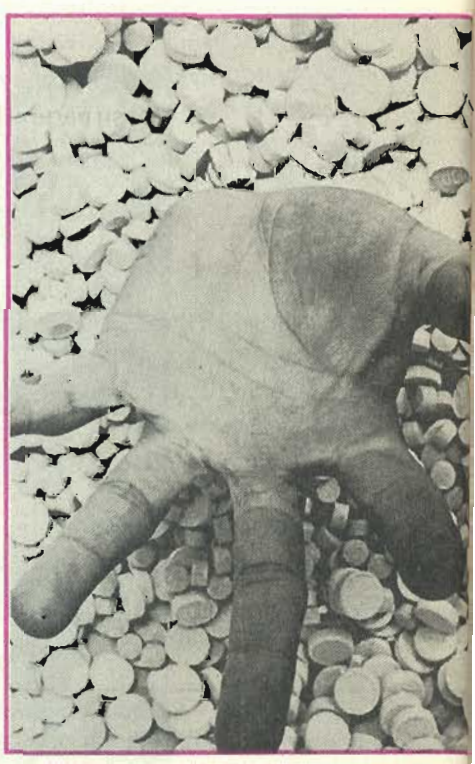
A su vez, el licenciado Fernando Ortiz, jefe del Departamento de Asuntos Económicos e Informática de Canifarma, explica: "La distribución se realiza principalmente a través de dos canales: al sector salud y al sector privado; en este último existen dos vías: proveedores mayoristas y en menor grado tiendas de autoservicios y detallistas (clínicas, hospitales privados, farmacias).

"La estructura de distribución en nuestro país se encuentra a la altura de las necesidades de abasto del sector, porque existen infinidad de cadenas surtidoras que se asocian a su vez con otras más pequeñas para hacer llegar la medicina a las farmacias".

Existen tres agrupaciones que congregan a casi todas las proveedoras nacionales: la Asociación Nacional de Distribuidores de Medicinas (Anadim), la Asociación de Distribuidores de Productos Farmacéuticos de la República Mexicana (Diprofar) y la Asociación Nacional de Drogas (Anadro).

Uno de los aspectos que influyen de manera determinante en el precio de un medicamento es el margen de comercialización, entendido como el límite de ganancia que puede tener tanto el distribuidor como la farmacia en relación al precio de laboratorio.

El licenciado Fernando Ortiz considera adecuados los márgenes de comercialización actuales ya que los factores de comercialización que se manejan en el mercado mexicano están por encima de los internacionales, debido principalmente al sistema regulatorio de precios que impera desde hace más de 20 años.



## Muchos medicamentos para pocas enfermedades

El mercado de medicamentos se conforma de medicinas "populares" o de libre acceso y de las éticas, sometidas a rigurosa legislación y comercialización.

Hay alrededor de 7 mil medicamentos comerciales registrados según la Secretaría de Salud, de los cuales se estiman 24 mil presentaciones aproxi-

madamente. Esto quiere decir que circula una enorme cantidad de medicamentos de fórmula semejantes pero con distinto nombre y precio.

A pesar de lo anterior, la población consumidora se queja de desabasto o alto costo. El año pasado la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), al evaluar una muestra representativa de las actividades que realizan las farmacias en el mercado, detectó que en la mayoría se violan los precios o hay escasez ficticia (ocultamiento), por lo cual este giro comercial se encontraba en el 3er. lugar como el sector de mayores alteraciones de precios finales.

El director de Política de Comercio de Medicamentos de la Secofi manifiesta al respecto: "No sé por qué se habla de desabasto. Nosotros estamos en contacto directo y constante con los productores y distribuidores para que distribuyan a la brevedad posible sus productos, incluso una sola distribuidora comercializa todos los productos farmacéuticos en el mercado, así que no es posible el desabasto".

Por su parte el licenciado Fernando Ortiz afirma: "En los dos últimos años la balanza comercial de medicamentos representa un superávit de alrededor del 20 por ciento, comparado con el déficit de los años 89-90; definitivamente no creo que haya desabasto.

"Además -puntualiza- en México contamos con sistemas de información y control para garantizar los niveles de inventario y abasto oportuno de medicamentos como el monitoreo directo a precio de farmacia, regulado por la Secofi y medios privados con intereses mutuos, conocido como PMM Mercado Farmacéutico Mexicano o IMS. Tanto la Secretaría de Comercio como los laboratorios tienen al alcance datos estadísticos del mercado que ponen a disposición de sus 'congregados' mediante publicaciones mensuales y con ello aseguran los niveles de inventario y abasto".

## Lo cierto... estar alerta

Al margen de estas declaraciones, el consumidor padece cíclicamente la falta de medicamentos o el encarecimiento de éstos, aparentemente en forma ficticia, por eso le sugerimos que antes de comprar sus medicinas, compare los precios que le ofrecen los diferentes establecimientos, si detecta alguna alteración en los mismos recuerde que usted puede hacer valer su queja en la oficina de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial más cercana a su domicilio.

**Guadalupe Cruz**

*Fuentes: -Secofi*
*-Canifarma*
*-Industria Farmacéutica, órgano informativo de Canifarma. Marzo-abril y septiembre-octubre de 1992.*



FOTORREPORTAJE

# Con-sumo-amor



A-mor-didas.



Se derriten de amor.



El amor es ciego.



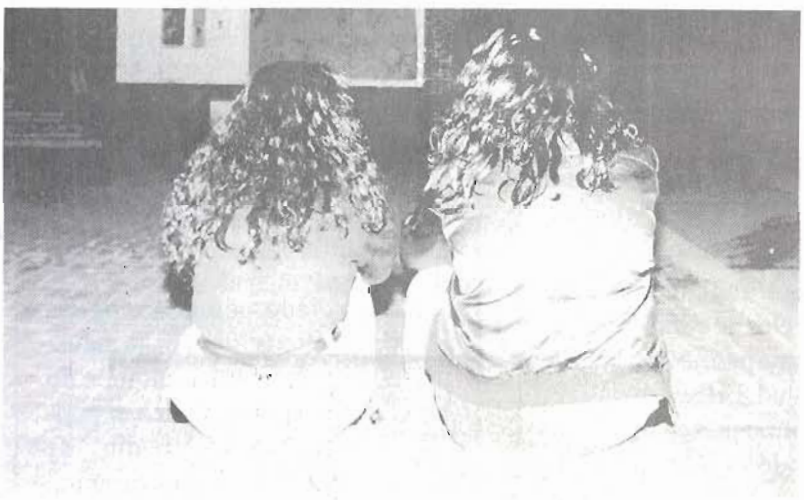
En la guerra y en el amor...



Crucero del amor.



Por ti yo dejé de pensar en el mar...



Tal para cual.



Consumiendo un rato grato.



No tengo edad para amarte.

# Nuevo biopesticida ecológico

Existe una gran preocupación por el empleo generalizado de pesticidas y sus consecuentes efectos negativos en las reservas de agua y en todo el ecosistema. En respuesta a esta situación, la industria pesticida y los laboratorios de investigación se encuentran trabajando con nuevos agentes "biopesticidas" que incorporan métodos naturales para matar diversas plagas. El nuevo producto se creó para combatir




a las orugas que atacan la col, el brócoli y otros vegetales, así como a los escarabajos que se alimentan de papas, jitomates y berenjenas. Dicho biopesticida contendrá una bacteria cuya endoxina -dentro de plantas como el algodón, el tomate y las papas-, permitirá el desarrollo de una mayor resistencia ante las plagas.

*Fuente:* IOCU, *diciembre de 1991.*

# ¡La contaminación nos consume!

Aproximadamente 76 millones de habitantes en ciudades latinoamericanas están expuestos a niveles de contaminación superiores a la concentración máxima permisible fijada por la Organización Mundial de la Salud. El exceso de morbilidad correspondiente puede estimarse, según cálculos preliminares, en 3 millones de casos de tos crónica

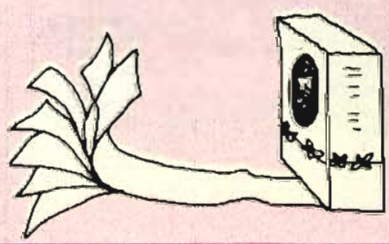



en niños, 130 mil casos de bronquitis crónica en ancianos y 55 millones de jornadas de trabajo de adultos perdidas por afecciones respiratorias.

# Alimentos sin refrigeración

Considerado como una de las mayores innovaciones de la industria alimentaria en los últimos 50 años, el envase **tetrabrick** experimentó en México un "boom" de ventas durante 1991 al envasar mil 100 millones de litros de leche, equivalentes al 30 por ciento de la distribución total de este producto en el país.

El envase **tetrabrick** está fabricado con siete capas de papel, aluminio y polietileno, lo que permite que los líquidos se conserven frescos durante seis meses sin requerir refrigeración.






## El vino sí tiene edad

Recientemente se ha descubierto que la existencia del vino data desde hace 3 mil 500 años antes de Cristo.

Expertos del Museo Universitario de Arqueología y Antropología de la Universidad de Pennsylvania descubrieron que el sedimento de cristales rojos dentro de una vasija de barro encontrada en Godin Tepe, Irán, estaba formado por ácido tartárico.

Con este descubrimiento el vino rompe la barrera de la Edad del Bronce y esto sugiere que el hombre lo consumía desde varios milenios antes. En el Cáucaso, cerca del Mar Caspio, se encontraron semillas de uva de 7 mil años A C , pero aún no se demuestra totalmente su existencia o que sean de parras cultivadas.

## Negro futuro para el café

Dentro de cinco o seis años más habrá una fuerte escasez de café a nivel mundial debido a la inexistencia de programas de reposición de las plantas, baja productividad y falta de liquidez para los productores, estima el presidente de la Unión Nacional de Productores de Café en México, Xavier Rodríguez Tirado.

Asimismo, comenta que la tendencia a la baja en la producción ha ocasionado la descapitalización de los campesinos en el orbe, quienes no reciben apoyo de sus países para mejorar las condiciones del mercado. En México, Brasil y Colombia ya se están registrando menores volúmenes de producción, en la República Mexicana únicamente se cosecharán 4 millones 500 mil sacos, es decir, medio millón menos que el año anterior.

## ¿Banco de alimentos?

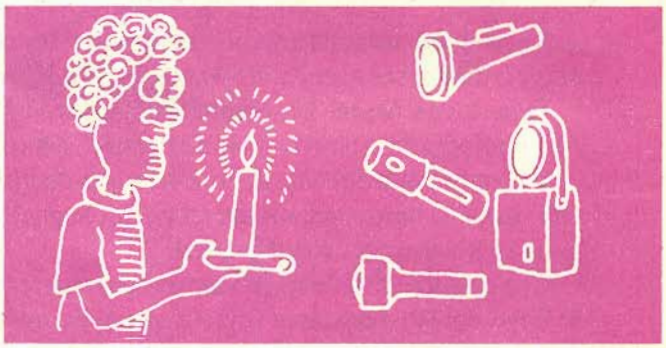
La Organización de las Naciones Unidas está trabajando en un proyecto para establecer el Banco Mundial de Alimentación, cuyo objetivo será brindar mayor asistencia a las naciones que lo requieran. Maurice F. Strong, exdirector del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, destaca la necesidad de crear este banco debido a la ineficiencia de países desarrollados para satisfacer sus requerimientos alimentarios, debido al constante incremento de la población mundial que para el año 2000 será de 6.3 billones de personas.

*Fuente:* IOCU, *abril de 1990.*



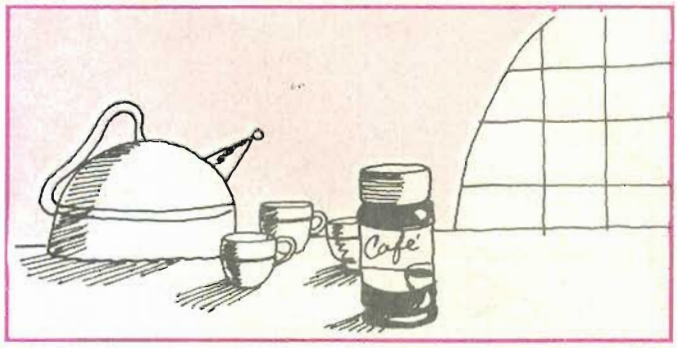
# Que no lo consuma la curiosidad

Estos son los próximos estudios de calidad que publicaremos en su **Revista del Consumidor** del mes de marzo:



## ¡No compre lámparas a oscuras!

Conozca las características, precio y calidad de las lámparas eléctricas ahorradoras de energía que hoy se comercializan en nuestro mercado. ¡Ilumine su criterio de compra antes de hacer su elección!




## Lo blanco y negro del café

¿Toma café soluble?, ¿le interesa saber qué tan buena es su marca preferida? Esto y más le ofrecemos en amplio estudio de calidad sobre las diversas marcas y presentaciones de café soluble que se ofrecen al consumidor en México.




## Todo sobre humidificadores

Entérese sobre quién es quién en humidificadores de aire. Infórmese sobre su funcionamiento, características y eficacia real para hacer más confortable el ambiente en espacios cerrados. Evite sofocos y resfriados por una mala compra.

**Recuerde que ante las ofertas del mercado, no hay nada mejor que un consumidor bien informado. Suscríbase a la *Revista del Consumidor* por sólo N$ 25 (25 mil pesos anteriores) y no se consuma en la desinformación.**








# En este mes de febrero, ahorrar es lo primero.

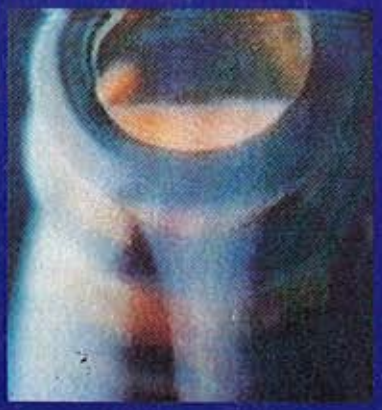
## Regale una suscripción a la Revista del Consumidor.

¡Suscríbase!
12 números
por N$ 25.00
(25 mil pesos
anteriores)

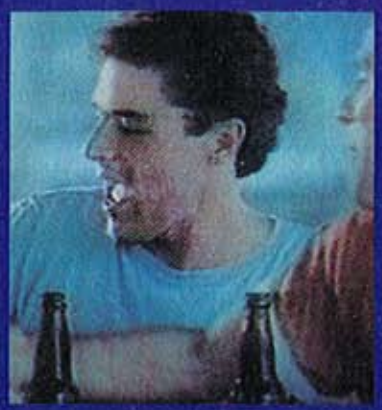
# El anticomercial














# Superior, no lo fue tanto

Si bien es cierto que el México de hoy está formado por hombres decididos y entusiastas, parece contradictorio que los publicistas y la compañía **Cuauhtémoc** hablen de ellos anteponiendo la imagen de un paquete de seis cervezas o a los protagonistas del anuncio brindando.

Situación que de acuerdo con el Reglamento de Control Sanitario de la Publicidad viola el artículo 34 que menciona: "No se autorizará la publicidad de bebidas alcohólicas cuando se asocie con ideas e imágenes de centros de trabajo". Asimismo, el artículo 37 del mismo ordenamiento señala que las personas que intervengan en la publicidad de las bebidas alcohólicas deberán tener o aparentar más de 25 años, mientras que las del citado comercial aparentan menor edad.

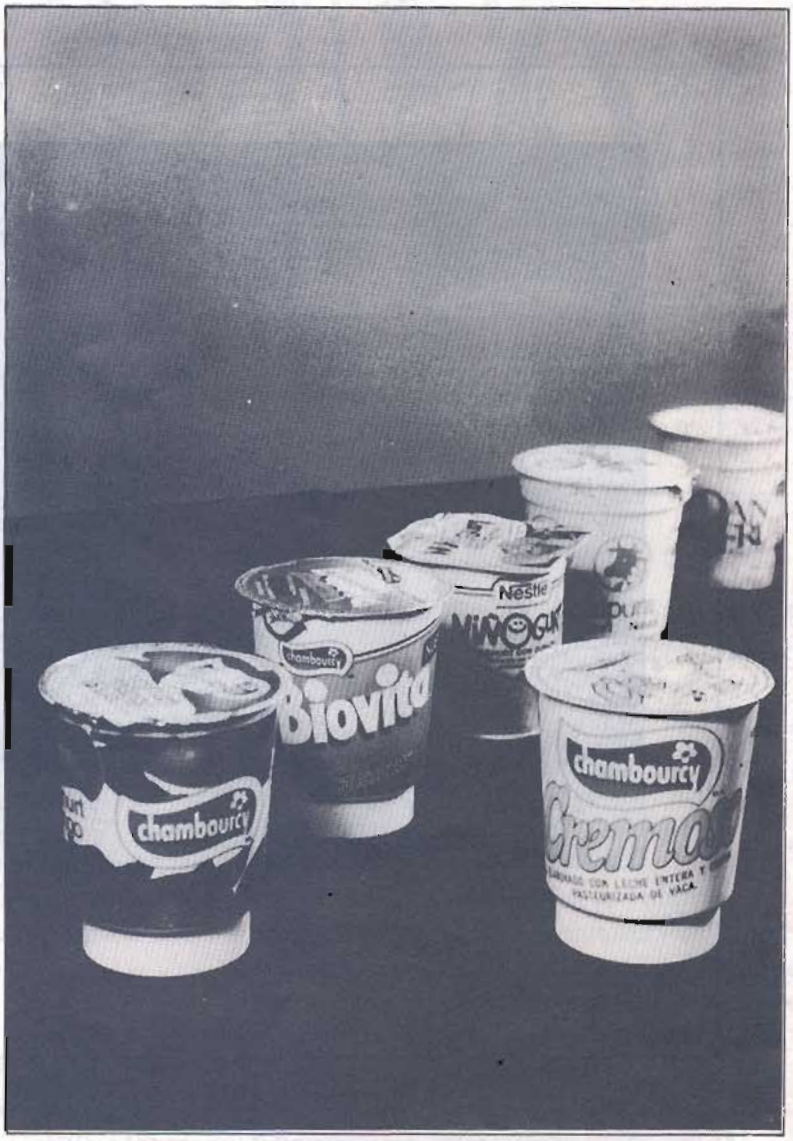
Por otro lado, el mensaje de la cerveza **Superior** transgrede lo establecido en el artículo 39 del reglamento, ya que omite la inclusión de la leyenda de advertencia en el consumo de esa clase de productos.

Es indudable que estamos orgullosos del progreso de nuestro país en los últimos tiempos pero, ¿debemos aceptar que ello se utilice como gancho para promover este tipo de consumo que llevado a los extremos causa tantos problemas de índole personal, familiar y social?. Usted, ¿qué opina?

PC

02
7 509997 078342

# Estudio Comparativo de Calidad de Yogures




COLECCIONABLE

ISSN0188-2708





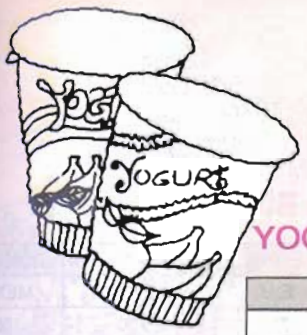

# BEBIDA LACTEA CON YOGURT, CEREALES Y FRUTAS

| | | |
|---|---|---|
| | MARCA | NIDO |
| | ORIGEN | MEXICO |
| | CONTENIDO NETO DECLARADO (g) | 150 |
| | CONTENIDO NETO VERIFICADO (g) | 151.27 |
| | INFORMACION AL CONSUMIDOR | COMPLETA |
| ANALISIS FISICOQUIMICO | pH | |
| | ACIDEZ % | |
| | PROTEINA % | |
| | GRASA % | |
| | HUMEDAD | |
| | SOLIDOS NO GRASOS | |
| | NATAMICINA | NEGATIVO |
| | IDENTIFICACION DE GRASA ANIMAL | POSITIVO |
| ANALISIS MICROBIOLOGICO | BACTERIAS LACTICAS | |
| | ORGANISMOS COLIFORMES TOTALES | |
| | HONGOS | |
| | LEVADURAS | |
| | EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 ptos. máx.) | 100 |
| | PRECIO UNITARIO ($) | 1,337 |
| | PRECIO POR 100 g ($) | 891.33 |
| | PRECIO N$ | 1.33 |




EXCELENTE

X




# YOGURT DE LECHE ENTERA CON FRUTA PARA BEBER




| | | MARCA | BIOVITA | QUICK |
|---|---|---|---|---|
| | | ORIGEN | MEXICO | MEXICO |
| | | CONTENIDO NETO DECLARADO (g) | 200 | 200 |
| | | CONTENIDO NETO VERIFICADO (g) | 205.73 | 206.92 |
| | | INFORMACION AL CONSUMIDOR | COMPLETA | INCOMPLETA |
| ANALISIS | FISICOQUIMICO | pH (4.6 máx.) | ☐ | ☐ |
| | | ACIDEZ % | ☐ | ☐ |
| | | PROTEINA % (2.52 mín.) | ☐ | ☐ |
| | | GRASA % (3.0 mín.) | ☐ | ☐ |
| | | HUMEDAD % (88.2 máx.) | ☐ | ☐ |
| | | SOLIDOS NO GRASOS (8 25% mín.) | ☐ | ☐ |
| | | NATAMICINA (negativo) | NEGATIVO | NEGATIVO |
| | | IDENTIFICACION DE GRASA ANIMAL (positivo) | POSITIVO | POSITIVO |
| ANALISIS | MICROBIOLOGICO | BACTERIAS LACTICAS (10,000,000 col/g mín.) | ☐ | ☐ |
| | | ORGANISMOS COLIFORMES TOTALES (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ |
| | | HONGOS (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ |
| | | LEVADURAS (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ |
| | | EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 ptos. máx.) | 100 | 96 |
| | | PRECIO UNITARIO ($) | 1,280 | 1,450 |
| | | PRECIO POR 100 g ($) | 640 | 725 |
| | | PRECIO N$ | 1.28 | 1.45 |

☐ EXCELENTE

* Todas las marcas calificaron como excelente a pesar de que la puntuación acumulada es diferente, esto se debe a que en la tabla de calificaciones el rango de EXCELENTE va de 90 a 100 puntos.

## YOGURT DE LECHE SEMIDESCREMADA CON FRUTA PARA BEBER

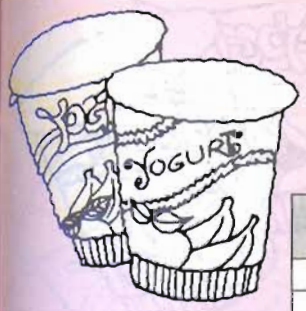
| | MARCA | CLUB | YOMILALA | DAN'UP | BURR | DAREL | BONAFINA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ORIGEN | MEXICO | MEXICO | MEXICO | E.U. | MEXICO | MEXICO |
| | CONTENIDO NETO DECLARADO (g) | 200 | 250 | 250 | 236 | 250 | 500 |
| | CONTENIDO NETO VERIFICADO (g) | 208.58 | 253.52 | 249.63 | 257.63 | 251.4 | 503.10 |
| | INFORMACION AL CONSUMIDOR | COMPLETA | COMPLETA | COMPLETA | INCOMPLETA | COMPLETA | COMPLETA |
| FISICOQUIMICO | pH (4.6 máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | ACIDEZ % (0.8 – 1.8) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | PROTEINA % (2.52 mín.) | ☐ | ☐ | ◧ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | GRASA % (1.35 mín.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | HUMEDAD % (89.2 máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | SOLIDOS NO GRASOS (8.25% mín.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | NATAMICINA (negativo) | NEGATIVO | NEGATIVO | NEGATIVO | NEGATIVO | POSITIVO | POSITIVO |
| MICROBIOLOGICO | BACTERIAS LACTICAS (10,000,000 col/g mín.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | ORGANISMOS COLIFORMES TOTALES (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | HONGOS (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | LEVADURAS (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ■ |
| | EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 ptos. máx.) | 100 | 100 | 98 | 96 | 96 | 86 |
| | PRECIO UNITARIO ($) | 1,267 | 1,290 | 1,227 | 1,575 | 1,260 | 2,400 |
| | PRECIO POR 100 g ($) | 633 | 516 | 491 | 667 | 504 | 480 |
| | PRECIO N$ | 1.26 | 1.29 | 1.22 | 1.57 | 1.26 | 2.40 |

☐ EXCELENTE

◧ BIEN

■ DEFICIENTE

* Todas las marcas calificaron como excelente a pesar de que la puntuación acumulada es diferente, esto se debe a que en la tabla de calificaciones el rango de EXCELENTE va de 90 a 100 puntos.







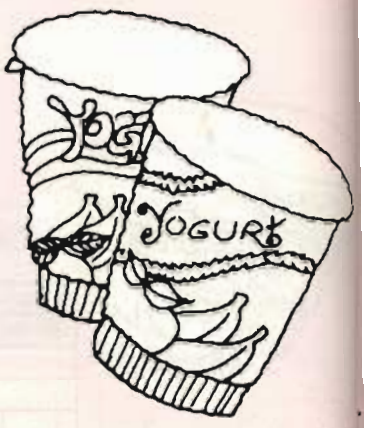
## YOGURT DE LECHE DESCREMADA CON FRUTA

| | MARCA | CHAMBOURCY LIGHT | HEALTHY |
|---|---|---|---|
| | ORIGEN | MEXICO | E.U. |
| | CONTENIDO NETO DECLARADO (g) | 125 | 170 |
| | CONTENIDO NETO VERIFICADO (g) | 125.70 | 183.19 |
| | INFORMACION AL CONSUMIDOR | COMPLETA | INCOMPLETA |
| ANALISIS FISICO QUIMICO | pH (4.6 máx.) | ☐ | ☐ |
| | ACIDEZ % (0.8 – 1.8) | ☐ | ☐ |
| | PROTEINA % (2.52 mín.) | ☐ | ☐ |
| | GRASA % (0.5 máx.) | ☐ | ☐ |
| | HUMEDAD % (88.2 máx.) | ☐ | ☐ |
| | SOLIDOS NO GRASOS (8.25% mín.) | ☐ | ☐ |
| | NATAMICINA (negativo) | NEGATIVO | NEGATIVO |
| ANALISIS MICROBIOLOGICO | BACTERIAS LACTICAS (10,000,000 col/g mín.) | ☐ | ☐ |
| | ORGANISMOS COLIFORMES TOTALES (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ |
| | HONGOS (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ |
| | LEVADURAS (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ |
| | EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 ptos. máx.) | 100 | 96 |
| | PRECIO UNITARIO ($) | 1,150 | 2,400 |
| | PRECIO POR 100 g ($) | 920 | 1,412 |
| | PRECIO N$ | 1.15 | 2.40 |

☐ EXCELENTE

* Todas las marcas calificaron como excelente a pesar de que la puntuación acumulada es diferente, esto se debe a que en la tabla de calificaciones el rango de EXCELENTE va de 90 a 100 puntos.



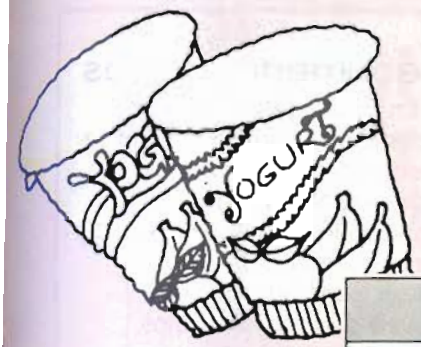



## YOGURT DE LECHE SEMIDESCREMADA CON FRUTA

| | MARCA | CHAMBOURCY LIGHT | HEALTHY | CARNATION | HOLSTEIN | DAREL | DANONE | BURR |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ORIGEN | MEXICO | E.U. | E.U. | E.U. | MEXICO | MEXICO | E.U. |
| | CONTENIDO NETO DECLARADO (g) | 125 | 227 | 227 | 227 | 135 | 150 | 227 |
| | CONTENIDO NETO VERIFICADO (g) | 126.05 | 233.10 | 230.27 | 246.10 | 138.94 | 155.05 | 231.60 |
| | INFORMACION AL CONSUMIDOR | COMPLETA | COMPLETA | COMPLETA | COMPLETA | COMPLETA | COMPLETA | COMPLETA |
| ANALISIS FISICOQUIMICO | pH (4.6 máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | ACIDEZ % (0.8 – 1.8) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | PROTEINA % (2.52 min.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | GRASA % (0.5 máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ◧ | ☐ | ◧ | ◧ |
| | HUMEDAD % (88.2 máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | SOLIDOS NO GRASOS (8.25% min.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | NATAMICINA (negativo) | NEGATIVO | NEGATIVO | NEGATIVO | NEGATIVO | POSITIVO | POSITIVO | NEGATIVO |
| ANALISIS MICROBIOLOGICO | BACTERIAS LACTICAS (10,000,000 col/g min.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ■ |
| | ORGANISMOS COLIFORMES TOTALES (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | HONGOS (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | LEVADURAS (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 ptos. máx.) | | 100 | 100 | 100 | 97 | 96 | 93 | 87 |
| PRECIO POR PRESENTACION ($) | | 1,065 | 2,467 | 2,600 | 2,500 | 968 | 1,107 | 2,205 |
| PRECIO POR 100 g ($) | | 852 | 1,087 | 1,145 | 1,101 | 717 | 738 | 998 |
| PRECIO N$ | | 0.85 | 1.08 | 1.14 | 1.10 | 0.71 | 0.73 | 0.99 |

☐ EXCELENTE
◧ BIEN
■ REGULAR
■ DEFICIENTE

* Todas las marcas calificaron como excelente a pesar de que la puntuación acumulada es diferente, esto se debe a que en la tabla de calificaciones el rango de EXCELENTE va de 90 a 100 puntos.




# YOGURT PARA BEBER DE LECHE DESCREMADA CON FRUTA

| | | MARCA | CLUB LIGHT |
|---|---|---|---|
| | | ORIGEN | MEXICO |
| | | CONTENIDO NETO DECLARADO (g) | 200 |
| | | CONTENIDO NETO VERIFICADO (g) | 190.56 |
| | | INFORMACION AL CONSUMIDOR | COMPLETA |
| ANALISIS | FISICOQUIMICO | pH (4.6 máx.) | ☐ |
| | | ACIDEZ % (0.8 – 1.8) | ☐ |
| | | PROTEINA % (2.52 mín.) | ☐ |
| | | GRASA % (0.5 máx.) | ☐ |
| | | HUMEDAD % (89.9 máx.) | ☐ |
| | | SOLIDOS NO GRASOS (8.25% mín.) | ☐ |
| | | NATAMICINA (negativo) | NEGATIVO |
| ANALISIS | MICROBIOLOGICO | BACTERIAS LACTICAS (10,000,000 col/g min.) | ☐ |
| | | ORGANISMOS COLIFORMES TOTALES (10 col/g máx.) | ☐ |
| | | HONGOS (10 col/g máx.) | ☐ |
| | | LEVADURAS (10 col/g máx.) | ☐ |
| | | EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 ptos. máx.) | 97 |
| | | PRECIO UNITARIO ($) | 1,340 |
| | | PRECIO POR 100 g ($) | 670 |
| | | PRECIO N$ | 1.34 |




☐ EXCELENTE

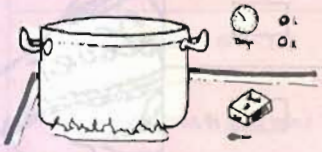
# Cómo elaborar yogurt

**Ingredientes**

4 tazas de leche pasteurizada
1 taza de yogurt natural



En una cacerola ponga a calentar la leche hasta que se entibie (la temperatura debe ser similar a la que se emplea para los biberones).



Cuando la leche esté en ese punto, vacíela en un recipiente y agregue el yogurt mezclando todo muy bien.



Tape la olla y envuélvala con un liezo.



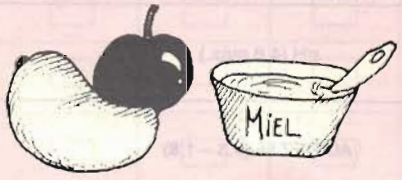
Posteriormente, introdúzcala en una bolsa de plástico y ciérrela con un nudo.



Mantenga el yogurt en un lugar tibio, por ejemplo cerca de los pilotos de la estufa. El preparado estará listo para su consumo después de 24 ó 26 horas.



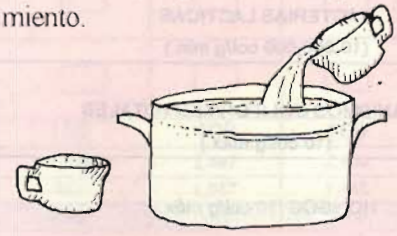
Si lo desea puede agregarle mermelada, miel, azúcar o consumirlo con fruta de la estación.




Para conservarlo en buen estado es necesario refrigerarlo, así durará una semana.



Si prefiere elaborar yogurt para beber, añada dos tazas más de leche a la fórmula y siga el mismo procedimiento.



Para preparar más yogurt, separe una taza del ya elaborado y proceda de la misma manera. De esta forma ahorrará casi el 60 por ciento en comparación con el producto comercial.



## Recomendaciones

En caso de no contar con leche pasteurizada, el yogurt se puede elaborar también con leche en polvo o concentrada, empleando agua recién hervida para su preparación. Si va a utilizar leche bronca, debe hervirla durante 15 minutos antes de usarla.

La preparación de la leche y del yogurt debe hacerse en un lugar cerrado y con temperatura templada.

Es importante que quien lo elabore se lave perfectamente las manos, y de ser posible use tapaboca.

Si observa que después de 6 horas de reposo la leche está cortada o muy ácida, no la utilice para elaborar más yogurt. Esta leche puede consumirse como jocoque después de eliminarle el agua (suero).

Si nota que el yogurt presenta una consistencia viscosa, puede consumirlo, pero es recomendable no utilizarlo para preparar más yogurt.

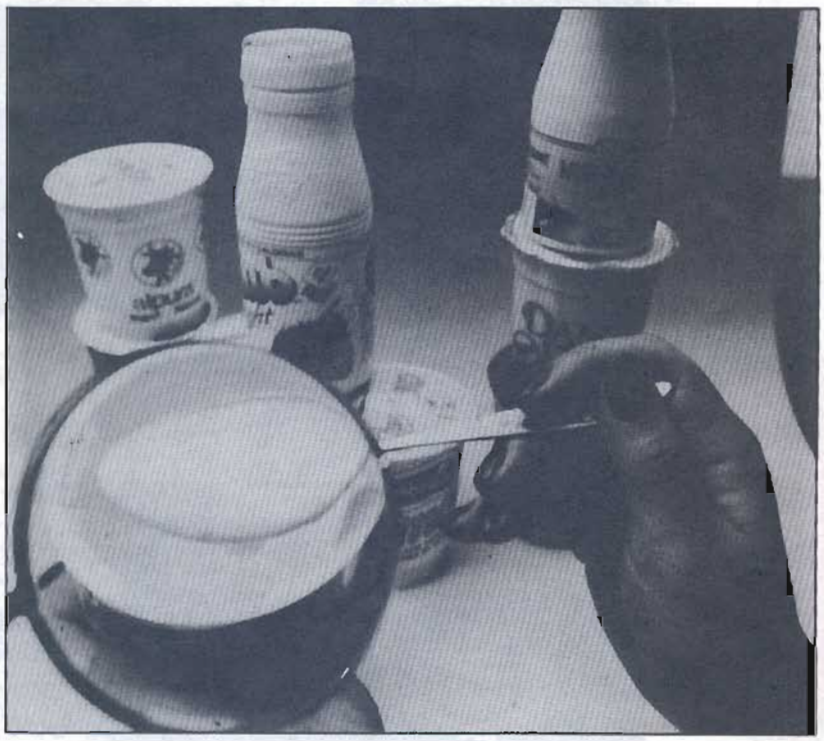


# Introducción

En la actualidad existe en el mercado nacional una gran variedad de marcas, presentaciones y precios de yogures para todos los gustos y economías.

Debido a la amplia aceptación de este producto y a su creciente demanda entre los consumidores, nos dimos a la tarea de analizar 19 marcas nacionales y extranjeras que se comercializan en el Distrito Federal.

Las pruebas se aplicaron a fin de determinar las características microbiológicas, fisicoquímicas y de contenido e información que dan como resultado la calidad del producto. Esperamos que la siguiente información le sea de utilidad para hacer la mejor adquisición.






## Qué es el yogurt

El yogurt es un derivado lácteo de altas propiedades nutricionales. Para lograr su fermentación se somete a un proceso con bacterias lácticas que actúan sobre los componentes de la leche, como las proteínas y la lactosa (azúcar natural de la leche), degradándolas a estructuras más sencillas: aminoácidos, glucosa y galactosa.

## El mercado de la "leche búlgara"

Para determinar la muestra del estudio se encuestaron seis tiendas de autoservicio del sector privado y siete tiendas especializadas en comercializar artículos importados en el D.F.

En los autoservicios se localizaron 20 marcas: 12 nacionales y 8 de origen extranjero (todas provenientes de los E.U.), con 173 presentaciones (83 por ciento de ellas nacionales y sólo el 17 por ciento de importación).

Las presentaciones de yogurt son múltiples tanto por su preparación (natural, con frutas, con miel, etcétera), envasado (botellas, *tetra pack*, vaso de plástico) y contenido (de 125 gramos a 1 kg). De todas ellas, las más comunes fueron: yogurt con fruta (60%); en vaso de plástico (78%) con contenido de 125 a 150 g (40 por ciento de los casos).

Las marcas nacionales con mayor presencia en las tiendas de autoservicio fueron: **Chambourcy** con 11 presentaciones, **Danone** con 7, y **Darel** con 5. Por otro lado, las marcas importadas de los E.U. fueron **Burr** con 3 presentaciones y **Carnation** con 2.

Los yogures de mayor abasto fueron **Chambourcy** cremoso con frutas de 125 gramos y en su presentación de 1 kg; y **Chambourcy Club** para beber con 200 g y 1kg.

El único producto importado que está disponible en todos los establecimientos fue **Holstein** con fruta de 225 gramos.

Los yogures de menor abasto (que sólo se localizaron en una tienda) fueron **Bonafina** de 500 g y 1 kg; **Chambourcy Light**; **Yom Yom** natural, con frutas y para beber; de los extranjeros se puede mencionar a **Bon Light** y **Burr** para beber.

Es importante destacar que de las siete tiendas de productos importados visitadas, únicamente en una se expendía este producto, y también sólo una marca: **Healthy** de sabores con frutas, en presentación de 170 gramos.

En cuanto a los precios, se observó que entre los productos nacionales de características similares no existen diferencias significativas; sin embargo, con respecto a presentaciones similares de productos importados, los nacionales ofrecen ciertas ventajas ya que existe una marcada tendencia a incrementar los precios en los productos de origen extranjero.

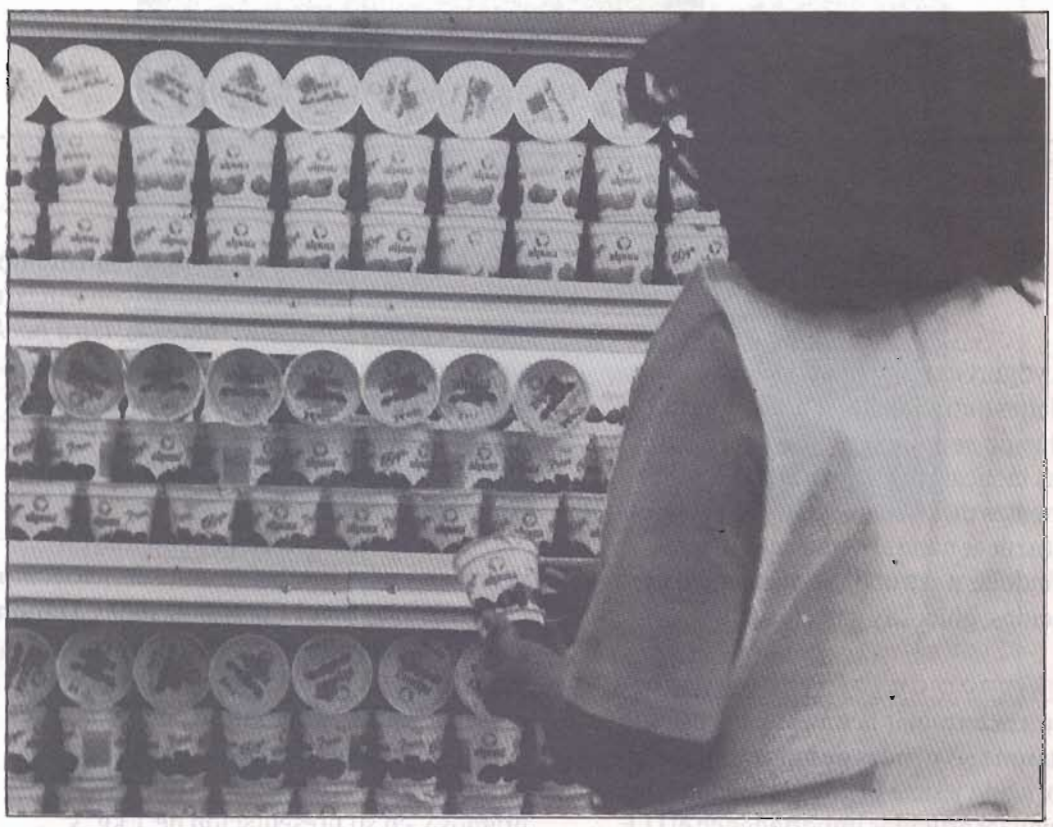
## Lo que opinan los consumidores

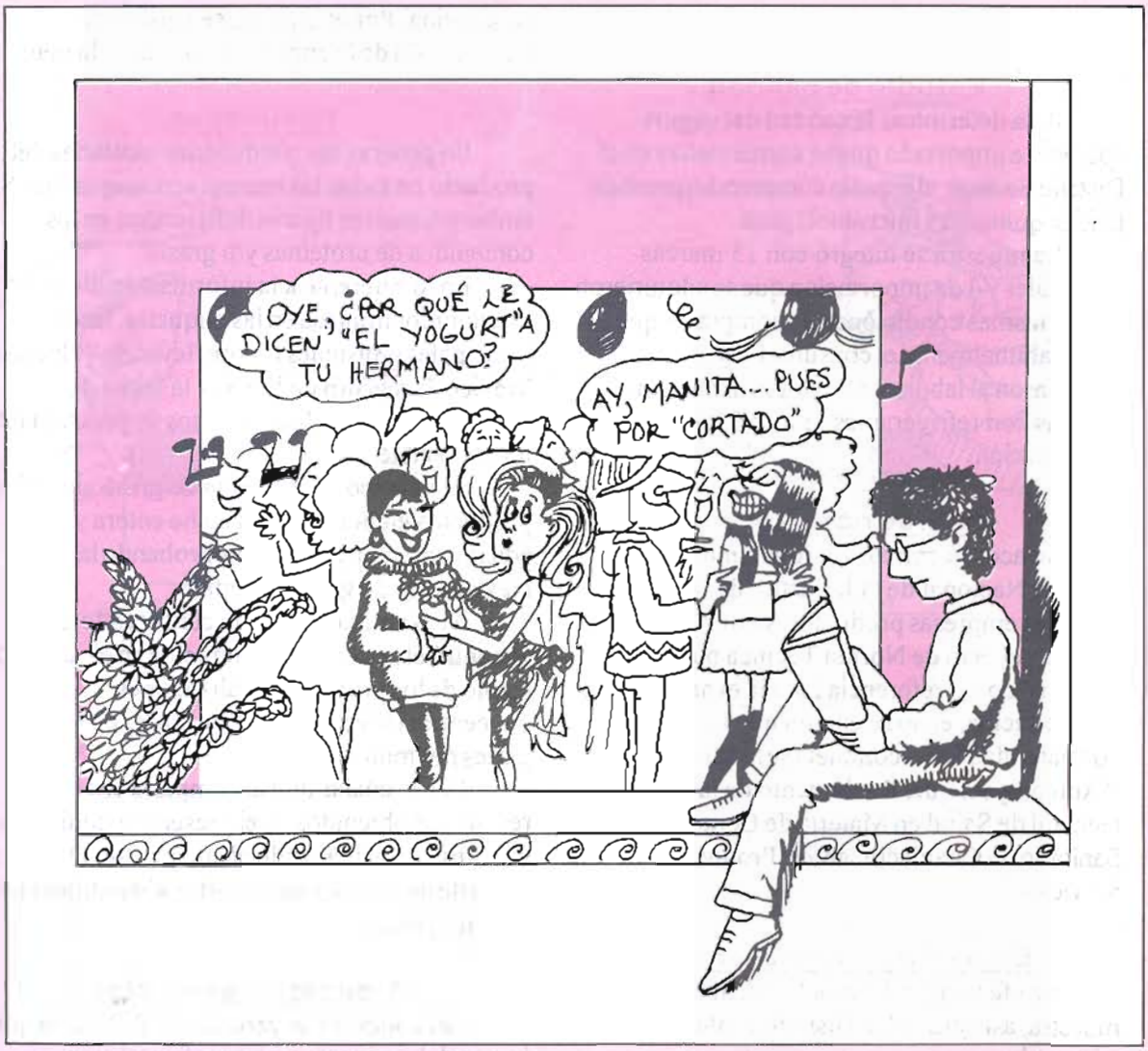
Para conocer las preferencias del público consumidor entrevistamos a 384 personas: la mayoría de ellas amas de casa (I), seguidas de empleados (II) y sólo una pequeña parte de obreros (III), entre otros.

Se corroboró que entre las marcas preferidas destacan **Danone**, **Alpura** y **Chambourcy**. Cabe mencionar que algunos consumidores mencionan a **Danonino** como yogurt, a pesar de que éste no puede considerarse como tal, pues no contiene los ingredientes del producto.

En relación a los productos importados preferidos, sólo una mínima parte de la población cuestionada se refirió a **Carnation**.

Las razones para la elección de una marca fueron, en orden decreciente, porque ''les gusta'' o ''por su sabor''; porque ''tiene más






fruta'' o ''es natural''; y sólo pocas personas respondieron que ''por su consistencia cremosa, y/o liquida''.

Respecto a la preferencia por tipo y sabor, la mayoría de los consumidores jóvenes prefieren el de fruta, mientras que las personas mayores (sobre todo de 35 años) gustan más del yogurt natural.

Las amas de casa son quienes lo consumen más, generalmente cada semana.

En cuanto a la presentación del envase, el de 125 gramos es el más consumido, le sigue el de 250 y 900 gramos, de preferencia en envase de bote. De lo anterior se deriva que la cantidad promedio consumida semanalmente en el estrato I (amas de casa) es de 4.7 botes; en el estrato II (empleados) 4.9; y en el estrato III (obreros y otros) 5.9. Además,
en el estrato III es representativa la presentación de botella, ya que tiene una cantidad promedio de consumo de 11 botes semanales.

También se encontró que las personas de 35 años en adelante son las que más invierten en este alimento; si lo vemos desde los estratos escogidos, podemos decir que el estrato I es el que destina más dinero para la compra de yogurt (167.62 nuevos pesos; 167 mil 629 pesos anteriores) y quien menos invierte es el estrato III (8.40 nuevos pesos; 8 mil 400 pesos anteriores).

De la población entrevistada, más de la mitad realiza la compra en tiendas de autoservicio, un promedio menor en tiendas de abarrotes y una pequeña parte de la población en tiendas de abarrotes y cremerías.

El precio es considerado como adecuado para la mayoría de los consumidores, barato para una pequeña parte de los encuestados y caro para un mínima parte de la población entrevistada.

## Estudio de calidad

Para determinar la calidad del yogurt nacional e importado que se comercializa en el Distrito Federal, el estudio comprendió pruebas físicas, químicas y microbiológicas.

La muestra se integró con 15 marcas nacionales y 4 de importación que se adquirieron en las mismas condiciones de compra en que lo hace habitualmente el consumidor y se trasladaron al laboratorio para su análisis en hieleras con refrigerantes (5 a 6° C) para su conservación.

## Marco normativo

Se acordó con los representantes de la Cámara Nacional de la Industria de la Leche y de varias empresas productoras utilizar el "Anteproyecto de Norma Técnica para Yogurt" como referencia para la evaluación de los productos; en los casos en que la normatividad fue incompleta se recurrió al "Anteproyecto del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de Establecimientos, Productos y Servicios"

## Éstas fueron las pruebas

Se efectuaron 12 pruebas distintas a cada muestra, así como el análisis de contenido y etiquetado:

**Análisis microbiológico**: se cuantificó la presencia de bacterias lácticas, organismos coliformes, hongos y levaduras.

**Análisis fisicoquímico**: se midió el grado de acidez-alcalinidad (pH) y acidez, así como porcentajes de proteínas, grasa, humedad y sólidos no grasos.

De igual forma se identificó la naturaleza de las grasas, y se determinó la presencia de natamicina. Por otra parte, se verificó la información de la etiqueta y el contenido neto.

## Resultados

En general, las condiciones sanitarias del producto en todas las marcas son aceptables. Sin embargo, existen ligeras deficiencias en los contenidos de proteínas y/o grasas.

En lo referente a la información al consumidor impresa en las etiquetas, las principales omisiones fueron: leyenda "Hecho en México", registro de la SS, y la fecha de caducidad que en algunos casos se presenta de forma ilegible.

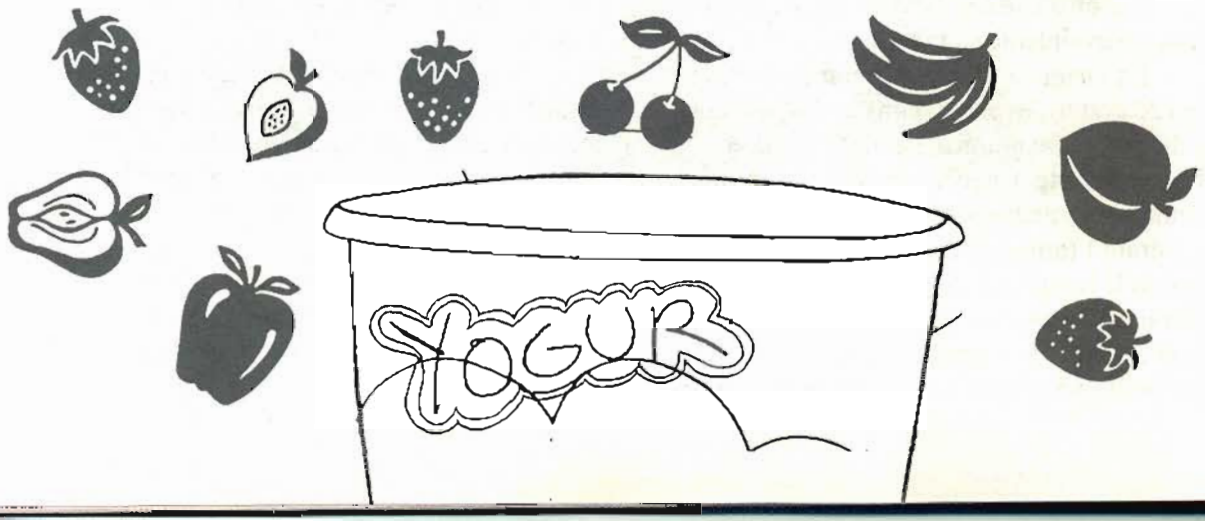
Se verificó la presencia de grasa animal en productos elaborados con leche entera y adicionados con crema, comprobando la inexistencia de grasas vegetales.

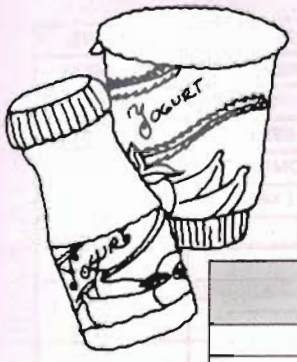
Al examinar el uso de conservadores se encontró el antibiótico natamicina en el 27.6 por ciento de los productos analizados en concentraciones que fluctúan entre 0.47 y 8.04 partes por millón

Cabe señalar que al comparar los resultados obtenidos en el presente estudio de yogures con el realizado el año pasado (1991), se advierte que la calidad ha mejorado notablemente en la mayoría.

## Algunas sugerencias

- El yogurt es un producto perecedero, por lo que debe conservarse en refrigeración.
- Verifique su caducidad al momento de su compra.
- En caso de encontrarse envasado, revise que no haya alteraciones en el empaque como: ruptura, abombamientos, mugre o violaciones y que la fecha de caducidad sea vigente.
- Trasládelo rápidamente a su hogar, pues recuerde que para su mejor conservación debe mantenerlo en refrigeración.



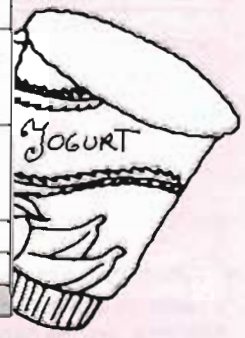






# YOGURT CREMOSO NATURAL

| | | MARCA | CREMOSO CHAMBOURCY |
|---|---|---|---|
| | | ORIGEN | MEXICO |
| | | CONTENIDO NETO DECLARADO (g) | 125 |
| | | CONTENIDO NETO VERIFICADO (g) | 127.32 |
| | | INFORMACION AL CONSUMIDOR | COMPLETA |
| ANALISIS | FISICOQUÍMICO | pH (4.6 máx.) | |
| | | ACIDEZ % (0.8 – 1.8) | |
| | | PROTEINA % (2.8 min.) | |
| | | GRASA % (4.0 mín.) | |
| | | HUMEDAD % (82 máx.) | |
| | | SOLIDOS NO GRASOS (8.25% min.) | |
| | | NATAMICINA (negativo) | NEGATIVO |
| | | IDENTIFICACION DE GRASA ANIMAL (positivo) | POSITIVO |
| ANALISIS | MICROBIOLOGICO | BACTERIAS LACTICAS (10,000,000 col/g mín.) | |
| | | ORGANISMOS COLIFORMES TOTALES (10 col/g máx.) | |
| | | HONGOS (10 col/g máx.) | |
| | | LEVADURAS (10 col/g máx.) | |
| | | EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 ptos. máx.) | 100 |
| | | PRECIO POR PRESENTACION ($) | 1.048 |
| | | PRECIO N$ | 1.04 |

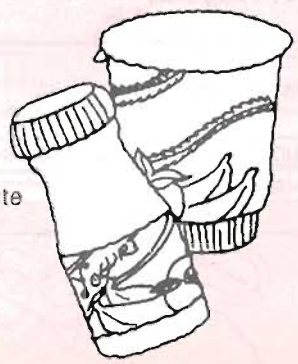



EXCELENTE



# YOGURT DE LECHE ENTERA NATURAL

| | | MARCA | DELSA | ALPURA | DAREL | DANONE |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ORIGEN | MEXICO | MEXICO | MEXICO | MEXICO |
| | | CONTENIDO NETO DECLARADO (g) | 150 | 150 | 135 | 150 |
| | | CONTENIDO NETO VERIFICADO (g) | 157.90 | 150.30 | 135.67 | 151.25 |
| | | INFORMACION AL CONSUMIDOR | COMPLETA | COMPLETA | COMPLETA | COMPLETA |
| ANALISIS | FISICOQUIMICO | pH (4.6 máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | | ACIDEZ % (0.8 – 1.8) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | | PROTEINA % (2.8 mín.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | | GRASA % (2.8 mín.) | ☐ | ☐ | ☐ | ◧ |
| | | HUMEDAD % (88.2 máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | | SOLIDOS NO GRASOS (8.25% mín.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | | NATAMICINA (negativo) | NEGATIVO | POSITIVO | POSITIVO | POSITIVO |
| | | IDENTIFICACION DE GRASA ANIMAL (positivo) | POSITIVO | POSITIVO | POSITIVO | POSITIVO |
| ANALISIS | MICROBIOLOGICO | BACTERIAS LACTICAS (10,000,000 col/g mín.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | | ORGANISMOS COLIFORMES TOTALES (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | | HONGOS (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | | LEVADURAS (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | | EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 ptos. máx.) | 100 | 96 | 96 | 93 |
| | | PRECIO UNITARIO ($) | 1,025 | 932 | 970 | 1,000 |
| | | PRECIO POR 100 g ($) | 683.33 | 621 | 718.52 | 666.66 |
| | | PRECIO N$ | 1.02 | 0.93 | 0.97 | 1.00 |



☐ EXCELENTE

◧ BIEN

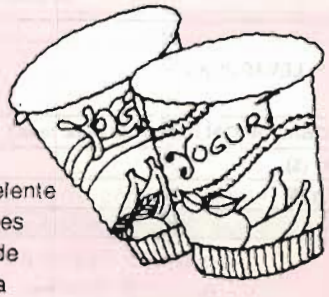
* Todas las marcas calificaron como excelente a pesar de que la puntuación acumulada es diferente, esto se debe a que en la tabla de calificaciones el rango de EXCELENTE va de 90 a 100 puntos.





# YOGURT DE LECHE ENTERA CON FRUTA

| | MARCA | ALPURA | YO LALA | QUICK | NIÑOGURT | YOM YOM |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ORIGEN | MEXICO | MEXICO | MEXICO | MEXICO | MEXICO |
| | CONTENIDO NETO DECLARADO (g) | 150 | 135 | 125 | 125 | 900 |
| | CONTENIDO NETO VERIFICADO (g) | 151.54 | 136.12 | 124.76 | 124.10 | 897.90 |
| | INFORMACION AL CONSUMIDOR | COMPLETA | COMPLETA | INCOMPLETA | COMPLETA | COMPLETA |
| ANALISIS FISICOQUIMICO | pH (4.6 máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | ACIDEZ % (0.8 – 1.8) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | PROTEINA % (2.52 mín.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | GRASA % (2.52 mín.) | ☐ | ☐ | ☐ | ■ | ■ |
| | HUMEDAD % (88.2 máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | SOLIDOS NO GRASOS (8.25% mín.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | NATAMICINA (negativo) | NEGATIVO | NEGATIVO | NEGATIVO | NEGATIVO | POSITIVO |
| | IDENTIFICACION DE GRASA ANIMAL (positivo) | POSITIVO | POSITIVO | POSITIVO | POSITIVO | POSITIVO |
| ANALISIS MICROBIOLOGICO | BACTERIAS LACTICAS (10,000,000 col/g mín.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | ORGANISMOS COLIFORMES TOTALES (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | HONGOS (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | LEVADURAS (10 col/g máx.) | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| | EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD (100 ptos. máx.) | 100 | 100 | 96 | 95 | 94 |
| | PRECIO UNITARIO ($) | 932 | 955 | 1,050 | 1,102 | 5,792 |
| | PRECIO POR 100 g ($) | 621.33 | 707.40 | 840 | 881.60 | 643.55 |
| | PRECIO N$ | 0.93 | 0.95 | 1.05 | 1.10 | 5.79 |




☐ EXCELENTE

■ BIEN

■ REGULAR

* Todas las marcas calificaron como excelente a pesar de que la puntuación acumulada es diferente, esto se debe a que en la tabla de calificaciones el rango de EXCELENTE va de 90 a 100 puntos.