

revista del

CONSUMIDOR

UNA PUBLICACION DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

NOVIEMBRE DE 1978

DIEZ PESOS

No. 21

Compras a crédito: para no caer en la trampa

Cómo y cuánto
cuesta pintar
su casa

Los peligros
de la ropa
sintética

Consumés:
la publicidad
encubierta

En este
número:
índice de temas
publicados



Planee sus vacaciones Ahora son escalonadas



Tradicionalmente, los centros turísticos se saturaban durante los meses de mayo y diciembre. Falta de hoteles, precios altísimos, carreteras congestionadas y otras muchas molestias tenía que padecer quien quisiera “descansar” y convivir con su familia en vacaciones.

Pero ahora los trabajadores al servicio del Estado podrán disfrutar sus vacaciones escalonadas; es decir, que no saldrán todos al mismo tiempo.

Con esta medida:

- Se evitarán aglomeraciones en transportes, carreteras, centros turísticos, etc.
- Se evitarán los abusos y los altos precios que existían en temporada.

- Los centros turísticos tendrán afluencia todo el año y no sólo en temporada.
- No se interrumpirán las labores ni los servicios en ninguna época del año.
- El trabajador podrá realmente descansar y convivir con su familia.

Además, los alumnos podrán justificar su inasistencia a clases cuando salgan con sus padres, siempre y cuando no sea época de exámenes y se avise por escrito 48 horas antes.

Y no sólo eso: la Secretaría de Turismo promoverá el desarrollo de programas de turismo social y el establecimiento de servicios turísticos a bajo precio. Aprovechélos.

Comprar a crédito resulta — muchas veces — inevitable. Pero ¿es también inevitable caer en las trampas que este sistema le tiende a su presupuesto? La falta de información y los “ganchos” publicitarios conspiran para que el consumidor no pueda decidir racionalmente qué condiciones de crédito son las más convenientes.

Y es que — más allá de frases tales como “es muy fácil tener crédito” o “amplias facilidades” — el costo **real** del artículo comprado suele ser desorbitado. Así lo demuestra el estudio realizado por el INCO, que publicamos en este número.

También pueden esconder trampas ciertas informaciones aparentemente “veraces”. Eso es lo que sucedió con un reportaje publicado por la revista **Bienestar** respecto del consumo de pollo, en el que la publicidad encubierta perjudica y confunde al consumidor. Y en nuestro artículo sobre este tema, lo demostramos.

Por último, también pudimos ocuparnos de un hecho beneficioso para el consumidor. Se trata de la sanción aplicada por la Secretaría de Comercio a la embotelladora Coca-Cola, a causa de la promoción indebida de corcholatas coleccionables. En entrevista exclusiva, el Director de Operaciones Comerciales de la SECOM fundamenta la medida y advierte que se repetirá cuantas veces sea necesario, en defensa de los consumidores. Un hecho alentador, que se apoya en la ley y ataca decididamente un “mal” frecuente de nuestra época: la formación de hábitos consumistas.

DIRECTORIO

CONSEJO EDITORIAL
PRESIDENTE
DIRECTOR GENERAL DEL
INSTITUTO NACIONAL DEL
CONSUMIDOR
Lic. Adolfo Lugo Verduzco
VOCALES
SUBDIRECTOR DE
ORIENTACION Y DIFUSION
DEL INCO
Lic. Sergio Valdez Padilla
SUBDIRECTOR TECNICO DEL
INCO
Lic. Guillermo Wilkins Ch.
SUBDIRECTOR
ADMINISTRATIVO DEL INCO
Lic. José Luis Turueño R.
JEFE DE PRENSA Y
RELACIONES PUBLICAS DEL
INCO
Dr. Alfredo Nolasco C.

EDITOR
Lic. Valentín D. Ferrat
JEFE DE REDACCION
Norma Sinay
REDACCION
Raúl Carbonell
Sergio Jácome
JEFE DE PRODUCCION
EDITORIAL
Alexandra Anchondo G.
CORRECTOR DE ESTILO
Francisco Javier Jiménez Brito
JEFE DE ARTE Y DISEÑO
Francisco Estebanez
ILUSTRACION Y MAQUETEO
Augusto Apón
Ricardo Baeza
Audomaro Herrera
JEFE DE DIFUSION
Lic. Víctor Manuel González R.
CIRCULACION
Rubén de la Mora
COORDINADOR DEL
DEPARTAMENTO TECNICO
DEL INCO
Carlos Cárdenas
FOTOGRAFIA
Citlali Roviroso Madrazo

Precios	República Mexicana	Extranjero
Ejemplar sueto	\$ 10.00 M.N.	U.S. \$ 0.60
Suscripción anual (12 números)	\$ 100.00 M.N.	U.S. \$ 6.00
Ejemplar atrasado	\$ 15.00 M.N.	U.S. \$ 0.90

INDICE

Editorial	1
Indice	2
Sumario	3
El crédito: un arma de doble filo	4
Muy simple: lo que no es verdad es mentira	10
¿Sabe qué refacciones le pusieron a su auto?	14
"Por un mejor uso del salario": Senador Ramiro Ruiz Madero	16
Punto final a las corcholatas coleccionables	18
Indice de temas publicados	21
Cómo comprar planchas	29
Los peligros de la ropa sintética	30
Entretenido y barato: pintar la casa	34
Con sumo cuidado	38
Así se defienden en Europa	40
Hongos comestibles: no son alucinaciones	41
El consumidor en el mundo	44
Hágalo usted mismo	47
La correspondencia	48

LA REVISTA DEL CONSUMIDOR tiene como objetivo esencial proporcionar a los consumidores información, orientación y consejo acerca de bienes y servicios, así como ofrecerles recomendaciones y sugerencias en todo lo tocante al manejo racional del presupuesto familiar y la preservación de la dignidad humana. Ni la revista ni el Instituto Nacional del Consumidor aceptarán muestras de productos ni se comprometerán de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. Los estudios comparativos de la REVISTA DEL CONSUMIDOR llevarán el propósito único de informar y orientar a sus lectores, y no podrán ser utilizados para ningún fin publicitario o comercial. La violación de esta prohibición expresa ameritará denuncia antes las autoridades correspondientes. Los productos que se utilizan para la elaboración de los estudios comparativos se adquieren en el mercado libre. Precisamente bajo las condiciones en las que los compran normalmente los consumidores, y se sujetan a pruebas exhaustivas de laboratorio y al juicio de expertos en el producto objeto de la investigación.

Correspondencia y suscripciones: Diríjase a la REVISTA DEL CONSUMIDOR, Insurgentes Sur No. 1871, México 20, D.F.

El Instituto Nacional del Consumidor autoriza la reproducción total o parcial de los textos incluidos en esta revista, siempre que se indique su procedencia.

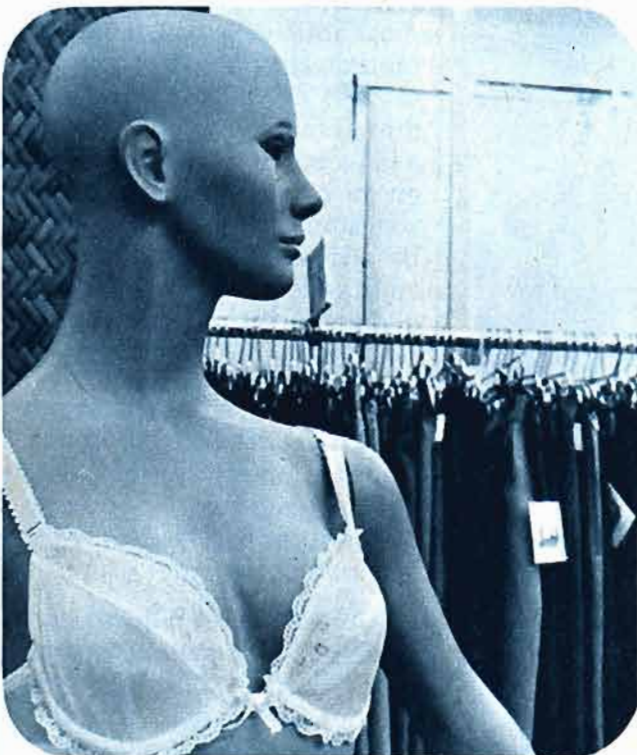
SUMARIO

COMPRAS A CREDITO Pág. 4



Detrás de una frase como "grandes facilidades y cómodas cuotas" puede esconderse la trampa tendida a su presupuesto. Descúbrala.

LOS PELIGROS DE LA ROPA SINTETICA Pág. 30



Enemigos extraños e invisibles se ocultan en la ropa de fibras artificiales. ¿El resultado?: afecciones en la piel.

PINTAR LA CASA Pág. 34



Todo lo que usted necesita para contestar un interrogante: ¿cuánto cuesta y cómo pintar la casa?

INDICE DE TEMAS PUBLICADOS Pág. 21



Una completa guía de los temas tratados por Revista del Consumidor. Consúltela.

PUBLICIDAD ENCUBIERTA Pág. 10



Pese a ciertas informaciones pretendidamente "veraces", el consumo de pollo no es pura carne de pollo. Y este artículo lo demuestra.

**IV COLOR
ESTEREO
EQUIPOS MODULARES
Contado
Use su Crédito**

A primera vista, muchos consumidores consideran que las compras por la vía del crédito son las más ventajosas. Esta idea, según lo demuestra la experiencia, es errónea. El crédito, si bien facilita la adquisición de un sinnúmero de artículos considerados como indispensables (estufas, refrigeradores, lavadoras, etc.), también encarece el valor de estos productos.

Asimismo, la posibilidad de comprar a crédito presenta tentaciones difíciles de resistir. De esta forma, se forja una larga cadena, y ¿por qué no?, si hoy en día todo —absolutamente todo— puede comprarse a plazos. Por ello, no son raros los casos de padres de familia que ven diluirse el sueldo mensual en el pago de la letra de esto, de lo otro y de aquello.

Pero, seamos realistas, en los tiempos que corren resulta muy difícil la compra directa y al contado de artículos necesarios. En ese sentido, el crédito resulta de gran ayuda. Pero no nos referimos aquí a un sistema invertebrado de financiamiento. Para ser más explícitos, no nos referimos al famoso "fiado"; tampoco a la ya popular frase de "póngalo en mi cuenta". Estos últimos no son sino sistemas invertebrados basados en principios de confianza y amistad, y cuyos inicios en el tiempo son difíciles de precisar.

Tampoco se inscriben en el marco del crédito (con todas sus implicaciones jurídicas y legales) los préstamos concedidos, siempre con intereses muy onerosos, por los llamados usureros.

Si bien todo el público conoce al dedillo los sistemas informales hasta aquí descritos, pocos pueden decir que conocen íntegramente los sistemas de crédito ampliamente estructurados y legalizados que privan, por ejemplo, para la compra de artículos electrodomésticos. Esto se

El crédito: un arma de doble filo

Ya que, muchas veces, comprar a crédito resulta indispensable, conozca las trampas que este sistema le tiende a su presupuesto, y aprenda a evitarlas

debe, en parte, a la poca información que circula sobre este asunto.

La información se da por etapas

Teniendo en cuenta la gama de servicios y actividades en las que puede recurrirse al crédito, el Instituto Nacional del Consumidor (INCO) realizó un estudio para, entre otros objetivos, determinar el costo y las condiciones del crédito para la adquisición de aparatos electrodomésticos. La investigación se propuso, fundamentalmente, averiguar cuál es el costo final que tiene, para el consumidor, un refrigerador de marca reconocida (IEM, FRIEM, ACROSS, etc.) adquirido a través

de un sistema de crédito. Los resultados son alarmantes.

A través de encuestas "informales" (los entrevistadores se hicieron pasar por compradores comunes) realizadas en 60 establecimientos, comercios especializados grandes y pequeños y en el Fondo Nacional de Fomento y Garantía para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT), se determinó, en primera instancia, el nivel de información que recibe el consumidor.

Al parecer, en la mayoría de los casos los empleados de los diversos establecimientos fueron incapaces de proporcionar, por desconocimiento, algunos de los datos solicitados por los encuesta-

dores. Entre ellos, destaca la información correspondiente a: cargos adicionales, apertura de crédito, bonificación por pago puntual, etc. Lo que significa que ni siquiera los propios empleados conocen bien a bien, las condiciones de venta de sus comercios.

De los establecimientos investigados, 24 no ofrecían crédito al adquirente u ofrecían el financiamiento a través de FONACOT; los 36 comercios restantes sí vendían a plazos. En estos últimos, que constituyen la muestra definitiva para el estudio, los datos globales para la compra-venta a crédito se presentan, en forma desglosada, hasta el momento de la firma del contrato



"El consumidor —apunta el análisis del INCO— no conoce las condiciones reales, sino hasta que ha tomado una decisión, y cuando existe presión por la adquisición del bien". La información, pues, se da por etapas.

Aunque no directamente, según denuncia el INCO, la mayoría de estos comercios están infringiendo el Artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor que dice textual-

mente: "En toda operación que se conceda crédito al consumidor, el proveedor está obligado a informar previamente a aquél, sobre el precio de contado del bien o servicio de que se trate... el monto y detalle de cualquier cargo, si hubiere..."

Sólo de esta manera, el comprador podría tener la posibilidad de evaluar y comparar esa alternativa de financiamiento con las ofrecidas en otras par-

tes, o a través de otros mecanismos de crédito posibles.

El costo financiero es desorbitado

Después de realizar varias operaciones matemáticas con los datos obtenidos de las encuestas, los investigadores del INCO pudieron concluir que —y esto resulta sorprendente—, el costo real promedio del crédito ofrecido por los establecimientos de

COSTOS REALES DEL CREDITO PARA EL CONSUMO *

RAZON SOCIAL	PRECIO CONTADO	ENGANCHE	MENSUALIDADES NUMERO	MONTO	ULTIMO PAGO	TASA REAL
Almacenes Manzur	10,464.00	120.00	23	682.00	1,082.00	50.330%
Comercial Requejo	13,204.00	1,320.20	12	1,281.00	—	50.403%
Proveedores Domésticos	10,000.00	2,230.00	6	1,592.00	—	74.865%
Muebles Nacionales	7,406.00	600.00	18	554.00	—	52.461%
Distribuidora Rampa, S.A.	8,790.00	915.00	11	915.00	—	51.961%
Internacional Mueblera	8,660.00	1,280.00	24	480.00	—	47.022%
Cía. AGS Mercantil	8,550.00	1,200.00	12	958.00	—	91.873%
Sonovisión	6,995.00	868.00	18	595.00	—	80.130%
Majestic	8,440.00	1,445.00	12	800.00	—	62.898%
Radio y T.V. Lechi	7,531.00	2,000.00	18	880.00	—	174.304%
Mueblería América	8,400.00	1,250.00	18	1,400.00	—	224.201%
Mayson Comercial	7,676.00	280.00	39s	280.00	334.00	115.382%
General Electric	14,081.28	1,408.00	18	894.13	—	31.736%
General Electric	14,081.28	1,408.00	12	1,341.19	—	46.563%
Almacenes Lindavista	7,380.00	738.00	12	953.08	—	114.494%
Mueblería Guadalupe	7,280.00	728.00	12	705.00	—	50.030%
Almacenes El Crédito	7,650.00	862.00	15	646.47	—	57.829%
Mueblería México	8,281.00	828.00	18	565.11	—	41.984%
Distribuidora Issa	8,241.00	824.00	20	540.20	—	46.567%
Aguila Electrónica	7,376.00	945.00	11	976.00	994.00	128.495%
Importadora Nueva York	8,357.00	1,170.00	12	877.50	—	77.017%
Distribuidora del Hogar	8,605.00	1,043.00	12	1,062.00	—	109.343%
Distribuidora Lichi	8,665.00	2,000.00	18	908.00	—	141.496%
Distribuidora Portales	8,360.00	945.00	48s	230.00	—	91.423%
Ele-Hogar, S.A.	13,412.00	1,680.00	17	1,165.00	1,177.00	83.864%
Electro Centro del Hogar	8,671.00	2,200.00	11	875.00	862.00	100.206%
Electro Refrigeración	11,644.00	2,911.00	12	1,110.25	—	85.95%
Almacenes Tacubaya	9,092.00	1,500.00	22	600.00	—	64.93%
Mueblería Rodríguez	6,707.00	1,634.00	11	737.00	745.00	117.61%
General de Gas	7,577.00	945.00	18	667.00	—	85.23%
Liwat de México	9,500.00	1,642.00	12	1,121.00	—	113.08%
	6,960.00	1,784.00	12	870.00	—	154.58%
Telefreon	12,320.00	3,000.00	17	951.00	963.00	88.40%
Telemuebles y Refrigeración	8,196.00	1,528.00	18	575.00	—	61.10%
Distribuidora Miravalle	8,914.00	1,170.00	18	833.00	—	97.34%
Elektra Mexicana	8,915.00	1,740.00	18	715.00	—	83.75%

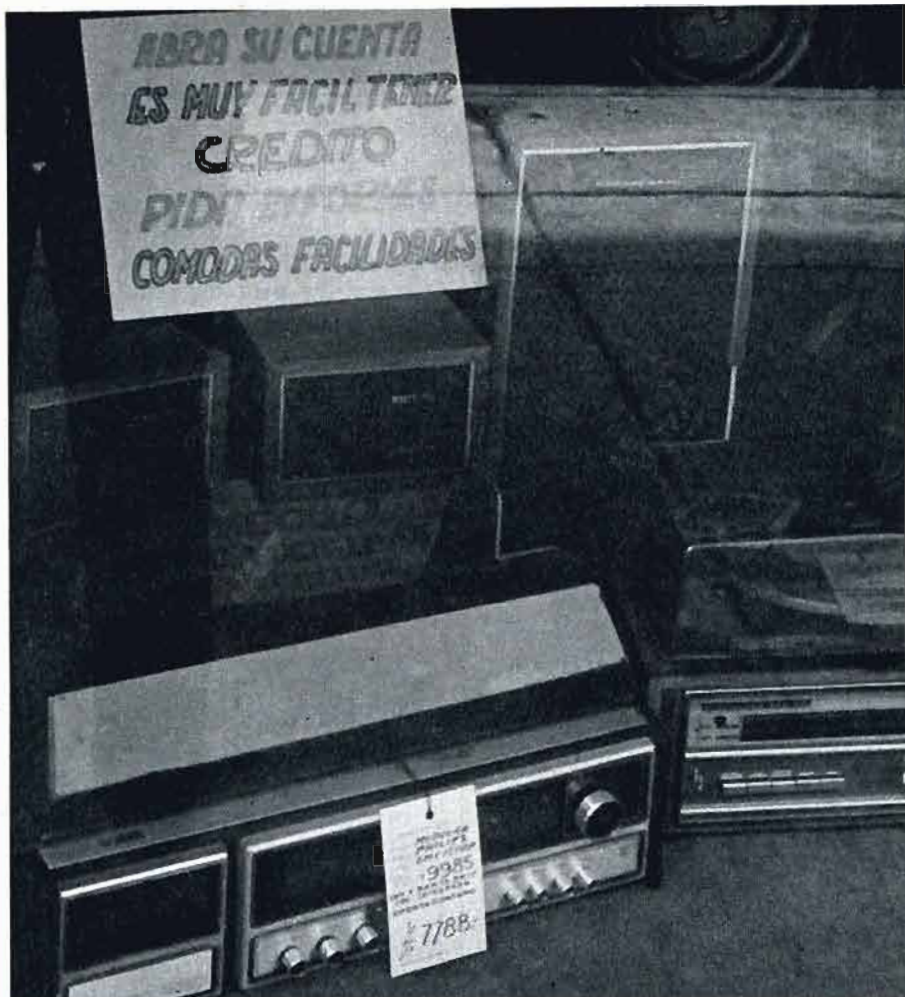
*El artículo seleccionado para la investigación fue un refrigerador de marca de prestigio nacional, con capacidad de 12.5-13 pies, de color.
s = semanas
La tasa real es anual

BONIFICACIONES: UN CANTO DE SIRENA

El estudio realizado por el INCO demuestra que las "bonificaciones" no son tales. Lo que sigue son dos ejemplos que fundamentan tal afirmación.

Bonificación por pago puntual: En la generalidad de los casos en que existe esta bonificación, la misma se reduce a cubrir la prima que el consumidor paga por gastos de cobranza. Por lo tanto, no está recibiendo bonificación alguna; en realidad, está recuperando una prima que en este caso no le correspondía pagar, dado que está cubriendo sus pagos a tiempo.

Bonificación por liquidación anticipada: En estos casos, al consumidor se le condonan los intereses pendientes de pago, desde la fecha de pago anticipado hasta el vencimiento del crédito. Se considera que esto no representa una bonificación, puesto que al pagar anticipadamente el monto de crédito recibido o su saldo insoluto, ya no existe ninguna base sobre la cual se cargaría interés.



"Cómodas facilidades": sin embargo, la realidad demuestra lo contrario

aparatos electrodomésticos (en este caso, de un refrigerador de color de 12.5 ó 13 pies cúbicos y de entre \$ 7,000 y \$ 14,000 pesos, precio de contado) es del 85.5% anual; Sobre el valor del refrigerador! De lo que se deduce, obviamente, que el consumidor "absorbe un costo financiero altísimo".

Continuando con el estudio, los investigadores apuntan uno de los factores que, a su juicio, permiten este abuso. Por un lado, está el hecho de que al consumidor se le informa, únicamente, sobre la tasa nominal del crédito, que siempre resulta muy distinta a la del costo real y final del artículo comprado.

"Se le informa, por ejemplo —señala la investigación—, que la tasa es de un 3% mensual," lo que no suena tan mal. Sin embargo, "no se hace cuenta de toda

una serie de cargos adicionales (descuento por pago de contado, apertura de contrato, etc.) que pueden representar, finalmente, un costo real", nada atractivo, "del 70% anual" sobre el valor de la compra. Así, ocultando información, el comerciante logra el efecto psicológico deseado y hace la venta.

Para muestra basta un botón

El diferencial de precios que utilizan los comercios constituye otra de las trampas de las que el consumidor, en general, ni siquiera se percató. En efecto, existe el precio de lista que es sobre el que se carga el crédito. Sin embargo, estos precios normalmente son demasiado altos, y casi sin excepción, todos los establecimientos ofrecen descuento por pago de contado. Descuento

que, hay que decirlo, aún les permite operar con márgenes de utilidad convenientes.

"Este es el factor —apunta la investigación, titulada 'Costo y Condiciones de Crédito para el Consumo'—, que hace que el consumidor absorba cargos financieros exorbitantes."

El estudio del INCO ilustra, mediante un ejemplo simplificado, lo anterior: "El establecimiento X —dice— vende un artículo en \$ 100 pesos, y ofrece un crédito para su adquisición del 15% anual. Efectuando una operación de interés simple, el valor del artículo, un año después de su compra, será de \$ 115 pesos." En cambio —prosigue el estudio—, "si el consumidor paga de contado, se le ofrece un descuento del 25% (porcentaje muy probable, ya que los ofrecidos por los comer-

RECOMENDACIONES AL CONSUMIDOR

- Nunca acepte compromisos a menos que esté seguro de poder afrontarlos
- No se endeude en exceso
- Utilice el crédito para adquirir bienes estrictamente necesarios o que vayan a proporcionarle un ahorro posterior
- Cuídese de las firmas fáciles
- Compare el precio de contado con el precio a crédito
- Evalúe la posibilidad de posponer su compra hasta que pueda pagarla de contado
- No firme nada que no haya leído, entendido y aceptado
- Lleve la cuenta de sus adeudos
- Recuerde siempre que el crédito es buen servidor, pero malísimo amo

RECOMENDACIONES A LAS AUTORIDADES

- Eliminar el sistema dual de precios. Que la base para aplicar el crédito sea exactamente el precio de contado después de descuentos y no el precio de lista
- Ejercer presión sobre los establecimientos comerciales para que mejoren y amplíen sus sistemas de información al consumidor
- Informar al consumidor sobre los costos reales que pagan al utilizar tales mecanismos de financiamiento, y evitar el efecto psicológico de una tasa nominal baja
- Realizar comparaciones públicas, y a nivel masivo, de las condiciones que ofrecen los diferentes establecimientos
- Informar ampliamente sobre otras alternativas de financiamiento a que tiene acceso el consumidor
- Ejercer presión sobre los establecimientos comerciales para que la Ley Federal de Protección al Consumidor sea ampliamente satisfecha

cios que integran la muestra fluctúan entre un 15 y un 40%". Así, pagando de contado, el valor final del artículo sería de \$75 pesos.

"Luego, al seleccionar la alternativa del crédito, el consumidor estaría absorbiendo un costo financiero del 53% anual. Porcentaje que resulta de relacionar el costo por vía del crédito (\$115 pesos), y el de contado (\$75 pesos)". De tal modo, el comprador a crédito resulta ser el pagano. En cierta forma, sus compras están subsidiando los descuentos que el comerciante efectúa por compra de contado, cubriendo una prima adicional del 38%, que resulta de restar el 15% del

53% de tasa anual real. En esta prima adicional se cuentan, precisamente, los gastos extras que ya se mencionaron antes.

De lo anterior se deduce "que el precio real del artículo debería ser (incluyendo las utilidades de la empresa) de \$75 pesos." El beneficio que debería recibir el comercio por la venta a crédito —con un 15% de interés nominal anual— sería de \$11.25 pesos. Luego, el precio que debería pagar finalmente el consumidor, al recibir su crédito, sería de \$86.25 pesos.

Este caso simplificado presenta el mecanismo mediante el cual los comerciantes encarecen

OPINA EL CONSUMIDOR

Parecería que, gracias a una suelta actividad generosa de los comerciantes de productos electrodomésticos, todos los artículos estarían al alcance del consumidor mediante los múltiples planes de crédito que se anuncian en los avisos clasificados, comerciales televisivos y carteles de ofertas especiales.

Eso es, al menos, lo que uno piensa al pasar por la tienda que está ubicada en la esquina de Coyoacán y Xola donde todos los productos, desde costosos equipos modulares hasta las licuadoras, tienen adheridas fajas de papel donde figura el precio, por día, del artículo.

Ejemplo: Un televisor a color marca Philco de 26 pulgadas, cuesta nada más que 50 pesos diarios. Preguntamos a María Elena Toro, una de las empleadas del comercio, en qué consiste este plan de financiación. Responde: "Es similar a los planes que existen en los demás comercios del ramo. Es decir, 10% de enganche y pagos de cuotas durante 18 meses. El precio al contado de este televisor es de \$20,390.00. Sacamos cuentas: Los 50 accesibles pesos diarios, durante 18 meses (540 días), más el enganche, dan un incremento real de \$8,600.00

sobre el producto. Idéntica proporción existe entre los demás artículos, cuyo precio diario es aparentemente ínfimo. "Yo, si tuviera que comprar alguna de estas cosas, trataría de pagar al contado", termina diciendo la empleada.

María González Cárdenas, estudiante de derecho, se vio atraída por las ofertas de crédito del mencionado comercio: "Hace muy poco tiempo que me casé y, con mi esposo, he estado recorriendo las tiendas con el objeto de equipar nuestra casa. Nosotros preferimos comprar las cosas al contado porque los créditos, a la larga, son muy desventajosos. Pero a veces no se puede y entonces no queda más remedio que comprar mediante estos planes de financiamiento."

Por su parte, Ricardo Vilplan López, empleado bancario, explica: "Tengo bastante interés en adquirir un equipo de audio. Ahora bien, viendo los precios se me desvanecen las ganas. Ocurre que los precios al contado son inaccesibles y los planes de crédito son un robo".

Para algunas personas, comprar a crédito, además de ser la única forma que existe para poseer un artículo electrodoméstico, significa una suerte de "desprestigio social". Tal es así que algunos de nuestros entrevistados optaron



Nadie puede dudar que los "20 pesos diarios" son un "gancho" atractivo para la compra de un televisor...

por permanecer en el anonimato.

Uno de ellos, frente al escaparate del comercio ubicado en Monterrey y Alvaro Obregón, expresó: "Es más fácil comprar a crédito. Lo que pasa es que la mayoría de los compradores no tienen el suficiente dinero como para adquirir al contado este tipo de artículos. Es cierto eso de que sobre el costo real del producto se añade un considerable incremento. Hay bastante transa en esto, pero ¿qué se le va a hacer?". Pedro Almada, empleado en una oficina pública, viene a esta tienda una vez cada 30 días para abonar las cuotas que adeuda por el concepto de un televisor y un equipo modular. "Me faltan nada más que tres cuotas. Cuando decidí hacer estas compras, nunca supe que pagar mensualmente \$ 2,650.00 sería tan problemático. En esa época pensaba que adquiriría dos importantes artefactos por un precio cuyo pago pasaría prácticamente desapercibido. No fue así. De ahora en adelante pienso comprar todo al contado. Y si en el momento no se puede, entonces esperaré. Pero depender nuevamente de cuotas fijas, compromisos con los fiadores y el permanente peligro de un embargo, ¡eso nunca!" Similar criterio sustentó uno de los clientes del comercio ubicado en Insurgentes

200: "Muchas veces la gente se entusiasma frente a los anuncios de los créditos. Pero, al poco tiempo, como en mi caso, uno se cansa de pagar una suma por mes. Lo que siento es que esas cuotas se hacen interminables", finaliza diciendo nuestro entrevistado, que tampoco quiso dar su nombre.

El Gerente del mencionado comercio, explica: "Indudablemente la gente compra a crédito porque no tiene la posibilidad de poseer el dinero suficiente como para pagar al contado. Tal es así, que el 50% de las ventas que se realizan en este almacén, se realizan mediante nuestros créditos". Sobre los riesgos que implica vender a crédito, el entrevistado agregó: "No, los casos de fraude son ínfimos. Nosotros solicitamos una carta de solvencia, un fiador y dos firmas de confianza. Lógicamente, hay casos donde descubrimos que no hay nada para embargar o que los deudores cambiaron de domicilio, pero, generalmente, tomamos los recaudos necesarios para que eso no suceda". Para finalizar, el encargado de este negocio afirmó: "Lo que más se vende son los televisores y aparatos de audio. En tercer lugar están los refrigeradores. El primero de estos productos monopoliza el 40 por ciento de nuestras ventas".

ilegalmente el crédito al consumidor. Sobre este punto, es conveniente remitirse al Artículo 21 de la ley Federal de Protección al Consumidor, que declara que "en los contratos de compra-venta a plazos o de prestación de servicios con pago diferido, se calcularán los intereses sobre el precio de contado, menos el enganche."

"El sistema actual —señala la investigación— no calcula los intereses sobre el precio de contado, sino sobre el de lista. Y, dada la existencia de descuentos por pago de contado, el precio de lista es muy diferente al de contado".

Un caso distinto

Conviene destacar que el sistema de crédito aplicado por el FONACOT ofrece un financiamiento justo, estructurado sobre las bases de un interés del 18% anual sobre saldos insolutos, sobre gastos de operación de cuatro pesos mensuales, cuota de afiliación de \$ 25 pesos, y un plazo máximo de 18 meses para pagar. La tasa real del crédito, dependiendo del costo del artículo que se adquiere, es de aproximadamente 21% anual.

De la investigación del INCO puede concluirse, entre otros puntos importantes que: 1) El financiamiento ofrecido por FONACOT presenta condiciones ventajosas, por lo que es recomendable sobre cualquier financiamiento ofrecido por el establecimiento comercial. 2) Cualquier alternativa de financiamiento (tarjetas de crédito, préstamos bancarios, etc.) es mejor que utilizar el crédito que ofrecen las tiendas. 3) El sistema tradicional de financiamiento, invertebrado y carente de marco jurídico y financiero, es apoyado en gran medida por la forma en que el público es informado acerca de los sistemas estructurados. Además, el costo financiero de ambos sistemas resulta, finalmente, similar. ⑤

Muy simple: lo que no es



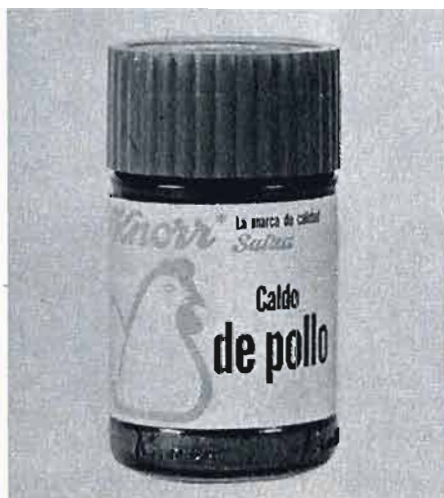
verdad, es mentira

En un artículo en el que pretende informar "verazmente" a sus lectores, la revista BIENESTAR explica lo que —según su criterio comercial— es el proceso de fabricación del consomé de pollo "Knorr Suiza". Sin embargo, ni esa información es veraz ni —como se afirma en el artículo— ese consomé es "pura carne de pollo". Y aquí lo demostramos.

La revista **Bienestar** publicó en su número 72, de julio último, un artículo firmado por su directora Amparo Martínez Moreno, sobre el consomé Knorr Suiza, titulado "Pollo eres... y en polvo te convertirás / Cómo se hace", donde **Revista del Consumidor** pudo certificar un planteo y una información alejados de la realidad.

En la portada se afirma "Información veraz: cómo se hace el consomé concentrado", y luego en la nota se describe una visita a la planta Productos de Maíz, S.A., dando a entender que el caldo de pollo Knorr Suiza está elaborado fundamentalmente con carne de pollo seca y pulverizada. Ello no es así; **Revista del Consumidor** fue categórica en el artículo "Trece Marcas de Consomés Concentrados de Pollo", aparecido en el número 2 del Volumen 1 (diciembre de 1976), donde se precisaba la escasa proporción de carne de pollo que contienen los consomés Knorr Suiza (8%).

Las razones de un desajuste con la verdad en publicidad o en informaciones que se brindan al público pueden ser, básicamente, dos: a) un deseo deliberado de engaño, y b) el empleo descuida-



do de datos y un uso impropio del lenguaje, que llevan involuntariamente al mismo resultado.

Lo primero es un fraude, abiertamente, y existen normas legales que lo penan. Lo segundo es, fundamentalmente, un descuido, pero como genera daños al público, tampoco es admitido por las normas.

En la idea de que **Bienestar** había caído involuntariamente en el error, **Revista del Consumidor** hizo saber a sus responsables que lo que se decía en el artículo no era veraz. Desde la razón propia del periodismo, era lógico imaginar que —advertidos de la falta— la adecuada rectificación sería el siguiente paso.

No fue así, sin embargo. Con una peculiar definición de lo que es una publicación comercial, **Bienestar** se limitó a señalar que no hace más que reflejar lo que las fuentes le transmiten y lo que considera verdadero, haciendo caso omiso del fondo del problema que **Revista del Consumidor** le estaba planteando.

Por encima de reflexiones que no son ahora de gran utilidad, lo concreto es que **Bienestar** no dice la verdad sobre los ingredientes del consomé Knorr Suiza. No importa aquí si la culpa radica en la autora del artículo, que no supo interpretar la información que le ofrecía su entrevistado, o si, en cambio, es éste —gerente de Planta de Productos de Maíz, S.A., ingeniero químico Giovanni Landolfo— el culpable, por haber suministrado datos carentes de veracidad; tampoco nos detengamos aquí a establecer el grado de responsabilidad editorial de **Bienestar**.

Todo ello tiene foros específicos donde dirimirse, con arreglo a leyes, decretos y normas que han sido dictados para evitar, precisamente, que el público sea burlado.

Lo que importa, ahora y aquí, es restablecer la verdad acerca

del consomé Knorr Suiza. Por fortuna ello no nos es difícil, pues en su momento **Revista del Consumidor** llevó a cabo una investigación exhaustiva, de cuyos resultados nos hacemos plenamente responsables, por cierto.

Sabores venidos de... ¿dónde?

En aquella oportunidad fue elaborado un cuadro comparativo con la proporción exacta de cada uno de los componentes de las distintas marcas de consomé estudiadas. Una de las conclusiones más importantes que el mismo arrojaba es que, con un mínimo de 35% (CONASUPO) y un máximo de 57% (sazón), los consomés concentrados de pollo están compuestos en aproximadamente su mitad por sal común yodada, y todos tienen, además, una alta proporción de glutamato monosódico (Knorr Suiza y Koci, ambos con el 18%, son los que más tienen).

Según ese estudio, el sabor característico del producto lo dan, justamente, la sal común (cloruro de sodio) y el glutamato monosódico. Este último es una sustancia que estimula las papilas gustativas localizadas en la lengua, realzando así el sabor de los alimentos. Se decía entonces que no es recomendable su uso en la dieta normal del niño menor de tres meses, y que en ningún caso debe ser empleado en una proporción superior a los 120 miligramos por kilogramo de peso en los adultos.

No obstante, el análisis de la publicidad permitió constatar que los anuncios televisivos emplean con insistencia mensajes que dicen: "sí, es de pollo", "es de pollo", "es caldo de pollo", "puritito de pollo y tomate", etc. Obviamente, con ello y con imágenes que refuerzan la frase, se induce al público a pensar que el contenido principal del producto es el pollo. Por el



Que no se le olvide al comprar: de carne de pollo, solo el 8 por ciento

contrario, el contenido de carne de pollo es notablemente bajo, ya que los principales componentes de los llamados "consomés concentrados" son la sal y el glutamato monosódico.

Sobre esa base, y en función de la encuesta realizada, **Revista del Consumidor** señalaba entre sus conclusiones que "los consomés concentrados de pollo son productos cuya única finalidad aparente es la de sazonar alimentos", y que "los nombres 'consomé de pollo' y 'caldo de pollo' no corresponden a la verdadera naturaleza del producto".

En cuanto al consomé Knorr Suiza, un detalle de sus compo-

nentes resultará revelador, frente a la imagen que presenta del mismo el artículo de **Bienestar**

Apuntes complementarios

En su respuesta epistolar, **Bienestar** tiene la cortesía de puntualizar cuál es el papel que debe cumplir **Revista del Consumidor**. Resultaría presuntuoso afirmar que ese señalamiento no era necesario, que ésta ya sabía perfectamente cuáles eran sus obligaciones. En lugar de caer en tal vulgaridad, diremos que en razón de tener claro cuál es nuestra misión fue que hicimos el estudio comparativo sobre consomés concentrados hace casi dos años; por lo mismo

SECUENCIAS DE UNA HISTORIA INACABADA

Julio, 1978

- **Bienestar** publica su artículo "Pollo eres... y en polvo te convertirás".

Agosto, 1978

- El Instituto Nacional del Consumidor hace notar al Grupo Editorial Mex-Ameris S.A., responsable de **Bienestar**, las inexactitudes de su publicación y le suministra información precisa sobre el tema.
- El INCO da cuenta del problema a la Dirección de Normas Comerciales y a la Unidad de Protección al Consumidor de la Secretaría de Comercio y a la Dirección General de Control de Alimentos, Bebidas y Medicamentos de la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

Septiembre, 1978

- Mex-Ameris, S.A. explica al INCO su filosofía periodística, el carácter comercial de **Bienestar** y el papel de la **Revista del Consumidor**.
- El INCO actualiza su información a la Dirección de Normas Comerciales y a la Unidad de Protección al Consumidor de la Secretaría de Comercio y a la Procuraduría Federal del Consumidor, así como también a la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

"CALDO DE POLLO KNORR SUIZA" INGREDIENTES

Sal común yodatada	44%
Glutamato monosódico	18%
Grasa de pollo	23%
Carne de pollo	8%

Resto: espesante, colorante, antioxidante, etc.

"CONSOMES DE POLLO" PROMEDIO GLOBAL DE CONTENIDO

(No se incluyen ingredientes que aparecen en una sola marca)

Sal común yodatada	46.00%
Glutamato monosódico	10.54%
Azúcar	9.54%
Grasa vegetal	6.92%
Grasa de pollo	6.15%
Carne de pollo	5.54%
Ajo, cebolla, perejil y otros	3.81%
Féculas	3.15%
Espesante, colorante, antioxidante y otros	0.96%

Estudio elaborado por el Departamento Técnico del INCO publicado en el número 2 del Volumen 1 de la **Revista del Consumidor**.

UNA RESPUESTA REVELADORA

Frente a la puntualización de las inexactitudes en que había incurrido la revista **Bienestar**, el Grupo Editorial Mex-Ameris, S.A., responsable de esa publicación, remitió al Instituto Nacional del Consumidor una carta, en la que dice: "...Al respecto queremos manifestarles que el propósito de llevar a cabo esos reportajes, es con el fin de constatar personalmente la elaboración de distintos productos y artículos que nuestras lectoras normalmente

consumen y ponemos en nuestras páginas lo que consideramos es lo verdadero y apegado a la información que se nos proporciona, desde luego no en una forma tan minuciosa (somos una publicación comercial) como lo hace la **Revista del Consumidor** que precisamente consideramos que es ésta la que debe informar y orientar en detalle al consumidor puesto que para eso fue creada".

A semejante respuesta bien le cabría aquel proverbio que dice "el pez por la boca muere".

luego proporcionamos información fidedigna a **Bienestar**, para que hiciera con ella lo que mejor supiera; también por eso publicamos el presente artículo y —necesariamente— dimos cuenta de todo lo actuado a las autoridades competentes para evaluar la situación a la luz de la Ley Federal de Protección al Consumidor y demás instrumentos y normas que tuvieran competencia.

No obstante todo ello, es legítimo testimoniar nuestro reconocimiento por la gentil recordación de **Bienestar** acerca de quiénes somos y para qué estamos.

Por último, cumpliendo con éste, nuestro papel, y sin entrar en polémicas que estarían fuera de lugar, queremos hacer mención a un problema típico de nuestra época, como lo es la publicidad encubierta, disfrazada bajo la forma de artículos informativos para tratar de tomar desprevenidos a los lectores y hacerles recibir publicidad cuando creen que están absorbiendo información. Es ilustrativo a este respecto transcribir un fragmento de una nota de Jean-Louis Servan Schreiber (Revista **Creatividad**, número 12, página 57): "El **summun** en materia de publicidad es adoptar el aspecto de una información no pagada para hacer pasar el mensaje sin que el lector o el espectador lo aperciba. Se busca de este modo camuflar páginas presentándolas bajo la forma de artículos, si es posible con los mismos tipos y con la misma confección que la redacción normal... Muchos periódicos se contentan con situar al pie de página un minúsculo 'Remitido', cuya significación es oscura para la mayoría de los lectores".

Es decir, el buen uso de los medios de comunicación de masas exige una altísima responsabilidad. En algunos casos tal responsabilidad no existe, y es sustituida por razonamientos capciosos. Y recuerde: el consomé Knorr Suiza contiene carne de pollo... en un 8%. **©**

ARTICULO 39.

Las personas dedicadas a la reparación de toda clase de productos deberán emplear, en los servicios que presten, partes y refacciones nuevas y apropiadas para el producto de que se trate, salvo que el solicitante del servicio autorice expresamente que se utilicen otras.

Cuando las partes o refacciones estén sujetas a norma de cumplimiento obligatorio, se emplearán únicamente las que ostenten la contraseña que denote tal circunstancia.

El empleo de partes y refacciones distintas de las mencionadas, además de ameritar la sanción correspondiente, dará lugar a que se obligue a quien hizo la reparación, a sustituir, sin cargo adicional, las partes y refacciones de que se trate. Es aplicable, en lo conducente, lo que establece el Artículo 30 de esta Ley.

ARTICULO 40.

Si dentro de los 30 días siguientes a la fecha en que fue devuelto el producto al solicitante del servicio, presenta deficiencias relacionadas con la reparación de que fue objeto, e imputables al prestador del servicio, éste tendrá obligación de repararlo de nueva cuenta y sin costo adicional, en el plazo estrictamente necesario. Si se otorgó garantía por mayor lapso, se estará a este término para reclamar la deficiencia de la reparación.

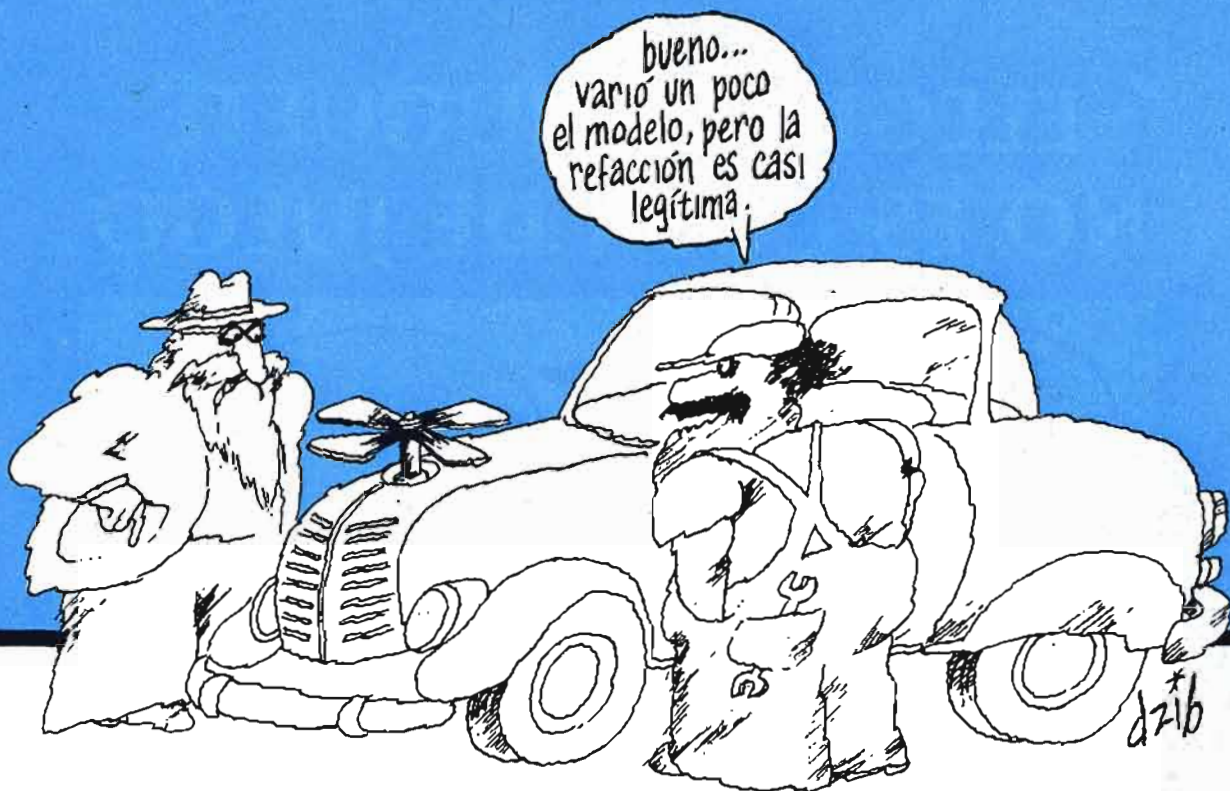
En este caso así como en el previsto en el último párrafo del Artículo anterior, el prestador del servicio deberá cubrir al solicitante del mismo una cantidad igual al importe que éste hubiere tenido que erogar por el alquiler del producto durante el tiempo que dure la nueva reparación más los daños y perjuicios ocasionados. Es aplicable en lo conducente, lo que establece el Artículo 30 de esta Ley.

ARTICULO 45.

Los proveedores de servicios tendrán obligación de expedir factura o comprobante de los trabajos efectuados en los que deberán especificarse las partes, refacciones y materiales empleados, el precio de ellos y de la mano de obra, así como la garantía que en su caso se haya otorgado. Dichas facturas y comprobantes deberán cumplir con las disposiciones fiscales aplicables.

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

Esta Ley es suya, hágala valer.



¿Sabe qué refacciones le pusieron a su auto?

En México abundan los mecánicos improvisados que todo lo arreglan con "un alambrito". Eso puede servir para una emergencia, pero al hacer una compostura deberán emplear "partes y refacciones nuevas y apropiadas para el producto de que se trate, salvo que el solicitante del servicio autorice expresamente que se utilicen otras".

Lo anterior lo señala la Ley Federal de Protección al Consumidor en su Artículo 39, que además obliga a quien hizo la reparación, a reponer sin cargo adicional las refacciones que haya utilizado cuando no cumplan con dichas características.

Además, si antes de un mes su automóvil (o cualquier artículo que le hayan reparado) sufre el mismo desperfecto como consecuencia de la mala compostura, el prestador del servicio deberá:

- repararlo nuevamente sin costo adicional.
- pagarle el alquiler del producto durante el tiempo que tarde la nueva reparación.
- pagarle daños y perjuicios.

Y recuerde:

Exija la factura o comprobante de los trabajos efectuados, donde se especifique:

- las refacciones utilizadas y su costo.
- el precio de la mano de obra.
- las condiciones de garantía que en su caso se otorgue.

(Lo anterior se estipula en los Artículos 40 y 45 de la Ley Federal de Protección al Consumidor)

FALTA POCO PARA NAVIDAD Y REYES

ELEGIR UN JUGUETE NO ES COSA DE JUEGO



Un juguete puede ayudar al desarrollo de su hijo... o perjudicarlo. Puede ser frágil o durable. Seguro o peligroso. Excesivo o adecuado para su presupuesto... y más barato, según donde lo compre. Más de diez mil modelos de juguetes en el mercado, convierten su elección en un paso importante.

Por eso, antes de comprar, tenga en cuenta:

***QUE EL JUGUETE DEBE SER ADECUADO A LA EDAD DEL NIÑO_____**

Porque cada etapa de la niñez presenta diferentes características, y de acuerdo con estas hay juguetes que pueden ayudar al pequeño en su desarrollo, o simplemente, desinteresarlo.

***QUE EXISTEN JUGUETES PELIGROSOS_____**

Porque tienen partes filosas, cortantes o puntiagudas, son tóxicos o tan pequeños que el niño puede tragarlos. Y en el caso de juguetes eléctricos recuerde que deben cumplir con requisitos estrictos de seguridad.

***QUE LOS JUGUETES BELICOS ALIENTAN LA CRUELDAD Y LA VIOLENCIA_____**

No regale a sus niños armas ni símbolos de guerra.

***QUE EL JUGUETE SEA SOLIDO Y DURABLE_____**

Porque los niños rompen cosas, pero algunos juguetes se rompen casi solos. Un juguete frágil vuelve inútil su gasto y desilusiona al niño. Piense siempre en marcas nacionales, que le ofrezcan estaciones permanentes de servicio.

***QUE LOS EMPAQUES SUELEN SER ENGAÑOSOS_____**

Muchas veces, las cajas muy grandes esconden juguetes pequeños. Procure ver y tocar antes de comprar; advierta cuánto "aire" le venden con el empaque.

***QUE LA PUBLICIDAD INFLUYE DEFINITIVAMENTE EN PREFERENCIAS DEL NIÑO_____**

Cuando su hijo le pida un determinado juguete, considere que puede estar influenciado por las campañas publicitarias, especialmente televisivas. Antes de comprarlo piense si ese juguete es realmente adecuado seguro y durable.

***QUE SIEMPRE SON PREFERIBLES LOS JUGUETES EDUCATIVOS_____**

Es decir, aquellos que — además de estar adecuados a la edad — despiertan la imaginación y la creatividad del niño, estimulan la actividad física y ayudan a su vida social. Evite los juguetes que juegan por sí mismos.

***QUE LA GARANTIA PROTEGE SU COMPRA_____**

Verifique si el juguete elegido le ofrece garantía detallada e instructivos claros de manejo y seguridad. En todos los casos, conserve su nota de compra y recuerde que usted tiene dos meses de plazo para efectuar reclamaciones.

***QUE EL GASTO DEBE ESTAR EN FUNCION DE SU PRESUPUESTO_____**

No siempre el juguete más caro es el mejor, ni el cariño se mide por el precio del juguete.

***QUE SI COMPARA PRECIOS, GANA_____**

Para un mismo juguete, entre los diversos canales de distribución existen grandes diferencias de precio. También hay distintas fábricas que ofrecen juguetes similares: elija el más barato. Y tómese su tiempo: las prisas pueden costarle mucho dinero.



Punto final a las corcholatas coleccionables

Hace algunas semanas, la Secretaría de Comercio clausuró temporalmente a la embotelladora Coca-Cola, debido a sus reiteradas promociones fuera de la Ley. Esta medida defiende el presupuesto hogareño de los ataques que a diario se lanzan contra uno de sus flancos más débiles: el consumo infantil.

¿Cuántas veces no hemos visto al niño que desea le compren un gansito o una Coca-Cola y, una vez extraída la estampa o quitada la corcholata, deja a medias el producto?

Este claro ejemplo de derroche y consumismo se debe a las promociones que, con el afán de incrementar sus ganancias, realizaban algunas empresas, principalmente aquellas de consumo infantil.

Y decimos realizaban porque en días pasados la Secretaría de Comercio puso fin, al menos por el momento, a ese tipo de actividades publicitarias que van en detrimento del gasto familiar.

Como corolario a esta labor de la SECOM, hace algunas semanas fue clausurada temporalmente la embotelladora Coca-Cola.

"El motivo de la clausura —explica el licenciado Gustavo Varela, Director de Operaciones Comerciales de la Secretaría de Comercio— **fue la violación, por parte de la embotelladora Coca-Cola, a la Ley Federal de Protección al Consumidor, específicamente al Artículo 17 que, en pocas palabras, señala que para que se llegue a efectuar una promoción es necesario que sea autorizada por esta dirección".**

"La Secretaría de Comercio —agrega el Lic. Varela— **ha tenido muchas reuniones con la industria refresquera, pues se pretende que nuestro país tenga una industria refresquera creciente ya que de alguna manera genera un volumen importante de ocupación, además de que utiliza gran cantidad de vidrio y camiones. Indudablemente es una actividad industrial que podemos calificar de necesaria para el país en cuanto que genera ocupación, aun cuando pudiera ser cuestionable que el refresco mismo sea un bien necesario o no."**

"Con base en esto —continúa— **hemos tratado de diseñar políticas que permitan un sano crecimiento de esta industria y, entre otras cuestiones, vimos con ellos la conveniencia de no**

realizar promociones hasta que estuvieran debidamente reguladas, ya que la salida de éstas provocan una fuerte demanda en favor del refresco que las realiza. Esto, muchas veces va en detrimento del resto de la industria, pero sobre todo, en perjuicio del consumidor, ya que la promoción se dirige a niños, quienes no cuentan con la capacidad para juzgar la bondad de una corcholata o una colección."

"Con este propósito y basados en la Ley Federal de Protección al Consumidor, solicitamos a la industria que se abstuviera de realizar promociones; sin embargo algunos embotelladores no hicieron caso; fueron multados y advertidos que de persistir en su actitud serían clausurados".

"Ese fue el caso de la embotelladora Coca-Cola, que con motivo del campeonato mundial de fútbol lanzó una promoción con los futbolistas en el reverso de la corcholata. En esa ocasión se les aplicó una multa, pero reincidieron con su promoción de 'La guerra de las Galaxias' y fueron clausurados".

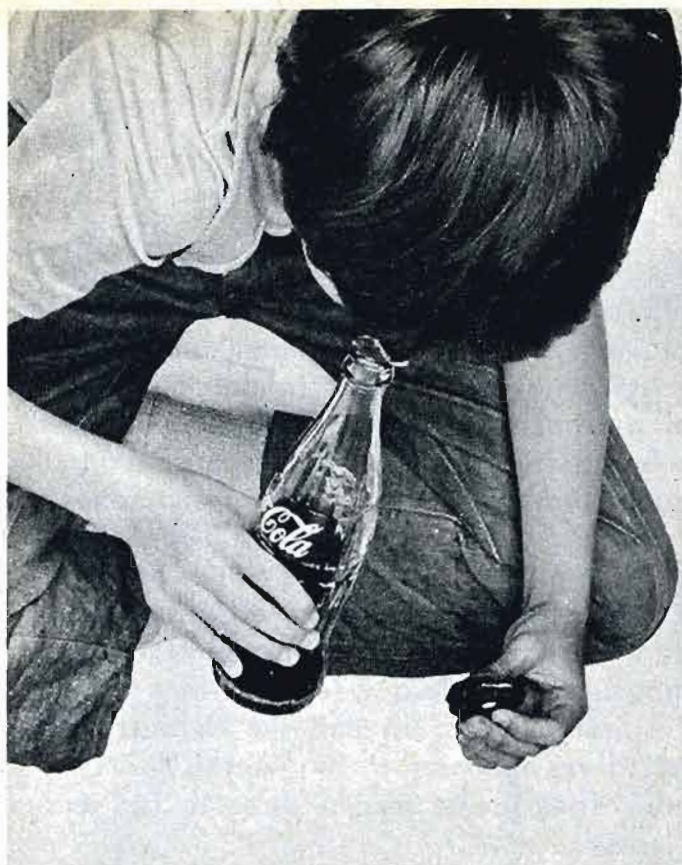
Conseguir "la difícil"

Respecto de las promociones, el licenciado Varela recuerda que en el pasado, cuando no había Ley Federal de Protección al Consumidor, eran muy utilizadas para incrementar las ventas de determinado producto.

Fundamentalmente consistían en el cambio de corcholatas y dinero por algún bien adicional como vasos, llaveros, muñequitos, etc. O bien corcholatas premiadas que podían cambiarse por 40, 60, 80 centavos o un refresco gratis.

También se hacían colecciones de estampas que salían en golosinas de consumo típicamente infantil como chocolates, donas, etc.

Acerca del perjuicio que esto representa para el consumidor, el licenciado Varela comentó que **"según estudios que hemos hecho, nos hemos dado cuenta que muchas veces al consumidor le interesa más el bien adicional que**



Muchas veces, interesaba más la corcholata que el refresco

el producto que está comprando. A los niños, por ejemplo, les interesa más la estampita para completar la colección que el refresco o el chocolate”.

Esto se acentúa cuando la fábrica utiliza la estampa “difícil” (que lanza al mercado muy esporádicamente), por lo que el niño compra irracionalmente gran cantidad de ese producto con tal de conseguir “la difícil”.

“Esos son los niños —comenta el licenciado Varela— que le dicen al padre: ‘papá, papá, cómprame una Coca-Cola’, no se la toman y se quedan con el muñequito que viene en la corcholata”.

Hace algunas semanas también, la empresa “Bimbo” lanzó una promoción de estampas coleccionables llamada “10, 000 años de progreso”. Eran 60 estampas para llenar el álbum y salía una estampa en cada paquete de 4 donas. Cada paquete cuesta tres pesos, por lo que para llenar el álbum habría sido necesario gastar 180 pesos, como producto de 60 paquetes de donas. Esto, suponiendo que no hubiera salido ninguna repetida, lo cual es prácticamente imposible, por lo que el dicho-

ESTO DICE LA LEY

ARTICULO 15. Para los efectos de esta Ley, se entiende por “promoción” el ofrecimiento al público de bienes o servicios, con el incentivo de proporcionar adicionalmente otro objeto o servicio de cualquier naturaleza.

Por “oferta” deberá entenderse el ofrecimiento al público de productos o servicios, en iguales condiciones a las que prevalecen en el mercado, a precios rebajados o inferiores a los de éste.

ARTICULO 16. En las promociones y ofertas se observarán las reglas siguientes:

I. En los anuncios respectivos, deberán indicarse las condiciones, el término de duración o el volumen de mercancías del ofrecimiento. Si no se fija plazo ni volumen, se presume que son indefinidos hasta en tanto se haga del conocimiento público la revocación, de modo adecuado y por los mismos medios de difusión.

II. Todo consumidor que reúna los requisitos respectivos tendrá derecho, durante el término o en tanto exista el volumen de mercancías del ofrecimiento, a la adquisición de los productos o a la prestación del servicio objeto de la promoción u oferta.

ARTICULO 17. Para las promociones de productos se requerirá la previa autorización de la Secretaría de Comercio; para las de servicios, la de la dependencia a la que corresponda su control, inspección o vigilancia.

Las autorizaciones para las promociones se otorgarán sin perjuicio de la intervención de otras dependencias en los actos relacionados con la materia de su competencia.

so álbum cuesta, a final de cuentas, más de 200 pesos, cantidad con la que podría comprarse un libro acerca de la historia de los inventos, con una indudable calidad superior a la del álbum. De esos 60 paquetes de donas, muchos habrán sido desperdiciados y otros ingeridos por el niño, lo cual, como hemos dicho en otras ocasiones, no le nutre en lo más mínimo.

El caso de la Coca-Cola es peor todavía, porque no sólo se trata del despilfarro y la escasa o nula nutrición que el refresco proporciona, sino que la temática de la colección es definitivamente trivial.

“Por eso —agrega el Director de Operaciones Comerciales de la SECOM— se suspendieron las autorizaciones para este tipo de prácticas comerciales que se basan en colecciones. Desde el mes de agosto sólo se habían autorizado aquellas en las que el industrial ya tenía armada la promoción y la Secretaría lo entendió, pero a partir de esa fecha se tiene el propósito de terminar con ellas. A fin de cuentas el beneficiado será el consumidor que estará libre de estas actividades que merman su presupuesto”. ©

	Número	Página
Arau, Alfonso	5	212
Arreola, Juan José	3	128
Cárdenas, Nancy	6	271
Cepillín	17	10
Césarman, Eduardo	19	34
Chávez, Adolfo	12	578
De la Cabada, Juan	8	348
Del Río, Eduardo (Rius)	7	307
Galván, Armando Victoria	1	32
Gálvez, José	2	68
Gordillo, José	10	449
Leduc, Renato	1	13
Manzano, Eduardo	6	261
Monsiváis, Carlos	9	395
Pain, Barry	3	136
Prieto, Raúl	2	82
Rafful, Fernando	13	618
Sánchez, Susana y Patricia Leal Lavin.	9	404
Spota, Luis	8	353

JUEGOS Y JUGUETES

Al niño, respeto (El consumidor en el mundo)	10	487
Cohetes, cohetitos y cohetones	10	446
Coleccionismo infantil	14	686
... Cuando compre juguetes	10	444
El niño, ¿quién es?	12	604
Escoger un juguete no es cosa de juego	10	436
¿Feliz navidad 1977?	10	458
Juguetes artesanales	10	479

	Número	Página
Los juguetes	2	54
Los juguetes: dónde, cuándo, cómo y qué comprar	10	453
Para ayudar al niño	10	476
¿Son seguros los juegos mecánicos?	12	567

LEGALES

¿Así que le cobraron de más?	18	24
¿Cómo, cuándo y dónde quejarse?	1	44
¿Cómo, cuándo y dónde reclamar?	11	542
Conozca su ley	6	278
¿Cuál es el plazo legal para cobrar un cheque? (Preguntas y respuestas)	4	156
¿Cuáles son los requisitos para obtener una licencia de motociclista? (Preguntas y respuestas)	5	204
En caso de hurto en una tienda de autoservicio ¿pueden los empleados detener al infractor?	6	250
¿Es legal que una persona permanezca incomunicada cuando es detenida por un delito cometido? (Preguntas y respuestas)	12	577
Garantizado	11	537
¿Incurre en alguna falta quien quebranta una promesa formal de matrimonio? (Preguntas y respuestas)	9	398
¿Incurren en alguna infracción los productos nacionales etiquetados en lengua extranjera? (Preguntas y respuestas)	9	398
Instructivo para uso de aparatos eléctricos	11	531
¿Qué es la ley federal de protección al consumidor?	1	36
La procuraduría federal del consumidor	1	12
Ventas a domicilio	19	24
¿Le dijeron que estaba garantizado?	20	24
Nuevas pólizas de garantía para electrodomésticos	5	220
¿Puede suspenderse el pago de la pensión alimenticia...? (Preguntas y respuestas)	6	251

ALIMENTACION	Número	Página
Aditivos		
Y los malos se volvieron buenos (El consumidor en el mundo)	16	756
En defensa de los aditivos (El consumidor en el mundo)	7	292
Más sobre aditivos alimentarios (El consumidor en el mundo)	9	388
Más sobre aditivos alimentarios (El consumidor en el mundo)	17	47
Aditivos en los licores y cervezas (Noticonsumo)	8	346
El tocino, los nitritos y el cáncer (El consumidor en el mundo)	18	44
Algas: ¿Alimento del futuro? (El consumidor en el mundo)	17	46
Alimentos infantiles preparados	14	660
Azúcar		
Azúcar, más azúcar	4	188
El azúcar en la alimentación	7	332
¿Es más nutritiva el azúcar oscura que la blanca? (Preguntas y respuestas)	1	47
La morena que todos quieren	16	773
Café		
¿Cómo se obtiene el café descafeinado? (Preguntas y respuestas)	1	47
¿Cuántas tazas de café diarias constituye una dosis ex- cesiva? (Preguntas y respuestas)	4	157
Carne		
La fría realidad de las carnes frías	18	5
Cómo comprar carne	19	38
¿Son nocivas para la salud las carnes ahumadas? (Preguntas y respuestas)	1	47
¿Pueden consumirse sin riesgo para la salud las carnes congeladas? (Preguntas y respuestas)	1	47
Varía la proporción de proteínas de una carne a otra (Preguntas y respuestas)	5	205
Dulces: se antojan pero no nutren	19	17
El arroz	11	507

	Número	Página
Cómo evitar accidentes en carretera	20	9
Cosméticos y alergia	17	47
El dentista	9	425
El enemigo público No. 2 (diarrea)	6	268
El hábito de fumar en una madre embarazada ¿puede afectar el peso de una criatura al nacer? (Preguntas y respuestas)	2	61
El médico	7	322
El mercado de las medicinas (El consumidor en el mundo)	11	500
El odontólogo	19	10
El sol se toma sin medicinas (El consumidor en el mundo)	19	46
El tabaquismo (El consumidor en el mundo)	6	244
Enfermedades venéreas	12	598
¿Es útil el colesterol o sólo una amenaza de trastornos circulatorios? (Preguntas y respuestas)	12	577
¿Hacen daño a la piel las cremas blanqueadoras? (Preguntas y respuestas)	2	62
Inflamables las lociones "after shave" (Noticonsumo)	8	347
Inhalantes: la droga de los pobres	16	778
La alergia: problema de todos	8	340
La vitamina "E" no es peligrosa (El consumidor en el mundo)	18	44
Los antigripales y el resfriado común	2	63
¿Medicina laboral o control del ausentismo?	16	783
Muy tóxico, el enterovioformo (Noticonsumo)	8	347
¿Obesidad, gordura, llantitas?	4	158
Mente sana en cuerpo sano	5	206

	Número	Página
Madre querida, madre adorada...	6	272
El mecánico automotriz	7	330
Navidad y Reyes vistos por los niños	10	482
La madre trabajadora	15	712
Las plantas de ornato	9	428
Santa Claus vs. Santos Reyes	10	465
El zapatero remendón	6	285

REVISTA DEL CONSUMIDOR RECORRE MEXICO

Morelos	19	44
Querétaro	18	18
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas	20	29
Veracruz	17	36

SALUD Y MEDICINA

Acupuntura: no es cuento chino	19	20
Aerosoles: el alto costo de algunos "progresos" (El consumidor en el mundo)	3	100
¿El uso de aerosoles (sprays) representa algún riesgo para la salud? (Preguntas y respuestas)	2	62
Alcoholismo, suicidio colectivo	9	390
Alcoholismo: enfermedad no vicio	1	36
Alerta contra las caries dentales (El consumidor en el mundo)	17	46
Alerta contra las enfermedades gastrointestinales	17	16
Algunos descuidados hieren, otros matan	3	137
Automedicación: enemiga implacable de la piel	18	9
Automedicación, peligros de la	1	10
Aprenda a cepillarse los dientes	19	14
Cómo evitar accidentes en el hogar	13	652

	Número	Página
El hombre es lo que come	7	294
El taco	8	376
Enriquecimiento de la tortilla	13	650
¿Es posible utilizar el mismo aceite para freír en cinco o más ocasiones? (Preguntas y respuestas)	4	156
Frutas de estación	14	674
Huevo		
El huevo	8	380
¿Hay maneras de conocer si un huevo se encuentra o no en buen estado? (Preguntas y respuestas)	2	61
¿Son más nutritivos los huevos de cascarrón blanco que los rojos o cafés?	4	157
La comida es algo más... que el simple comer	8	349
La comida mexicana prehispánica	12	588
La miel	15	721
La mitad del mundo sufre desnutrición (El consumidor en el mundo)	14	677
Los cocineros tienen la palabra	13	625
Los refrescos excitan (Preguntas y respuestas)	18	44
Leche		
El consumismo de leche en polvo (El consumidor en el mundo)	20	46
Leche materna y los sustitutos	7	326
Leche materna: sigue siendo la mejor	20	26
Las cosas al natural (El consumidor en el mundo)	4	148
Naranjas y naranjadas	5	214
No muchas cosas sino mucho	2	65
No sólo de verduras y cereales vive el hombre	20	37
Para comer mejor y barato	16	769
¿Para qué sirven los alimentos?	15	735
¿Pavos?	10	489
Peligroso el consumo de alimentos en recipientes de barro (Noticonsumo)	8	346

	Número	Página
¿Sabía usted que...?	2	89
60 Millones de piezas postales (Notas de consumo)	10	474
600 mil mensajes manejará teléfonos este mes (Notas de consumo)	10	475
Usar, pero no abusar	1	39
Una hierba para prendas delicadas (Hágalo usted mismo)	18	47
20 muertos y 60 heridos, y robos por 4 millones de pesos en la primera posada (Notas de consumo)	10	475
28 comercios clausurados por violar precios (Notas de consumo)	10	475
Vinagre, limón y sal (Hágalo usted mismo)	18	47
Voracidad de los particulares con el alza de los autos (Noticonsumo)	8	346

PRECIOS

¿A cómo el kilo?	8	355
Comparar precios es la clave: una campaña de electrodomésticos	17	38
Las transparencias de precios vistas desde dentro	7	309
Precios-precios-precios (Transparencias)	6	264
Resultados de una campaña (Útiles escolares)	20	34
Útiles escolares	9	406

PRESUPUESTO HOGAREÑO

Ganar comprando	2	83
Hay que saber cuánto dinero entra y cuánto sale	1	17
Las cuentas claras y el chocolate espeso	5	209
Más barato por docena	12	594
Plan de protección al salario de 1978	11	544
Precio unitario	4	161

	Número	Página
CONSUMO Y COMERCIO		
¿A qué hora trabajamos?	11	551
¿Boticas o farmacias?	11	502
55.000 visitantes registrados en el puerto de Acapulco (Notas de consumo)	10	475
Coloniales... pero no tanto (Muebles)	16	762
Cómo comprar aparatos electrodomésticos	15	715
Cómo comprar un auto usado	1	6
Cuánto le cuesta al padre el día del padre	16	776
El encanto del arte popular	17	26
El regateo como juego útil	15	743
El coche que le conviene	10	474
El tarot: la ilusión como objeto de consumo	20	42
En La Merced: las peripecias de la papa	5	228
Exoende árboles de navidad el mercado más grande de México (Notas de consumo)	10	474
Filosofía del buen consumidor (El consumidor en el mundo)	2	53
La industria automotriz	20	4
La lagunilla: desde una pluma hasta un baúl	17	31
La otra vida del libro	16	790
La sociedad en que vivimos	13	639
La voz de los consumidores	20	46
Las ópticas	9	422
Libros y librerías	11	515
Los consumidores españoles se agrupan	46	46
Los pros y los contra de La Merced	18	15
Mercados sobre ruedas	9	339
Ninguna mella hizo la devaluación en el capitalino afecto al árbol de navidad (Notas de consumo)	10	474

	Número	Página
Pescado		
Avanza la investigación de la harina de pescado (Notas de consumo)	1	19
Bacalao noruego (El consumidor en el mundo)	2	53
¿Barato y todo el año? Claro, el pescado	7	304
Bueno, barato y balanceado	3	114
Coma pescado... pero no muerda el anzuelo	13	614
¿Es un buen alimento el pescado? (Preguntas y respuestas)	2	62
Los ocho cómo del pescado	13	622
Mayro, juniro, juliro y agosto	4	166
Pescado: consumo y contaminación (El consumidor en el mundo)	13	612
¿Pierden calorías los alimentos congelados? (Preguntas y respuestas)	12	577
Prohíben la sacarina en los EE.UU. (Noticonsumo)	8	346
¿Se alteran los alimentos cuando se cuecen o conservan en recipientes de acero inoxidable? (Preguntas y respuestas)	12	577
Singular campaña cubana (El consumidor en el mundo)	2	52
¿Son de igual calidad todas las proteínas? (Preguntas y respuestas)	12	577

AMBIENTE

¿Aerosol o bomba? (El consumidor en el mundo)	19	46
La contaminación del ruido	8	366
La contaminación, nuevo daño a la salud (El consumidor en el mundo)	1	35
La rata, peligro mundial	8	372
Nada se salva	19	36
Una cuestión de supervivencia	20	17
Un veneno llamado plomo	17	119

	Número	Página
¿Usted cómo distribuye su gasto?	11	547
Vivir con poco	1	42
PUBLICIDAD, MEDIOS E INNOVACIONES		
Control y autocontrol publicitarios (El consumidor en el mundo)	12	571
Cuidado con los anuncios-trampa (Renta de departamentos)	18	12
Información vs. publicidad	7	301
La mujer biónica	16	793
La promoción de cosméticos quedará prohibida en Italia (Noticonsumo)	8	347
Médicos en el aparador (Publicidad médica)	17	29
Minitrampas	6	249
Minitrampas	5	232
¿Qué dientes tan blancos tienes!	19	12
¿Sirven las etiquetas? (El consumidor en el mundo)	18	45
Variable, cambiante (Las innovaciones)	4	187
Variable, cambiante (Las innovaciones)	1	20

RECREACION Y TIEMPO LIBRE

¿Aburrido el D.F.? ¿No, hombre..., qué va!	3	130
De Chapultepec, algo más que conocer	17	34
Diversiones dominicales	4	177
Los espacios para jugar	14	689
Pregúntale a tu hijo	5	224

REPORTAJES

Drama y espejismo del box	6	281
¿Fiestas sagradas o profanas?	10	470

	Número	Página
No cuesta mucho decorar su casa	13	654
Nochebuena en el D.D.F. (Notas de consumo)	10	475
Psicología infantil y consumo	12	564
Supermercados: ¿Es posible no caer en la trampa?	17	4

CREDITO

Crédito contra abusos: Fonacot	1	16
El crédito en tarjetas	2	80
El crédito automotriz	8	344
Las ventas a domicilio	1	37

CULTURA

Cine infantil: ¿Quién piensa en los niños?	19	41
Discos: la maquinaria del éxito	17	20
La fotonovela invade México	5	236
La serpiente y su cola (cuento)	15	749
Los trabajos de la ballena (cuento)	17	44
Miscelánea cultural	16	798
¿Por qué sus hijos no puede leer los autores que usted lee?	14	695

EDUCACION

Academias comerciales	15	731
Educación musical infantil	15	745
El karate: disciplina y negocio	18	21
El regreso a clases	18	32
Jardín de niños: antesala de la escuela	14	666
Los idiomas como mercancías	14	692
¿Por qué no leen los adolescentes?	19	30
Talleres de expresión infantil	18	41

	Número	Página
¿Está quemado un aceite de coche cuando a simple vista es negro? (Preguntas y respuestas)	4	156
¿Existe algún método sencillo para quitar las manchas de pasto en la ropa? (Preguntas y respuestas)	5	204
Fregar barato (Hágalo usted mismo)	18	47
Funerarias: in articulo mortis	4	150
Funerarias: un lúgubre negocio (El consumidor en el mundo)	19	46
Guarderías	13	634
¿Hay algunos lentes contra el sol mejores que otros? (Preguntas y respuestas)	6	251
¿Hay alguna fórmula casera que dé los mismos resultados que los aromatizantes comerciales para la cocina? (Preguntas y respuestas)	5	205
La vida útil de los productos (El consumidor en el mundo)	20	47
Las bicicletas y los accidentes domésticos (El consumidor en el mundo)	20	47
Lea por favor: éste sí es un asunto de vida o muerte (El consumidor en el mundo)	5	196
Limpia cristales (Hágalo usted mismo)	18	46
Los taxis: conflicto sobre ruedas	12	573
Ollas de presión (El consumidor en el mundo)	2	52
Pagos extra por el manejo de correspondencia de fin de año (Notas de consumo)	10	474
Para andar en bicicleta	12	601
Planeación familiar	14	662
Previsión para el futuro (El consumidor en el mundo)	2	53
¿Puede un fotógrafo profesional conservar los negativos de las fotos de sus clientes? (Preguntas y respuestas)	12	577
¿Pueden volverse a procesar los empaques plásticos ya desechados? (Preguntas y respuestas)	5	205
Relojes digitales	5	234
Refrigeradores blancos: los mejores (El consumidor en el mundo)	20	47

	Número	Página
¿Puede un policía auxiliar impedir arbitrariamente que un coche se estacione...? (Preguntas y respuestas)	6	250
¿Pueden ser suspendidas las multas de tránsito en caso de inocencia del conductor? (Preguntas y respuestas)	6	251
¿Puede una tienda o negociación rehusarse a regresar el importe de una botella? (Preguntas y respuestas)	9	398
Quejarse sí... pero ¿cómo?	17	22
¿Son legales las leyendas "si su prenda no es recogida en 30 días"...? (Preguntas y respuestas)	6	251
¿Puede un casero aumentar la renta arbitrariamente...? (Preguntas y respuestas)	6	250
¿Tengo derecho a podar un árbol del vecino si sus ramas invaden mi propiedad? (Preguntas y respuestas)	9	398

ORIENTACION GENERAL

Aproveche el centro de medición y diagnóstico (Autos)	2	52
Cómo pueden conservarse los discos en buen estado (Preguntas y respuestas)	12	577
¿Cuánto cuesta casarse?	16	758
¿Cuánto cuesta nacer en México?	8	369
¿Cuánto tiempo se conservan en buen estado los productos de belleza? (Preguntas y respuestas)	5	204
¿Dañan a las prendas de telas sintéticas los blanqueadores? (Preguntas y respuestas)	4	156
¿De veras quiere usted una mascota?	11	548
Deportes: al alcance de todos	19	26
Dos camas grandes para un espacio pequeño (Hágalo usted mismo)	20	44
El destape de los plomeros	16	768
El seguro de vida	11	539
¿Es posible devolverle el brillo a las ollas de aluminio? (Preguntas y respuestas)	4	157
¿Es posible probarse camisas y ropa interior en los almacenes? (Preguntas y respuestas)	9	398

	Número	Página
ENERGETICOS		
Ahorro de gasolina: una consigna de todos	20	13
Ahorro de energía eléctrica	11	555
El consumo del agua	2	91
Hidrocombustible para los coches (Notas sobre consumo)	1	19
Los europeos contra el derroche de energía (Consumidor en el mundo)	18	44

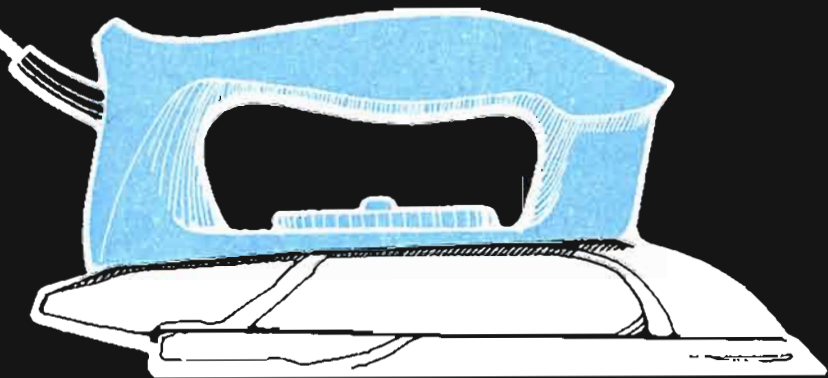
ESTUDIOS COMPARATIVOS

Bicicletas juveniles	15	726
¿Sabe usted comprar una camisa?	8	360
Trece marcas de cereales industrializados	3	119
Trece marcas de consomés concentrados de pollo	2	70
Desodorantes y antitranspirantes	6	254
Detergentes	12	580
Encendedores desechables	7	315
Jabones de tocador	13	627
Pañuelos desechables	11	521
Papel sanitario con "florecitas": 51% más caro	16	785
Pastas dentales: cepillarse, pero ¿con cuál?	19	4
Cinco marcas de pilas	3	102
Ocho marcas de planchas	1	22
Refrigeradores	9	412
Televisores blanco y negro	14	678

ENTREVISTAS

Agustín, José	4	176
Almazán, M.A.	7	300
Alvarez Gayou, Juan Luis	11	529
Angélica María	4	164

Cómo comprar planchas



ATIENDA SUS NECESIDADES

- ¿Cuánto tiempo plancha usted a la semana? En caso de que sean más de dos horas, le conviene una plancha cuyo consumo no sea mayor de 800 W. Menos de 2 horas, le conviene una plancha de 400 w.
- ¿Qué tipo de planchas acostumbra usar? Las telas gruesas de algodón, tales como sábanas, fundas, pantalones de mezclilla, requieren de toda la potencia de la plancha. Todas las ligeras, tales como pañoletas, vestidos de poliesteres, ropa interior de nylon, camisas de popelina, requieren temperaturas medias o bajas, lo cual se logra con planchas de bajo consumo (400 w).
- En las telas gruesas se facilita su planchado con plancha no muy liviana, y para las telas delgadas, la plancha liviana.

LAS DIFERENTES PLANCHAS

- Escoja usted las planchas de potencias no mayores de 800 w.
- Busque que el cordón de alimentación sea de unos 2 metros o más.
- Se ha demostrado que para planchar en húmedo, todavía es mejor el tradicional trapo de algodón humedecido. Sopesese contra el gasto y cuidados especiales que implica una plancha de vapor.
- No se deslumbre por una plancha que trae mucho colorido y la indicación de varias telas que ni existen en el mercado. En la práctica sólo suelen utilizarse las posiciones de temperatura baja y media, ocasionalmente la alta.
- Prefiera planchas con termostato, evite riesgos innecesarios.
- No adquiera una plancha si antes no se la han probado. Revísela detenidamente.

NO OLVIDE:

- Comparar precios. Una misma plancha puede encontrarla hasta en un 30% más barata en otro sitio.
- Aprovechar ofertas ocasionales, siempre y cuando sean planchas nuevas.
- Exigir el Certificado de Garantía correspondiente. Asimismo solicite instrucciones y atiende sus indicaciones.





Los peligros de la ropa sintética

Para muchos, el noble e inofensivo algodón es sinónimo de "pobreza". Grave error. Gran cantidad de afecciones cutáneas es provocada por algunos colorantes y aditivos de las telas sintéticas, que destruyen las defensas naturales de nuestra piel.

Para mucha gente, la palabra "mercaptobenzotiazol" (MBT) pudiera ser un trabalenguas. Para un químico industrial, sin embargo, es uno de los compuestos químicos utilizados en la fabricación del caucho o goma elástica y en algunos textiles sintéticos. Y para un médico dermatólogo puede ser la causa de algunas de las numerosas afecciones cutáneas de sus pacientes.

Miles de elementos con nombres tan enmarañados como el del MBT conviven a diario con nosotros: andan en nuestros zapatos, impregnan nuestras prendas de vestir sintéticas, se esconden bajo el brillo de los artefactos domésticos, duermen en nuestra propia cama, y no sabemos que pueden ser invisibles, enemigos nuestros, tan feroces algunos como muchos virus y bacterias. Numerosos de esos compuestos químicos modernos pueden provocarnos —sin que lo sepamos, generalmente— serias afecciones cutáneas que los especialistas llaman **dermatitis o eczemas por contacto**.

El químico industrial busca constantemente fórmulas nuevas para mejorar las telas sintéticas, por ejemplo, pero no siempre supone (o no le importa) que un prolongado contacto de ese compuesto con la piel resultará

altamente nocivo para nuestra salud. Especialmente en los últimos diez años, el avance de la cantidad y variedad de las telas de fibras sintéticas es impetuoso. A la vez, se acusa un notorio retroceso de las telas del noble e inofensivo algodón que para muchos hogares latinoamericanos prejuiciosos es sinónimo de "pobreza". Grave error.

Un muro llamado piel

Nuestra piel —no está demás recordarlo— es una maravillosa barrera natural del organismo humano que lo protege de los numerosos agentes patógenos (de **pathos**: enfermedad) externos. "Respiramos" por nuestra piel. Diversas toxinas internas son eliminadas a través de los poros mediante el sudor. Es una especie de sensible reóstato que regula la temperatura de nuestro organismo.

No obstante, la capacidad defensiva de esta fabulosa envoltura humana es muy variable de un individuo a otro y entre las distintas zonas cutáneas de una misma persona. La primera línea de defensa de la piel es una película superficial compuesta de suero, sudor y componentes de la epidermis (llamada también capa córnea). Cuando esta película se

destruye, por ejemplo, por la acción de detergentes o disolventes, tarda varias horas en regenerarse. Pero la principal línea defensiva está en la propia epidermis, compuesta de **queratina** y otras sustancias que conservan el agua. La prodigiosa capacidad de plegamiento de la piel depende del contenido acuoso de la capa córnea más que del contenido graso de la superficie. Cuando las sustancias que mantienen el agua son insuficientes o se eliminan excesivamente por el uso reiterado de detergentes y disolventes o por el contacto prolongado con ciertos elementos químicos externos (por ejemplo, de telas sintéticas), la piel se cuarteja con facilidad. Su proceso regenerativo demora entre tres y cuatro semanas.

La sequedad o humedad excesivas de la piel también debilitan su poder defensivo. La sequedad puede producirse por falta de humedad ambiental, como ocurre en invierno en el interior de las casas con excesivas instalaciones de calefacción. La humedad abundante, originada por el contacto permanente con el agua o por el aislamiento hermético debido a prendas sintéticas muy ceñidas, aumenta la permeabilidad de la piel.

La alteración o ruptura de estas defensas naturales dejan el

campo libre a las dermatitis por contacto y otras afecciones cutáneas.

Las misteriosas dermatitis o eczemas

Eczema o **dermatitis** son los nombres de ciertos tipos de irritaciones o inflamaciones de la piel provocadas por factores no siempre bien identificados, ni necesariamente todos de origen externo.

Para informar al lector de estos males muy frecuentes, hemos recurrido a un especialista, el doctor Benjamín Pereyra, dermatólogo de la Clínica 17 del Instituto Mexicano del Seguro Social, ubicada en Av. Legaria, cerca de Tacuba.

Según este experto, existen cinco tipos de dermatitis por contacto: irritativa, alérgica, tó-



Doctor Benjamín Pereyra: los colorantes no son inofensivos

xica, fototóxica y fotoalérgica. Las tres primeras —que nos interesan particularmente para los objetivos de este artículo— son provocadas por el contacto directo, físico, con la sustancia nociva. Las dos últimas pueden presentarse al exponerse la piel a la luz ultravioleta, como sucede en un contacto prolongado a la luz solar.

En conjunto, estos tipos de dermatitis superan el 10 por ciento del número de consultas de un consultorio dermatológico. Todas ellas, según el doctor Pereyra, originan reacciones cutáneas que van desde la modesta picazón pasajera hasta pústulas o inflamaciones graves caracterizadas por secreción, ampollas y descamaciones epidérmicas de rebelde curación.

Como muchos diagnósticos médicos, el de un dermatólogo es complejo. Son incontables las causas habituales de una dermatitis o eczema: agua, luz solar, detergentes, ácidos, diluyentes, anilinas, aceites, plantas, calor, polen, humedad, frío, lanas, pelos, luz ultravioleta, diversos ungüentos y pomadas, y hasta el roce, la presión y los vulgares rasquidos. Como señalábamos, la propensión varía entre un individuo y otro, y entre las diversas zonas cutáneas de una misma persona. Se demuestra así lo que

LA OFENSIVA DE LAS FIBRAS ARTIFICIALES

En México, como en el resto del mundo, se ha registrado en los últimos años un notorio incremento en la producción y consumo de fibras y telas sintéticas en detrimento de las del legendario algodón.

La menor producción de algodón en bruto es obviamente un síntoma. Según cifras proporcionadas por la Dirección General de Asuntos Algodoneros, la cosecha 1977-1978 en México fue de 1.623.792 pacas (220 kilos cada una); sin embargo, se espera

para el próximo ciclo cosechar sólo alrededor de 1.500.000 pacas, debido a que ciertas zonas algodonerías serán destinadas a otros cultivos agrícolas.

El Banco Nacional de Comercio Exterior de México anota por su parte otras elocuentes estadísticas:

— La producción nacional de fibras no celulósicas (acrílicas, poliéster, poliamídicas, nylon, etc.) se elevó de 73.541 tons. en enero-mayo de 1977 a 84.686 tons. en el mismo periodo de 1978 (aumento: 15.2 por ciento).

— La producción nacional de fibras celulósicas (acetato, viscosa, rayón, etc) se elevó de 13.627 tons. a 26.092 tons. en igual periodo (aumento: 76.8 por ciento).

— La importación mexicana de hilados y tejidos de fibras sintéticas o artificiales se incrementó de 2.044 tons. en enero-mayo de 1977 a 2.582 tons. en igual lapso de 1978.

Estas cantidades son, indudablemente, reveladoras de la ofensiva impetuosa del plástico en el mundo del consumidor contemporáneo.



Las prendas interiores, los guantes de hule y hasta los huaraches pueden originar afecciones cutáneas

el célebre fisiólogo francés Alexis Carrel afirmaba en su obra "El hombre, un desconocido": No hay enfermedades, sino enfermos.

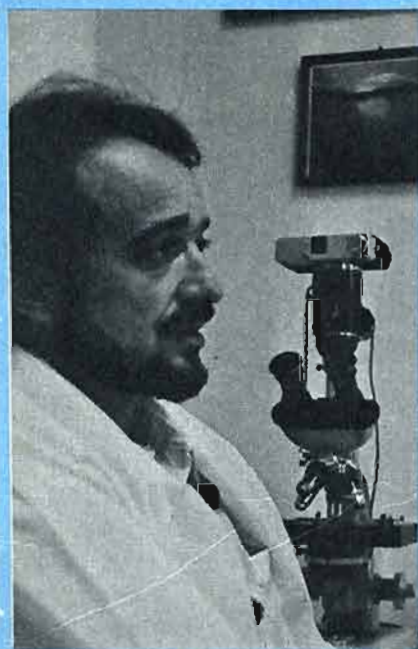
Respecto de la posibilidad de que las telas sintéticas sean responsables de algunas afecciones cutáneas, el Dr. Pereyra afirma enfáticamente: "Salvo algunas reacciones alérgicas — poco frecuentes — provocadas por el contacto con prendas de ves-

tir confeccionadas con Nylon 6-6, por ejemplo, las telas sintéticas son inofensivas por sí mismas, pero no puedo decir lo mismo de los colorantes y otros aditivos utilizados en su fabricación. Además, la impermeabilización casi absoluta de los textiles ciento por ciento sintéticos, a través de prendas interiores de uso permanente (pantaletas, brassieres, slips, camisetas, camisas, calcetines, zapatos) generan

un proceso de humidificación (excesiva humedad) y maceración (engrosamiento e hidratación) de la piel que debilitan o eliminan sus defensas. Ello permite la invasión y el caldo de cultivo de hongos, bacterias y otros microorganismos, causantes de diversas afecciones cutáneas: micosis o 'pie de atleta', impétigos, tiñas, foliculitis, etc."

En ciertos casos, aquellas mujeres no demasiado adictas a un

CUIDADO CON LOS DETERGENTES



Doctor Ramón Ruiz Maldonado

"Aunque no se dispone de estadísticas al respecto, puedo asegurar que las personas que usan prendas íntimas confeccionadas con fibras artificiales, tienen el 80 por ciento de probabilidades de desarrollar alguna afección cutánea".

La categórica afirmación, formulada por el doctor Ramón Ruiz Maldonado —perteneciente al Servicio de Dermatología del Hospital del Niño DIF—, coincide con la de muchos especialistas. Pero además, el doctor Ruiz Maldonado subraya otro aspecto de este problema, que muchas veces no se toma en cuenta.

"En efecto —explica—, es importante destacar que el uso de detergentes de los llamados biológicos, agrava los riesgos de la ropa sintética. Si a una prenda lavada con este elemento y convenientemente enjuagada y seca,

la sumergimos en una cubeta con agua, veremos que todavía despiende detergente. Esto, en personas que tengan la piel un poco reseca o simplemente sensible, provoca irritaciones, alergias y dermatitis. Por eso, a quienes vienen con este tipo de problemas les recomendamos lo siguiente: todas las prendas que están en contacto directo con la piel deben ser lavadas con jabón que no contenga detergentes".

Por último, el doctor Ruiz Maldonado brinda otro valioso consejo: "No se puede negar que las prendas sintéticas suelen ser más resistentes, prácticas y baratas que las de algodón o lana. Sin embargo, yo recomendaría el uso exclusivo del algodón en las prendas íntimas. De este modo se evita el riesgo de muchas enfermedades de las que, a diario, atendemos en la consulta dermatológica".



Eczemas, micosis y dermatitis alérgicas son algunas de las enfermedades provocadas por las fibras artificiales

prolijo aseo íntimo suelen ser propensas a sufrir algunas infecciones provocadas indirectamente por la impermeabilidad de las telas sintéticas.

“Las pantaletas de algodón —afirma nuestro entrevistado— son más ventajosas que las de fibras artificiales, pues disminuyen los riesgos de infecciones urinarias provocadas, por ejemplo, por agentes patógenos que descienden desde los intestinos, bajan por el recto y penetran por el conducto vaginal. Lamentablemente, cada vez son más escasas en el mercado las prendas interiores de algodón frente a un consumo desorbitado —riesgoso en el fondo— de las sintéticas.”

Enemigos extraños e invisibles

Es vasta la falange de agentes químicos que a través de nuestra ropa, calzado y artefactos domésticos, fabricados a base de sintéticos, pueden provocarnos dermatitis o eczemas por contacto. Tal como señaló el doctor Peyre: las diversas telas sintéticas de nombres populares o comerciales (Nylon 6-6, Perlon, Terylene, Spandex, Dacron, Acrilon, rayón, Neopren, Terlenka, acetatos, etc.), en su mayoría derivados del petróleo, son inofensivas en sí, pero algunos de sus compo-

nentes (colorantes, pigmentos, estabilizadores, antioxidantes, conservadores, plastificantes y otros aditivos) son altamente tóxicos para la piel.

El médico sueco Sigfrid Fregert, miembro de un grupo internacional especializado en la investigación de la dermatitis por contacto, ha realizado un estudio pormenorizado de esos enemigos invisibles de origen químico que llevan nombres largos y extraños: parafenilendiamina, tributiltinóxido, monobenciléter de hidroquinona, paratoluendiamina, etc.

Veamos algunos casos concretos de esos agresores invisibles que acechan desde la sombra al consumidor: de telas sintéticas, peligro que fácilmente puede evitarse consumiendo artículos fabricados con el noble e inofensivo algodón.

Colorantes y otros aditivos

Las dermatitis provocadas por estos elementos se localizan frecuentemente en las zonas axilar, pectoral, la cintura y la entrepierna, donde el sudor libera las sustancias de la tela sintética y forma compuestos irritantes y tóxicos para la piel. Uno de los artículos que más predisponen a los eczemas son las medias, especialmente las medias negras, que

contienen gran cantidad de colorantes y provocan el llamado “eczema del luto”.

Caucho o hule sintético

Las dermatitis alérgicas por contacto debidas a productos derivados del caucho son frecuentes. En verdad, no es el caucho propiamente tal sino los vulcanizadores, antioxidantes y otros aditivos utilizados en su fabricación. Los guantes de hule empleados en labores industriales y domésticas son los que producen el mayor número de afecciones (entre el 80 y el 90 por ciento de los eczemas profesionales se localiza en las manos). Los calzones de goma para bebés; las fajas, ligas y brassieres de las mujeres pueden originar dermatitis de contacto. Igualmente los zapatos deportivos, las botas de goma y las sandalias y guaraches de plástico, así como las redes para el pelo, el esparadrapo y los preservativos.

Cromo

Compuestos de este metal utilizados en el curtido del cuero son liberados en contacto con el sudor corporal y provocan eczemas, por ejemplo, en el caso de usar zapatos sin medias ni calcetines. ①

Entretenido y pintar



barato: la casa

Las cuentas claras: todo le saldrá más barato si usted mismo pinta su casa. Algo sencillo si se conocen ciertos "secretos" del oficio.

Mucha gente piensa que hay trabajos caseros difíciles de realizar; el caso de pintar una casa suele considerarse uno de ellos, pero si se siguen algunas recomendaciones tal afirmación pierde significado.

Usted mismo puede dar brillo y color a su casa, lo cual, además de la satisfacción propia de pintar su hogar, le puede resultar mucho más económico.

Los expertos recomiendan pintar la casa por lo menos cada cuatro años para mantenerla en buen estado contra la acción del uso, el clima y los años. Ante esta situación, no gastar en mano de obra es un considerable ahorro, sobre todo si tomamos en cuenta que, comparada con el costo de materiales, la mano de obra es cara.

Con qué pintar

Existe tal variedad de pinturas que el consumidor no iniciado puede llegar a confundirse con facilidad. Las hay, en colores brillantes, ideales para molduras, adornos y maderas en general; en cambio, para paredes o techos se recomiendan semi mate o mate.

Un detalle que en ocasiones se pasa por alto al cambiar de color un muro, es la pintura original; hay que tener en cuenta que los claros cubren con dificultad a los oscuros, por lo que frecuente-

mente hay que darle una o dos manos más de las necesarias normalmente.

Hay pinturas, como la vinílica (mate), que se diluyen con agua, y otras que necesitan solventes, como los esmaltes y algunos barnices (brillantes), por lo que es necesario leer cuidadosamente las instrucciones del fabricante. Esto le indicará cómo diluir la pintura y cómo hacerla rendir más.

En cuanto a las brochas, la recomendada para pintar paredes es la de 10 centímetros de ancho, aunque una de 8 puede ser más cómoda para quien se inicia en estas labores. Brochas más pequeñas (de 5, 2.5 ó 1 cm) son ideales para pintar adornos, filetes y detalles pequeños.

Para algunas personas es más práctico pintar con rodillo, siempre y cuando se trate de pinturas diluidas en agua, pues con las otras pinturas se dificulta la conservación y uso del rodillo.

Un rodillo de 25 cm de largo es el más indicado, principalmente si es de cerdas en lugar de esponja.

Cómo conservar los materiales

Es muy importante que mientras no utilice la pintura la mantenga bien tapada, así evitará que se seque y pierda sus propiedades.



Pintura, brochas y rodillo: no hace falta mucho más para pintar la casa

RECOMENDACIONES

- Al momento de calcular la cantidad de pintura, recuerde que los tonos claros cubren con dificultad a los oscuros.
- Para diluir la pintura, respete exactamente las indicaciones del fabricante.
- El rodillo resulta especialmente útil si usted va a trabajar con pinturas diluidas en agua.
- Si va a pintar un muro por primera vez, le conviene dar la primera mano con pintura muy diluida. Utilice sellador en el caso de maderas.
- Antes de pintar metales, aplique una capa de pintura antioxidante.
- No pinte exteriores mientras el sol pegue directamente.
- Si está trabajando con esmaltes o barnices, tendrá que extremar las precauciones. Recuerde que en estos casos, las imperfecciones son más notorias.
- Recurra al papel engomado (masking) para pintar los marcos de puertas y ventanas. Se le facilitará el trabajo y evitará imperfecciones.

Para conservar las brochas en buen estado, hay que cuidarlas con esmero; si pintó con pintura al agua hay que lavarlas con agua y jabón, escurrirlas y dejarlas colgadas, nunca en un recipiente con agua pues se dañan las cerdas. Si pintó con esmaltes o barnices, hay que usar aguarrás o thinner para lavarlas, de lo contrario las brochas conservarán residuos de pintura.

En caso de que su brocha se endurezca mientras esté pintando, humedézcala con el mismo líquido con que diluyó la pintura y séquela pasándola sobre un papel. Para limpiar los rodillos ruedelos sobre un periódico, lávelos con agua y jabón y escúrralos bien.

Cómo, cuándo y con qué

Lo más importante para que una superficie quede bien pintada es su preparación. Los especialistas recomiendan desprender la pintura que se esté descascarando, para lo cual recomiendan utilizar espátula o llana y cepillo de alambre, en caso de paredes con aplanado de cemento.

En el caso de la madera esmaltada, hay que aplicar removedor para quitar más fácilmente la pintura.

En ocasiones la pared tiene grietas y orificios. En esos casos hay que rellenar con yeso, estuco o blanco de España y, una vez que seque, pasar una lija muy fina para emparejar la superficie. Es importante limpiar bien la pared para que no se desprenda la nueva pintura.

Si se va a pintar un muro por primera vez, conviene dar la primera mano con pintura muy diluida. Si se trata de maderas, el sellador es muy útil. El sellador tapa los poros de la madera e impide que ésta absorba pintura innecesariamente.

Para pintar metales hay que eliminar todo el óxido y aplicar una capa de pintura antioxidante antes de usar el color.

Para las paredes exteriores se puede usar pintura vinílica, que ya viene preparada, o pintura a la cal que necesita preparar usted mismo; es muy sencillo y más barato. Para ello, hay que mezclar cal con agua hasta tener una mezcla no muy aguada y después agregar cola vegetal para que la cal no se desprenda; si lo desea, puede agregar algún colorante que se compra en las tlapalerías. Para pintar con esta pintura se recomiendan brochas de cerda larga.

No es conveniente pintar los exteriores mientras el sol pegue directamente, pues secaría muy rápido y se agrietaría la pintura; cuando la temperatura descienda 10 grados centígrados, deje de pintar y espere que se seque la pintura.

Para las paredes interiores se recomienda la pintura vinílica, no así en el baño y la cocina, donde es mejor el esmalte. Las puertas, ventanas y molduras en general quedan muy bien con esmalte brillante.

Cuando pinte una pared exterior empiece por la parte de arriba; aplique una capa delgada y

cubra una sección de ancho y alto aproximado de 40 a 60 cm con brochazos verticales y horizontales. Muévase lateralmente para pintar otra sección contigua.

Al pintar los interiores hay que poner cuidado para no pintar más de la cuenta. Si usa rodillo, primero pinte los bordes con una brocha. Es conveniente que coloque pedazos de cartón en los muros próximos. Si está pintando el marco de una puerta o ventana, coloque papel engomado (mas-

king) en la pared, pero hasta que esté seca, de lo contrario corre el riesgo de desprender la pintura al quitar el papel.

Quite la tapa de los interruptores y los contactos y cubra los pisos y los muebles con papeles o telas.

Por último, los especialistas recomiendan poner más cuidado al usar esmaltes o barnices, pues las imperfecciones son más notorias. Para ello, aconsejan no pasar la brocha donde aún no ha secado.

En general, recuerde que, si trabaja con brocha, deberá sumergir sólo una tercera parte de las cerdas en la pintura. Si utiliza rodillo, coloque la pintura en una palangana, de tal manera que cubra de uno a dos centímetros del rodillo, y no olvide rodarlo en la pintura para que se impregne en toda su superficie.

En todos los casos, es imprescindible que exista buena ventilación en la habitación donde se está pintando. **(4)**

¿QUE HACER ANTE UNA PARED CON HONGOS?

Si la pared que usted va a pintar presenta hongos (manchas negras o verdosas producto de la humedad), será necesario eliminarlos. Para ello, prepare una solución especial, diluyendo cinco cucharadas de sal común en un litro de agua, y agregando un cuarto de

litro de cualquier blanqueador clorado (de los que se utilizan para lavar ropa).

Aplique esta solución y déjela secar 5 minutos; después enjuague la superficie con agua y pásele un cepillo de alambre, hasta desprender la capa de hongos.



El "masking tape": ideal para marcos de puertas y ventanas.

Cuánto le cuesta pintar su casa

Para tener una idea del ahorro que significa el pintar su casa usted mismo, vamos a imaginar que quiere pintar un departamento de 2 recámaras, estancia, baño y cocina.

Todo esto representa una superficie aproximada de 310 metros cuadrados. Un pintor cobra alrededor de 11 pesos el metro cuadrado, por lo que en este caso usted tendría que pagar 3 mil 410 pesos, además del material.

En caso de que pintara usted mismo, solamente gastaría en material que, para pintar los 310 metros cuadrados, sería el siguiente:

una brocha	
de 10 cm	60 pesos
una brocha	
de 5 cm	15 pesos
una brocha	
de 1 cm	7 pesos
un rodillo	60 pesos
40 l. de	
pintura	3000 pesos
TOTAL	3 142 pesos

Se consideró que un litro de buena pintura alcanza para una superficie de 6 a 8 metros, según dicen los fabricantes. Su precio promedio es de 75 pesos el litro.

Los precios están considerados como promedio del costo que tienen los productos en una tlapalería, una casa de pinturas y dos tiendas de autoservicio. Por lo general, en las casas de pintura hay mejores precios, pero antes de comprar compare precios en distintos establecimientos.

CON SUMO CUIDADO

por: **dzib**
el romancero
enterrador



Tocó a una puerta la muerte
y a un casero se encontró
y éste le preguntó
que si quería posada
con un mes de depósito
y una renta adelantada
fiador bienes raíces
que sea pariente cercano
sin niños, ni chiquitos
aumento anual del diez cientos por ciento
los desperfectos no pago, lo siento
la muerte muy enojada
en hombros diciéndole se lo llevó:
Vámos a mi morada
es por toda la eternidad
y allí no pagarás nada.



Ya se los cargó la pelona
tras larga convalecencia
haciendo burla a su idea
de inmortal permanencia.
Los farmacéuticos eran
magnates muy afamados
aunque sus básicas sales
nunca a nadie remediaron,
pues eran adulterados
los mentidos antibióticos
y las falsas vitaminas
les cantaron el responso
a ritmo de diyodohidroxidoquinoínas.

La muerte no fue tan dulce
para aquel conchudo panadero
cuando la huesuda le reclamó:
Te has enriquecido
con huevos pútridos,
saborizante artificial,
peso incompleto
y echando mucho royal.
Dispénsame sólo definiendo
mi capital
Eso es harina de otro costal
¡Cuernos! No me sueltes más rollos
petatéate ahora mismo. . .
¡Que el horno no está para bollos!



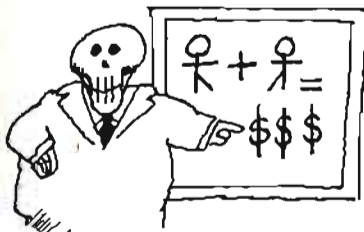
Para evitarles el frío de invierno
la flaca se apiadó de ellos
(se trata de los pobres avorazados
de la venta navideña)
los mandó al infierno
donde los están quemando con leña.



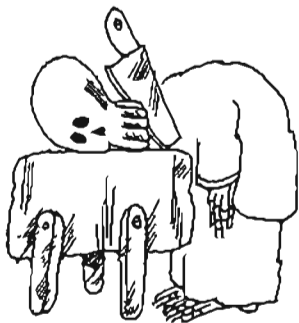
Madres, padres, y niños
con gran algarabía
con tinta pintaron su ataúd,
lo midieron con las reglas que vendía,
su mortaja fué de cinta adhesiva,
en una libreta escribieron su epitafio
que decía:
"Aquí yace un hambreador
cuyo último gesto
fue alterar los precios
de los útiles escolares
y de los libros de texto".



El "triste" payasito de la tele,
por andar de mercachifla
encontró su triste fin,
los niños se alegraron
cuando la muerte se lo llevó.
La parca desesperada
a este huerco expresó
haciéndolo sufrir;
que seas simpático,
que te pongas a pensar,
que hables como genta normal
eso no te lo puedo exigir,
pero creo que no estaría mal,
si es que payaso te sientes
que nos hiciera reír.



Murieron los empresarios de la particular educación, exentos del erario exprimían a padres, su rutinario tributario, caras colegiaturas, fiestas de fin de año, útiles innecesarios... pero la muerte con su esqueleto óseo calló la caja registradora del especulador negocio.



Quando esconden el lomo es cuando más joroban y por encarecer la proteína la muerte los ha diezmado por su actitud hostil no por mera rutina sino porque la carne no debe ser de-vil.



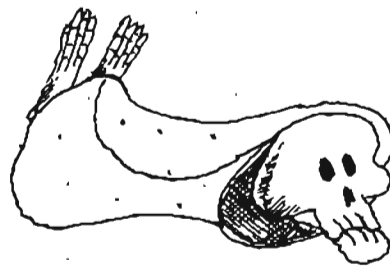
Ni pfo pronunciaron los avícolas vendedores del gallináceo producto, pues tanto lo acapararon que a las claras se vela que de moquillo y encamados, por su mala saña morirían.



Un productor de lácteos encontró su merecido, lo comió la muerte y ahí lo dejó tendido, por especular con calidad, precio y contenido, quiso respirar y resolló: No quiero que mi imagen se maltreche estoy en la lista negra porque me tienen mala voluntad y yo tengo "mala leche".



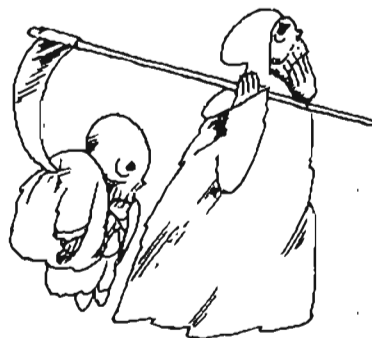
Los dueños de supermercados a la muerte indignaron con sus falsos descuentos y ofertas, nadie quiso enterrarlos, por su palabra muerta, blasfema por mercenarios y mentirosos la marcha fúnebre les tocaron y haciendo honor a su sistema su propia tumba autocavaron.



La "masa" bien formada no ha hecho ningún puchero, esperan pacientemente enterrar al tortillero por encarecedor y malvado además porque nunca les pesaba bien, pero eso sí... él era bien pesado.



Aquél que hizo de los funerales un lucro desmedido falleció repentinamente, no asistió ningún deudo dolido faltaron candelabros, coronas y cafecito caliente. La calaca ordenó sin ningún tapujo: ¡échenlo a la fosa común y cóbrenle servicio de lujo!



Y como colofón:

Que se los lleve la huesuda a todos los que participan en el brutal encarecimiento, y les de duro con su guadaña ¡pa' que les sirva de escarmiento!

dztb

Así se defienden en Europa

En toda Europa — e igualmente en Estados Unidos, Canadá, Australia o Nueva Zelanda — los consumidores han tomado conciencia de su situación de víctimas y han organizado su defensa.

La defensa de los consumidores ha dado lugar a muy distintos sistemas de organización y control más o menos eficaces. En algunos países, los consumidores se han organizado por sí solos y se autofinancian; en otros, el Estado es el principal protagonista de la protección al consumidor. Desde el juez especial para consumo (Ombudsman), hasta publicaciones de gran difusión, Europa presenta un interesante muestrario en este terreno.

Bélgica

Los organismos belgas de defensa del consumidor más importantes nacieron ya entre 1956 y 1959. La organización más importante en este campo es la Association des Consommateurs, que cuenta con doscientos mil miembros (recordemos que la población belga no llega a los diez millones de habitantes), y que se financia exclusivamente con base en las cuotas de los afiliados. Otras asociaciones son la Ufidec, que cuenta con setenta mil miembros, y la Ligue des Familles. El Estado no aporta subvención de ningún tipo, y tampoco existe organismo alguno oficial en que los consumidores dispongan de capacidad de decisión.

Francia

Desde el año 1950 se ha creado, de forma espontánea, un importante movimiento de defensa del consumidor. La Administración ha reconocido sus aspiraciones, hasta el punto de crear una Secretaría de Estado, cuya función exclusiva es ocuparse de estos problemas. La organización más importante parece ser la Union Federale des Consommateurs, que se ocupa, fundamentalmente, de problemas de información y educación.

Entre las publicaciones más importantes, destacan "50 millions de consommateurs" (medio millón de ejemplares) y "Que choisir?" (con doscientas mil suscripciones).

Dinamarca

En Dinamarca existe una organización de consumidores, financiada en un ochenta por ciento por el Estado. Por otra parte, una comisión oficial coordina la acción en este campo de organismos públicos y entidades privadas, al tiempo que realiza estudios sobre los proyectos de ley presentados por el Gobierno.

Desde hace doce años, Dinamarca cuenta con un "ombudsman", al que puede dirigirse cualquier ciudadano. El "ombudsman" danés recibe miles y miles de denuncias cada año, y responde individualmente a cada una de ellas.

Gran Bretaña

Junto con los Estados Unidos, Gran Bretaña es la patria de los movimientos de defensa del consumidor, nacidos antes de la última guerra. La más voluminosa y autorizada de las asociaciones es la Consumer's Association. Seiscientos mil asociados. No reciben ningún tipo de subvención del Gobierno; sus fondos proceden de las cuotas de miembros y de la venta de publicaciones, como el "Which?".

En Gran Bretaña existe un Ministerio de los Consumidores y una "Agencia" nacional de consumidores.

Holanda

Un 20 por 100 de las familias del país son miembros de alguna asociación de defensa de los consumidores.

Aproximadamente, la mitad de los miembros de este tipo de asociaciones lo son la Consumentenbond. Existe en Holanda también un organismo oficial, encargado del control de calidad de los productos en venta.

Alemania

También en Alemania se encuentra bastante desarrollado el movimiento consumista. Se dispone de más de 45 centros de consulta, establecidos en distintos puntos estratégicos del país por

una de las más importantes organizaciones de defensa de los consumidores, la Arbeitsgemeinschaft, Hauswirtschaft. El Ministerio Federal de Asuntos Económicos tiene una Comisión interministerial, encargada explícitamente de problemas relativos a los consumidores.

Suecia

La información y defensa de los consumidores constituyen parte de los programas del Gobierno desde el año 1940. De hecho, las funciones de protección y vigilancia son llevadas a cabo, fundamentalmente, por organismos públicos. Hace cuatro años que, junto al "ombudsman", se ha creado una entidad bastante similar, encargada de recoger las protestas y dirimir expresamente los problemas de los consumidores.

Suiza

En Suiza existen dos grandes asociaciones de consumidores, que hoy se encuentran agrupadas en una federación de ámbito nacional que recibe aportaciones financieras del Estado. Además, del Ministerio de Economía depende una Comisión, encargada de atender expresamente los problemas de los compradores y comerciantes.

En Suiza (e igualmente en Austria), el Parlamento está estudiando en la actualidad un proyecto de ley, en el que se prevé deducir un uno por ciento de los presupuestos de organismos públicos y empresas privadas para publicidad, para crear un canal de "contrainformaciones".

Recordemos, para terminar, que también a nivel europeo existen numerosas organizaciones, en las que se aglutinan otras de carácter nacional. Con independencia de la Federación Mundial de Consumidores, en Bruselas tiene su sede un "bureau" comunitario, cuya misión es de coordinación y representación de las distintas organizaciones nacionales de defensa de los consumidores, cara a los organismos de la Comunidad Económica Europea. (E)

Hongos comestibles: no son alucinaciones

Al oír hablar de hongos probablemente pensemos en hippies y alucinaciones; sin embargo, este menospreciado vegetal cuenta con variedades altamente nutritivas.



Entrar a la sección de hongos en alguno de los mercados que venden esta extraña planta comestible, es una experiencia interesante.

El inconfundible sombrero sostenido por un pie se presenta en diversas formas y nombres caprichosos: **escobetas, orejas, yemas, pie de pajarito, duraznillo y manacate**, que resultan difíciles de distinguir para quien no es experto en el conocimiento de los hongos.

En realidad, pocas personas lo son. Una de ellas es la doctora Evangelina Pérez Silva, investigadora del Instituto de Biología de la UNAM, quien nos explica que los hongos son

vegetales de una especie muy particular, ya que no tienen raíces, hojas ni flores; pero lo más curioso es que carecen de clorofila.

"Por esta razón —señala la doctora Pérez Silva— pueden ser parásitos, y obtienen su alimento gracias a otros seres vivos ya que no pueden producirlo por sí mismos".

Sin embargo su función en la naturaleza es importante, pues destruyen materias orgánicas en descomposición y las convierten en alimento de plantas superiores que a su vez son ingeridas por animales.

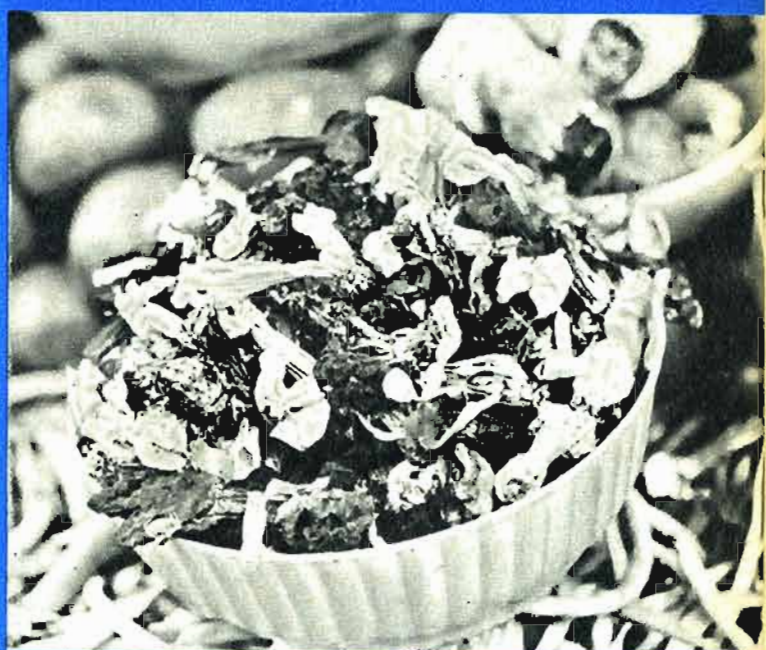
El hongo crece sobre materiales en descomposición como troncos viejos e incluso excrementos. Al hacerlo sobre las raíces de una planta, realizan la llamada "micorriza" que consiste en retener el agua con sales minerales que la planta necesita.

Los hongos y sus múltiples variedades

Hongos pequeños o grandes, blancos, amarillos o grises, existen cada vez en menor cantidad en algunos mercados de la capital (La Merced y el mercado de San Angel, entre otros) pues su consumo ha disminuido a pesar de que algu-

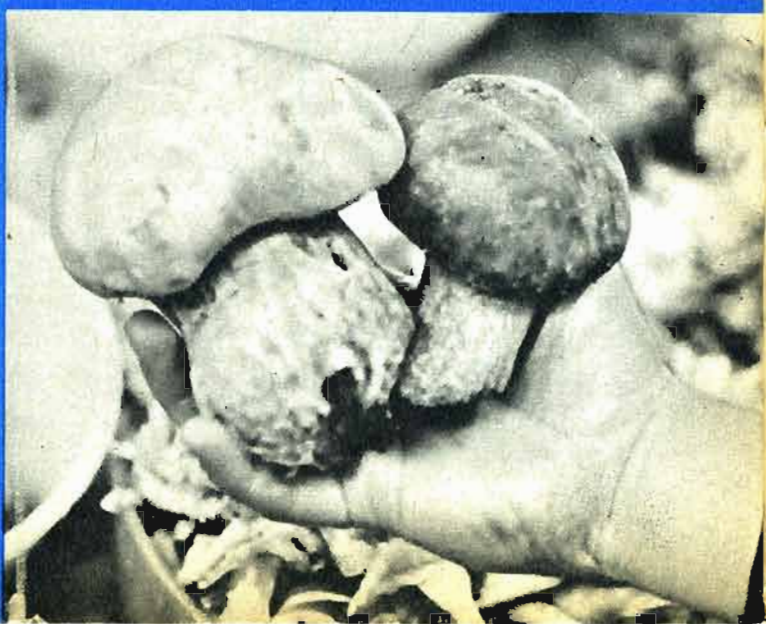
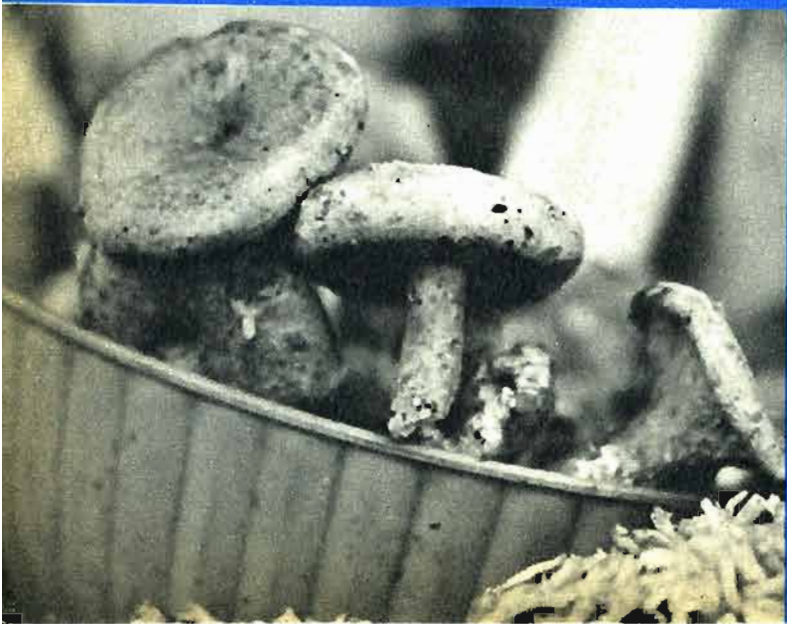


Hongo "coliflor" y hongo "pancita": dos de las múltiples variedades que existen en México



El "huítlacoche" y el "clavito": tan sabrosos como pintorescos

Para no correr riesgos, lo mejor es comprarlos en el mercado



nas variedades cuentan con un alto valor nutritivo.

Además de las clásicas especies diferenciadas por su característica forma de sombrilla, existen muchas más que ingerimos, sin saberlo, tanto en alimentos como en medicinas.

Los mohos, por ejemplo, con que se elabora la penicilina, son una variedad de hongos; de igual manera, estos parásitos ayudan a la producción de alimentos tan sabrosos y caros como el queso Camembert o el Roquefort.

Las levaduras también son hongos, por lo que todo alimento que requiera fermentación, como el pan, utiliza hongos. Lo mismo sucede con bebidas como el pulque, el vino o la cerveza.

Generalmente, estas variedades que acompañan a los alimentos, son microscópicas. Los que pueden observarse a simple vista se conocen como macromicetos o superiores: algunos llegan a medir hasta 60 centímetros de diámetro.

Dentro de las macromicetos se conocen más de 2 mil especies carnosas, aunque también las hay no carnosas y, por supuesto, no todas son comestibles. Algunos son sumamente tóxicos, otros alucinógenos y otros más con gran valor nutritivo.

Los hongos comestibles

Los hongos silvestres, que pueden ser comestibles, crecen en regiones boscosas o llanuras húmedas durante la época de lluvias, entre los meses de junio a septiembre, pero también los hay cultivables como los champiñones que

pueden adquirirse en cualquier época del año.

Una vendedora de hongos del mercado de San Juan, nos dice que el champiñón es muy sabroso, sobre todo preparado con carne de puerco. "Para eso—dice—hay que lavarlos bien, hervirlos con la carne y dorarlos. Después se les pone mole y quedan muy ricos".

Al comprar en los mercados no existen riesgos de encontrar hongos no comestibles, pues los campesinos que los recolectan son gran-

Mitos y verdades sobre hongos venenosos

Mucha gente experimenta temor a ingerir hongos por el riesgo de intoxicarse, mientras que otras personas tienen creencias erróneas con respecto a cómo distinguir los comestibles de los venenosos.

Green, por ejemplo, que si se pone a hervir una moneda de plata junto con los hongos y ésta se ennegrece, significa que son tóxicos, lo cual es completamente falso.

Otros piensan que si tienen larvas o gusanillos son comestibles, lo cual también es inexacto. **Si un hongo tiene larvas está semidescompuesto y puede hacer daño o provocar mal sabor en la comida, lo mismo que cualquier otro vegetal o alimento en mal estado.**

La mejor manera de estar seguros de que son comestibles es adquiriéndolos en lugares donde sabemos que los vendedores son expertos. En el caso de recolectarlos uno mismo, hay que asesorarse antes para reconocer las características físicas de los venenosos y los comestibles.

Tomando estas precauciones, podemos disfrutar de ellos con toda tranquilidad.

des conocedores; se puede ingerirlos con toda tranquilidad.

Una de las cualidades de este vegetal, además de su sabor, es su alto poder alimenticio. Su nombre, —que en náhuatl significa carne—, lo define perfectamente. Además, su consistencia y el aroma a carne asada que desprende cuando se le cocina en la plancha o comal, lo convierten en condimento ideal. También como platillo principal, constituye una comida succulenta y nutritiva.

Precisamente, es importante destacar que los hongos contienen hidratos de carbono, vitamina A, complejo vitamínico B y minerales como potasio, ácido fosfórico y cobre, lo cual conforma una importante gama de nutrimentos.

La tradición micófaga en México

Nanacamilpa es el nombre, de origen náhuatl, de un pueblo del estado de Tlaxcala. "Milpa" o "milli" significa lugar donde se cultiva y "nanácatl" es el nombre que nuestros antepasados daban a los hongos. Esto demuestra que, pese a que actualmente es un lugar árido, Nanacamilpa fue un lugar destinado al cultivo de los hongos y que los habitantes prehispánicos gustaban y consumían este alimento.

Hoy en día, la cocina mexicana tiene muchas recetas para preparar hongos, tan variadas como nuestra imaginación lo permita, así que si aún no los hemos incluido en nuestra dieta, ha llegado el momento de hacerlo. ⑥

El consumidor en el mundo

El ruido mata



Investigaciones realizadas en la Universidad de California en Los Angeles (UCLA), llegaron a la conclusión de que el ruido intenso puede provocar complicaciones cardiovasculares y enfermedades como la cirrosis.

Los habitantes que viven cerca de aeropuertos con gran densidad de tráfico aéreo —dicen los investigadores— corren el riesgo de sufrir una muerte prematura a causa del ruido.

Es por ello que el avión supersónico Concorde ha despertado miles de quejas por parte de los habitantes de Washington; esta aeronave ha llegado a producir 119.2 decibeles (unidad de intensidad sonora).

Sin embargo, estudios realizados en Madrid afirman que el máximo nivel de ruido no se registra en la calle o el trabajo, sino en la propia casa.

Una rasuradora eléctrica —dicen— produce 86 decibe-

les, la cisterna 80 y una batidora 82, mientras que en la calle somos perturbados por 79 decibeles. El automóvil llega a 72 y un camión puede alcanzar 80 al ser escuchado a siete metros de distancia.

Los investigadores españoles sostienen que el ruido de 80 decibeles no pone en peligro al aparato auditivo pero altera el sistema nervioso. Recomiendan no abusar de los aparatos eléctricos, pues aunque su ruido no sea molesto, a la larga puede producir males irreversibles.

Cuidado con los antibióticos

Estudios realizados en Inglaterra revelaron que la **penicilina** es un antibiótico inútil contra el catarro, pero que se receta en grandes cantidades, al igual que la **tetraciclina**, con la diferencia de que este último medicamento perjudica el proceso de dentición y predispone la caries en niños menores de 7 años.

Los españoles, por su parte, decidieron prohibir el cloranfenicol ya que se demostró que provoca una terrible enfermedad infantil llamada anemia aplásica.

Antes de esa disposición, el cloranfenicol era usado prácticamente para cualquier mal, sin saber que basta una dosis de ese medicamento para que se desarrolle la enfermedad. Y para muestra basta un botón: en una encuesta realizada en 33 farmacias de Madrid, los 33 farmacéuticos recetaron cloranfenicol para atender a una niña de siete años que padecía anginas.

Fraudes con el pan

En España se han descubierto acciones de adulteración de los alimentos, específicamente en el pan, que bien pueden ocurrir en otras partes del mundo.

Estas operaciones fraudulentas y peligrosas para la salud se llevan a cabo mediante el empleo de persulfato en el amasado de la harina.

La ventaja que obtiene el panadero al utilizar este compuesto químico —que suele usarse como abono o para niquelar metales— radica en que la masa sometida al persulfato tarda escasos minutos en completar su horneado, mientras que mediante el procedimiento natural necesita de dos a tres horas.

Además, el persulfato brinda una excelente presentación al pan, aunque haya sido fabricado con harina de baja calidad.

Este hecho no tendría nada de malo de no ser porque el persulfato destruye las vitaminas que tiene el pan y convierte el calcio en cal no asimilable por el organismo.

Por si fuera poco, es imposible descubrir la presencia de persulfato en el pan una vez cocido, por lo que las autoridades españolas se han visto obligadas a visitar las panaderías durante la noche para detectar posibles fraudes.

Los establecimientos que han sido sorprendidos con el uso o la sola tenencia de este compuesto, han sido multados con mil 250 dólares por cada saco de harina que normalmente elaboran.

Cosméticos: El precio de la belleza

El deseo de aparentar belleza y juventud es cada vez más caro.

Se calcula que este año, solamente en los Estados Unidos, se gastarán 9 mil millones de dólares en comprar cosméticos.

Las dos empresas más fuertes en este ramo, Avón y Revlon incrementaron sus ventas en un 35 por ciento.

Los expertos coinciden al señalar que este resurgimiento de los cosméticos se debe a que ahora también los hombres quieren ser bellos.

La publicidad ha logrado que los varones dejen de considerar a los cosméticos como exclusivos de la mujer y millones de hombres utilizan ahora perfumes, cremas y hasta maquillajes.

Pero eso no es todo. El organismo de Seguridad y Salud Laboral de los Estados Unidos descubrió que el uso y manejo de ciertos tintes de pelo pueden provocar cáncer.

En unión con el Instituto Nacional de Cáncer (de los EE.UU.) demostraron que la sustancia **2,4-diaminoanisol** es la causante del mal.

Posteriormente se descubrió que gran cantidad de personas que trabajaban en salones de belleza presentaron síntomas de cáncer. 



¡SUSCRIBASE HOY MISMO!

• *La Revista del Consumidor le da los mejores consejos para comprar mejor*

• *Le abre los ojos, le ahorra dinero, le evita problemas y sorpresas desagradables*

**100 pesos
(los 12 números)
Y le puede
ahorrar...miles**



revista del
consumidor

Envíe la cantidad de \$ 100.00 M.N. (Cien pesos 00/100) en cheque o giro postal a favor del Instituto Nacional del Consumidor por concepto de suscripción anual (doce números) a Insurgentes Sur No. 1871-3er. piso, Departamento de Difusión, México 20, D.F.

Nombre _____

Dirección _____ Tel: _____

Ciudad _____ Z.P. _____

Recorte este cupón 

Hágalo usted mismo

En los últimos años ha sido espectacular la proliferación de productos desodorantes y antitranspirantes, apoyada por una campaña de publicidad que constituye un verdadero bombardeo psicológico, conducente a crear en nosotros el complejo de "ciudadano marginado por sucio y maloliente". Muchos de estos productos (prometedores de rotundos éxitos frente al otro sexo) son causa de alergias y dermatitis, y en cualquier caso resultan caros.

Sin embargo, existe una larga tradición en cuanto al uso de hierbas, infusiones y esencias naturales de propiedades desodorantes, que va desde los faraones hasta los cuentos de las mil y una noches y que, por desgracia, se va perdiendo en aras de un dudoso progreso.

Creemos que el consumidor "racional" debe conocer algo acerca de estos productos, que puede encontrar en la herboristería o en el mismo campo. Plantas tan corrientes como el tomillo, el romero, la salvia o la lavanda, por citar sólo las más notables, tienen propiedades

CORRESPONDENCIA CON DERECHOS POR COBRAR

Solamente en el Servicio Nacional

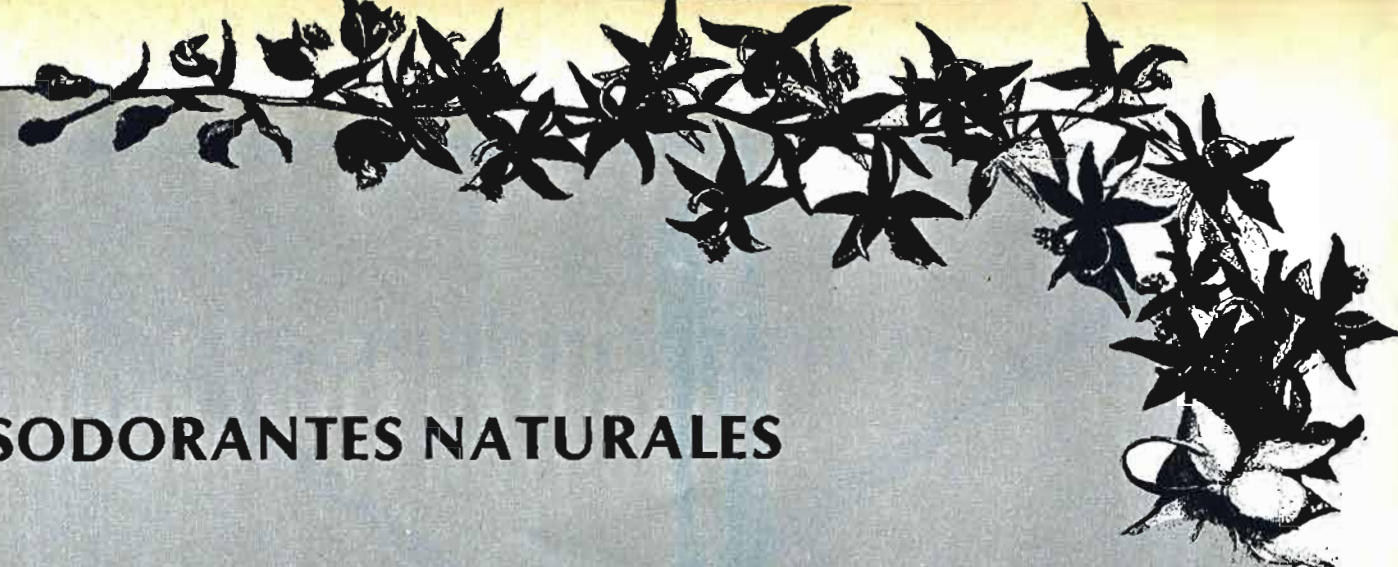
Primera Clase
Permiso
Postal
No. 3093



El porte será pagado por:

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

CON CARGO ADMINISTRACION No. 20
México 20, D.F.



DESODORANTES NATURALES

desodorantes y antitranspirantes. Estas plantas pueden utilizarse en polvo (previamente secadas y trituradas en el molinillo, de café) aplicándolas directamente sobre el cuerpo o bien en el baño, para lo cual se prepara una infusión de 200 gramos de hojas secas en dos litros de agua, que se añade al agua de la bañera. De todas las plantas mencionadas, la que produce una sensación más refrescante es la salvia.

Busque esencias

Como solución más rápida, aunque más cara, pueden utilizarse las esencias de estas plantas. Son suficientes unas pocas gotas en el baño o aplicadas en las axilas y plantas de los pies para sentir de inmediato su efecto refrescante. Estas esencias pueden adquirirse en algunas farmacias y herboristerías, a precios elevados, aunque interesantes en comparación con los de los desodorantes que existen en el comercio.

Si usted es aficionado a la alquimia, puede preparar una fórmula algo más sofisticada:

- 100 gramos de agua de hamamelis.
- 5 gramos de alumbre.
- 2 gramos de mentol.
- 100 gramos de alcohol de 90 grados.

Se disuelve por una parte el mentol en el alcohol, y por otra el alumbre en el agua de hamamelis algo templada. A continuación se mezclan las dos disoluciones y ya tenemos un excelente desodorante para varios meses.

No siempre es fácil encontrar el agua de hamamelis, pero también puede fabricarse en casa del siguiente modo:

En una cazuela (que no sea de aluminio) se ponen 250 centímetros cúbicos (es decir cuarto de litro) de agua fría. Se pone al fuego y se agrega un buen puñado de hojas de hamamelis. Se deja hervir a fuego lento y durante diez minutos y se filtra. Si el líquido obtenido es algo turbio, se filtra de nuevo.

En nuestro desodorante se une a la acción antitranspirante del alumbre, la refrescante del mentol. El agua de hamamelis actúa como tóni-

co cutáneo, vasoconstrictor y descongestivo, y el alcohol como conservante.

Para los pies

Para algunas personas, el sudor de pies constituye un serio problema. Nosotros les aconsejamos que además de usar las plantas de las que hemos hablado, al descalzarse y guardar los zapatos, echasen en ellos una cucharadita de alumbre, perborato potásico o salvia en polvo.

Si bien no debemos perder de vista que la transpiración es una forma que tiene el organismo de eliminar toxinas y que por lo tanto no debe inhibirse, también es cierto que algunas personas transpiran en exceso y ello les acarrea problemas en la piel. A estas personas les recomendamos que prueben de tomar una infusión de salvia todas las noches. Las infusiones se preparan echando una cucharadita de hojas secas en un cuarto de litro de agua hirviendo y filtrando con un paño limpio. Si en ello no encuentra mejoría, es mejor poner el caso en manos de un dermatólogo. (1)

La correspondencia

Señor Director:

Atentamente me permito dirigirme a usted para comentar el artículo titulado UN VENENO LLAMADO PLOMO, publicado el mes de julio en el número 17 de su revista.

Considero que el peligro que representa el plomo al ser ingerido a través del uso de implementos de cocina, no puede ser tratado a la ligera, no sólo por lo que representa como amenaza para la salud, sino por lo perjudicial que es para los artesanos dedicados a la producción de ollas, jarros y platos de barro de uso común.

Este tema ha sido estudiado por instituciones mexicanas y de los Estados Unidos, al grado que los norteamericanos prohibieron la entrada de la cerámica vidriada de nuestro país.

Ante esta situación la UNAM, a través del Centro de Investigación de Materiales, elaboró en 1973 un trabajo titulado "El problema

de la toxicidad en la loza artesanal mexicana". Sin tener pruebas de lo dañino de la loza, concluye que la única manera de remediar el peligro es elevar la temperatura de los hornos para evitar el desprendimiento de partículas de plomo.

En otra ocasión, el Comité Mexicano Pro-Artesanías y Artes Populares A.C. invitó a dos de sus miembros ceramistas, Louisa Reinoso y Alberto Díaz de Cossío, quienes señalaron que el grado de peligrosidad es mínimo porque con el uso de la pieza el plomo se fija y no causa daños, sobre todo cuando la pieza se lleva repetidamente al fuego.

También quiero mencionar un documento elaborado por la Dra. Flora Kaplan, del departamento de Antropología de la Universidad de Nueva York, y por el Ing. Gerald I. Spielholtz, del departamento de Química de la misma institución.

El título de su trabajo fue "La aplicación de un análisis

químico a un problema de antropología aplicado: un ejemplo mexicano", y en él señalan que tanto la revista "Good HouseKeeping" como "Reader's Digest" advierten la toxicidad del plomo en la cerámica mexicana, pero que extrañamente no se refieren a la cerámica procedente de Japón, Italia, Francia, Portugal y de la propia Unión Americana, a pesar de que también les encontraron un nivel tóxico.

La conclusión de estos científicos es que no puede asegurarse el peligro de la cerámica, y dado que los reportajes difundidos por prensa y T.V. han afectado a las comunidades que tradicionalmente hacen la cerámica en México, recomiendan al gobierno mexicano que continúe en las investigaciones y no se fíe de la única prueba proporcionada por la Administración de Alimentos y Drogas de los Estados Unidos. ①

Alberto Beltrán
ex-director de Arte Popular, SEP

FOTO-DENUNCIA

¡CUIDADO CON LA LECHE NO REFRIGERADA!

La leche requiere forzosamente refrigeración.
Sin embargo, algunos comerciantes
inescrupulosos venden leche que no cumple este
requisito. De este modo, su irresponsabilidad
pone en peligro la salud de muchos.
Evite riesgos: NO COMPRE LECHE EN ESTAS CONDICIONES



ESTA PROMOCION ESTABA FUERA DE LA LEY

Porque campañas como ésta, especulan con la escasa capacidad de los niños para juzgar la bondad de una corcholata o una colección.

Porque, además, esta promoción no contaba con la debida autorización que establece la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Por todo esto, la Secretaría de Comercio clausuró temporalmente a la Embotelladora Coca-Cola.

**EN CUMPLIMIENTO DE LA LEY
Y EN DEFENSA DEL CONSUMIDOR.**

LA GUERRA DE LAS GALAXIAS Y COCA-COLA

