

Revista del **CONSUMIDOR**

Procuraduría Federal del Consumidor • México • Número 357 • Noviembre 2006 • www.profeco.gob.mx • \$ 20.00 • ISSN 0185-8874

CONDONES

Los que están OK
y los que...
¡no pasan la prueba!

Queso tipo americano

¿Sabe si su marca
es de las que
no tienen proteínas?

 Desde ahora
busque el CAT
(la fórmula para
el crédito más barato)

 ¡Guau! ¡guau!
**Guía práctica para
elegir mascota**

 ¿Es dañino
**cocinar con
barro?**

Con esta
edición la revista
cumple 30 años.
¡Gracias por
su preferencia!

Sumario



4

Buzón del lector

8

Miscelánea del consumo

12

Alerta al consumidor

Los "alimentos funcionales"
no curan

14

Antipiratería

Louis "piratón"

16

Profeco en acción

Telefonía

22

El monedero

La fórmula para elegir
el crédito más barato

34

Infografía

Quesos tipo americano



46

Infografía
Condomes

48

A su salud
Alto al sida

66

Alimentación y nutrición

Barro, aluminio
y plástico,
¿son dañinos?

70

Profeco 30 años

Revista del Consumidor

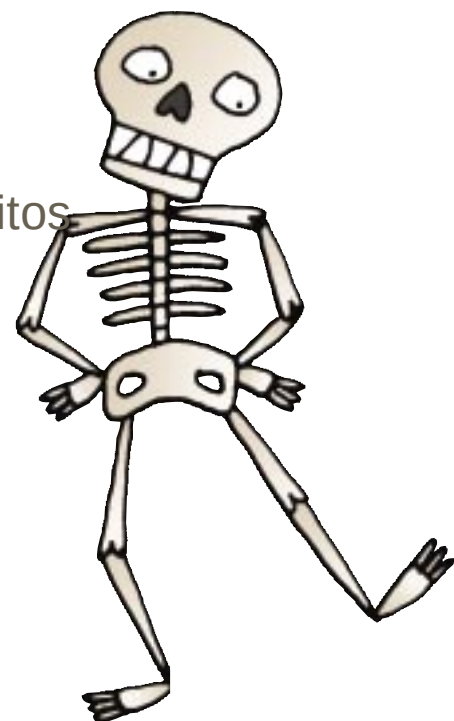
76

Pequeños
consumidores

Día de Muertitos

80

Avances





28

Quesos tipo americano

El Laboratorio Profeco reporta



52

Mascotas

Entrega especial



36

Condomes

El Laboratorio Profeco reporta

64 Para que arme su colección...



Mucbipollo

Platillo Sabio Profeco



Pan de muerto

Tecnología Doméstica Profeco

Directorio

Procurador Federal del Consumidor

Carlos Arce Macías

**Coordinador General de
Educación y Divulgación**

Luis Mariano Acévez Estrada

Directora General de Difusión

Mónica Braun Guillén

Revista del CONSUMIDOR

Director Editorial

Mateo Miguel García

Directora de Arte y Diseño

Norma Patiño Domínguez

Directora de Contenidos

Jacqueline Ruiz Gómez

Coordinadora Editorial

Alejandra Sánchez Plascencia

Jefe de Información

José Armando Aguilar Pérez

Reportero

Walter Jasso Anderson

Colaboradores

José Trinidad Camacho (Trino)

Sergio Lagarde Moguel

Editor Gráfico

Javier Caballero Sandoval

Jefe de Diseño

Víctor M. Gutiérrez García

Diseño

Mónica Miranda Villalba

Alfonso J. Solís Loza

Roberto Paz Amaya

Daniel Wilson Oropeza

Fotógrafo

José Rodríguez

Corrección

Adriana Hernández Uresti

Consejo Editorial

Carlos Arce Macías

Luis Mariano Acévez Estrada

Miguel Ángel Arreola Roque

Gabriela Hernández Cardoso

José Antonio Hernández Miranda

Raúl García Moreno Elizondo

Francisco Ledesma Llaca

José Rodrigo Roque Díaz

José Luis Aspuru González



SÍ AL CONDÓN

Tener una vida sexual plena conlleva muchos beneficios físicos y psicológicos, pero para poder alcanzarla es necesario que además de experimentar nuestra sexualidad sin prejuicios ni tabúes, lo hagamos también con mucha responsabilidad. Un embarazo no deseado o el contagio de enfermedades de transmisión sexual, como el virus del sida o del papiloma humano –que padece un alto porcentaje de la población mexicana sexualmente activa y que es la principal condicionante de cáncer cervicouterino–, son sólo algunas de las consecuencias que podemos sufrir por pensar que “esas cosas” sólo le pasan a los demás.

El condón bien usado es un excelente aliado para experimentar el sexo con entrega, amor y placer, sí, pero también con responsabilidad y tranquilidad, sabiendo que estamos protegiendo nuestra salud y la de nuestra pareja.

La efectividad del condón depende de su uso habitual y correcto, pero también de la calidad con que es fabricado, empacado y conservado, por eso el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor llevó a cabo un estudio de calidad de las marcas de condones que se comercializan en México, y si bien la gran mayoría pasaron las pruebas, los hay que son un riesgo por sí mismos. ¡Protéjase siempre! Le aseguramos que es una decisión de la que nunca se arrepentirá.

Le participamos también que este mes la *Revista del Consumidor* cumple 30 años de servir a usted, y vamos por más. ¡Gracias por su preferencia!

Comentarios y sugerencias: José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, delegación Cuauhtémoc. Apartado postal 20600, México, D. F.
Teléfono 5568-8722. Fax 5553-0574. rconsumidor@profeco.gob.mx

Publicidad institucional: 5211-7419

CRÓNICAS
de UN
CONSUMIDOR
COMPULSIVO

por:
TRINO



TRINO



Su opinión es importante

Envíenos sus comentarios acerca de la revista a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México D. F., o por internet a rconsumidor@profeco.gob.mx

Esperamos sus cartas*

No todo es lo que parece

Soy uno de los muchos asiduos lectores de la *Revista del Consumidor*, ya que me gusta estar informado sobre los precios y calidad de los bienes y servicios que consumo.

En esta ocasión, además de felicitarlos por su excelente labor, me permito sugerir que hagan un estudio de calidad sobre los polvos para preparar bebidas de soya, ya que varios de estos productos son un verdadero engaño, pues los fabricantes se aprovechan de que la gran mayoría de los consumidores no saben cómo leer las etiquetas.

Muchas madres mexicanas piensan que al dar a sus hijos estos polvos los ayudan a alcanzar un mejor desarrollo físico y mental, pero lo que en realidad están haciendo es dañar su salud debido a la gran cantidad de azúcar que contienen.

Les envío una muestra de un supuesto polvo para preparar bebida de soya que, según lo que dice su tabla nutrimental, mejor debería denominarse “azúcar con aditivos y una ínfima cantidad de proteína de soya”: cada porción de 15 gramos contiene solamente 1.53 gramos de proteína, contra 11.65 gramos de carbohidratos, que no es otra cosa que azúcar. En otras palabras, solamente el 10% de lo que los niños se toman es proteína, mientras el 77% es azúcar. Lo peor del caso es que el costo de un kilogramo de este polvo es de \$120.

Lo ideal sería que dentro del estudio se incluyeran los polvos que realmente contienen proteína en las cantidades que son adecuadas, tanto por su precio como por su valor nutrimental.

Rafael Oropeza Monterrubio



Agradecemos su preferencia y lo felicitamos por ser un consumidor que se informa, lee con atención las etiquetas y compara para obtener los mejores productos y servicios. Publicamos su carta para que los demás consumidores tomen las mismas precauciones que usted al adquirir estos polvos, y haremos llegar su sugerencia al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor para que la considere en la programación de sus próximos estudios de calidad.

* Las cartas enviadas a la *Revista del Consumidor* implican su consentimiento implícito para que sean editadas y publicadas. Sus datos personales quedan protegidos conforme a los *Lineamientos para la protección de datos personales* emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública).

Estas son las mañanitas...

La **Revista del Consumidor**
cumple 30 años de servir a usted
brindándole información de
calidad, veraz y oportuna para sus
mejores decisiones de compra.

¡Gracias por su preferencia!



Agua pura

Les quiero pedir que hagan un estudio de calidad de purificadores o filtros de agua para uso doméstico, en el que nos expliquen las ventajas y desventajas, calidad, marca y costo actual en el mercado de cada método de purificación. Agradezco de antemano su atención.
Joaquín Villanueva

En marzo de 2004 publicamos un artículo en el que explicamos cuáles son los diferentes métodos de purificación y filtración de agua que existen, así como sus ventajas y desventajas. Usted puede consultar esta información en el vínculo "Números anteriores" de la sección "Revista" de nuestro sitio en internet: www.profeco.gob.mx. También puede acudir a cualquier delegación Profeco o a nuestro Centro de Documentación (Cedic), ubicado en Av. José Vasconcelos 208, P.B., en la colonia Condesa de la Ciudad de México. Independientemente de lo anterior, enviaremos su sugerencia al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.



SAR-TEL

Centro de Atención Telefónica del SAR

Aclara tus dudas sobre el Sistema de Ahorro para el Retiro

Te daremos orientación y asesoría sobre:

- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Comisiones que **cobran las AFORES**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- Calculadora del SAR
La herramienta que te permitirá comparar entre Afores para apoyarte en tu decisión
- La **AFORE** en la que estás asignado
(Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al IMSS, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).

Teléfono :

01 800 • 5000 747

Horario de Atención

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

y Sábados de 8:30 a 15:30 hrs.

Servicio automático de Calculadora, e información sobre tu cuenta asignada, las 24 hrs. del día los 365 días del año.

Dime dónde compras... y te diré cuánto ahorras

Quién es quién en los precios



**El servicio que le ayuda
a comprar mejor**

**Captamos semanalmente los precios de
cientos de productos en una amplia red
de establecimientos en 23 ciudades del
país, para que usted pueda comprar mejor.**

Consulte la información de Quién es Quién en los Precios:

- En el Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722
- Visitando nuestra página electrónica:
www.profeco.gob.mx
- Solicitando un folleto gratuito en las delegaciones
Profeco del área metropolitana
- Además, con nuestro nuevo Sistema Interactivo, en
Internet, arme su canasta básica y vea en qué
establecimiento de la Ciudad de México ahorrará más.

**Para ahorrar y comprar mejor,
¡compare precios!**

Por Adriana Hernández Uresti



Foto Archivo

¿Vida de perros?

Parece que la suerte de algunos canes nada tiene que ver con la famosa expresión "vida de perro"; por lo menos no la de los peludos que vacacionan en el Top Dog Country Club, un centro de alojamiento canino, ubicado en Minnesota, EU, donde los inquietos huéspedes pueden elegir entre echarse sobre el pasto a tomar el sol o sumergirse en la piscina. Una mejor atención hacia los animales (bravo por esto) es la tendencia en esta industria, que con frecuencia cae en excesos como ofrecer galletas recién horneadas para perros, agua embotellada y qué decir del pedicure con todo y esmalte para uñas.

Fuente The New York Times, septiembre 30, 2006

Con mucha pila



Olvidese del cargador de pilas. Ahora es posible recargarlas con sólo conectar el par a la entrada USB de cualquier computadora, utilizando un dispositivo llamado USBCELL. El invento tiene un costo de 25 dólares y por el momento sólo recarga baterías (recargables) tipo AA.

Fuente www.usbcell.com



Foto Archivo

Celulares al rescate

A la función inicial de los teléfonos celulares se han sumado muchas otras que los han convertido en un artículo personal casi indispensable. La compañía Lucent Technologies quiere aprovechar la cercanía física que hay entre este aparato y su dueño para diseñar una herramienta que permita monitorear los signos vitales del cuerpo humano y hacer una llamada de forma automática en cuanto existan cambios bruscos en el ritmo respiratorio, en el torrente sanguíneo o en la temperatura. Esta misma idea podría aprovecharse para vigilar a los bebés en sus cunas y evitar que mueran al dejar de respirar, o bien, podría ser utilizada por la industria automotriz en sus productos para detectar cuando el conductor sufra un ataque al corazón o simplemente se quede dormido. La llamada telesensibilidad es una tecnología aún en etapa conceptual, pero la firma confía en tener los primeros prototipos en 2007 y el producto final en dos años.

Fuente www.noticiasdot.com



Foto Archivo

En el agua...

Lo que parecía imposible sucedió: los mexicanos tomamos ahora más agua que refresco. Durante el 2005 nos bebimos 19 mil millones de litros del cristalino líquido frente a 14 mil millones de litros de refresco, cifra (la primera) que representa un incremento de 90% respecto al agua que nos tomábamos hace seis años, según un estudio de la consultora Euromonitor International. El cambio en la tendencia se debe a que el consumidor incorporó a sus gastos el agua de garrafón, así como a la buena aceptación que han tenido las llamadas bebidas funcionales, como las vitaminadas. Claro, las campañas publicitarias pusieron su granito de arena al asociar el consumo de agua con una figura esbelta, pero aunque nadie pone en duda las bondades de ingerir por lo menos dos litros al día, hay que tener bien claro que ni la de tlacote hace milagritos.

Fuente www.euromonitor.com/Mexico



Foto Archivo

Coches "antiborrachos"

La armadora japonesa Nissan desarrolla dispositivos capaces de detectar si el conductor se tomó más de dos copitas y no está en condiciones de manejar (en tal situación el auto no enciende), lo anterior con el objetivo de disminuir los accidentes automovilísticos asociados con el consumo de alcohol.

Para ello se ha diseñado un tubo muy fino, que se instala en el asiento del conductor, capaz de analizar la densidad de alcohol que existe en el vaho que despiden las personas al respirar. Si la concentración de la bebida etílica es muy alta, el coche simplemente no arranca. Otra opción es el uso de un código alfanumérico complejo que difícilmente recordará una persona en estado "alegre". ¡Ojalá que estos automóviles lleguen pronto a tierra azteca! Sin duda se evitarían muchos accidentes, sobre todo los fines de semana.

Fuente www.news.yahoo.com

Quién es Quién en las gasolineras

El semáforo Profeco le da a conocer el comportamiento de su gasolinera:



Con irregularidades graves

Con irregularidades

No se encontraron irregularidades

Sólo tiene que consultar www.profeco.gob.mx y dar clic en la ventana **Quién es quién en las gasolineras**, utilice el buscador y sabrá si su gasolinera le despacha litros de a litro. Además, al dar clic sobre el domicilio de la estación, obtendrá:

- Número de denuncias recibidas
- Número de mangueras inmovilizadas
- Si expenden producto adulterado

¡Denuncie a las gasolineras que no venden litros de a litro!



Foto Archivo

Gato\$ antialergia

¿Cuánto pagaría usted por un gatito que no le causara estornudos, asma o algún otro tipo de reacción alérgica? Imagínelo bien y sea muy exigente con los requerimientos, porque para tener uno de estos mininos usted tendría que pagar unos 4 mil dólares, algo así como 44 mil pesos. La empresa de biotecnología Allerca logró identificar a la proteína causante de las alergias en los humanos y, a través de cruzar especies con una baja presencia de tal información genética, logró reproducir gatos hipoalergénicos (que no causan reacciones alérgicas), aunque la firma insiste en que no hubo modificación genética. Si está interesado en adquirir uno de estos gatitos le sugerimos que no lo piense más porque ya hay lista de espera, aunque las primeras entregas se harán hasta principios del siguiente año.

Fuente <http://www.allerca.com>



Foto Archivo

Volando bajo

Según datos de la Dirección General de Aeronáutica Civil, las llamadas líneas aéreas de bajo costo cumplieron su primer año de operación, lo cual no tiene muy contentas a sus dos hermanas mayores (Aeroméxico y Mexicana), quienes tuvieron que bajar hasta en un 65% las tarifas de sus rutas más solicitadas. Por ejemplo, de diciembre de 2005 a agosto de 2006, los vuelos México-Monterrey y México-Cancún redujeron sus tarifas en un 55%, mientras los vuelos México-Guadalajara y México-Tijuana bajaron un 65%. Cabe destacar que estos recorridos aglutinan al 33% del total de las personas que se trasladan en avión. Sin embargo, por ahora la disminución en el costo no se ha extendido a otras rutas menos demandadas.

Fuente *Reforma*, agosto 29, 2006

Nuevo

papel moneda

El Banco de México anunció la introducción de una nueva familia de billetes, el primero en emitirse será el de 50 pesos, que empezará a circular desde este mes; los restantes (de 100, 200, 500 y mil pesos), serán puestos en circulación durante los próximos tres años.

Por seguridad y para facilitar a los débiles visuales e invidentes el identificarlos, los nuevos billetes tendrán tamaños diferentes además de más candados para dificultar su falsificación.

Los de 50 pesos se elaborarán con polímero (mismo material de los de 20 pesos) y el resto seguirá siendo de papel moneda. Los billetes actuales serán retirados de circulación de forma gradual.

Fuente Banco de México

¡Cuidado, piratas!



Investigadores del Georgia Institute of Technology desarrollaron un sistema antipiratería cinematográfica que bien pudiera usarse en salas de cine comerciales, pues es sabido que uno de los *modus operandi* de los piratas es filmar las películas de su interés en la sala de cine y luego transferir la filmación a un disco compacto que se comercializa en el mercado informal.

Resulta que el prototipo desarrollado es capaz de detectar en una sala de cine la presencia de una cámara de video encendida y de inactivar los sensores de la misma, con lo que el pirata se queda con un palmo de narices.

Los inventores del prototipo sostienen que el equipo también funciona para prevenir el espionaje en edificios de gobierno e industriales.

Fuente: www.gatech.edu/news-room

Los # 1

Durante el segundo trimestre del año, México se ubicó como el país latinoamericano donde se compran más laptops y como uno de los 10 mercados más importantes a nivel mundial.

De acuerdo con la consultora IDC, la venta de portátiles presentó un incremento de 105% respecto al mismo periodo del año pasado, principalmente por la reducción en el precio de los equipos, sobre todo en relación con las de escritorio. Hace dos años la diferencia entre una portátil y una máquina de escritorio era de unos 400 dólares y hoy es de 250. No sólo las empresas demandan este tipo de equipos, ahora también en los hogares su uso se ha incrementado.

Fuente www.idclatin.com



Foto Archivo

Los chinos lo prefieren cuadrado

Ingresar al mercado chino es más difícil que identificar productos pirata hechos en ese lejano país, bien lo sabe la empresa mexicana Chocolatera de Jalisco, que tras varios meses, y armada de infinita paciencia, ha cumplido con los requisitos impuestos tanto por las leyes como por las costumbres orientales: ya cuenta con oficinas de representación en la localidad de Guansu y con la figura de guanchi, un empresario con alta calidad moral que avale la relación comercial con firmas extranjeras. El siguiente reto es la geometría de las barras de chocolate, pues resulta que en sesiones de degustación el producto pasó las pruebas de sabor, pero muchos de los asistentes comentaron que preferirían que la pieza fuera cuadrada y no redonda...

Fuente www.cclj.org.mx



Foto Archivo

¿Bien comunicados?

El gasto de las familias mexicanas en telecomunicaciones creció 77% en una década, al pasar de 1.9% en 1994 a 3.63% del presupuesto en 2004. Hace diez años la canasta de equipos de comunicación estaba integrada por teléfono fijo, teléfono público, correo tradicional, beeper y en pocos casos televisión por cable; hoy, además de los anteriores, pagamos por los servicios de telefonía celular, conexión a internet y en mayor porcentaje televisión cerrada (tanto por cable como satelital). De acuerdo con el INEGI este fenómeno es más evidente en los hogares de mayor ingreso, donde gastan 35% más en el rubro de telecomunicaciones que en salud, cuando hace 10 años destinaban 25% menos.

¿Tantos y tan sofisticados equipos permitirán también mejorar la calidad en la comunicación?

Fuente INEGI



Foto Archivo

Consumo macabro

El asombro, la curiosidad y, por qué no decirlo, el morbo, no termina ni siquiera al final de las exposiciones dedicadas a la anatomía del cuerpo humano. Las muestras de cadáveres humanos embalsamados ("plastificados", según su creador) han atraído la atención de millones de personas en todo el mundo (incluyendo México), dejando ganancias de más de 200 millones de dólares. Desollados, los cuerpos muestran todos los tejidos y estructuras que se enseñan en anatomía. Este interés humano y universal por conocer más, sobre todo de uno mismo, ha permitido el desarrollo de una industria macabra: la momificación de cadáveres. China es el principal proveedor de estas piezas de museo.

Fuente *El País*, agosto 14, 2006.



Foto José Rodríguez

Sólo por placer

Comprar ropa es la actividad que más disfrutan habitantes de 100 países, de hecho, algunos -entre ellos los mexicanos- consideran que se trata de una actividad terapéutica. Lo anterior se desprende de un estudio on line sobre hábitos de consumo realizado por la agencia AC Nielsen entre 23,500 personas asiduas a internet.

Una de las principales conclusiones fue que muchas personas adquieren productos para satisfacer carencias emocionales y no porque en verdad requieran esos artículos. De los latinoamericanos, 26% confesaron ir de compras por "hacer algo" o para entretenerse; al respecto, los mexicanos son los más dispuestos a comprar algo (21%), seguidos por los argentinos (18%) y los chilenos (16%). Nuestro país ocupa el séptimo lugar entre los más consumidores. El mayor índice de compras por purísimo placer se da en Hong Kong: 50% de los entrevistados adquiere algo nuevo una vez por semana.

Usted... ¿recuerda cuándo fue la última vez que adquirió una prenda de vestir que no necesitaba?

Fuente www.acnielsen.com.mx

ALERTA



ALERTA AL al consumidor

Profeco vigila permanentemente prácticas comerciales indebidas y publicidad engañosa; inmoviliza productos peligrosos e impone multas y clausuras a las empresas que atentan contra los derechos de los consumidores. Usted también tiene el poder: el poder de no comprar y de presentar su denuncia. Compartimos así la responsabilidad y el poder, porque todos somos consumidores.

Los "alimentos funcionales" no curan

Existen en el mercado diversos productos que buscan posicionarse como "*alimentos funcionales*". Es decir, productos alimenticios que, con fines mercadotécnicos, declaran en sus etiquetas o empaques que ayudan a prevenir, atender o incluso curar enfermedades o trastornos fisiológicos, algo que no puede comprobarse científicamente o que está prohibido por la normatividad.

Los "alimentos funcionales" que se encuentran en el mercado incluyen cereales, panes, galletas, yogures, leches, cacahuates, jugos, néctares, aceites comestibles, avenas, chocolates, aguas purificadas, refrescos, té, suplementos alimenticios y botanas.

Las leyendas que no han podido comprobarse o que están prohibidas por la normatividad y que se encuentran en dichos productos son: "disminuye los niveles de colesterol y glucosa en la sangre", "ayuda a la buena salud cardio-

vascular", "contribuye al buen funcionamiento del sistema nervioso e inmunológico", "activa el crecimiento de la flora intestinal benéfica", "ayuda a curar el cáncer", "equilibra el nivel de glucosa en la sangre", "se utiliza para la hipertensión", "ayuda a tener huesos y dientes sanos", "puede ayudar a prevenir la obesidad", "con bifidocápsulas que mejoran tu digestión", "reduce enfermedades cardiovasculares", "evita el estreñimiento".

Los "alimentos funcionales" suelen ostentar el aval o recomendación de instituciones o asociaciones científicas o médicas, pero en muchos casos tal información es falsa, pues los entes referidos no existen o cuando se ha requerido la evidencia de estudios o investigaciones que sustenten lo dicho, éstos no se han presentado.

Aunque una buena alimentación es muy importante, las enfermedades se curan con medicamentos serios. ¡No se deje engañar!

"Leches" que no son leche

En Profeco hemos detectado la existencia de *fórmulas lácteas* que muestran indebidamente en sus empaques imágenes alusivas a vacas o cuyas marcas incorporan la palabra "leche", lo cual puede inducir a engaño al consumidor que desea comprar *leche*, que es un producto diferente.

De acuerdo con la NOM-155-SCFI-2003, la *leche* contiene un nivel más alto de proteínas y grasas que las *fórmulas lácteas*, y éstas, a su vez, que el denominado producto lácteo combinado. En consecuencia, los beneficios nutricionales de los tres tipos de productos son más altos en la *leche* y menores en la *fórmula láctea* y en el producto lácteo combinado.

Lo anterior no implica que existan problemas nutricionales o sanitarios en las *fórmulas lácteas* o en los productos lácteos combinados, sino sólo que éstos son de una calidad distinta. Por ello, es importante que los consumidores revisen la información que contienen las etiquetas de los envases para que tengan pleno conocimiento del tipo de producto que compren, así como para poder comparar precios.

Las productos que usan indebidamente la palabra "leche" en su marca o que muestran la imagen de una vaca son: Mileche, Nutrileche, Best Choice, Gotitas de Leche, Leche Rancho San Antonio, Paquita, Royal Milk y Bonaleche.



Los cilindros portátiles con gas L.P. no se deben cobrar

Algunas empresas gaseras han abusado de los consumidores cobrándoles una cantidad adicional al costo del gas L.P. por concepto del cilindro, especialmente en la primera ocasión que el consumidor solicita el producto, lo cual es ilegal.

De acuerdo con la normativa vigente, las empresas gaseras están autorizadas a cobrar solamente la cantidad (kilos) de gas L.P. que entreguen en el cilindro según su capacidad nominal, esto es, 20, 30 o 45 kilogramos. En ningún caso las gaseras podrán exigir pago alguno por otro concepto, como flete, depósito o el pago del cilindro mismo. Las gaseras están obligadas a proporcionar, sin costo para el consumidor, el cilindro portátil y a renovarlos permanentemente.

Si le ha sido cobrada cualquier cantidad adicional al costo del gas o se le condiciona el servicio, acuda a la delegación Profeco más cercana y presente su queja. Si desea más información o quiere denunciar cualquier incumplimiento por parte de una empresa gasera, puede llamar al Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier punto de la República.

Louis “Piratón”

Por Raquel Martín del Campo Campos

Original



Modelo “Alma”

Precio aproximado: **\$11,300**

Este modelo, creado en los años 30, es uno de los clásicos de la marca francesa; por esta razón, es de los más pirateados y vendidos en el mercado ilegal:

La bolsa y sus agarraderas están hechas de piel.

Es ligera, flexible, fuerte y a prueba de agua. Resiste rasguños o rayones.

El interior de la bolsa está forrado con lona y tiene un bolsillo para guardar el celular y otro pequeño en un costado, sin cierre.



El monograma original de la marca está colocado simétricamente.

Y lo más importante: este bolso está **hecho a mano** hasta las costuras por talentosos artesanos, con los materiales más finos y exclusivos.



Las piezas metálicas de la bolsa, como el cierre de doble cremallera y el candado, están grabadas, ya sea con el monograma o el nombre de la marca.



Los bolsos Louis Vuitton son artículos de un costo muy alto y, por lo mismo, son de los accesorios femeninos favoritos de los piratas: se aprovechan de la triste "necesidad" de estar a la moda cueste lo que cueste (si es poquito, mejor). Pero el hechizo termina cuando la princesa que porta tan distinguida bolsa se da cuenta de que su "lujosa" adquisición está hecha con materiales de muy mala calidad (o cuando sus amigas se percatan -con bastante regocijo- del engaño).

Precio aproximado: **\$600**

A simple vista parece mágico el parecido de la bolsa original con la pirata; sin embargo, la ilusión se acaba al tocarla y llevar a cabo una revisión a fondo:

La bolsa y las agarraderas son de plástico.



Lo que da **cuerpo** a la bolsa es de **cartón**, así que al golpearla por accidente con algo, se deformará sin remedio, y si se moja, prácticamente se deshará.



El **interior** de la bolsa está **forrado** con una **tela tipo gamuza**, para colmo mal cosida. Y si usted quería guardar su celular en algún sitio especial, ¡olvídelo, ya que sólo hay una pequeña bolsa con cierre (lo cual difiere de la original).



Olvidese de la **hechura a mano**; es piratería industrial y no hay cuidado particular en las costuras; incluso se puede apreciar que algunas piezas están pegadas.



Las **piezas metálicas** de la bolsa son de malísima calidad (el cierre es de esos que, con un poco de uso, cierran la mitad sí y la otra no) y algunas de ellas son de plástico pintado de color dorado. Los grabados en los cierres son burdos.



¿Ya se dio cuenta de que a cambio de la "exclusividad" de un bolso "Louis Vuitton" pirata obtiene una bolsa de cartón y plástico? Es demasiado caro por \$600. Es demasiado dinero por falso estatus. La verdad,

por ese dinero es posible conseguir una buena bolsa de piel que no será Louis Vuitton pero que a cambio puede dar años y años de buen uso. Usted decide si quiere seguir regalando su dinero a los piratas.



Telefonía



Buenas noticias para usted



Fotos Archivo

Sin restricciones, los proveedores de telecomunicaciones están dispuestos a cumplir y brindar información transparente. Adiós a las letras chiquitas y bienvenidas todas las acciones en beneficio de los consumidores.

Por Alejandra Sánchez P.

Por necesidad o por el simple gusto de comunicarnos difícilmente pasa un día sin que hagamos varias llamadas telefónicas desde la casa o la oficina, o sin que utilicemos el celular o sin que naveguemos por internet, usemos el chat para hablar con los amigos, o incluso cerremos algún negocio por medio del radiolocalizador.

Las telecomunicaciones son un servicio básico para todos los estratos de

la población. Tan sólo en México más de 72 millones de personas consumimos estos servicios, y cada año se suman 6 millones de nuevos usuarios.

Por ello, el 26 de septiembre, la Secretaría de Economía y la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) dieron a conocer las acciones a las que se comprometieron las empresas de telecomunicaciones en beneficio de los consumidores.

Sin condiciones

¿Se quedó con la intención de comprar ese súper teléfono celular porque el precio no era el que anunciaba la publicidad, sino que faltaba sumarle el IVA y había restricción en la elección de modelo? ¿Contrató un teléfono fijo pero "olvidaron" avisarle que no podía hacer llamadas de larga distancia porque el servicio lo brinda otra empresa? Para que los usuarios de teléfonos fijos, móviles, radiocomunicación e internet no tengan que lidiar más con políticas comerciales que lesionen sus intereses, los proveedores pondrán en marcha acciones muy concretas.

En cuanto a la información que nos brinden se comprometen a:

Informar a los consumidores, previo a la contratación, el monto total del servicio (incluyendo el IVA), tarifas, cantidades, calidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas y condiciones de los planes y servicios adicionales que ofrezcan.

No imponer servicios adicionales que no hayan sido contratados o aceptados expresamente por el consumidor. En caso de promocionar de manera gratuita y por un plazo algún servicio adicional, una vez vencida la promoción estará a cargo del proveedor la cancelación automática, salvo que el consumidor acepte expresamente continuar con el servicio adicional, así que usted ya no tendrá

Mayor transparencia

De ahora en adelante los usuarios de servicios de telecomunicaciones podremos tomar decisiones de consumo más acertadas, ya que, en resumen:

- | | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Los proveedores nos ofrecerán más información sobre los precios y servicios. Los precios y las condiciones de contratación serán más transparentes. Se eliminará la imposición de servicios adicionales que no hayan sido expresamente aceptados por el consumidor. Los servicios adicionales gratuitos se cancelarán automáticamente cuando expire el plazo de promoción, salvo aceptación expresa del consumidor. | <ul style="list-style-type: none"> Los consumidores recibiremos copia del contrato y/o comprobante que acredite la contratación del servicio (y en su caso, los aparatos contratados para la prestación del mismo). En caso de contratación telefónica, el proveedor enviará al consumidor por escrito el documento que acredite la contratación. La publicidad exhibirá el monto total a pagar por los servicios (IVA incluido). | <ul style="list-style-type: none"> En toda la publicidad de la industria desaparecerá la letra chiquita, por lo que las condiciones, términos y restricciones para la contratación deberán ser señaladas claramente y en un tamaño adecuado (legible). |
|--|--|---|



Usted tiene el poder

En estas acciones recién pactadas con el sector de telecomunicaciones el consumidor lleva las de ganar. Sin embargo, **para asegurar que este acuerdo rinda sus beneficios, es necesaria la completa participación de todos los consumidores exigiendo con nuestro proveedor el cumplimiento de todos los puntos pactados.**

¡Denuncie cualquier abuso o incumplimiento por parte de los proveedores! Llame al Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722, larga distancia desde cualquier punto del país.

Más telecomunicados que antes

- ▶ En promedio una familia gasta en telecomunicaciones 470 pesos mensuales, lo que representa una cantidad mayor de la que destina a salud o energía.
- ▶ De cada peso que gastan los mexicanos, 4 centavos se destinan a las telecomunicaciones.
- ▶ El sector de telecomunicaciones cuenta con más de 72 millones de consumidores.
- ▶ Cada año se suman 6 millones de usuarios nuevos.
- ▶ La facturación del sector crece cada año a una tasa promedio del 14%.

Fuente Subprocuraduría de Servicios al Consumidor



Empresas que suscriben este acuerdo en beneficio del consumidor

Alestra
At/t
Avantel
Axtel
Canitec (Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable)
Iusacell
Marcatel
Maxcom
Movistar
Nextel
Telcel
Telmex
Unefon

Latinoamérica une esfuerzos



Nuestro país, además de estar hermanado con naciones como Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Panamá, Perú, El Salvador y Nicaragua, se equipara a ellos al tener que enfrentar diversas problemáticas de consumo.

Durante la celebración del Quinto Foro Latinoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección del Consumidor, México y los países mencionados manifestaron que reciben un alto número de reclamaciones por deficiencias en los diferentes servicios de telefonía. Los usuarios se quejan de que no reciben información y publicidad claras, ni una atención eficiente a sus reclamos, o que los proveedores incumplen con los estándares de calidad, entre otras inconformidades. Las agencias de protección al consumidor de los países participantes se comprometieron a llevar a cabo acciones efectivas que garanticen los derechos de los usuarios de servicios de telefonía. Uno de los acuerdos importantes fue proponer a los prestadores de este servicio de telefonía que colaboraran con las autoridades para establecer las estrategias que favorecieran la identificación de los problemas y así buscar su solución.

Fuente Declaración de las Agencias Gubernamentales de Protección del Consumidor sobre los Derechos Básicos de los Usuarios de Servicios, firmado en San Salvador los días 28 y 29 de agosto de 2006.

que pasar horas y horas tratando de cancelar un servicio que ni había solicitado.

Entregar al consumidor, en toda contratación, copia del contrato o constancia que acredite la contratación del servicio, a menos que usted haya contratado por teléfono u otro medio electrónico, pues en ese caso el proveedor enviará a más tardar en la primera facturación un documento en el que describirá los términos del servicio contratado.

Cuántos tenemos el servicio



De los 72 millones de usuarios de telecomunicaciones, 15 millones tienen líneas fijas de telefonía residencial, 51 millones usan líneas de celular y 4 millones se valen de conexiones a internet.

Fuente Comunicado de prensa Profeco, 26 de septiembre de 2006.

La ley sin restricciones



El artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) señala que "La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difunden por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión, por engañosas o abusivas.

"...se entiende por información o publicidad engañosa o abusiva aquella que refiere características o información relacionadas con algún bien, producto o servicio que pudiendo o no ser verdaderas inducen a error o confusión por la forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta". Por su parte, el artículo 38 señala que "Las

leyendas que restrinjan o limiten el uso del bien o el servicio deberán hacerse patentes en forma clara, veraz y sin ambigüedades".

A su vez, el artículo 7 bis de la misma ley señala que "El proveedor está obligado a exhibir de manera visible el monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que ofrezca al consumidor". Asimismo, "está obligado a entregar el bien o suministrar el servicio de acuerdo con los términos y condiciones ofrecidos o implícitos en la publicidad o información desplegados, salvo convenio en contrario o consentimiento escrito del consumidor" (artículo 42).

Además, "En todo establecimiento de prestación de servicios, deberá exhibirse a la vista del público la tarifa de los principales servicios ofrecidos, con caracteres claramente legibles. Las tarifas de los demás, en todo caso, deberán estar disponibles al público" (artículo 57).

Ahora bien, en materia de publicidad e información, las acciones están encaminadas a:

Exhibir en la publicidad el precio total del servicio o producto con el IVA incluido y, en su caso, otros cargos. (Era común que en la publicidad se manejara un precio que en realidad era superior porque falta sumarle los "otros cargos".)

Utilizar un tamaño de texto para las restricciones (legales), acorde con los criterios que Profeco aplicará para el monitoreo y análisis de la publicidad. Es decir, no habrá "letra chiquita" que no se pueda leer fácilmente.

Señalar claramente las condiciones, términos y restricciones. El proveedor no debe utilizar frases como "aplican restricciones", "sujeto a cambios sin previo aviso", "aplican

términos y condiciones", entre otras. Antes era posible que al momento de contratar, usted se encontrara con que ya había operado el "cambio sin previo aviso" o las "restricciones", y que por lo tanto las condiciones para contratar ya fueran distintas a las anunciadas en la publicidad.

No utilizar frases absolutas que no sean comprobables. Es decir, si le ofrecen algo, ese algo debe ser absolutamente verificable, por lo que no se valen frases como "cobertura total", "llama gratis a cualquier lugar", "larga distancia como llamada local", etc.

Así que ya lo sabe, éstos son los alcances del acuerdo establecido entre el sector de telecomunicaciones, la Secretaría de Economía y Profeco en beneficio de los consumidores. ¡Hágalo valer! 🗣️

Fuente Subprocuraduría de Servicios al Consumidor

¿Bueno? sí, también bonito y barato

Teléfono del Consumidor

**En el D.F.,
5568-8722 y
01-800-468-8722,
larga distancia sin
costo desde
cualquier lugar de
la República***

**El servicio personalizado que le brinda
información sobre precio y calidad de
productos, además:**

- Orientación sobre quejas y denuncias
- Asesoría y orientación jurídica
- Ubicación de las oficinas de **Profeco** en todo el país
- Información sobre los Ángeles Blancos de **Profeco**
- Resultados de los estudios de calidad del Laboratorio **Profeco**
- Información sobre quién es quién en el envío de dinero desde Estados Unidos a México
- Suscripciones a la *Revista del Consumidor*
- Información sobre organizaciones de consumidores

**Porque al que no habla no se le oye...
¡utilice el Teléfono del Consumidor!**

* De lunes a viernes de 9:00 a 19:00 hrs.

Sábados, domingos y días festivos de 10:00 a 18:00 hrs.

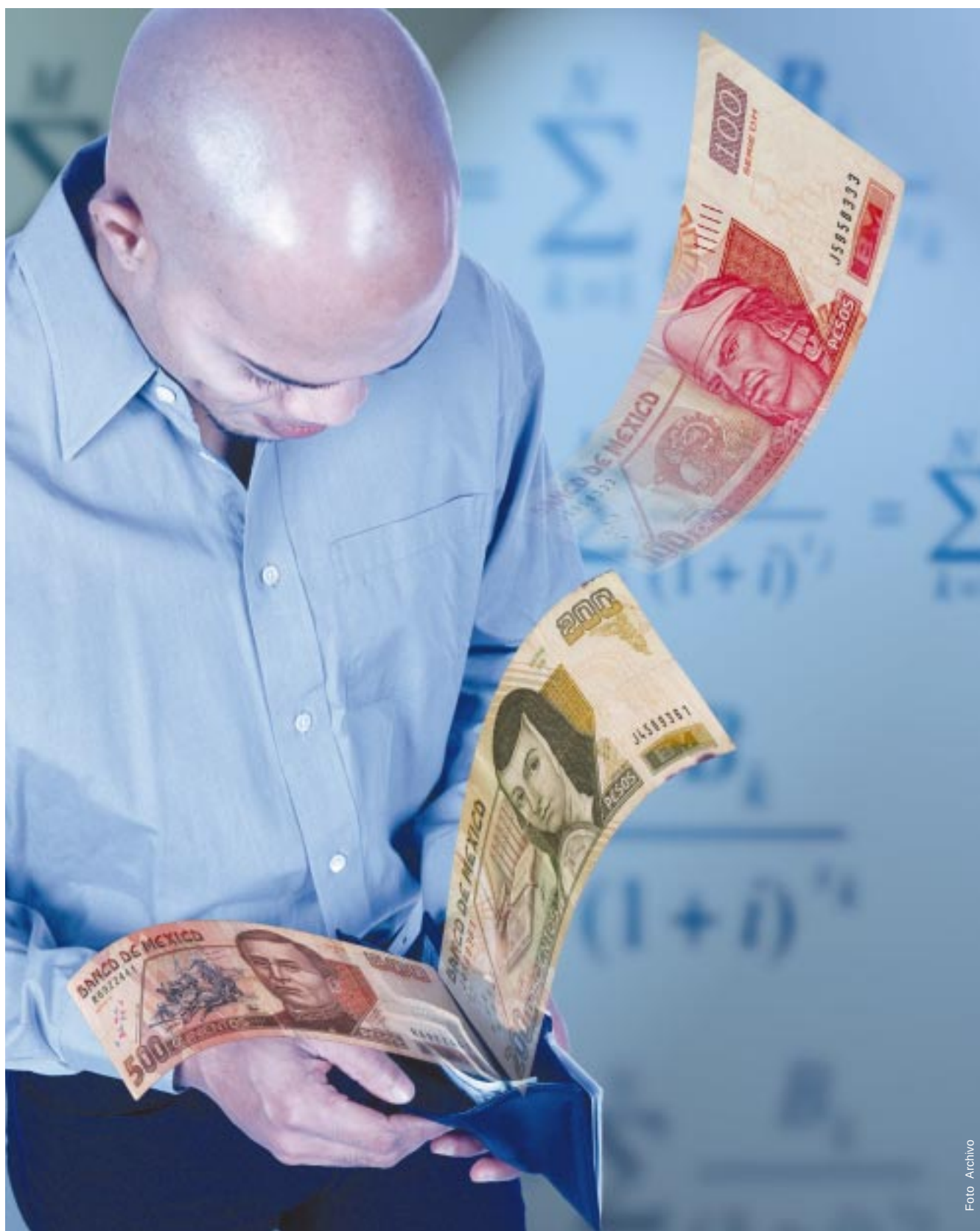


Foto: Archivo

Qué es el Costo Anual Total (CAT)

La fórmula para elegir el crédito más barato

Por Adriana Hernández Uresti



¿Sabe qué tarjeta de crédito es la más cara?, ¿con quién le conviene contratar una línea de financiamiento para comprar un coche o una casa?, o ¿cuánto terminan costándole los productos que adquiere con el sistema de pagos fijos? Conocer esto ahora es muy fácil, basta saber el Costo Anual Total o CAT (apréndaselo bien) de su crédito. ¿Qué es el CAT? Aquí se lo explicamos.

Una excelente noticia para los consumidores que compran a crédito, es que hoy ya cuentan con una nueva herramienta para comparar y elegir el crédito más barato: esta herramienta es el Costo Anual Total, o CAT. El CAT es una fórmula que permite conocer el costo total de un crédito. Este cálculo incluye todos los costos y gastos inherentes al crédito, como son la tasa de interés, las diferentes comisiones, las primas de los seguros que el usuario está obligado a contratar, el valor del dinero a través del tiempo y el IVA, entre otros conceptos (vea el recuadro “Cuentas claras”).

Además, el CAT debe expresarse en términos porcentuales anuales, lo que permite comparar los financiamientos sin importar la vida del préstamo o si los pagos parciales se hacen de manera semanal, quincenal o mensual. En pocas palabras, el CAT sirve para que usted compare el costo total de diferentes créditos y elija el que más

le convenga, por supuesto, el más barato.

El CAT también ayuda a diferenciar el costo del bien o producto (casa, automóvil, ropa, electrodoméstico, etc.) del costo del crédito, pues es común que los comercios que otorgan crédito no desglosen estas dos partes, por lo que el consumidor difícilmente puede comparar.

Lo mejor de todo es que, aunque esta herramienta ya existía para créditos hipotecarios, para cuando termine este año usted como consumidor tendrá el derecho de conocer este dato antes de contratar cualquier tipo de crédito.

Nuevas reglas, + beneficios

El Banco de México introdujo el CAT y ahora trabaja en asegurar su difusión para que ésta sea obligatoria antes de que termine el año. Así, el 25 de mayo pasado, el Banco de México publicó su circular 8/2006, donde

Lo principal, conocer “el principal”

En un crédito hay dos partes, que se llaman el “principal” y los “accesorios”. **El principal es la cantidad que nos prestan** (es decir, el monto de la operación menos el enganche) y **los accesorios son los intereses**, las comisiones, los seguros y cualquier otro cargo extra que pudiera presentarse. A la hora de hacer pagos anticipados es muy importante pedir no sólo el saldo, sino **específicamente** el “saldo insoluto de principal”, sobre el cual deberán restarnos cualquier pago anticipado. Saber el principal es importante también para que en el monto de nuestra deuda **no se incluyan** intereses que todavía no se han generado. Cada pago incluye una parte para el **principal** y otra para **los intereses**.

incrementa las exigencias de revelación (o sea, dar conocer el CAT) a los bancos para créditos a la vivienda (adquisición, construcción, remodelación o refinanciamiento) y de revelación al usuario para los créditos menores a las 900,000 Udis (3.3 millones de pesos). Entre las más importantes obligaciones que aplicarán ahora están:

- **Hacer público el Costo Anual Total de sus créditos.** Hoy, en las páginas de internet de los bancos, en las sucursales y en sus ofertas de crédito ya es posible conocer este dato, que aparece acompañado de la leyenda: "Para fines informativos y de comparación exclusivamente".
- **Los contratos no deberán agregar al monto del crédito,** también conocido como "principal" (Vea el recuadro de la página 23), los costos, comisiones, seguros o gastos accesorios.
- **El pago de los créditos podrá hacerse a través de efectivo, cheque, domiciliación, transferencia electrónica o desde otros bancos.**
- **Los pagos anticipados se aplicarán en forma exclusiva al saldo insoluto** (dinero que falta por pagar del crédito inicial), siempre y cuando el cliente esté al corriente en sus pagos, haya cubierto la comisión pactada y el anticipo no sea menor a una mensualidad. Por ejemplo, si usted paga por su crédito inmobiliario 3 mil pesos al mes, su pago anticipado debe ser por lo menos de esta cantidad. (Anteriormente, algunos sólo recibían el dinero a cuenta de pagos futuros, lo que implicaba "castigar" a sus clientes al no reducirles la carga de intereses; ahora

El CAT sirve para
comparar créditos,
así el consumidor
podrá elegir el crédito
más barato

Cuentas claras

De acuerdo con las disposiciones del Banco de México, el cálculo del CAT para créditos de vivienda y aquellos menores a 900 mil Udis (3.3 millones de pesos) se hace teniendo en cuenta los siguientes componentes:

- **Monto del crédito.**
- **Amortizaciones ordinarias del principal (mensualidades o pagos parciales).**
- **Intereses ordinarios (tasa de interés).**
- **Comisiones por análisis, otorgamiento o apertura y/o administración, investigación, cobertura de riesgo, etc.**
- **Primas de los seguros de vida, invalidez o desempleo que las instituciones exijan contratar al acreditado como requisito para el otorgamiento del crédito. (Se excluyen las primas de seguro de automóviles.)**
- **Cualquier otro cargo o gasto distinto a los anteriores que la institución directa o indirectamente cobre o establezca como condición al cliente para el proceso de otorgamiento, celebración y administración del crédito, aunque no sea parte del contrato, así como cualquier otra cantidad que el cliente pudiera recibir en caso de contratar el crédito.**
- **IVA de los pagos que lo causen.**
- **Descuentos, bonificaciones, o cualquier otra cantidad cierta, que el cliente recibirá en caso de cumplir con las condiciones establecidas en el contrato.**
- **La diferencia entre el precio del bien a crédito y su precio al contado. Para estos efectos, se entenderá por precio al contado, aquél que considera todos los descuentos, bonificaciones u ofertas para operaciones con pago en efectivo en una sola exhibición. Esta diferencia sólo se incluirá si el cliente debe cubrirla.**
- **El valor del dinero a través del tiempo.**

El CAT es un cálculo de matemáticas financieras muy complicado para el ciudadano común. Por fortuna, usted no necesita resolver la fórmula en cada caso, simplemente compare el CAT de un crédito contra el de otro y elija el que más le convenga. Esta es la fórmula. "Sencillita", ¿verdad?:

$$\sum_{j=1}^M \frac{A_j}{(1+i)^{t_j}} = \sum_{k=1}^N \frac{B_k}{(1+i)^{s_k}}$$

están obligados a recibir los pagos anticipados y a restarlos del saldo insoluto del crédito inicial.)

- **Fecha límite de pago.** Si la fecha límite de pago corresponde a un día no hábil (fin de semana o día festivo), el deudor podrá pagar el siguiente día hábil sin que le cobren recargos ni cargos adicionales.

El crédito más barato

Enrique Arias Zamarripa, director de

Análisis Financiero de la Comisión Nacional de Defensa para los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), destaca los beneficios de las modificaciones, sobre todo del CAT: “Ahora es mucho más fácil comparar el costo final de los créditos, así las personas pueden elegir el más barato”.

Veamos la importancia de conocer y comparar el CAT, con el ejemplo de algunas tarjetas de crédito en su modalidad clásica:

	Banamex	Banco Inbursa	Banorte	BBVA Bancomer	HSBC	Santander Serfin	Scotiabank Inverlat
Tasa de interés	39.58%	29.00%	25.00%	47.58%	57.58%	37.08%	24.48%
CAT*	47.61%	33.18%	28.02%	59.46%	75.48%	45.76%	27.42%

Fuente www.condusef.gob.mx. Información recabada en septiembre de 2006

*Costo Anual Total obtenido según metodología del Banco de México.

El CAT permite conocer el costo **total** del crédito.

Aunque en estos ejemplos la tasa de interés más baja coincide con el CAT más bajo (Scotiabank Inverlat, 24.48%/27.42%) y la más alta con el más elevado (HSBC, 57.58%/75.48%), puede haber casos en los que dos bancos den la misma tasa de interés, pero un CAT muy diferente; o incluso que un crédito con una tasa de interés mayor que otro, tenga un CAT menor. Por eso, la información que

Sus derechos

► El desconocimiento es tierra fértil para los abusos. La mejor manera para que usted defienda sus derechos como usuario y consumidor de los servicios financieros es conociéndolos. Usted tiene los siguientes derechos, según lo señalado por la Condusef:

- A conocer plenamente las características de un producto o servicio antes de contratarlo, así como los efectos y riesgos que implica, sus costos (como comisiones e intereses), y las responsabilidades que usted adquiere.
- A que la información que brinden las instituciones y autoridades sobre los productos y servicios financieros sea clara, veraz, oportuna, suficiente y precisa.
- A comparar y elegir, en un marco de sana competencia, el producto que más se apegue a sus necesidades, contratándolo con la institución de su preferencia sin ninguna discriminación, siempre y cuando cumpla con los requisitos aplicables.
- A obtener de la institución financiera un ejemplar de todos los documentos firmados en el mismo momento y, durante la vigencia del contrato, a recibir la documentación que compruebe sus movimientos, como estados de cuenta y comprobantes de cargo.
- A exigir que los servicios contratados se proporcionen en las mejores condiciones disponibles de eficiencia y con buen trato.
- A que toda institución guarde el secreto financiero y de sus datos personales.
- A no ser privado de su libertad por la simple falta de pago de adeudos contraídos con instituciones financieras y, en su caso, a que las acciones de cobranza se realicen en un marco de respeto y dignidad.
- A la atención oportuna, digna y respetuosa de las unidades especializadas de atención a usuarios de las instituciones financieras en la asesoría, orientación, aclaraciones y rectificaciones que solicite.
- A reclamar y recibir pronta respuesta ante cualquier falta en el servicio, y cuando esto implique la objeción de cargos, a que se suspendan los cobros hasta que el asunto haya sido aclarado.
- A la protección y defensa de sus intereses con personal capacitado e imparcial de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef) y, en su caso, a llevar sus reclamaciones ante los tribunales competentes.

Fuente www.condusef.gob.mx



Foto Archivo

Aproveche los pagos anticipados

El beneficio de los pagos anticipados es la reducción de los intereses, lo que puede reflejarse de dos maneras:

- a) Se reduce el monto de las mensualidades.
- b) La mensualidad queda igual, pero disminuye el número de éstas.

Aproveche este nuevo beneficio teniendo en cuenta lo siguiente:

- Antes de hacer pagos anticipados es muy importante que el deudor investigue el "saldo insoluto de principal" de su crédito.
- Después de la aportación extra, los bancos están obligados a dar a conocer a su cliente el nuevo saldo insoluto de principal, lo que puede ser por escrito, en el estado de cuenta o en sus servicios en línea.
- Después de haber hecho pagos anticipados, el nuevo cálculo de intereses deberá efectuarse **sobre el nuevo saldo insoluto de principal**, no sobre el monto inicial del crédito ni sobre el monto de los pagos pendientes.

Los intereses
deben cobrarse
solamente
sobre **salDOS**
insolutos.

Además de considerar el CAT **más barato**, tenga muy en cuenta el precio de contado del bien que piensa adquirir. Al **comparar** ambos aspectos hará la mejor compra.

usted realmente necesita es el CAT, que incluye todos los gastos. Vea por ejemplo cómo el banco HSBC tiene un interés de "sólo" el 57.58%, pero un CAT de 75.48%, es decir, 17.9% más alto. Lo anterior significa que independientemente de la tasa de interés, los gastos totales del crédito son mayores con HSBC que con cualquier otra institución de las mencionadas.

Después de conocer el CAT de los diferentes plásticos, ¿usted cuál elegiría? Si su tarjeta no aparece en esta lista, le sugerimos investigar su CAT.

Pagos chiquitos, créditos carísimos

Para finales de este año los comercios que otorgan crédito (tiendas como Suburbia, Elektra, Coppel y Liverpool, entre otras) estarán obligados a dar a conocer su CAT. Esta medida, además de ayudar al consumidor a seleccionar el crédito más bajo, eliminará los gastos ocultos que hoy manejan los comercios que venden bajo el esquema de pagos fijos, que es el crédito más caro del mercado porque los comercios acostumbran cobrar un sobreprecio por el producto (que a veces denominan "precio de lista" o a crédito). Además de los intereses o costos por el dinero que sí prestan, el problema es que no desglosan los diferentes costos y al consumidor sólo se le indica el monto del abono y la vida del crédito.

¿Quiere saber cuál fue el CAT que pagó o que aún está pagando por su lavadora, por el refrigerador o por la licuadora que sacó a pagos fijos? Ingrese a la página de Profeco: www.profeco.gob.mx y en el apartado *¿Quién es Quién? En créditos a pagos fijos* encontrará información sobre el costo financiero en productos de electrónica

y línea blanca en comercio de más de 20 ciudades del país. También hay una calculadora de costo financiero con la que puede saber el CAT de algún crédito a pagos fijos. Para usar esta herramienta debe indicar el costo del producto al contado con IVA, el monto del enganche, y el monto (con IVA), número y periodicidad de los abonos. ¡Seguro se sorprenderá de lo elevado del costo del crédito o CAT!

¿Quién lo protege?

Aunque la Condusef es la institución encargada de proteger los intereses del usuario de servicios financieros, también otras entidades regulan y sancionan las irregularidades en estos servicios (el Banco de México y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores regulan a bancos y Sofoles, entre otras instituciones). Por su parte, corresponde a Profeco proteger los derechos de quienes compran en los comercios que otorgan créditos y que no son instituciones financieras en estricto sentido.

De hecho, antes de que entrara en vigor la circular 8/2006 del Banco de México, mencionada en este artículo, la Ley Federal de Protección al Consumidor ya contemplaba que "los intereses se cobren sobre los saldos insolutos..." (Art. 69).

Si bien la especialización de servicios (en este caso financieros) obliga a una división de funciones, en última instancia todos somos consumidores (sin importar con quién contratemos un crédito), y tenemos derecho a la protección ya sea por parte de Condusef o de Profeco. ■

Fuentes Entrevista con Enrique Arias Zamarripa, director de Análisis Financiero de la Condusef • "Fin a la 'letra chiquita' en contratos de crédito", *El Financiero*, 4 de septiembre de 2006 • Ley Federal de Protección al Consumidor • "Circular-Telefax 8 2006", Banco de México, 25 de mayo de 2006 • www.profeco.gob.mx • www.condusef.gob.mx

Pesque los mejores productos... con nuestra red

www.profeco.gob.mx



Lo que encontrará en nuestro sitio de Internet:

**Información sobre precios de artículos
de la canasta básica, medicamentos,
electrodomésticos, pescados, útiles
escolares y, en temporada, juguetes,
entre otros. Además:**

- La Ley Federal de Protección al Consumidor
- Tecnologías Domésticas Profeco
- Información acerca de nuestros servicios de orientación, asesoría y atención a quejas
- Resultados de los estudios de calidad publicados en la *Revista del Consumidor*
- El programa de radio *El cuarto del consumo*
- Ubicación de nuestras oficinas en el país y mucho más...

**Para que no lo pesquen distraído,
¡consulte nuestros servicios en línea!**



Quesos tipo americano

El mercado de productos lácteos está en desorden, y los quesos tipo americano no son la excepción, pues si bien deben contener proteína y grasa propias de la leche, y no incluir almidones, lo cierto es que son varias las marcas que incumplen con una y otra condición. Lo invitamos a conocer si su marca predilecta es lo que dice ser.

En su versión original, el queso es el resultado de someter la leche a la acción de las enzimas contenidas en la cuajada de la leche. En el proceso ocurre la coagulación de la caseína (proteína principal de la leche) y la separación de buena parte del suero de la leche, dando como resultado una masa sólida con alto contenido proporcional de proteínas.

Procesos adicionales dan lugar a diferentes tipos de quesos como los quesos frescos, quesos crema y doble crema, o los llamados quesos madurados: chihuahua, manchego, edam, cheddar y gouda, entre otros.

El queso tipo americano, objeto del presente estudio realizado por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, es un queso procesado que se elabora a partir de la mezcla de las variedades de quesos madurados, al que suele agregarse leche o sus componentes como grasa y proteína láctea (lactosueros y caseína), así como sal, sales fundentes, conservadores y colorantes, entre otros ingredientes que le confieren sus particulares cualidades de textura y sabor.

Como producto lácteo que es, la grasa que contiene este tipo de queso debe ser sólo de leche (puede ser de vaca o de otras especies animales) y no debe contener almidones.

Las imitaciones

Igual que en otros lácteos, en este tipo de quesos existen en el mercado imitaciones relativamente recientes, que no están reguladas por una norma. En su mayoría están elaboradas a partir de agua, almidón, grasas vegetales, caseína o caseinatos (caseína sintética) y sales fundentes, entre otros aditivos. Otras se elaboran a partir de mezclas de quesos madurados y adicionan grasas vegetales, almidón y otros componentes que dan sabor y textura. La mayoría de las imitaciones tienen mucho menos proteínas que el verdadero queso tipo americano y, por supuesto, menor cantidad de nutrientes, como son el calcio, las vitaminas A y D, B2, B3, B12 y el ácido fólico.

Los quesos "light"

Para muchos consumidores el término light, lite o bajo en grasa significa que el producto no contiene grasa o, al menos, que su contenido es sustancialmente menor. Por tal razón hemos argumentado que en el caso de los quesos esta denominación es por lo menos engañosa, pues aunque los contenidos de grasa de los quesos light son menores que en los demás, llegan a tener hasta 28% menos que los "normales", lo que no es significativo.

El estudio

El presente estudio comprendió el análisis de 23 quesos tipo americano y 23 de sus imitaciones. En todos los casos se tomaron muestras de diferentes lotes en diversos puntos de venta, verificando que estuvieran dentro de la fecha de caducidad, en refrigeración y en empaques cerrados que no presentaran deterioro. Cada producto se sometió a las pruebas siguientes:

Información al consumidor

Se verificó que los productos estuvieran debidamente etiquetados y que ostentaran claramente su denominación como "queso tipo americano", o cuando usaban grasa diferente a la de la leche, que se ostentaran como "imitación de queso tipo americano". También debían declarar su contenido neto y los contenidos de grasa y proteína, así como su marca, lote y fecha de caducidad, además de la razón social, y nombre y domicilio del fabricante o comercializador. Por otro lado, también se revisó que la información fuera veraz y no confundiera al consumidor.

Composición

Se determinó el contenido y tipo de grasa (que debe ser la butírica, propia de la leche, cuando se trata de queso tipo americano). La norma mexicana no indica un mínimo y máximo de grasa; en las tablas aparecen, sin embargo, los valores declarados y los contenidos reales. También se determinaron los contenidos de humedad, así como los de proteína. Esta última debía ser mayor al 10% en el caso de los quesos tipo americano. Para las imitaciones no hay norma, pero se señala en las tablas el contenido proteínico.

Presencia de almidón

Todos los productos fueron sometidos a pruebas para determinar la presencia de almidón. Así se hizo porque, aunque el almidón no está permitido en la elaboración de quesos, en experiencias previas se detectó su presencia en este tipo de quesos, probablemente para abaratar el producto. Las imitaciones de queso tipo americano contienen en su gran mayoría almidón, y así se anota en las tablas.

Calidad sanitaria

Se determinó la calidad sanitaria de los productos, es decir, la ausencia de microorganismos patógenos, así como de microorganismos indicadores de un manejo sanitario deficiente o de deterioro del producto (tales como hongos y levaduras, entre otros). En dicho rubro no se detectaron problemas.

Queso tipo americano



Marca* / Denominación / Presentación	Información al consumidor	Composición verificada				Presencia de almidón	Precio por 100 g (\$)
		humedad (%) (±0.5%)	grasa (%) (±0.5%)	tipo de grasa	proteína (%) (±0.5%)		
Noche Buena lite / Queso fundido tipo americano reducido en grasas / 180 g	Completa	49.3	18	Butírica	17.3	Negativo	8
Kraft Singles / Queso fundido tipo americano / 180 g	Completa	45.8	21.5	Butírica	16.6	Negativo	6.30
Noche Buena / Queso fundido tipo americano, sabor jalapeño / 180 g	Completa	44.8	25	Butírica	16.4	Negativo	7.20
Rebanaquesito Kraft / Queso fundido tipo americano / 180 g	Completa	46	21.5	Butírica	16	Negativo	7.40
LaLa / Queso tipo americano / 180 g	Completa	47.3	25.2	Butírica	15.8	Negativo	6.10
Campestre / Queso fundido americano / 180 g	Completa	47.1	27	Butírica	15.6	Negativo	6.70
Chalet / Queso tipo americano / 180 g	Completa	46.6	25.2	Butírica	15.6	Negativo	7.70
Los volcanes / Queso tipo americano / 360 g	Completa	46	25.2	Butírica	15.5	Negativo	6.80
Kraft / Queso reducido en grasa y adicionado con calcio tipo americano / 180 g	Declara dos contenidos de grasa y uno no lo cumple ya que tuvo 3.6% menos.	47.4	13	Butírica	21.6	Negativo	8
Esmeralda / Queso tipo americano light bajo en grasa / 175 g	Tuvo 2.8% más humedad de la declarada.	51.9	16	Butírica	20.1	Negativo	6.45
Noche Buena / Queso fundido tipo americano sabor manchego / 360 g	Un muestra tuvo 4.3% menos contenido neto de lo declarado.	45.5	25.5	Butírica	15.7	Negativo	6.90
Lácteos Kurson Kosher / Queso tipo americano / 200 g	No declara mínimo de proteína y grasa, ni máximo de humedad.	48.4	24.2	Butírica	17.1	Negativo	10.90
Aguascalientes / Queso fundido tipo americano / 175 g	Tuvo 4% más humedad de la declarada y 38.2% menos grasa. Declara dos contenidos de grasa que no cumple. No declara contenido energético en kJ.	50.4	16.8	Butírica	19.6	Negativo	4.80
Productos que se declaran queso tipo americano, pero contienen grasa vegetal y/o almidón que no están permitidos							
Chen / Queso tipo americano / 173 g	Contiene grasa vegetal que no declara.	43.7	26	Vegetal	15.8	Negativo	8.60
Caperucita light / Queso tipo americano light reducido en grasa / 180 g	Contiene grasa vegetal que no declara. Se ostenta light, pero su contenido de grasa es relativamente alto. Declara dos contenidos de proteína y uno no lo cumple, ya que tuvo 3.9% menos.	46.6	20.5	Vegetal	16.8	Negativo	7.75
Chen light / Queso tipo americano light / 200 g	Contiene grasa vegetal que no declara. No declara mínimo de proteína y grasa. Tuvo 4% menos proteína de la declarada. Una muestra tuvo 12.1% menos contenido neto del declarado. Se dice 100% queso sin serlo.	48.1	15.2	Vegetal	18.7	Negativo	5.45
Esmeralda / Queso tipo americano procesado / 175 g	Dice 100% de leche, pero contiene almidón que además no está permitido. Declara dos contenidos de grasa y uno no lo cumple, ya que tuvo 53.3% menos.	44.5	25.2	Butírica	13.3	Positivo	5.85
El Sabino / Queso amarillo / 1.82 kg	Contiene grasa vegetal que no declara. Tuvo 12.7% menos proteína de la declarada. No indica mínimos de proteína y grasa ni máximo de humedad. No declara contenido energético en kJ. La tabla nutricional sólo la presenta en inglés.	42.1	26.5	Vegetal	10.5	Positivo	3.20
Franja / Queso fundido tipo americano / 175 g	No declara mínimos de proteína y grasa ni máximo de humedad.	48	25.2	Vegetal	9	Positivo	5.70
Gallo Dorado / Queso tipo americano / 174 g	No declara mínimos de proteína y grasa ni máximo de humedad.	53.4	23	Vegetal	4.2	Positivo	4.40
Premier / Queso tipo americano / 2 kg	Tuvo 72% menos proteína de la declarada además una muestra tuvo 3.6% menos contenido neto de lo declarado.	48.1	26	Vegetal	0.9	Positivo	3
Los Altares / Queso tipo amarillo rebanoado / 465 g	No declara mínimos de proteína y grasa ni máximo de humedad.	48.7	26.2	Vegetal	0.9	Positivo	4
Biolac / Queso tipo americano / 1.82 kg	Tuvo 74% menos proteína de la declarada además una muestra tuvo 3.6% menos grasa de la declarada.	48.6	27.2	Vegetal	0.8	Positivo	3.20

* Todos son hechos en México

** ND = No Declara

Productos imitación queso tipo americano

Marca* / Denominación / Presentación	Información al consumidor	Composición verificada				Presencia de almidón	Precio por 100g (\$)	Leyendas engañosas
		humedad (%) (±0.5%)	grasa (%) (±0.5%)	tipo de grasa	proteína (%) (±0.5%)			
Capellania / Imitación queso fundido americano / 200 g	Completa	42.1	30.8	Vegetal	19.9	Negativo	3.75	————
Lupita / Imitación queso fundido americano / 200 g	Tuvo 4.2% menos grasa de la declarada.	40.1	29.2	Vegetal	20.2	Negativo	4.05	————
Caperucita / Estilo queso tipo americano / 180 g	Declara dos contenidos de proteína que no cumple, ya que tuvo hasta 5.8% menos.	47.2	29	Vegetal	15.2	Negativo	9	————
Nestlé Svelty / Imitación queso fundido tipo americano reducido en grasa / 180 g	Completa	45	17	Vegetal	15.1	Positivo	4.25	————
Nestlé / Imitación queso fundido tipo americano / 180 g	Completa	47.1	26.5	Vegetal	11.3	Positivo	3.50	————
Burr / Imitación queso fundido tipo americano / 302 g	Una muestra tuvo 4.1% menos contenido neto del declarado.	44.2	29	Vegetal	9.5	Positivo	5.90	————
Normex / Imitación queso fundido / 168 rebanadas	No declara contenido neto.	42.7	31.2	Vegetal	19.3	Negativo	2.95	Presenta imagen de una vaca que induce a pensar que es queso pero es una imitación.
La Villita / Imitación queso americano / 175 g	Tuvo 1.3% menos proteína de la declarada.	44.3	27.5	Vegetal	7.4	Positivo	5.80	————
El Ciervo / Imitación a queso tipo americano procesado / 350 g y 175 g	Completa	43.7	32.8	Vegetal	6.5	Positivo	5.10	————
Mily / Americano / 170 g	Su denominación es incompleta y no señala que es imitación de queso. Tuvo 4% menos proteína de la declarada.	52.3	23.2	Vegetal	4.3	Positivo	4.40	————
Norteño / Americano / 1.82 kg	Su denominación es incompleta. No señala que es imitación de queso. No declara mínimo de proteína y grasa. Tuvo 3.9% más humedad de la declarada y 3% menos grasa, además de 6% menos proteína.	53.5	22.5	Vegetal	4.2	Positivo	2.60	————
Blue House / Americano / 138g y 1.8 kg	Su denominación es incompleta y no señala que es imitación de queso. Una muestra tuvo 3.2% menos contenido neto del declarado y tuvo 30% menos proteína.	53.8	23.2	Vegetal	3	Positivo	5.40	————
L' Castell / Preparación alimenticia tipo queso americano / 170 g	Declara dos contenidos de grasa y uno no lo cumple ya que tuvo 15.8% menos. Declara dos contenidos de proteína y uno no lo cumple, ya que tuvo 12.4% menos.	38.2	31.5	Vegetal	3.1	Positivo	5	————
El Rancherito / Preparación alimenticia tipo americano / 2 kg	Dos muestras tuvieron de 3.3% a 4.6% menos contenido neto del declarado. Declara dos contenidos de grasa y uno no lo cumple ya que tuvo 2.9% menos. Declara dos contenidos de proteína y uno no lo cumple ya que tuvo 12.4% de menos.	40.3	36.4	Vegetal	3.1	Positivo	3.10	————
Chipilo / Queso amarillo. Imitación queso fundido tipo americano / 200 g y 2 Kg	Tuvo 38.8% menos proteína de la declarada.	45.1	24.5	Vegetal	9.3	Positivo	5.25	Resalta la leyenda "Queso amarillo" pero es una imitación.
Buen Pastor / Imitación queso tipo americano / 136 g	Completa	41.6	27.8	Vegetal	8.2	Positivo	11.70	Presenta imagen de una vaca que induce a pensar que es queso pero es una imitación.
Camelia / Imitación queso fundido americano / 138 g	Tuvo 55.7% menos proteína de la declarada.	48.6	24.2	Vegetal	5.7	Negativo	2.50	Presenta imagen de una vaca que induce a pensar que es queso pero es una imitación.
Montañés / Imitación queso fundido americano / 175 g	Tuvo 2.7% más humedad de la declarada. Tuvo 9% menos grasa y 47% menos proteína de lo declarado. No declara contenido energético en kJ.	49.8	26.8	Vegetal	4.8	Positivo	5.95	Resalta la leyenda "Queso", pero es una imitación.

Productos imitación queso tipo americano (Continuación)



Marca* / Denominación / Presentación	Información al consumidor	Composición verificada				Presencia de almidón	Precio por 100g (\$)	Leyendas engañosas
		humedad (%) (±0.5%)	grasa (%) (±0.5%)	tipo de grasa	proteína (%) (±0,5%)			
Colonos / Americano / 138 g y 1.8 kg	Su denominación es incompleta y no señala que es imitación de queso. Una muestra tuvo 4.2% menos contenido neto del declarado y tuvo 10% menos proteína.	54.9	23.2	Vegetal	4	Positivo	2.70	Presenta imagen de una vaca que induce a pensar que es queso, pero es una imitación.
La Parroquia de Xico / Imitación queso tipo americano / 1.8 kg	Dos muestras tuvieron 2.8% menos contenido neto del declarado. No declara mínimo de proteína y grasa. Tuvo 4.1% más humedad de la declarada. Tuvo 26% menos proteína de la declarada.	53.6	23	Vegetal	3.2	Positivo	2.70	Resalta la leyenda "Queso tipo americano" pero es una imitación.
San Miguel / Imitación a queso tipo americano / 174 g	Tuvo 5.1% menos proteína de la declarada.	46.2	31.5	Vegetal	3.2	Positivo	4.40	Presenta imagen de una vaca que induce a pensar que es queso pero es una imitación.
La Risueña* / Producto alimenticio tipo queso americano / 190 g	Tuvo 11.2% más humedad de la declarada. Tuvo 43.4% menos proteína de la declarada. No declara contenido energético en kcal, ni expresa correctamente las unidades en la tabla nutricional.	55	25.8	Vegetal	2.5	Positivo	6.20	Presenta imagen de una vaca y resalta la palabra "Queso" que induce a pensar es queso pero es una imitación.
D'Calidad Chedraui / Queso amarillo imitación tipo americano / 180 g	Una muestra tuvo 8.6% menos contenido neto del declarado. Tuvo 89.1% menos proteína de lo declarado. Tiene dos declaraciones de proteína que no cumple.	48.3	27.8	Vegetal	0.8	Positivo	2.35	Resalta la leyenda "Queso amarillo" pero es una imitación.

* Todos son hechos en México, con excepción de la "Risueña" que es de EU
** ND = No Declara



Foto José Rodríguez

Conclusiones y recomendaciones

- En números recientes de la *Revista del Consumidor* hemos reportado un gran desorden en el mercado de productos lácteos como mantequillas y margarinas (enero del 2006), yogur (julio del 2006), y leche y fórmulas lácteas (octubre del 2006). Desafortunadamente ocurre lo mismo con los quesos tipo americano.
- Aunque varios productos cumplen cabalmente con lo que debe esperarse al comprar este tipo de queso, otros representan un engaño al consumidor o presentan fallas, como las siguientes marcas: Biolac, Caperucita light, Chen, Chen light, El Sabino, Franja, Gallo Dorado, Los altares y Premier, que se ostentan como queso tipo americano pero no lo son ya que adicionan grasas vegetales.
- Algunas de las marcas mencionadas, como Biolac, El Sabino, Franja, Gallo Dorado, Los altares, Premier, además de Esmeralda, también adicionan almidón, no obstante que éste es un ingrediente no permitido en la elaboración de quesos.
- Las marcas Buen Pastor, Camelia, Colonos, La Risueña, Normex y San Miguel son imitaciones, pero inducen a pensar que son de leche al incluir imágenes de una vaca en la etiqueta.
- Otros productos que son imitaciones de queso tipo americano utilizan etiquetas que inducen a confusión al incluir la palabra "queso" en letras más grandes que la palabra "imitación", como las marcas Chipilo, D'Calidad Chedraui, Montañas, La Parroquia de Xico y La Risueña.
- Es necesario resaltar que existen diferencias importantes en lo referente al aporte nutrimental de los productos analizados, en especial de las proteínas. Esto hace particularmente importante revisar el contenido de proteína y grasa declarados en la etiqueta de los productos así como verificar lo que se indica en la tabla de resultados de este estudio. Cabe hacer notar que, en general, los productos imitación de queso tipo americano contienen menos proteínas; las excepciones fueron Caperucita, Capellania, Lupita, Nestlé, Nestlé Svelty y Normex. De los 17 productos imitación con menos del 10% de proteínas, el peor es el de la marca D'Calidad Chedraui, que contiene menos del 1% de proteína, aunque declara 12%. En cuanto a los productos que se ostentan como queso, sin serlo, hay otros tres que ni siquiera tienen 1% de proteína: Biolac, Los Altares y Premier.
- No obstante la denominación que ostentan los quesos de las marcas Caperucita, Chen, Nochebuena, y Kraft en sus presentaciones light, lite o reducidos en grasa, su contenido de grasa es relativamente alto.
- Algunos productos presentaron problemas de incumplimiento del contenido neto declarado; los peores en este sentido, fueron Chen Light (12.1% menos) y D'Calidad Chedraui (8.6% menos); otros presentaron alrededor del 4% menos, éstos son Blue House, Burr, Colonos, El Rancherito, Noche Buena sabor manchego y Premier. Las tablas de resultados contienen los valores precisos.
- Las tablas también indican los productos con fallas en la veracidad de información relativa a los contenidos declarados de humedad, grasa y proteína.
- Para complementar la información, las tablas incluyen el precio de 100 g de cada uno de los productos adquiridos.

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, al 5544-2060 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio de internet: www.profeco.gob.mx 

Ficha técnica

Periodo del estudio: 6 de junio a 22 de septiembre
Periodo de muestreo: 6 de junio a 14 de septiembre
Marcas analizadas: 46
Pruebas realizadas: 3,347

Normatividad

Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios.
NOM-051-SCFI-1994. Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas alcohólicas preenvasados.
NOM-121-SSA1-1994. Bienes y servicios. Quesos frescos, madurados y procesados. Especificaciones sanitarias.
NOM-002-SCFI-1993. Contenido neto. Tolerancias y métodos de verificación.
NOM-086-SSA1-1994 Alimentos y bebidas no alcohólicas con modificaciones en su composición. Especificaciones nutrimentales.
NMX F-92-1970. Quesos procesados.

Foto José Rodríguez



Quesos tipo americano, en resumen

En el caos y sin semáforo

Ante la ausencia de una Norma Oficial Mexicana, lo que encontramos es un gran desorden en el mercado de los quesos tipo americano y una gran cantidad de imitaciones, casi todas de bajo valor nutritivo. Decirle a usted cuáles son los peores productos es una tarea compleja, sin embargo, aquí le mostramos lo que a nuestro juicio es **lo peor de lo peor** en función de su bajo aporte nutrimental y engaño a los consumidores.





Infografía Oldemar

La proliferación de enfermedades de transmisión sexual y los embarazos no deseados pueden disminuir considerablemente con el uso correcto del condón durante las relaciones sexuales, pero la efectividad del condón también depende de la calidad con que es fabricado, empacado y conservado. Por la seguridad de usted, el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor realizó el presente estudio.

Condomes

Según estimaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS), todos los días ocurren en el mundo 100 millones de relaciones sexuales, de las cuales alrededor de un millón terminan en embarazos no deseados y cerca de medio millón en el contagio de alguna enfermedad de transmisión sexual (ETS).

En nuestro país, la infección por VIH/sida cobra alrededor de 4 mil nuevos casos por año; más del 95% de ellos por transmisión sexual. Pero además del sida, existen en México otras enfermedades que representan un problema de salud pública como la sífilis, la gonorrea y el herpes genital, así como la infección del virus del papiloma humano (asociada con el desarrollo de cáncer cérvico-uterino), que es la segunda causa de muerte entre las mujeres de nuestro país. Por los riesgos sanitarios y sociales involucrados analizamos la calidad y seguridad de los condones que se comercializan en México.

Dada la enorme diversidad de tipos, colores e incluso sabores de los condo-

nes, para el estudio se seleccionaron los más comunes, incluyendo uno fabricado con poliuretano en lugar de látex.

En principio, la seguridad de los condones de látex que se comercializan en México se encuentra regulada por la Secretaría de Salud a través de la Norma Oficial Mexicana, NOM-016-SSA1-1993, que establece las especificaciones sanitarias que deben cumplir, además de que todas las marcas y modelos deben exhibir en su etiqueta el registro otorgado por la Secretaría.

De conformidad con la NOM, de cada lote de una determinada marca y modelo de condón se toman más de 850 piezas que deben pasar otras tantas pruebas para establecer su seguridad. Con objeto de asegurar la validez estadística de los resultados que se reportan, para el presente estudio se analizó un número mayor de piezas en muchos de los casos.

Se ofrece, además, información proporcionada por Conasida (Consejo Nacional para la Prevención y Control del VIH/sida).





El estudio

Se analizaron 46 modelos de 24 marcas de condones masculinos que se expenden en México. Cada modelo de condón se sometió a 7 pruebas, algunas de las cuales deben aplicarse en más de 300 piezas. Los resultados se agrupan en los siguientes rubros:

Información al consumidor

Se verificó que el empaque primario (individual) y el secundario (el que contiene uno o más condones en su empaque primario) presentaran, en idioma español, la información requerida en la normatividad: marca, nombre del producto, número de lote, país de origen y número de registro otorgado por la Secretaría de Salud. También deben incluir datos como el nombre y domicilio del fabricante o importador, las leyendas precautorias obligatorias y fecha de caducidad.



Orificios o rasgaduras visibles

Para esta prueba se acopló el extremo abierto del condón a un equipo especial y se llenó de agua para detectar fugas. Se analizaron 315 piezas por modelo y para pasar la prueba el número de piezas detectadas con orificios o rasgaduras no debía ser mayor a 2.

Hermeticidad del empaque

En su empaque primario sin abrir, 13 piezas fueron sometidas a una presión de vacío durante un minuto. Se verificó que los empaques permanecieran inflados sin perder presión. Esto es un indicador de que el producto cumplirá su periodo de caducidad, siempre y cuando se mantenga en buenas condiciones de almacenaje.

Acabados

Mediante inspección visual se verificó que los condones no presentaran fallas como bordes distorsionados o mal acabados, escurrimiento del látex, contaminación del producto (suciedad u otros elementos extraños), excedentes de material, burbujas, adherencias, pliegues o decoloraciones. Para esta prueba se sometieron a inspección 315 piezas por modelo y, por norma, el número de piezas con defectos no debía ser mayor a 7.



Verificación dimensional

Se midió el largo, ancho y espesor de cada condón para verificar que las dimensiones correspondieran con lo declarado en su etiqueta. La verificación se realizó en 13 piezas por modelo. Todas las muestras analizadas cumplieron.

Resistencia del material

Se verificó que el volumen de aire y la presión que deben soportar los condones, sin romperse, cumplieran con lo establecido en la normatividad. Se analizaron 125 condones por modelo en su estado normal; y 80 más fueron envejecidos de manera acelerada al ser sometidos a una temperatura de 70°C durante 170 horas, antes de aplicar la prueba. Para que el producto sea aprobado, la normatividad acepta hasta 5 condones con falla en estado normal y 3 en estado envejecido.

Ficha técnica

Periodo de muestreo:
14 de febrero a 6 de abril de 2006.
Periodo de análisis:
27 de febrero a 30 de junio de 2006.
Marcas / modelos
analizados: 24 / 46
Pruebas realizadas:
51,696

Normatividad

NOM-016-SSA1-1993. Que establece las especificaciones sanitarias de los condones de hule látex.
ASTM D6324-99a. Standard Test Methods for Male Condoms Made from Synthetic Materials (para condones de poliuretano).

Condomes: lisos lubricados

Marca / Modelo / Nombre del fabricante / País de origen / Registro de Salubridad	Evaluación global de calidad	Información comercial	Acabados	Orificios o rasgaduras visibles	Resistencia del látex	Precio (\$) **
Sico / Sensitive / CPR Produktions Und. Vertriebs GmbH / Alemania / 1359C92	E	Completa	E	E	E	35.30 a 41.90
Triángulo / No presenta / Profilatex, S.A. de C.V. / México / 01761C99	E	Completa	E	E	E	18
Trojan / Clásico / Church & Dwight Co. Inc. / EU / 0367C91	MB	Completa	ii	E	E	23.50 a 33.10
Durex / Comfort / SSL Healthcare Manufacturing, S.A. / España / 0179C99	MB	Completa	E	E	MB	29 a 35
Trojan / Delgado gold / Condomi erfurt Produktions GmbH / Alemania / 01618C2000	MB	Completa	E	E	MB	22.85 a 33.10
Trojan / Magnum / Church & Dwight Co. Inc. / EU / 0244C2005	MB	Completa	E	E	MB	32 a 39
Trojan / Delgado extra sensitive / Condomi erfurt Produktions GmbH / Alemania / 0183C2003	MB	Completa	E	MB	E	22.85 a 33.10
Sico / Ultra sense / Sagami Rubber Industries, Co. LTD. / Japón / 0351C95	MB	Completa	E	E	MB	33.40 a 43.90
Sico / Safety / CPR Produktions Und. Vertriebs GmbH / Alemania / 2811C90	MB	Completa	E	E	MB	33.40 a 39.50
Encanto / No presenta / Profilatex, S.A. de C.V. / México / 1176C96	MB	Completa	E	E	MB	15
Don Juan / No presenta / Profilatex, S.A. de C.V. / México / 00420C2000	MB	Completa	E	E	MB	18
Oasis / No presenta / Profilatex, S.A. de C.V. / México / 0340C95	MB	Completa	E	E	MB	18
Simi Condón / No presenta / Profilatex, S.A. de C.V. / México / 0386C2003	MB	Completa	E	E	MB	15
Everything / No presenta / Profilatex, S.A. de C.V. / México / 0163C95	MB	Completa	E	E	MB	15 a 23
Profilatex / No presenta / Profilatex, S.A. de C.V. / México / 971C96	MB	Completa	E	E	MB	18
Don / No presenta / Profilatex, S.A. de C.V. / México / 0141C95	MB	Completa	E	E	MB	18 a 23
OKamoto Beyond Seven / No presenta/ Okamoto Industries, Inc. / Japón / 0186C2001	MB	Completa	E	E	MB	24.90
Vive / Original / Condomi erfurt Produktions GmbH / Alemania / 1199C2004	MB	Completa*	E	E	MB	17
Vive / Amor / Condomi erfurt Produktions GmbH / Alemania / 1188C2004	MB	Completa*	E	E	MB	15
United Colors of Benetton / Basic / Thai Nippon Rubber Industry Co. LTD. / Tailandia / 0050C2005	MB	Completa	E	E	MB	34.10 a 39
Trojan / Extra Fuerte / Condomi erfurt Produktions GmbH / Alemania / 1792C2003	MB	Completa	iii	E	MB	31.40 a 36.30
Tres eros / Premium / Suretex Limited / Tailandia / 1514C97	MB	k	E	E	MB	14.80

Marca / Modelo / Nombre del fabricante / País de origen / Registro de Salubridad	Evaluación global de calidad	Información comercial	Acabados	Orificios o rasgaduras visibles	Resistencia del látex	Precio (\$) **
Trojan / Ultra pleasure / Church & Dwight Co. Inc. / EU / 00817C2000	MB	Completa	E	MB	MB	22.85 a 33.10
Trojan / Muy sensible / Church & Dwight Co. Inc. / EU / 555C93	MB	Completa	E	MB	MB	22.85 a 33.10
Durex / Natural / SSL Healthcare Manufacturing, S.A. / España / 0766C95	MB	Completa	E	MB	MB	29 a 35
Sico / Excess / Sagami Rubber Industries, Co. LTD / Japón / 0951C2003	MB	Completa	E	E	B	33.40 a 41.50
Con Don Ahorro / Sensitivo / MPI Pharmaceutica GmbH / Alemania / 0449C2004	MB	Completa	iii	MB	MB	15.50
Carnaval / No presenta / Trenkes, S.A. de C.V. / México / 45208	D	Estos productos son de alto riesgo para el usuario				
Apolo / No presenta / Trenkes, S.A. de C.V. / México / 45210	D					
Sexipakk / No presenta / Trenkes, S.A. de C.V. / México / 90991	D					
Preven-Pakk / No presenta / Trenkes, S.A. de C.V. / México / 75543	D					
Night Light / Efecto fluorescente / Karex Industries, Sdn. / Malasia / 0535C2001	D					

Condomes: lisos, lubricados con aroma y sabor

Marca / Modelo / Nombre del fabricante / País de origen / Registro de Salubridad	Evaluación global de calidad	Información comercial	Acabados	Orificios o rasgaduras visibles	Resistencia del látex	Precio (\$) **
Do it lovely / Aroma fresa / Profilatex, S.A. de C.V. / México / 0173C95	E	Completa	E	E	E	18
Do it lovely / Aroma limón / Profilatex, S.A. de C.V. / México / 0173C95	E	Completa	E	E	E	18
Do it lovely / Aroma mango / Profilatex, S.A. de C.V. / México / 0173C95	MB	Completa	E	E	MB	18
Do it lovely / Aroma plátano / Profilatex, S.A. de C.V. / México / 0173C95	MB	Completa	E	E	MB	18
Everything / Fragancia rosas / Profilatex, S.A. de C.V. / México / 0423C2000	MB	Completa	E	E	MB	15 a 23
Trustex / Sabor menta / Line One Laboratories, Inc. / EU / 01959C2000	B	16, a, e, h, i, k *	ii	E	B	35 a 39
Prudence / Aroma fresa / Innolatex sdn / Malasia / 2526C2002	B	Completa	ii	MB	B	19 a 27

E = Excelente MB = Muy bien B = Bien R = Regular D = Deficiente

Condomes: poliuretano masculino

Marca / Modelo / Nombre del fabricante / País de origen / Registro de Salubridad	Evaluación global de calidad	Información comercial	Acabados	Orificios o rasgaduras visibles	Resistencia del látex	Precio (\$) **
Sico / Thermaxx / Sagami Manufacturers Sdn. / Malasia / 0130C2003	MB	Completa	E	E	MB	85 a 107.70

Condomes: texturizados lubricados

Marca / Modelo / Nombre del fabricante / País de origen / Registro de Salubridad	Evaluación global de calidad	Información comercial	Acabados	Orificios o rasgaduras visibles	Resistencia del látex	Precio (\$) **
Durex / Sensación intensa / TTK-LIG, LTD / India / 0482C2003	MB	Completa	v	E	E	29 a 35
Durex / Ultra sensitivo ribbed / SSL Healthcare Manufacturing, S.A. / Tailandia / 789C95	MB	Completa	E	E	MB	29 a 35
Trojan / Sensación mutua / Church & Dwight Co. Inc. / EU / 00842C2000	MB	Completa	E	E	MB	22.85 a 33.10
United Colors of Benetton / Points / Thai Nippon Rubber Industry Co. LTD. / Tailandia / 0070C2005	MB	Completa	E	E	MB	34.10 a 39
Trojan / Delgado ultra texturizado / Condomi erfurt Produktions GmbH / Alemania / 01619C2000	MB	Completa	iv	E	MB	22.85 a 33.10
Trojan / Texturizado / Church & Dwight Co. Inc. / EU / 0369C91	MB	Completa	ii	E	MB	22.85 a 33.10

E = Excelente **MB** = Muy bien **B** = Bien **R** = Regular **D** = Deficiente

Información al consumidor que no presentan los empaques, según la letra o número que se indique

Envase primario:

- A. Identidad o distribuidor (marca registrada, nombre o nombre abreviado) o logotipo.
- B. Número de lote.
- C. País de origen.
- D. Número de registro otorgado por la Secretaría de Salud.
- E. La fecha de caducidad (mes, año) utilizando el sistema de dos dígitos o tres letras (abreviatura en español) para el mes y de cuatro dígitos para el año. La fecha de caducidad máxima no deberá ser superior a cinco años a partir de la fecha de fabricación y de tres años, en caso de tener espermaticida.
- F. La leyenda: "Si se usan apropiadamente los condones de látex, pueden ayudar a reducir el riesgo de la transmisión de infección por VIH (sida) y otras infecciones transmitidas sexualmente. La leyenda señalada debe aparecer prominentemente expuesta de modo tal, que pueda ser claramente entendible por el consumidor y no se vea enmascarada por otra información. Esta leyenda podrá manifestar adicionalmente que el condón es un auxiliar en la prevención del embarazo y la planificación familiar.

Envase secundario:

- Nombre del producto (genérico y comercial).
- Número de lote.
- Marca o logotipo, razón social o nombre y domicilio del fabricante.
- Nombre y domicilio del importador o proveedor.
- Una descripción del condón, que incluya si tiene o no tiene receptáculo. Si el condón es coloreado o texturizado deberá estar indicado.
- El número de condones que contiene.
- El ancho del condón.
- Léase instructivo anexo (o leyendas alusivas).
- La fecha de caducidad (mes, año) utilizando el sistema de dos dígitos o tres letras (abreviatura en español) para el mes y de cuatro dígitos para el año. Si un envase al consumidor incluye condones de características diferentes, la fecha de caducidad será inferior a cinco años desde la fecha de fabricación del lote más antiguo.
- La advertencia de almacenar el condón en un lugar fresco y seco protegido de la luz solar directa.
- La indicación de si el condón es lubricado o seco. Si el lubricante contiene espermicida, deberá indicarse la identidad de cualquier ingrediente activo. Si el condón o lubricante contiene aromas también deberá indicarse.
- La declaración de que el condón está fabricado con látex natural.
- Número de registro otorgado por la Secretaría de Salud.
- País de origen
- La leyenda: "Si se usan apropiadamente los condones de látex natural pueden ayudar a reducir el riesgo de la transmisión de infección por VIH (sida) y otras infecciones transmitidas sexualmente". La leyenda señalada debe aparecer prominentemente expuesta de modo tal que pueda ser claramente entendible por el consumidor y no sea enmascarada por otra información. Esta leyenda podrá manifestar adicionalmente que el condón es un auxiliar en la prevención del embarazo y planificación familiar.
- La leyenda: "Este producto contiene hule látex que puede causar reacciones alérgicas".

Instrucciones de uso del condón indicando:

- La necesidad de manipular el condón con el debido cuidado, incluyendo su extracción del envase, para evitar dañar el condón con las uñas, joyas, etc.
- Cómo y cuándo ponerse el condón.
- Deberá mencionarse que el condón debe colocarse sobre el pene erecto antes de que se produzca cualquier contacto entre el pene y el cuerpo de la pareja, para contribuir a la prevención de infecciones de transmisión sexual y del embarazo.
- La necesidad de retirar el pene inmediatamente después de la eyaculación, mientras el condón se mantiene firmemente sujeto por la base del pene.
- Instrucciones sobre como desechar el condón utilizado.
- La declaración de que el condón sólo se usa una vez.

Leyendas precautorias

- Para uso de lubricantes adicionales.- Si se desea un lubricante adicional, debe utilizarse el tipo correcto de lubricante que sea recomendado para la utilización con condones, como los fabricados en base al agua, en base al silicón y la necesidad de evitar el uso de lubricantes a base de derivados del petróleo, tales como: vaselina, aceite para bebés, lociones corporales, aceites para masaje, así como mantequilla, margarina, etc. Por ser perjudiciales para la integridad del condón.
- Compatibilidad en medicamentos. La necesidad de consultar al médico o farmacéutico sobre la compatibilidad de los condones con medicamentos de uso tópico, ya sea de prescripción o de venta sin receta que se aplican al pene o la vagina.
- La leyenda "...si se usan apropiadamente los condones de látex natural pueden ayudar a reducir el riesgo de la transmisión de infección por VIH (sida) y otras infecciones transmitidas sexualmente como: clamidiasis, herpes genital, verrugas genitales, gonorrea, hepatitis B y sífilis". La leyenda señalada debe aparecer prominentemente expuesta de modo tal que pueda ser claramente entendible por el consumidor y no se vea enmascarada por otra información.
- La leyenda "Este producto contiene hule látex que puede causar reacciones alérgicas".
- La información se debe complementar con representaciones que ilustren las etapas principales de su utilización.

Notas:

- * Presenta en el empaque individual toda la información requerida, pero en una etiqueta adherida y no "impresa en el empaque unitario" como lo indica la norma de referencia.
- ** El precio indicado es por cartera de tres piezas y en aquellos casos que se encontraron variaciones significativas en el precio se incluye el mínimo y el máximo encontrado en el mercado nacional.

Acabados

- Pliegues.
- Borde distorsionado.
- Excedente de material.
- Escurecimiento de material.

¿Cómo utilizar correctamente el condón?

El uso correcto del condón empieza por usarlo **siempre**, desde el inicio hasta el fin de cada relación sexual con penetración anal, vaginal u oral. El uso correcto implica además cumplir algunas condiciones para lograr una mayor eficacia, por ejemplo:

- ▶ Guarde el condón en **lugar fresco y seco**.
- ▶ **Verifique la fecha de caducidad** y la fecha de fabricación, la cual no debe exceder de cinco años.
- ▶ **No lo guarde en la cartera**, la guantera del coche, en las bolsas traseras del pantalón, ni lo exponga a fuentes de calor.
- ▶ **Antes de usarlo fíjese en que el empaque no esté roto o descolorido** y verifique que el empaque primario del condón se encuentre cerrado herméticamente y que contenga un poco de aire.
- ▶ **El empaque del condón debe ser abierto con la yema de los dedos**, pues es posible que si se hace con las uñas o los dientes, el condón se rompa o perfore, dejándolo inservible. La mayoría trae unas muescas en las orillas del empaque, que señalan el lugar donde debe hacerse la apertura.
- ▶ **Utilice un condón nuevo en cada relación sexual donde haya penetración.**
- ▶ **El condón sin desenrollar debe colocarse sobre la cabeza del pene erecto y desenrollarse a medida que éste se va cubriendo.** Un condón desenrollado antes de su colocación se rompe más fácilmente.
- ▶ **El condón debe colocarse en el sentido en que se desenrolla;** si se coloca por el lado equivocado y después se voltea para utilizarlo, puede contaminarse de líquido preseminal, que también es capaz de transmitir un virus. Si esto sucede, el condón debe desecharse.
- ▶ **Aplicar lubricante adicional reduce la posibilidad de ruptura del condón.** Se recomienda usar sólo lubricantes a base de agua (se adquieren en la mayoría de las farmacias). Los lubricantes a base de aceites o petrolatos, como vaselina, aceites de bebé o cremas de belleza dañan el látex y ocasionan rupturas por pérdida de la elasticidad.
- ▶ El condón tiene una pequeña bolsita en la punta, la cual tiene por objeto ser el recipiente del semen. Antes de usar el condón, debe extraerse el aire oprimiendo suavemente la bolsita con las yemas de los dedos mientras lo coloca en el pene erecto, pues durante la penetración las burbujas de aire pueden forzar el condón hasta romperlo.
- ▶ Algunos condones no cuentan con el espacio en la punta para almacenar el semen eyaculado, en este caso deberá dejarse un espacio aproximadamente de un centímetro entre la punta del pene y la punta del condón para recolectar el semen.
- ▶ Los condones deben usarse sólo una vez.
- ▶ Si el hombre no está circuncidado, jale el prepucio (la piel que rodea el pene) antes de colocar el condón.
- ▶ Si cambia de sexo anal a vaginal debe cambiar el condón; de otra manera puede provocar una infección vaginal a su pareja.
- ▶ Después de eyacular, sujete el condón por su base y retírelo del pene mientras éste está erecto. Quítese el condón cuidando que no gotee. Anúdelo y tírelo en la basura. No es recomendable tirar el condón por el excusado ya que no son biodegradables y pueden bloquear la tubería.



Condomes de aromas y sabores

Se sugieren para el sexo oral, pues son delgados y por eso aumenta la sensibilidad. Sin embargo, esta misma cualidad puede provocar un mayor riesgo de ruptura durante la penetración anal.

Cofepris informa

La Secretaría de Salud ha realizado diversas verificaciones a los principales fabricantes de condones en el país, de las cuales se derivó el **aseguramiento, a principios de octubre, de más de 12.5 millones de unidades y la suspensión parcial de actividades de dos plantas productoras**, por irregularidades que permiten presumir riesgos para la salud de los usuarios.

¿Qué condón debe utilizar para el sexo anal?

Cuando se practica el sexo anal el condón es sometido a mayores esfuerzos por lo que es conveniente utilizar un **condón más grueso (reforzado) y con suficiente lubricante**. Estos condones son identificados por los fabricantes de maneras distintas, como "Más resistentes", "Extra fuertes", "Seguridad", "Reforzados", etc., lo cual fue comprobado en la prueba de verificación dimensional realizada.

Condón femenino

Las mujeres son cuatro veces más vulnerables a infectarse con ETS que los hombres, ya que el área de los genitales femeninos expuestos al semen y otros fluidos sexuales es más grande que la de un hombre. Además, el semen contiene más virus que los fluidos vaginales. A pesar de ello, las mujeres tienen un menor control para protegerse, pero ahora existe el condón femenino, que es una funda fabricada de poliuretano que se coloca en la vagina y la cubre en su totalidad. La decisión de utilizar el condón durante la relación generalmente era del hombre, pero ahora la mujer también puede ser protagonista con el uso del condón femenino. El condón femenino mide cerca de 17 centímetros de largo e impide el contacto del esperma y otros fluidos con la vagina y el útero.

Conclusiones y recomendaciones

Es importante insistir en que la protección que brindan los condones depende de su uso correcto y habitual.



Los condones que no cumplieron con la NOM fueron calificados como deficientes y de alto riesgo para quien los usa. Entre ellos se encuentran: **Carnaval, Apolo, Sexipakk, Preven-Pakk, fabricados por Trenkes S.A. de C.V., y Night Ligth, fabricado por Karex Industries, sdn.**

En cuanto a calidad, la gran mayoría de los condones de látex analizados pasaron las pruebas establecidas en la norma oficial mexicana NOM-016-SSA1-1993. Los que tuvieron cero fallas fueron calificados como excelentes; la calificación disminuyó en función de las fallas mostradas dentro de lo permitido por la norma.

Para quienes son alérgicos al látex, el condón de poliuretano Sico Thermaxx representa una buena alternativa que también ofrece protección contra embarazos y enfermedades de transmisión sexual.

Aunque el mercado nacional ofrece numerosas marcas y modelos registradas ante la Secretaría de Salud, también pueden encontrarse productos comercializados ilegalmente que no cuentan con dicho registro y no ofrecen ninguna seguridad. ¡Evítelos!



También es importante tener cuidado con los denominados condones de membrana natural (piel de cordero), que en Estados Unidos están autorizados como anticonceptivos, pero que, como indican claramente en su empaque, no protegen contra enfermedades de transmisión sexual.

Entre los productos que se ofrecen en negocios especializados (legales) llamados condonerías, se encuentran los **condones de fantasía**, de formas y figuras diversas; sin embargo, **estos productos no son considerados como condones y por tanto no son evaluados por la Secretaría de Salud; es decir, no garantizan protección contra enfermedades de transmisión sexual ni contra embarazos.**

Antes de usarlos, **verifique la fecha de caducidad** de los condones, lubricantes y, si fuera el caso, espermaticidas. Los fabricantes estiman en cinco años la vida útil de un condón, a partir de su fabricación, sin embargo, para mayor seguridad, se recomienda usar condones con no más de tres años de antigüedad.

Verifique que el empaque que contiene las piezas no esté roto o descolorido, y que el empaque individual de cada condón contenga una pequeña cantidad de aire que garantice su hermeticidad. De no ser así, deseche el condón.

Si adquiere condones en una máquina expendedora, verifique con especial cuidado las sugerencias antes mencionadas.

Actualmente no se usa espermaticida en los condones ya que, aunque aumenta la protección contra embarazo en caso de filtración o derramamiento de semen, se considera que puede contribuir a reabrir pequeñas cicatrices próximas a cerrar y ser un promotor para la transmisión del sida.

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, al 5544-2122 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en: www.profeco.gob.mx Para mayor información sobre sida lo invitamos a leer el artículo *Alto*

al sida, que publicamos en la página 48 de esta misma edición. También puede contactar a Conasida en Telsida al 5207-4077 o al 01-800-712-0886 u 89 larga distancia sin costo desde cualquier punto de la República; en www.salud.gob.mx/conasida, o al correo electrónico telsida@salud.gob.mx. ☎

Condomes, en resumen

Héroes vs. villanos

De las 46 marcas y modelos de condones que se venden en México, 41 pasan la prueba, y 4 de ellos son excelentes... pero hay 5 que verdaderamente son un riesgo para el usuario por su pésima calidad, un riesgo que incluso puede ser mortal. ¡No los compre!

Los mejores

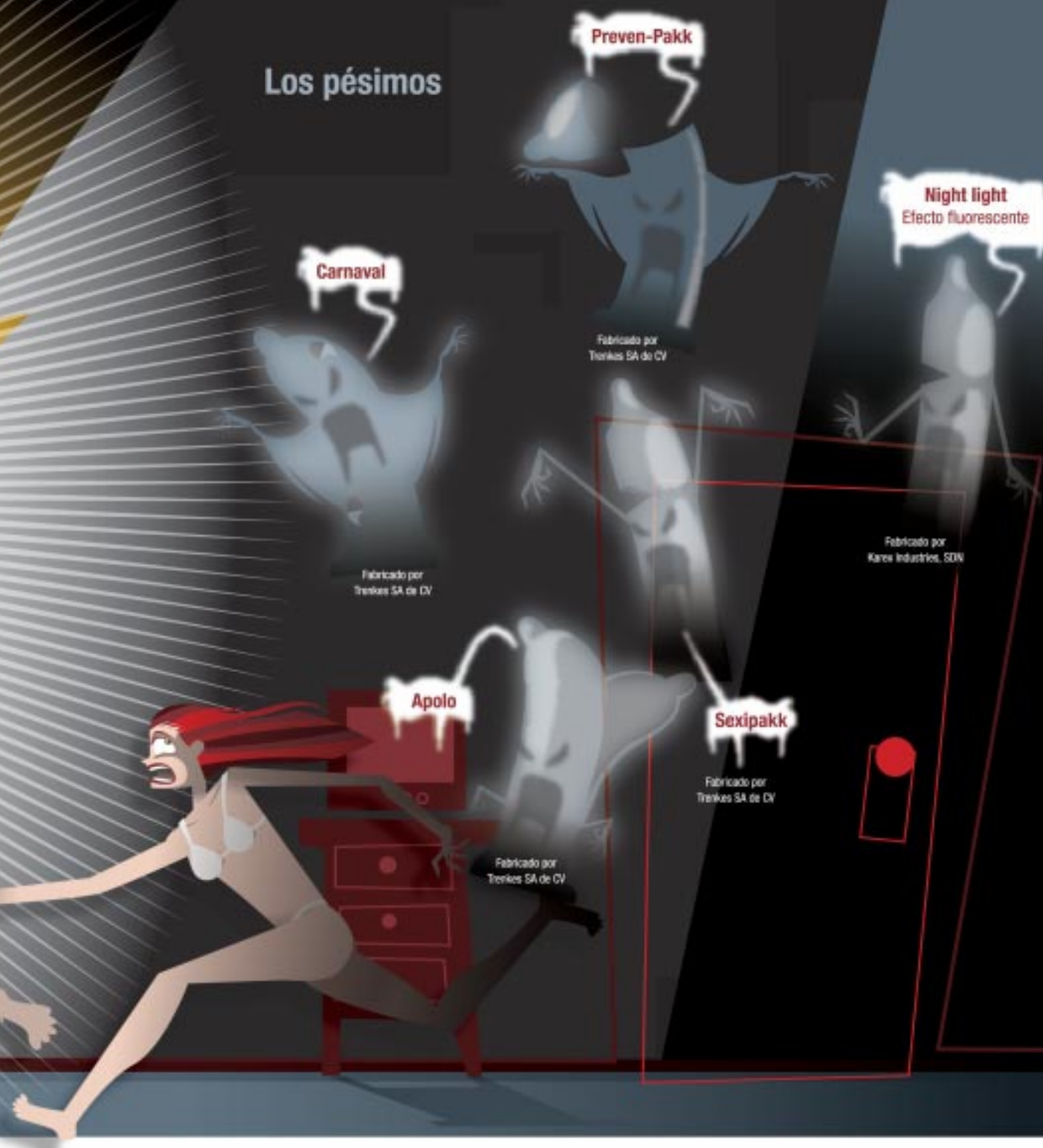
Triángulo

Do it lovely
(aroma limón)

Do it lovely
(aroma fresa)

Sico
Sensitive

Los pésimos



Altoalsida

Prevención, la clave

¿De qué lado está usted? ¿De los que creen que el sida es algo de lo que sólo se contagian otros? ¿O de quienes más allá de portarse "bien" o "mal" ejercen su sexualidad con responsabilidad, por propia seguridad y la de su pareja? En cualquiera de los casos, le conviene conocer esta información.



Fotos José Rodríguez



Por Alejandra Sánchez Plascencia

Hace 25 años se reportó el primer caso de sida, la epidemia más importante del siglo XX. A partir de entonces, el conocimiento acerca de la enfermedad ha tenido avances importantes como el descubrimiento de pruebas más específicas para detectar y diagnosticar el mal, así como tratamientos que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los afectados.

Pese a ello, la infección continúa acechando al mundo entero. Según cifras de la Organización Mundial de la Salud (OMS), hoy viven cerca de 40 millones de personas con VIH. Ante ello y mientras exista riesgo de adquirir el virus, la prevención es el pilar de la lucha contra este mal.

La infección

El VIH es el virus causante de una infección que en el transcurso de los años se manifiesta como un síndrome -un conjunto de enfermedades- denominado sida. "Todas las infecciones tienen un periodo de incubación, el de la gripe, por ejemplo, es de dos o tres días; en cambio, el del VIH es de alrededor de 10 años. Es un virus lento que produce daño lenta y paulatinamente, sin embargo, está activo y se replica permanentemente", explica la doctora Carmen Soler Claudín, coordinadora del Distrito Federal del programa de VIH/sida de la Secretaría de Salud.

Aun cuando el virus está en periodo de incubación, la persona infectada es transmisora del virus, y se dice que es una portadora asintomática o seropositiva. A propósito, el 90% de las personas infectadas con VIH en el mundo ignoran su condición.

Los seropositivos presentan gradualmente síntomas que se van agravando conforme avanza el VIH hasta que pasan a la etapa conocida como sida. Hay elementos que aceleran el desarrollo del sida, como el mal estado nutricional, presencia de otras infecciones o de enfermedades asociadas, tipo de virus, nivel de carga viral, estado del sistema inmunológico y falta de medicamentos y tratamientos para prevenir otras infecciones y atacar al virus.

Tipos de contagio

En el mundo, a partir de 1981, año en que se identificó el VIH/sida, se han infectado 65 millones de personas, de las cuales han fallecido cerca de 25 millones.

Los medicamentos específicos (antirretrovirales) han logrado disminuir en 44% la mortalidad y prolongar la vida de las personas infectadas ocho años en promedio a partir de que se les diagnostica sida. Sin embargo, hasta el día de hoy, el sida sigue siendo una enfermedad incurable.

Las formas de contagio del virus son aquellas en las que existe intercambio de sangre (transmisión sanguínea), fluidos sexuales (transmisión sexual) o de una madre infectada a su hijo (transmisión perinatal).

► La transmisión sexual es la responsable del 80% de los casos de infección de sida en el mundo. La transmisión puede ser de mujer a

La transmisión sexual es la responsable del 80% de los casos de infección de sida en el mundo

Sexo protegido, ¿qué es?

Son aquellas prácticas sexuales en las que se interpone una barrera física entre los cuerpos de los participantes. Se considera que el condón es el método de sexo protegido por excelencia, sin embargo, existen algunas otras cosas que también forman parte del sexo protegido, tales como dedales de caucho para prácticas en las que se introducen los dedos en la vagina o ano; guantes de caucho (por las mismas razones) y diques dentales elaborados en plástico o caucho.

Fuente Centro Nacional para la Prevención y el Control del VIH/sida.

hombre, de hombre a mujer, de hombre a hombre y excepcionalmente de mujer a mujer.

► El riesgo de adquirir VIH por una transfusión sanguínea o sus derivados es de casi 99%. También es posible contagiarse si hay intercambio de agujas entre personas que utilizan drogas intravenosas. Hay pocos casos (0.5%) de personal de salud infectado de VIH por pincharse accidentalmente con agujas infectadas.

► Las madres con sida pueden infectar a sus hijos durante el embarazo, al momento del parto o al amamantarlos. La transmisión perinatal ocupa más del 90% de los casos de personas menores de 15 años con sida en el mundo.

Ni sudor ni lágrimas

Luego de reconocer las vías de transmisión, es importante esclarecer la eficiencia de las distintas formas de contagio. Por lo pronto debemos saber que la orina, la saliva, el sudor y las lágrimas de una persona infectada no pueden contagiarnos, porque el VIH necesita tener una vía de acceso al torrente sanguíneo.

La doctora Soler Claudín explica lo siguiente: "Los datos indican abierta-

Condomes y prevención

El condón es una excelente opción para prevenir embarazos no deseados y enfermedades de transmisión sexual

(como el VIH/sida), para parejas casadas, unidas u ocasionales (sin importar edad o posición social); para quienes tienen prácticas sexuales consideradas de alto riesgo, como hombres y mujeres dedicados al sexoservicio y sus clientes; y usuarios de drogas inyectables. En todos los casos es muy importante que el uso del condón sea correcto y constante. El condón reduce hasta 10 mil veces la transferencia de fluidos, disminuyendo significativamente el riesgo de transmisión del VIH/sida. Varios estudios recientes realizados con parejas estables donde uno de sus miembros era portador del virus y otro no, mostraron que hubo contagio en menos del 1% de los casos, pero esto se debería a la mala calidad del condón (por defecto de fabricación o conservación deficiente), o a su uso incorrecto o inconstante. En un estudio publicado en el *New England Journal of Medicine* realizado con 256 parejas de diversos países europeos en esta misma situación, y que duró un promedio de 20 meses, no hubo un solo caso de contagio usando el condón durante cada acto sexual.

Fuente Centro Nacional para la Prevención y el Control del VIH/sida • "Effectiveness Against HIV/AIDS and Other STIs", en www.infoforhealth.org



Foto José Rodríguez

mente que la probabilidad de infección al exponerse a sangre infectada a través de una transfusión sanguínea o trasplante de un órgano contaminado, es cerca de 100%. Si hablamos estrictamente de eficiencia de contagio, la vía de transmisión sanguínea es la más eficiente.

"En este sentido, la vía perinatal ocupa el segundo lugar en eficiencia: en la actualidad, una mujer infectada tiene 30% de probabilidad de que su bebé nazca infectado, aunque una madre que recibe atención oportuna la reduce a 2%. Ahora bien, aunque el contagio por vía sexual es el menos eficiente, en el mundo 80% de las personas se infecta de esta forma."

La prevención

En México, la transmisión sexual ha sido la causa de 92% de los casos de sida. El riesgo de contagio que existe en una relación sexual sin protección depende de diversos factores. Los más obvios son que la pareja esté infectada y la cantidad de virus a la que el individuo sano se exponga.

Por lo anterior, es necesario conocer lo siguiente:

► Los fluidos que pueden transmitir el virus son semen, líquido pre-eyaculatorio (con la sola excitación, se secreta cierto líquido que no es semen pero que contiene el virus) y líquido vaginal.

► El virus entra al organismo a través de las mucosas. El sexo vaginal tiene menor riesgo que el anal porque al ha-

ber lubricación vaginal, las mucosas tienden a dañarse menos al friccionarse. En este orden de ideas, la relación hombre-mujer es menos riesgosa.

► Cuando se padece una infección de transmisión sexual como candidiasis, tricomoniasis o sífilis (todas provocadas por microorganismos), las mucosas pueden estar dañadas, aun cuando no haya heridas visibles, por lo que aumenta la posibilidad de que el VIH llegue a las células y en mayor concentración.

► El coito anal homosexual o heterosexual es más riesgoso porque la penetración provoca lesiones en la mucosa del ano (donde no hay lubricación natural). La pareja receptora está en mayor riesgo porque el semen se deposita en ella.

► El sexo oral es riesgoso porque el fluido vaginal o el semen de una persona infectada entra en contacto con la mucosa bucal de la persona receptora y ésta puede tener con frecuencia heridas o caries.

► En una relación heterosexual, la mujer tiene de dos a cuatro posibilidades más de infectarse que el hombre debido a su mayor vulnerabilidad biológica, ya que el área expuesta (la vagina completa) es mayor que la del hombre.

"Cada persona debe evaluar sus propios riesgos. Las parejas deben hablar entre sí de la sexualidad, de la decisión de usar condón para protegerse, y si eligen no cuidarse debe existir el compromiso mutuo y la responsabilidad de que si hay una relación ocasional no se pondrán en riesgo. Para prevenir es indispensable informarse y comunicarse con la pareja", concluye la especialista Carmen Soler.

A dónde acudir

El compromiso es de todos. Combatir la ignorancia representa un gran avance para prevenir el contagio del VIH/sida. Si desea obtener información sobre protección, prácticas riesgosas, pruebas de detección existentes, direcciones y teléfonos de los centros de



Foto archivo

Pruebas de detección

Existen pruebas que permiten determinar si una persona está contagiada con el VIH. La prueba Enzyme Linked Immuno Sorbent Assay (ELISA, por sus siglas en inglés) es útil para determinar la presencia de anticuerpos en la sangre (no únicamente del VIH). Con la finalidad de obtener un resultado confiable la prueba debe hacerse cuando menos a los tres meses a partir de la práctica riesgosa. Si la prueba sale positiva, eso no significa que la persona tenga el VIH, pero eso requiere una prueba confirmatoria del resultado llamada western blot.

Fuente Censida

¿Qué hacer en caso de que el condón se rompa?

Quíteselo inmediatamente y coloque otro en su lugar. Si tiene duda de que el semen pudo haberse salido, debe usted considerar un método contraceptivo de emergencia. En caso de una relación con mayor riesgo de infecciones consulte a su médico.

Fuente Centro Nacional para la Prevención y el Control del VIH/sida.

atención en toda la República Mexicana llame al 5207-4077, 5208-1198 (además de las terminaciones 1230, 1198 y 1229) o al 01-800-712-0886 (también con la terminación 0889), larga distancia sin costo desde cualquier estado de la República Mexicana. En Monterrey puede llamar al 01-800-716-0807; en Guadalajara al 01-800-364-8800, y en el Distrito Federal al 56-58-11-11. Todos los servicios se brindan de forma confidencial, gratuita y anónima. ☎

Fuentes Entrevista con la doctora Carmen Soler Claudín, Coordinadora del Programa de VIH/sida de la Secretaría de Salud del Distrito Federal • La experiencia mexicana en salud pública. Oportunidad y rumbo para el tercer milenio, Secretaría de Salud, FCE, México, 2006 • www.salud.gob.mx/conasida/estadis/2006/sida/pvvihi.pdf



¿Cuál elegir?

Más

Por Walter Jasso Anderson

La decisión de adquirir una mascota no debe ser tomada a la ligera, ni basarse sólo en la emoción temporal que provoca un cachorro, por ejemplo un perrito, por bello o desprotegido que parezca. Es necesario reflexionar sobre varios asuntos que quizá no se contemplen de inmediato, pero que sin duda incidirán a corto, mediano y largo plazo dentro del espacio vital que se compartirá con el recién llegado al hogar.

Por ejemplo, ¿considera que su familia realmente está preparada para contar con un nuevo integrante? ¿Quién se hará responsable de faenas tales como educarlo, alimentarlo, limpiarlo o sacarlo a pasear? Asimismo, ¿tiene la certeza absoluta de que no querrá regalarlo cuando la euforia inicial se disipe? ¿Acaso tuvo en cuenta si su estilo de vida resulta acorde con el tipo de animal que escogió? ¿Le ofrecen garantía en caso de que el animal fallezca?

Hay animales domésticos que son peludos, cariñosos y tiernos; otros tienen un aspecto hosco o son un tanto pasivos, pero sin excepción, todos representan una gran responsabilidad para sus dueños. A continuación, conozca los aspectos básicos a tener en cuenta antes de elegir la próxima mascota de casa.



Compañeros por muchos años

Hay animales domésticos que pueden llegar a vivir entre 10 y 20 años, como los perros, gatos, peces, aves y hámsters entre otros; todos necesitan comida, agua, ejercicio, cariño y compañía cada día de cada año. Recuerde que ese pequeño animalito que hoy apenas cabe en su mano, en unos meses crecerá y tendrá otro tipo de requerimientos.

A la hora de tomar la decisión de buscar un animal doméstico, no sólo se debe pensar en lo que la mascota le ofrecerá, sino también en lo que usted le puede brindar a ella, más allá de que los precios vayan desde 50 pesos por un hámster hasta más de 20 mil por un perro de raza. Por ello, le sugerimos que tenga en cuenta lo siguiente:

- El espacio del cual dispone. Es fundamental para decidir qué tipo de animal quiere (y puede tener), de acuerdo con las necesidades de la mascota.
- Con qué frecuencia usted y los demás integrantes de su familia se encuentran en el hogar, ya que cualquier mascota requiere de cuidados básicos para su buen desarrollo (calcule bien el tiempo que tendrá disponible para dedicárselo).
- El costo económico, pues por ejemplo, areneros, collares, correas y juguetes, son sólo algunos artículos que necesita una mascota nueva. Además, claro, hay que pagar regularmente la comida, el aseo y la atención veterinaria. Al respecto, tenga en cuenta que los cachorros y gatitos deben ir al veterinario cada cuatro o seis semanas durante los primeros cinco meses de vida.
- La comida, los medicamentos y suministros para los animales grandes son más caros que para los de talla pequeña.
- Debe estar preparado para gastos imprevistos, ya que eventualmente podrían surgir emergencias médicas.



Foto Archivo



El perro es el "mejor amigo del hombre"; es el animal de compañía más popular. Existen más de 140 razas de perros, cada una con su propia personalidad.

Tras la mascota idónea

Supongamos que luego de evaluar todo lo antes comentado, determina que sí quiere un animalito de compañía, pero... ¿cuál es el mejor para usted y los suyos? Veamos opciones. Los animales mamíferos se caracterizan por tener la sangre caliente y ofrecer un contacto más cálido e íntimo con las personas, además de que han sido las especies más domesticadas, mientras que otros como los peces y reptiles no tienen la piel suave ni ofrecen tanta interacción, pero en general requieren menos atenciones y son más fáciles de transportar.

El perro

Es el "mejor amigo del hombre"; es el animal de compañía más popular. Existen más de 140 razas de perros, cada una con su propia personalidad. A continuación, algunas sugerencias: **Para solitarios.** Dálmatas, chow chow y bulldogs son ejemplares muy aptos para la convivencia diaria y constante.

Para deportistas. Labrador, husky siberiano y cairn terrier son fuertes, ágiles y gustan de correr grandes distancias.

Para seguridad y protección. Pastor alemán, dóberman y rottweiler son idóneos, aunque resulta muy aconsejable adiestrarlos.

Para niños. Bóxer, labrador y french poodle son poco nerviosos, además de tolerantes al contacto infantil.

Para departamentos. Pequineses, bulldogs, french poodle y los teckel o perros salchicha son ideales debido a que son razas tranquilas, por lo que evitará ladridos que puedan molestar a los vecinos. Comúnmente se cree que para un departamento es mejor un perro de talla pequeña, aunque si el animal tiene un comportamiento y educación adecuados el tamaño no es determinante. En cambio, si se tiene un perro muy pequeño, pero nervioso, escandaloso y mal educado, por poco espacio que ocupe, la convivencia no será la deseada.



Es recomendable alimentarlos con fórmulas balanceadas, pues proporcionan todos los elementos nutritivos necesarios y son más cómodas de administrar.

Vale la pena señalar que la elección del perro no debe guiarse sólo por motivos estéticos; hay que buscar una raza que por tamaño y carácter se ajuste mejor a las condiciones de vida del amo, y es que para la buena relación con el dueño, no siempre las razas puras o apreciadas por su belleza son las que reúnen los mejores requisitos.

Así, los perros mestizos igualmente resultan una muy buena compañía, pues en términos generales, buscan agradar y complacer a sus dueños, y el hecho de que carezcan de pedigrí (árbol genealógico del perro con los nombres de sus antepasados y algunos datos adicionales como el número de registro ante la asociación canófila del país) no los hace peores ejemplares si de afecto y lealtad se trata. La verdadera diferencia consiste en el precio (los de raza pura son caros), y a veces en la apariencia del perro.

El sexo. Por lo general, las hembras son más caseras y se adaptan con facilidad a un departamento. Además, suelen ser más afectuosas que los machos, aunque hay que tener en cuenta sus periodos de celo.

Los machos, en cambio, son más independientes y territoriales; suelen tener un carácter más dominante con las personas y los perros a su alrededor, por lo que su educación debe ser más estricta.

La edad adecuada. Para adquirir un perro, se sugiere que el animal no tenga menos de dos o tres meses de nacido. El destete tiene lugar a las seis semanas de edad, pero el cachorro todavía necesita a la madre durante un tiempo. Por otra parte, contra todo



Foto Archivo

prejuicio, un perro adulto tiene la gran ventaja de que depende menos de sus dueños y no necesita de tantos cuidados como un cachorro, pues ya pasó la etapa de destrucción (los canes conocen el mundo mediante el hocico), controlan la vejiga y aunque siguen siendo juguetones, ya no son tan inquietos.

Es un mito creer que si no se tiene a un animal desde cachorro, éste no se acostumbrará a su amo, o no lo va a querer u obedecer.

Obligaciones diarias. Las personas que viven en departamento deben sacar a pasear a su perro por lo menos dos veces al día. Además, hay que jugar con ellos al menos 15 minutos.

Alimentación. Durante los primeros cuatro meses de edad hay que darles cuatro raciones diarias de comida

(el veterinario es el indicado para informar la cantidad exacta), tres porciones hasta los seis meses, dos hasta los ocho meses, y a partir de entonces, es suficiente con una comida al día, sin olvidar colocar a su alcance una cubeta con agua.

Además, es recomendable alimentarlos con fórmulas balanceadas, pues proporcionan todos los nutrientes necesarios y son más cómodas de administrar. Por fortuna, existe una gran variedad de alimentos y precios. Algunas fórmulas resultan más baratas que las comidas caseras debido a que los fabricantes utilizan partes del ganado de rastro que no son adecuadas para el consumo humano.

Cepillado. Si el can tiene el pelo largo, necesitará un cepillado diario; semanal en el caso de que sea de pelo corto.



En qué fijarse. Compruebe que el animal se deja acariciar sin mostrarse asustado o agresivo. No debe haber señales de secreción ocular o nasal; los ojos deben ser brillantes. No debe tener manchas en el interior de las orejas. Los dientes tienen que ser blancos y agudos. La piel debe ser muy elástica, lisa, limpia, rosada y sin partes enrojecidas. Si adquiere un cachorro, que éste no sea excesivamente barrigón, ya que puede ser síntoma de que tiene lombrices. La zona perianal debe verse limpia; manchas amarillentas indican diarrea.

Gatos

Sin importar la raza, los felinos son animales limpios que se adaptan al dueño, ya sea una persona joven, un anciano que pasa muchas horas en casa o un menor, siempre y cuando se muestren cariñosos con ellos. Cabe recordar que son dormilones e independientes, y no hacen tanta vida familiar como un perro, por lo que no requieren tantos cuidados. Además, son uno de los mejores animales de compañía para viviendas pequeñas. Los siameses y mestizos son los más



Foto Archivo

Escoja un gatito activo y juguetón que tolere las caricias y las manipulaciones.

comunes, aunque también los de angora suelen tener adeptos.

El sexo. En general, y al contrario de lo que ocurre con los perros, los machos son muy afectuosos. Les encanta que los mimen y pueden pasar largo rato sobre las rodillas, aunque tienden a escaparse del hogar en la etapa de la pubertad, para buscar hembras. Y pueden marcar la casa con la orina como su territorio, por lo que es necesario que el arenero esté siempre limpio.

En cambio, las hembras son más independientes y les gusta salir a cazar, aunque no se alejan mucho del hogar. Sus constantes periodos de celo pueden ser causa de embrazos no deseados y/o de maullidos molestos en algún momento.

La edad adecuada. No hay que separar a los gatitos pronto de su familia original, puesto que los juegos y peleas entre hermanos, así como los castigos de la madre son necesarios para un buen equilibrio en la formación

La esterilización, impostergable

Se calcula que tan sólo en el D.F., existen alrededor de 3 millones de perros callejeros. Según datos de la Sociedad Mundial de Protección Animal. Una sola perra, con una vida reproductiva de seis años, puede generar una descendencia de 100 individuos, mientras que cada gata puede dejar un legado de hasta 200 felinos.

Existen diversos mitos en torno a la esterilización y las consecuencias que produce en las mascotas. Por ejemplo, que afecta la personalidad del animal, o que a las hembras les puede dar cáncer, pero en ninguno de los casos hay evidencia científica que así lo compruebe.

También se dice que un perro o gato esterilizado tiende a engordar, pero la verdad es que sus requerimientos nutricionales disminuyen cuando los órganos sexuales les son extraídos o inutilizados, por lo que se debe reducir la cantidad de alimento que se les da.

Hágalo por ellos, no dude en esterilizar a su perro o gato, macho o hembra, a partir de los seis meses de edad.

Fuentes www.foyel.com, con información del Pet Food Institute (Instituto de Alimentación para Mascotas de los Estados Unidos) • www.revistavertigo.com

Variedad / Raza	Establecimiento	Precio mínimo	Establecimiento	Precio máximo
Perros (con y sin pedigrí)				
French poodle	Tienda de mascotas El Castillo (Edo. Méx.)	\$350	Clínica veterinaria Grizzly (Edo. Méx.)	\$2,000
Labrador	Clínica veterinaria casa Ale (Edo. Méx.)	\$1,200	Kachorros (D.F.)	\$6,000
Pastor alemán	La casa de las mascotas (Aguascalientes, Ags.)	\$1,500	Comercializadora canina (D.F.)	\$2,500
Pastor alemán con pedigrí	Dogs Pet's Cats (D.F.)	\$8,000	Kachorros (D.F.)	\$35,000
Shnauzer miniatura	Graciela Venegas Montoya (Edo. Méx.)	\$1,500	+KOTA (D.F.)	\$18,600
Chihuahueño	Carlos Alberto Bustamante (D.F.)	\$2,500	+KOTA (Edo. Méx.)	\$5,200
Mastín napolitano	Di Santone (D.F.)	\$5,000	Mastines del Caos (Edo. Méx.)	\$8,000
Yorkshire terrier	Carlos Alberto Bustamante (D.F.)	\$9,000	+KOTA (Edo. Méx.)	\$22,000
Bulldog inglés	Pet & Shop (D.F.)	\$10,000	Comercializadora canina (D.F.)	\$45,000
Aves				
Perico australiano	Veterinaria Coacalco (Edo. Méx.)	\$48	+KOTA Plaza Satélite (Edo. Méx.)	\$65
Canario	Rubén Cevallos Duarte (Edo. Méx.)	\$150	Guiser (Edo. Méx.)	\$250
Hagapornis	Acuario Valle Dorado (Edo. Méx.)	\$430	Villa Canina Guamerú (D.F.)	\$600
Guacamaya	+KOTA (D.F.)	\$38,000	+KOTA (D.F.)	\$42,000
Cacatúa	+KOTA (Edo. Méx.)	\$28,000	+KOTA (Edo. Méx.)	\$42,900
Peces				
Japonés	Veterinaria y acuario Altamira (Edo. Méx.)	\$6	Acuario Bajo el mar (Michoacán)	\$180
Beta	Servicio veterinario (Edo. Méx.)	\$12	Acuario marino Piscis (D.F.)	\$45
Tropical	Villa canina Guamerú (D.F.)	\$50	Carlos Romero Basurto (Edo. Méx.)	\$150
Disco (ciclido)	Servicio Veterinario (Edo. Méx.)	\$180	Acuaria Zoo (Edo. Méx.)	\$3,000
Escorpión	Acuario Valle Dorado (Edo. Méx.)	\$290	Veterinaria Casa Luna (Edo. Méx.)	\$450
Roedores				
Ratón árabe	La casa de las mascotas (Aguascalientes, Ags.)	\$10	+KOTA (Edo. Méx.)	\$11
Hámster	La hera de la mascota (Edo. Méx.)	\$20	La casa de los animalitos (D.F.)	\$36
Reptiles				
Tortuga japonesa	Acuario Valle Dorado (Edo. Méx.)	\$25	+KOTA (D.F.)	\$50
Iguana verde	Pet & Shop Tepepan (D.F.)	\$100	Veterinaria Carlos "K" (D.F.)	\$200
Pitón	Maskota (Edo. Méx.)	\$1,935	Mundo Animal (D.F.)	\$3,000
Otros				
Tarántula	+KOTA (Edo. Mex.)	\$176	Mascotas Leo's (D.F.)	\$250
Hurón	Ar Fields (Edo. Méx.)	\$1,450	+KOTA (D.F.)	\$16,000
León	Exóticos y salvajes (D.F.)	\$12,000	Graciela Venegas Montoya (Edo. Méx.)	\$15,000

Los precios

Del 2 al 11 de septiembre de 2006 el departamento de Encuestas de Profeco recabó 220 precios vía telefónica en 72 establecimientos que comercializan animales en Aguascalientes, Michoacán, Estado de México y Distrito Federal. Para consultar la lista completa de precios y la ubicación de los establecimientos, visite www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula.asp.

Nota 1: Algunos establecimientos ofrecen garantía de reposición por escrito, previa presentación del animal y el ticket de compra; la garantía de salud puede extenderse por 15 días (en cachorros nacionales e importados).

Nota 2: En ninguno de los establecimientos visitados ni en los que se contactaron telefónicamente se encontraron gatos. Sólo en algunos anuncios en periódicos de circulación nacional o por internet se encontraron razas como rusa (\$3,000), persa (\$7,000), himalaya (\$2,800), siamés (\$4,000) o de angora (\$11,000).

Fuente Dirección General de Estudios sobre Consumo, Profeco



Foto archivo



Vacunas

Para prolongar la vida de su fiel compañero, le presentamos los cuadros de vacunación que debe atender:

Perro

Edad del perro	Tipo de enfermedad a prevenir
4 a 6 semanas	Vacuna contra moquillo en cachorros mal destetados.
6 a 8 semanas	Vacuna contra parvovirus, moquillo, coronavirus, hepatitis infecciosa canina y parainfluenza de forma individual o combinada.
10 a 12 semanas	Revacunar contra todas las enfermedades anteriores, ya sea de forma individual o combinada.
A los 3 meses	Vacunar de forma individual contra la rabia.
De los 4 a los 6 meses	Vacunar contra leptospira, además de las mencionadas en las semanas 10 a 12.
De los 8 a los 10 meses	Revacunar contra las enfermedades anteriores.
Del año a los 8 años	Revacunar una vez al año contra todas las enfermedades.



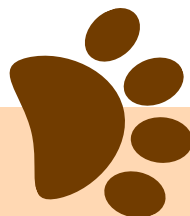
Foto archivo

Gato

Edad del gato	Tipo de enfermedad a prevenir
8 a 9 semanas	Vacuna contra panleucopenia felina.
8 a 10 semanas	Vacuna contra leucemia felina, calicivirus y rinotraqueitis felina.
10 a 12 semanas	Revacunar contra las enfermedades anteriores, ya sea de forma individual o combinada.
A los 3 meses	Vacunar de forma individual contra la rabia.
A los 6 meses	Revacunar contra panleucopenia felina, calicivirus y rinotraqueitis felina.
Del año a los 7 años	Revacunar contra rabia, leucemia, calicivirus, panleucopenia y rinotraqueitis felina una vez al año.

Además, tanto perros como gatos deben desparasitarse dos veces al año.

Fuente www.mascotas.org • MVZ Alejandro Grassie Galván



Adiestramiento de perros

Se habla de educación canina, pero en realidad los profesionales del adiestramiento y los especialistas en conducta animal tratan de educar a los dueños de los perros porque lo esencial es su actitud hacia el animal, además de un carácter firme para controlar a la mascota.

La instrucción del cachorro comienza desde que nace. A partir de los dos meses un perro ya puede empezar a recibir cursos de obediencia, aunque para un adiestramiento específico (deportivo, competencia, caza, asistencia) es preferible que el perro madure para que trabaje mejor.

Entre los problemas de conducta de los perros que pueden ser resueltos con adiestramiento destacan los siguientes:

- ▶ Hábitos higiénicos inadecuados, como hacer sus necesidades dentro de la casa.
- ▶ Que el animal no sepa comportarse bien en lugares públicos.
- ▶ Los ladridos molestos, por ejemplo cuando un perro desde el balcón ladra siempre que pasa un vehículo o una persona.
- ▶ La rotura de muebles y enseres, debido a un afán de mordisquearlo todo, a veces porque se aburren.
- ▶ El miedo, por ejemplo a otros perros.

Fuente Dirección General de Estudios sobre Consumo, Profeco • www.lealcan.com

de su temperamento. Lo recomendable es adquirir al minino cuando tenga al menos dos meses y medio de edad.

Obligaciones diarias. Hay que jugar con ellos al menos 15 minutos al día, alimentarlos entre tres y cuatro veces diariamente hasta los seis meses de edad, y una o dos veces diarias a partir de entonces. Al igual que con los perros, resulta preferible darles alimento balanceado para gatos y no comida de personas. También hay que cambiarles la arena, cepillarles el pelo todos los días si lo tienen largo y semanalmente si son de pelo corto.

En qué fijarse. Escoja un gatito activo y juguetón que tolere las caricias y las manipulaciones. Fíjese en su pelo: debe ser liso y brillante. No debe tener zonas de piel sin pelo ni costras debajo de los dedos de las patas; los ojos deben estar limpios, claros (sin manchas en las córneas) y bien abiertos. Si se trata de un gatito blanco de ojos azules, haga ruido para confirmar que sí escucha; a veces, estos animales son sordos.

Otras mascotas

Tortugas. Una pecera grande con calefacción, que tenga una zona profunda donde el animal pueda nadar,



Foto Archivo



¿Cómo elegir veterinario?

Por Raquel Martín del Campo

- ▶ Además de tener el título profesional, un buen veterinario debe estar verdaderamente comprometido con el bienestar de los animales, más allá de la ganancia económica que le representen.
- ▶ Su lugar de trabajo debe ser sumamente limpio y debe contar con instrumental quirúrgico esterilizado.
- ▶ Debe tener la capacidad de brindarle orientación sobre tópicos como conducta, alimentación, higiene y aspecto de su animalito.
- ▶ Aunque poca gente lo sabe, perros y gatos padecen problemas dentales. El veterinario debe revisar, desde los primeros años de vida de la mascota, el estado de sus dientes, ya que la evolución de algún padecimiento dental puede derivar en problemas de corazón, riñones, hígado, etcétera.
- ▶ Pregunte al médico si ofrece el servicio de emergencias las 24 horas del día, y si no es el caso, pídale los datos de algún colega que sí cuente con dicho servicio.

Fuentes Entrevistas con el médico veterinario Alejandro Grassie Galván y Nidia Ramírez, responsable del Centro de Adopción Cambia un Destino, A.C.

Foto Archivo

Test. ¿Es usted apto para tener una mascota?



- 1** Cuando realiza compras por la ciudad o en un centro comercial, ¿se detiene en los escaparates de las tiendas de animales?
- a) No.
 - b) Sí, a veces.
 - c) Casi siempre, cuando no tiene mucha prisa.
- 2** Cuando se encuentra en una librería o puesto de revistas, ¿se fija en publicaciones relacionadas con el mundo animal?
- a) No.
 - b) Sí, pero no las compra.
 - c) Suele comprar o leer alguna.
- 3** Si ve a su vecino con arena absorbente para gatos en el carro del súper, piensa:
- a) "¡Vaya gasto!", o "¡Cómo debe de pesar!"
 - b) "¿Cada cuánto tiempo la cambiará?"
 - c) "¡Qué suerte tener un gatito en casa!"
- 4** Cuando emiten en TV o radio noticias relacionadas con animales:
- a) No presta atención.
 - b) Las sigue con interés.
 - c) Escucha atentamente y hasta pide opinión a un profesional.
- 5** Si algún miembro de su familia sintiera especial interés por alguna mascota, intentaría:
- a) Hacerle cambiar de opinión.
 - b) Explicarle las ventajas y desventajas de tener esa mascota.
 - c) Haría lo posible por informarse y adquirir una usted también.
- 6** Ante un documental de animales en la televisión:
- a) Cambia de canal.
 - b) Si tiene tiempo, a veces lo ve.
 - c) Suele ver casi todos.
- 7** ¿Qué sentimientos le produce la imagen de un perro abandonado en el campo o en la carretera?
- a) Procura no mirar.
 - b) Lástima, pero no se detendría.
 - c) Decepción y tristeza. Intentaría llevarlo a algún refugio o sociedad protectora.
- 8** Cuando dispone de algún rato libre, a lo largo del día o en fines de semana, ¿le gusta salir al campo?
- a) No, no le gusta el campo.
 - b) Sale, pero poco.
 - c) Pasear o hacer ejercicio por el campo le encanta.
- 9** ¿Colabora usted con la alimentación de la mascota familiar, en su limpieza o en la compra de los productos que requiere?
- a) Le gusta que estén las cosas hechas.
 - b) Procura ayudar cuando puede.
 - c) Si no sabe hacerlo, pide que le enseñen y colabora en todo lo relacionado con las mascotas, disponiendo de tiempo para ello.
- 10** Si en la familia hubiera una gatita y le dijeran que desde hace dos días está triste, no come y además, se intuye que puede tener fiebre, usted:
- a) Esperaría un poco más para ver si se recupera.
 - b) Preguntaría a alguien que entendiera de animales.
 - c) Acudiría enseguida al veterinario.
- 11** Si debido a las vacaciones familiares su mascota ha de estar sola unos días, intenta:
- a) Que alguien la quiera y de paso, se la regala.
 - b) Dejarle comida y agua suficiente.
 - c) Buscar una residencia o alguien de confianza para que la cuide.
- 12** Cuando alguien le comenta que ha pasado una mala noche por el parto de su perra, usted:
- a) Piensa "¡ah!", pero ¿qué los animales no paren solos?"
 - b) Le habría puesto muy nervioso, sin saber qué hacer.
 - c) Habría acudido al veterinario de urgencias.
- 13** Escucha a un amigo comentar que ha comprado un loro que le ha costado más de 10 mil pesos, y piensa:
- a) "Lo bien que lo habría pasado yo con ese dinero".
 - b) "¿Un loro cuesta eso?"
 - c) "Sin duda me encantaría verlo".
- 14** Al oír hablar de la contaminación ambiental y sus repercusiones en la fauna y flora autóctona, usted:
- a) Se queda igual, no le importa en lo mínimo.
 - b) Siente pena, pero no le quita el sueño.
 - c) Intenta tomar conciencia e incluso platica con las personas de su entorno sobre la importancia de buscar soluciones al problema.
- 15** A su hijo se le muere el pez que, como usted ya había presagiado, acaba en la basura.
- a) Le diría que es lo mejor, así no tendrá que cambiar el agua de la pecera.
 - b) Según el estado de ánimo de su hijo, le compraría otro.
 - c) Comprueba si las condiciones de vida del pez eran las adecuadas, para ver si lo sustituye por otro.



Resultados

Mayoría de a) Probablemente usted no tiene mascota en casa y difícilmente la llegará a tener. No le conmueve demasiado el reino animal y tampoco le facilita a la gente a su alrededor el que adopten una mascota.

Mayoría de b) Le gustan las mascotas o en algún momento ha sentido curiosidad por ellas, pero le falta verdadero interés por los animales. Una mascota significa algo más que un nuevo amigo que se las arregla solo: es un ser con toda la vida por delante, al que hay que dedicar tiempo, cariño y recursos económicos.

Mayoría de c) Es usted un verdadero apasionado de los animales y es probable que ya conviva con una mascota, y si no, muy posiblemente sería un amo responsable y cariñoso. En caso de que obtenga la misma cantidad de respuestas en los tres incisos, aplica como resultado la letra B.

Fuente www.mascotas.consumer.es/test/test1.php

y una piedra o superficie sobre la cual pueda salir totalmente del agua, le brindan a la tortuga un ambiente interior adecuado. Si no puede tenerla en estas condiciones, quizá sea preferible buscar otra opción, pues estas mascotas son muy sensibles a las enfermedades respiratorias causadas por los cambios de temperatura. Tienen la ventaja de que, fuera de lo antes mencionado, no requieren muchos cuidados.

Hámsters. Son roedores de fácil cuidado, aunque al ser animales nocturnos, acostumbran hacer ruido durante la noche. Son una buena opción para las personas principiantes en hacerse cargo de un animal.

Hurones. Luego de los perros y los gatos, los hurones se han convertido en la tercera mascota más popular en México; son "primos" de los zorrillos y las comadrejas, y no roedores como suele pensarse. De temperamento silencioso y juguetón, requieren una jaula grande además de mucha vigilancia, por lo que no son adecuados para



Foto archivo

Exóticos y fauna protegida

Los animales exóticos no son mascotas, debido a que no están domesticados y sus hábitos de vida difieren de los de los humanos, pues es común que mientras nosotros dormimos, estos animales se mantengan despiertos, lo que dificulta la convivencia.

Si aun así se decide por un animal exótico, exija el certificado avalado por la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (Cites), emitido por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat). Algunas especies requieren permisos de Acuicultura y Pesca, y otras un permiso de la Sagarpa donde se demuestre su procedencia y la legalidad de la venta.

La Cites tiene el registro de 5 mil especies de animales (900 amenazadas, cuyo comercio está prohibido y 4 mil que están reguladas). Cada dos años y medio se revisan estas listas.

De acuerdo con la legislación mexicana vigente, todos los especímenes originarios o provenientes de cualquier país, requieren este tipo de certificado como lo establecen el artículo 161 de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente, el artículo 115 de la Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable y los artículos 50 y 51 de la Ley General de Vida Silvestre.

Si desea más información llame a la Dirección General de Inspección y Vigilancia de la Vida Silvestre a los Teléfonos 2615-2092 ext. 6316, y 5449-6300, o bien, ingrese al sitio de la Comisión Nacional para el Conocimiento de la Biodiversidad: www.conabio.gob.mx o en <http://portal.semarnat.gob.mx/>

Fuente Dirección General de Estudios sobre Consumo, Profeco



Foto archivo

Al momento de comprar

No olvide lo siguiente:

- ▶ Exija la factura y solicite garantía por escrito.
- ▶ La garantía es la responsabilidad adquirida por el vendedor frente a las posibles anomalías o defectos ocultos del animal.
- ▶ Deben garantizarle que la mascota está libre de enfermedades hereditarias o de origen infeccioso durante un periodo prudencial.
- ▶ En el caso de los perros de raza, el pedigrí acredita la ascendencia de un animal de raza pura, así como su calidad genética.
- ▶ La cartilla de vacunación es un documento individualizado para cada animal, emitido por un veterinario, que debe estar al día. Deben contar con el registro de todas sus vacunas y las incidencias relevantes de su historial clínico hasta el mismo momento de su venta.

Fuente Dirección General de Estudios sobre Consumo, Profeco



Foto Archivo

Las aves son mascotas ideales para personas de la tercera edad porque no exigen mucho trabajo y brindan compañía.

niños pequeños, sino más bien para personas que cuenten con suficiente tiempo libre, pues se trata de animalitos muy inquietos. También son nocturnos.

Aves. Son la mascota ideal para personas de la tercera edad porque no exigen mucho trabajo y brindan compañía. Para comprobar que las aves, sobre todo las canoras, se encuentren sanas, observe que estén vivaces, alegres y que canten; las plumas deben ser brillantes, limpias y pegadas al cuerpo; sus ojos deben ser expresivos y el movimiento de todo su cuerpo debe ser vibrante.

Peces. Son una mascota a la cual no se puede abrazar o acariciar, pero en cambio, resultan fáciles de mantener, no hacen ruido, no muerden el sillón, ni tampoco hay que sacarlos a pasear y sí llegan a desarrollar reconocimiento hacia su dueño. Se recomiendan especialmente para personas nerviosas, ya que el movimiento de los peces en el agua, así como las burbujas de la pecera, pueden resultar relajantes.

Los peces deben tener colores intensos, aletas bien desarrolladas y buena movilidad. No compre demasiados peces en un mismo día, especialmente si son de distintas especies, hay algunos como los pez beta que atacan a los demás. Cuando adquiera nuevos peces, asegúrese de que éstos sean compatibles con los que ya tiene en su acuario.

¿Dónde?

El siguiente paso en la búsqueda de su nuevo amigo, es acudir a un lugar legalmente establecido que cumpla con normas básicas de higiene, así como de seguridad.

Tiendas. En estos sitios, los animales deben encontrarse en espacios adecuados según su especie, estar limpios, alimentados y recibir buen trato por parte de los dependientes.

Si va a comprar un animal acuda a un local que cuente con los permisos de las autoridades del gobierno federal y/o estatal. Solicite que le expliquen

las características del ejemplar de su interés, exija la cartilla de vacunación, y una garantía por escrito.

No en la calle. La Ley de Protección a los Animales prohíbe la venta de mascotas y fauna silvestre en la vía pública, así que quien le ofrezca un animalito en la calle, está cometiendo un ilícito.

No les compre a los vendedores callejeros, pues al hacerlo, contribuye a que se siga generando un mercado negro, en el que los primeros afectados son los propios animales y después usted y su familia.

Centros de adopción. Hay centros de carácter altruista que se encargan de cuidar a perros y gatos abandonados y/o que han sufrido maltrato, para darlos a personas comprometidas que demuestren genuino interés por hacerse cargo de una mascota.

En la mayoría de los casos, se paga un donativo que permite la supervivencia de estas asociaciones, pues los animales se entregan vacunados



Protección, adopción y esterilización

En el D.F.

Cambia un destino, A.C.

Tels. (55) 5219-3610 y 5219-3611

E-mail: informacion@cambiaundestino.com.mx

Internet: www.cambiaundestino.com.mx

Centro de adopción y rescate animal, A.C.

(Quinta Santa Isabel)

E-mail: jlmrey@prodigy.net.mx

Internet: www.centrodeadopcionanimal.cjb.net

Teléfonos: albergue (55) 5877-1628 y

rescate (55) 5877-3744 y 2602-1781

Dr. José Luis Martínez (55) 5843-4407

Grupo educación pro defensa animal, GEPDA

E-mail: contacto@gepda.org

Internet: www.gepda.org (algunas secciones están en construcción)

En otros estados de la República

Sociedad protectora de animales la roca, A.C.

(Veracruz, Ver.)

E-mail: vero@laroca.org.mx

Internet: www.laroca.org.mx

Asociación por los derechos de los animales en Yucatán A.C. (Mérida, Yuc.)

E-mail: ayudanimal_yuc@hotmail.com

Teléfonos: 01-9999-2075-01

Asociación pro defensa animal A.C., Aprodea

(Ciudad Juárez, Chihuahua)

E-mail: aprodea@yahoo.com

Internet: www.prodan.org.mx/gallery (galería en internet)

Teléfonos: 01-6566-1700-12, (656) 6255-578, 6189-722

Sociedad protectora de animales de Cancún

(Quintana Roo)

E-mail: spacqroo@hotmail.com

Teléfonos: 04499-8578-5993 y 01-9988-8094-66

Movimiento pro rescate canino

(Morelia, Mich.)

E-mail: liebele22@hotmail.com

Teléfonos: 01 443 3 14 25 52

Vida, derecho del animal, VIDA

(Cuernavaca, Mor.)

E-mail: informesvida@vidaac.org.mx

Internet: www.vidaac.org.mx

Teléfonos: 01-777-3123-533 y 01-777-3189-206

Protección, vida y esperanza animal, A.C., PROVEZA

(Pachuca, Hgo.)

E-mail: proveza_hgo@yahoo.com.mx

Teléfono: 01 771 71 8 63 84

Pro defensa animal A.C., Prodan

(Monterrey, N. L.)

E-mail: informes@prodan.org.mx

Internet: www.prodan.org.mx

Teléfono: 01 84 780 566

El proceso de adopción comienza con una entrevista telefónica; luego, la persona acude a las instalaciones, elige a la mascota y la asociación la entrega en el domicilio del futuro dueño.

y esterilizados, como explica Nidia Ramírez, responsable del Centro de Adopción Cambia un Destino, A.C., ubicado en la Ciudad de México. Aquí, el donativo es de 350 pesos.

Este centro cuenta con varios perros y gatos de distintas edades y temperamentos que han sido bien atendidos. Los animales llegan al centro a través de un refugio con el cual tienen un acuerdo, no reciben animales por ninguna otra vía, pues el cupo está a su máxima capacidad.

El proceso de adopción comienza con una entrevista telefónica; luego, la persona acude a las instalaciones, elige a la mascota y posteriormente la asociación la entrega en el domicilio para conocer las condiciones en las que vivirá el animal.

Tras la entrega, hay visitas de control en las que se monitorea el estado físico y anímico de la mascota, así como para apoyar al dueño con cualquier duda o situación que se presente.

Las mascotas tienen derechos

Ya sea que maúllen, ladren, canten o sean silenciosas, todas las mascotas están amparadas por la Ley de Protección a los Animales, que tiene variantes de acuerdo con cada estado de la República, aunque en términos generales, sanciona con multas y cárcel a quienes "realicen actos de crueldad, maltrato o abandono de animales en vía pública o por periodos

prolongados en bienes propiedad de particulares, así como por azuzarlos para que se ataquen entre ellos y hacer de las peleas un espectáculo público o privado".

Por lo anterior, una vez que usted se decida por una mascota, no la abandone ni la maltrate, no olvide que la paciencia es una característica indispensable en un buen amo, ya que las mascotas pueden mudar de pelo, ser desordenadas al comer, escupir alimento o dejar bolas de pelo, vomitar y hacer sus "gracias" por toda la casa en lo que aprenden dónde hacer sus necesidades, pero ¡no se enoje con ellas!

Puede educar a su mascota, por ejemplo un perro, con una actitud y tono de voz firmes, e incluso, llamarle la atención pegando cerca de él con un periódico, pues el ruido sirve como correctivo, pero nunca utilice la violencia física. En ningún caso la merecen los animales y sí debemos proporcionarles un modo de vida decoroso en un ambiente propicio para su desarrollo, que redituará en el cariño y la compañía que nuestra mascota puede proporcionarnos. 🐾

Fuentes Entrevistas con el médico veterinario zootecnista Alejandro Grassie Galván, director de la empresa DVM Consultoría • Nidia Ramírez, responsable del Centro de Adopción Cambia un Destino, A.C. • doctor Luis Fernando de Juan Guzmán • Ley de Protección a los Animales del Distrito Federal • Comité Pro-Animal, AC • www.aspca.com, www.tuperro.com.mx, www.peluzzo.com • www.chelon.org, www.hurones.com.mx • www.cambiaundestino.com.mx, www.mascotas.consumer.es • www.enbuenasmanos.com, www.terra.com.mx • www.revistavertido.com

Muchipollo



Consumidores en la radio



Dos frecuencias del ahorro

INCONTRARE
lo invita a escuchar
el programa
**Casa, vestido y
sustento**
todos los jueves
de 12 a 13 horas
por la 660 de AM,
*la radio de los
ciudadanos*



...y tampoco
se pierda
**El cuarto del
consumo**,
con Fernanda Tapia
y Humberto Vélez,
ahora también en
nuestra página
de internet
www.profeco.gob.mx



Barro,
aluminio
y plástico,

dson



dañinos?

Por: Alejandra Sánchez Plascencia
y Erika García

Desde hace unos meses circula por internet un e-mail que advierte sobre los peligros de enfriar agua en botellas de plástico. El barro también ha sido señalado como perjudicial para la salud, al igual que el uso de utensilios de aluminio. Pero, ¿qué hay de cierto sobre la toxicidad de estos tres materiales?



El barro, ¿un peligro muy mexicano?

Preparar y disfrutar platillos de nuestra gastronomía en las tradicionales cazuelas, ollas o loza de barro es una práctica que muchas personas conservan, pues aseguran que este material da a los alimentos un toque único; sin embargo, se ha demostrado que algunos de estos recipientes liberan plomo, posible causa de serios problemas de salud.

A finales de los años 90, tras una serie de pruebas sanguíneas en niños mexicanos, se descubrió que el uso frecuente de cazuelas de barro para preparar alimentos había provocado un aumento en el nivel de plomo en la sangre de los menores.

El problema no es el barro en sí: “Éste no contiene ningún compuesto tóxico, el problema es el barniz que se utiliza para darle el acabado brillante, pues tiene un alto contenido de plomo”, explica el doctor Héctor Lamadrid, investigador en Ciencias Médicas del Instituto Nacional de Salud Pública (INSP).

El recubrimiento brillante, que utilizan todavía buena parte de los alfareros para evitar que se trasminen los líquidos, contiene plomo, lo que convierte a los utensilios de barro en una fuente de contaminación para los alimentos. El doctor Lamadrid explica cómo sucede esto: “El plomo contenido en el esmalte de una cazuela se libera poco a poco, de manera constante e imperceptible, al guisar y/o conservar comida en ella, sobre todo cuando son alimentos de alto contenido de ácidos, como una salsa o rebanadas de jitomate”.

De acuerdo con el doctor Lamadrid, las consecuencias de consumir dosis diarias de plomo a través de los alimentos pueden ir desde una intoxicación aguda leve (con síntomas como náuseas, dolor de cabeza y abdominal) hasta una disminución de la capacidad intelectual. Los niños son los más vulnerables a este tipo de problemas, ya que son más susceptibles de absorber el metal.

En nuestro país existen normas oficiales que establecen, entre otras cosas, los límites de plomo permitidos en la elaboración de artículos de cerámica vidriada y los requisitos necesarios para su comercialización. Sin embargo, su cumplimiento se dificulta porque la producción de utensilios de barro es una actividad artesanal.

Ante este panorama, el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart) se esfuerza desde hace 15 años por convencer y enseñar a los alfareros a utilizar un nuevo esmalte con elementos inocuos. Lamentablemente, muchos alfareros se resisten al cambio.

Si usted no está seguro del tipo de esmalte aplicado a sus utensilios de barro, le recomendamos evitar su uso para la preparación y conservación de alimentos, ya que “no hay manera de saber si una olla está liberando plomo”, afirma el doctor Lamadrid. Otra recomendación es usar piezas de barro no esmaltadas, pues hay que recordar que es el recubrimiento y no el barro el que libera plomo.



Fotos José Rodríguez



Una “piedrita” en la cocina

Las ollas y cacerolas de aluminio son otros de los trastes favoritos de las amas de casa por su bajo precio y rapidez al calentarse (este metal es un excelente conductor del calor). No obstante, existe la idea de que este material provoca la formación de piedritas en el riñón e incluso contribuye a la aparición de cáncer, por las sustancias que liberan las ollas al contacto con el fuego. Para tranquilidad de las y los cocineros, hasta ahora no existen datos que comprueben la toxicidad de este material.

El aluminio, considerado el tercer elemento más importante porque representa el 8% de la corteza terrestre, es una sustancia abundante en la naturaleza. Aunque nuestra dieta diaria contiene cantidades de 10 a 100 microgramos (0.000000001 kg) de este metal, no tiene **ninguna** función biológica en el organismo y la insolubilidad de sus sales hace difícil **su absorción** por el aparato digestivo.

De acuerdo con el doctor Lamadrid, los utensilios de cocina de aluminio **no son**, ni con mucho, la principal fuente de exposición **vía oral** al aluminio: “Estamos cerca de este metal a través de productos tan cotidianos como las **aspirinas**, la **pasta dental** y los **antiácidos**”. Aunque el especialista afirma que hasta ahora **ningún** estudio ha comprobado que cocinar con utensilios hechos de aluminio representa un riesgo para la salud, sí advierte que como medida precautoria se debe evitar su uso en los siguientes casos:

- ▶ Cuando una persona tiene problemas renales. El aluminio podría provocar un tipo de descalcificación por intoxicación, es decir, los huesos se hacen frágiles y tienen mayor tendencia a fracturarse.
- ▶ En caso de alergia al metal. Si una persona es intolerante a los antiácidos o desodorantes con aluminio.

Si usted no se encuentra en ninguna de las situaciones anteriores, no existe ningún riesgo al cocinar en ollas o con utensilios de aluminio.

Dioxinas en los alimentos...

Circuló en internet como pez en el agua. Era un e-mail que advertía sobre los riesgos de utilizar botellas de plástico para enfriar agua y recipientes del mismo material para calentar o cocinar alimentos en el horno de microondas. El correo alertaba sobre la liberación de dioxinas (compuestos causantes de cáncer). Para dar credibilidad al asunto citaban como fuente a investigadores de la Escuela de Salud Pública Johns Hopkins Bloomberg, ubicada en Baltimore, EU.

En realidad, las dioxinas son contaminantes que se forman a partir de procesos industriales, sobre todo de aquellos en los que se utiliza cloro. Otra fuente importante de dioxinas son los incineradores de material hospitalario, así como la quema de combustibles y de basura doméstica.

Las dioxinas liberadas a la atmósfera se unen a otras partículas y regresan a la Tierra, donde son **ingeridas** por peces y otros animales, que las **almacenan** en su grasa corporal. En las sedimentaciones de lagos y océanos también hay dioxinas que están ahí desde antes de que el hombre realizara actividades **industriales**, ya que también las producen **la combustión** de procesos naturales, como incendios forestales y erupciones volcánicas. La **toxicidad** de las dioxinas está bien documentada. Pero no la liberación de estos compuestos al utilizar recipientes **de plástico**. De hecho, poco tiempo después de que empezó a circular el mencionado correo, la Escuela de Salud Pública Johns Hopkins Bloomberg en su página web y en voz de uno de sus especialistas en medio ambiente, el doctor Rolf Halden, **negó** que la institución haya proporcionado **la información**.

En el documento publicado, el doctor Halden afirma que “En general, cuando **calentamos** algo (alimentos o recipientes) aumenta la posibilidad de extraer los químicos que contiene. En la cocina muchas veces realizamos este proceso de calentamiento. Un ejemplo muy simple es cuando ponemos **agua a hervir** y le agregamos **manzanilla** o **menta** para hacer té: **extraemos** los químicos de las hierbas. En los laboratorios de investigación se utiliza el mismo proceso para extraer químicos de los materiales que se quieren analizar (polímeros, metales, etcétera).”

Para evitar el riesgo de contaminación con dioxinas al calentar recipientes de **plástico** en el horno de microondas, **le recomendamos**:

- ▶ Utilizar recipientes **diseñados** para introducirse al horno de microondas. Generalmente, estos utensilios incluyen en la base la palabra **microwave**.
- ▶ **Nunca caliente los alimentos dentro de bolsas de plástico** o envueltos en plástico adherente (el que se usa para envolver carne en los supermercados).
- ▶ Los **recipientes de vidrio** resistentes al calor, conocidos como refractarios, no representan **riesgo alguno**.
- ▶ Si usted guisa con utensilios de **plástico** (cucharas o palitas), asegúrese de que están **fabricados** para cocinar alimentos calientes.

Respecto de las dioxinas que pueden ser liberadas **al enfriar agua en botellas de plástico**, el profesor Halden explica que **el congelamiento** trabaja en contra de la liberación de químicos, y que éstos no se esparcen tan rápidamente en temperaturas frías.

En realidad, **todos llevamos** una cierta carga de dioxinas en el cuerpo, independientemente de lo que comemos, pues en casi **todos los lugares** de la Tierra hay dioxinas. No obstante, es mejor tomar sus precauciones. ☹



Fuentes Entrevista con el doctor Héctor Lamadrid, investigador en Ciencias Médicas del Instituto Nacional de Salud Pública. • *Toxicología y seguridad de los alimentos*, R. Denche, Ediciones Omega, Barcelona, 1990. • “La cerámica vidriada como factor de riesgo de exposición al plomo”, Leopoldo Vega et al., revista *Salud Pública de México*, del INSP, marzo-abril 1994, volumen 36. • “Eliminación del plomo por curado casero”, Torres Luisa et al., revista *Salud Pública de México*, del INSP, noviembre 1999, volumen 41. • <http://quiro.uab.es/tox> • www.terra.or/articulos/art01376.html • www.jhintl.net/JHI/English/Media/Find_an_Expert/FE_RolfHaldenJuly05.asp

¿Qué tipo de grasas consumes?

Las grasas son sanas, de hecho son absolutamente esenciales para disfrutar de una salud óptima.

La palabra grasa suele asociarse con gordura o enfermedades, pero la realidad es que es uno de los nutrientes esenciales para el ser humano. Las grasas son buenas y necesarias para el buen funcionamiento del organismo siempre que su consumo se realice en la cantidad y calidad adecuada. Son junto con los hidratos de carbono, las principales fuentes de energía, permiten la absorción de las vitaminas liposolubles (A, E, D y K) y forman parte de la estructura de las membranas celulares y como relleno de ciertos órganos.

Saturadas o Insaturadas

Las grasas son imprescindibles para el funcionamiento del organismo, pero es importante saber que grasas son las que favorecen la salud y cuáles predisponen al organismo a enfermarse. Existen tres tipos:

Grasas saturadas. Son las que debemos evitar y en su mayoría son de origen animal. Sólo se derriten cuando se eleva la temperatura. Ayudan a empeorar la salud, contribuyen a formar placas en las arterias y a aumentar de peso. Entre ellos encontramos el tocino, coco, queso crema, la crema, todo lo que lleve manteca o mantequilla.

Las grasas de origen vegetal, las mono y poli-insaturadas. Son las que necesitamos, pues a partir de ellas sintetizamos hormonas en el cuerpo y no se pueden dejar de consumir. Se caracterizan externamente porque se mantienen en estado líquido a la temperatura ambiente. Ayudan a disminuir el nivel de colesterol en la sangre, eliminan las grasas de las células y las transportan al hígado para ser desintegradas por los ácidos biliares y eliminadas del cuerpo. Las encontramos en aguacate, aceitunas, cacahuates, pistaches. Las poli-insaturadas las encontramos en las avellanas, nueces, margarina, pescado y cualquier aceite vegetal (oliva, cártamo, maíz, etcétera). Una alimentación rica en ácidos grasos insaturados disminuye el riesgo de padecer muchas enfermedades, especialmente las cardiovasculares. Su consumo habitual constituye remedio eficaz para reducir el nivel de colesterol y de triglicéridos en sangre.



suscríbete

Te ofrece temas de
interés para tu familia



Llama al **5639 0621** ó escribenos a: suscribete@ganarsalud.com

Profeco: 30 años de servicio

Revista del Consumidor



Testigo fundamental de las relaciones de consumo en México, la *Revista del Consumidor* cumple en este mes **30 años** de informar, orientar e incluso divertir a los consumidores, al mismo tiempo que ha representado un eficaz instrumento para que los proveedores mejoren sus productos y servicios.

Por José Armando Aguilar

En la década de los setenta, una crisis monetaria y financiera en el país provocó la devaluación del peso frente al dólar y una fuga de capitales, por lo que en 1976 se decidió dejar el peso en flotación.

En ese año, 1976, los consumidores mexicanos compraban un kilo de tortilla por \$3.10 y un litro de leche por \$4.80. Año en que sólo el 7% de los hogares tenía plancha de vapor y no se había comprobado, a ciencia cierta, la forma en que el hábito de fumar podría afectar a una criatura antes de nacer (salvo que provocaba bajo peso en el recién nacido).

Ese mismo año, la evaluación general de la economía mexicana no era favorable: se registró una notable alza en la tasa de inflación y una marcada reducción en el ritmo de la actividad económica. El mercado cerrado y los precios controlados de los productos básicos eran los principios que regían las relaciones comerciales.

Sin embargo, no a todos les iba mal: “Hogar, dulce hogar” (la historia de dos matrimonios dispares y sus peri-

pecias, que se transmitía todos los jueves de 20:00 a 20:30 horas por el canal 2) era uno de los programas televisivos con más *rating* y tiempo en el aire.

Debido a las condiciones económicas, los ciudadanos mexicanos pudientes mostraron una clara tendencia a invertir sus ahorros en el extranjero, situación que se agudizó en los últimos meses del año 76, y sus efectos se agravaron al conjuntarse con retiros masivos de fondos del sistema bancario.

En resumen, la gran mayoría de los consumidores vieron deteriorado su poder adquisitivo de manera significativa, por lo que el gasto del consumo privado se mantuvo prácticamente estancado. Así era en 1976, año en que aparecieron los Cheetos torciditos y los autos de moda eran el Maverick, Gremlin, Valiant Volare y Chevrolet Caprice.

En este contexto económico nace la *Revista del Consumidor*, posiblemente el material de difusión de origen gubernamental más reconocido por la población.



Un servicio sin fines de lucro

Una de las principales características de la *Revista del Consumidor* es que no acepta publicidad comercial en sus páginas. Lo anterior (que bien podría calificarse como un suicidio editorial, porque las revistas comerciales subsisten no de la venta de la revista misma, sino de la publicidad que manejan) representa toda una proeza para un medio de comunicación impreso. Aunque por breves periodos (de julio de 1993 a septiembre de 1996) la revista aceptó

publicidad a página completa, ésta desapareció para dejar lugar a una breve mención de una empresa de mensajería (de octubre de 1996 hasta mayo de 1998), que se encargaba de repartir nuestros ejemplares. A partir de entonces la *Revista del Consumidor* continúa con este necesario compromiso de no incluir ningún tipo de publicidad comercial, ya que de lo contrario la objetividad y equidad que nos caracterizan se verían cuestionadas.

Consumo gusto

El humor siempre ha tenido un lugar importante en la *Revista del Consumidor*. Desde su creación, este medio adoptó las enormes dosis de ingenio contenidas en pequeñas viñetas para combinarlas con la información práctica y formal que ofrecemos. Esto fue posible gracias a la participación de caricaturistas como Carlos Dzib, Alberto Isaac, Apebas y Alfonso Orvañanos, hasta llegar a los cartoons de Trino en sus *Crónicas de un consumidor compulsivo*. Estos son sólo algunos ejemplos:



Un auténtico compromiso social

Antes de adentrarnos en el origen de la revista, conviene recordar algo que ya hemos mencionado en otras entregas de esta sección: que hace 30 años nació la Ley Federal de Protección al Consumidor y, como consecuencia, se crearon también los organismos que se encargarían de hacer realidad la ley: la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) y el Instituto Nacional del Consumidor (Inco). Originalmente, Profeco se encargó de la tarea de

conciliar intereses entre proveedores y consumidores, mientras que el Inco se propuso la misión de difundir, informar y capacitar en consumo a los ciudadanos mexicanos.

La *Revista del Consumidor* se creó en noviembre de 1976 bajo el auspicio del Inco. La necesidad de contar con un órgano informativo confiable resultaba imperiosa en un momento especialmente difícil para los consumidores mexicanos, quienes se encontraban de pronto con una serie de derechos que apenas comenzaban a comprender.

“En un mercado libre en el que los medios de comunicación masiva obedecen –casi en su totalidad– a intere-

ses comerciales, sólo el Inco, con el respaldo de sus propios recursos técnicos y sus facultades y responsabilidades legales, puede y debe editar esta revista como su órgano oficial de difusión...”, escribió en el primer número Santiago Sánchez Herrero, director general en aquellos años del Instituto Nacional del Consumidor.

En ese momento la idea de crear un medio de comunicación impreso resultó de tanto interés para los ciudadanos, que desde ese momento la revista se convirtió en el vehículo más inmediato y efectivo para hacerles llegar información que hasta entonces, aunque no era desconocida, no estaba al alcance de la mayoría del público.



De la vista nace el amor

La *Revista del Consumidor* ha experimentado en los últimos años una serie de cambios en su imagen con la intención de ser más atractiva, pero sobre todo útil para los consumidores. El ejemplo más claro de lo anterior son las infografías que acompañan las conclusiones de nuestros estudios de laboratorio, en donde presentamos lo más relevante de un solo y atractivo vistazo. Además, el Platillo Sabio y la Tecnología Doméstica vienen en un encarte desprendible coleccionable, lo cual ha tenido mucha aceptación entre nuestros lectores.

Un rostro cambiante

Estas son algunas portadas que muestran la evolución de la *Revista del Consumidor* en estas tres décadas:

► Noviembre de 1976



► Noviembre de 1977



► Julio de 1979



Un mundo de consumo en 80 páginas



La salud y usted. “Los peligros de la automedicación” se llamó el primer artículo sobre salud que publicamos. A partir de ahí se han dado a la imprenta decenas y decenas: “¿Boticas y farmacias?” (pues sí, en 1978, cuando se publicó este artículo, las boticas aún eran comunes), “Cirugía estética”, “Productos milagro” (que desde la década de los setenta existían), “Virus de papiloma humano”, “Tabaquismo”, entre muchos más. Hoy en día, como usted sabe, esta sección se llama *A su salud*.

Por supuesto, la *Revista del Consumidor* no es sólo los estudios de calidad. Tenemos secciones que nacieron con la revista que han crecido con los consumidores durante todo este tiempo y que al día de hoy, son parte fundamental en este esfuerzo editorial de brindar información útil:

El brinco

Fue hasta enero de 1982 que la *Revista del Consumidor* intentó llegar a “ese sector de la población que absorbe con inocencia el impacto del consumismo”. En aquel entonces se publicó, por varios años, un suplemento infantil de 16 páginas llamado *El brinco*. En la actualidad, en cada entrega de la sección *Pequeños consumidores* buscamos que los niños se adentren en los temas de consumo con un punto de vista más crítico y no como simples receptores pasivos de información.



El anticomercial del mes. Desde el primer número, la revista se preocupó por evidenciar los abusos, trampas, irregularidades y engaños de los que echan mano algunos malos proveedores para que el consumidor los favorezca con su compra. Por ejemplo, en la *Revista del Consumidor* de octubre de 1978 se publicó esto: “¿Chocolates? Luego de ver el anuncio televisivo del chocolate ‘Rica Barra de La Suiza’, al consumidor le quedan muy claras las características anatómicas de la modelo publicitaria. Sin embargo, nada se dice de las características del producto: calidad, sabor, precio o contenido neto. La publicidad debe orientar, no confundir.” Pero no hay que olvidar otras secciones que han surgido en el transcurso de estos 30 años y que han resultado de gran interés y utilidad para nuestros lectores: **El Platillo Sabio Profeco y la Tecnología Doméstica Profeco, El monedero, Qué hay detrás de..., Alerta al consumidor, Radiografía de los servicios, Antes de contratar**, entre muchas más.



La nueva publicación, que por cierto costaba 10 pesos, desde un principio planteó las que serían sus directrices (y que hasta el día de hoy se respetan). Se leía en el primer número:

“En la medida en que prácticamente todos somos consumidores

de bienes y servicios, la *Revista del Consumidor* aspira a alcanzar una difusión altamente masiva. La información veraz, completa, seria (técnica y científicamente fundamentada), así como la orientación manejada en un lenguaje claro, directo, conciso, y la

aportación de nuestras recomendaciones, inspira en nosotros un sentimiento de profundo y auténtico servicio social y representa –desde luego– un compromiso editorial en el cual pondremos nuestro mejor empeño”.

► Enero de 1983

► Agosto de 1989

► Marzo de 1992

► Julio de 1993

► Octubre 2006



Reconocimiento internacional

La *Revista del Consumidor* goza de aceptación y reconocimiento en el ámbito internacional. Esto lo hemos comprobado en múltiples reuniones con otros organismos defensores de derechos del consumidor, donde se han expresado comentarios positivos en torno al contenido, diseño y presentación de la revista. En ocasiones hemos recibido felicitaciones por escrito de parte de entidades homólogas a Profeco en el extranjero, que reconocen en nuestra publicación un ejercicio muy profesional y de gran ayuda para el consumidor.

México no es el único país que publica una revista especializada en protección al consumidor; también lo hacen Argentina, Corea del Sur, España, Francia y Guatemala, entre otros. Sin embargo, en cuanto a calidad gráfica y contenidos, destacan a nivel internacional casos como Canadá con su publicación *Protegez-Vous*, el Reino Unido con la revista *Which?* y, por supuesto, México con la *Revista del Consumidor*.

Sin duda alguna, nuestro país es un pionero en temas de educación al consumidor y Profeco es un punto sólido de referencia para otros países.

Fuente Departamento para Asuntos Internacionales, Profeco



Foto José Rodríguez

Numeralia de papel

- ▶ Directores o jefes editoriales que han coordinado el trabajo de la *Revista del Consumidor*: **20**
- ▶ Porcentaje de la población que sabe de la existencia de la *Revista del Consumidor*: **75.2%**
- ▶ **63.7%** de nuestros lectores son mujeres.
- ▶ **25.4%** de nuestras lectoras tienen licenciatura, vs. **17.7%** de nuestros lectores.
- ▶ La mayoría de quienes nos favorecen con su preferencia tienen entre **31 y 45 años**.
- ▶ Tiraje de la primera edición de la revista: **200 mil ejemplares**.
- ▶ Tiraje actual: **60 mil ejemplares**.
- ▶ Promedio mensual de ventas de la *Revista del Consumidor*, de enero 2001 a mayo 2006: **74%**.

- ▶ Edición más vendida de enero 2001 a mayo 2006: mayo de 2002, con **97.18%** de lo ejemplares agotados (sobre un tiraje de **90 mil**).
- ▶ **5 millones, 370 mil** ejemplares será el tiraje total de la revista de enero de 2001 a diciembre de 2006.
- ▶ Año de mejores ventas para la revista entre 1989 y 2006: **2001**, con sólo **3%** de devolución.
- ▶ Porcentaje de nuestros suscriptores que califica nuestra publicación como **bueno o muy buena: 99.8%**.

Fuente Distintas ediciones de la *Revista del Consumidor* • Encuesta de Imagen y Opinión 2005, Profeco.



Foto José Rodríguez

El poder del consumidor en "papel"

En un México en vías de industrialización que encontraba en el consumo el aceite que hacía funcionar los engranes del comercio y la industria, el arribo de la revista provocó incertidumbre (por no decir temor) en los proveedores, quienes de inmediato empezaron a manifestar, no sin cierto nerviosismo, su "solidaridad" con la revista:

"La *Revista del Consumidor* debe reunir las características de objetividad y solidez para informar adecuadamente al público sobre la problemática general del consumo. Ello supone un cuidadoso estudio de los problemas, escuchando a las partes interesadas y evitando generalizaciones injustas", expresaba públicamente la Confederación de Cámaras Industriales.

Y un representante de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio no se quedaba atrás: "Confío que este órgano de difusión orientará eficazmente a los consumidores... Siempre y cuando maneje la información con plena veracidad".

Previendo estas reacciones, en el editorial de la *Revista del Consumidor* número uno, se publicó: "El proveedor —la otra parte que conforma la relación de compraventa— nos es igualmente importante... La *Revista del Consumidor* representará, además, una tribuna a través de la cual ambas partes por igual —consumidor y proveedor— podrán exponer sus quejas, experiencias, puntos de vista e inquietudes en busca de información y orientación. Ni el Instituto ni la revista son trinchera de ataque en contra de personas físicas o morales, de agrupaciones o gremios, ni del proveedor

en su calidad de tal". Desde el comienzo, la *Revista del Consumidor* asumió el compromiso de informar verazmente para conseguir elevar la calidad de los distintos productos y servicios.

Y vaya que lo logró desde un principio: el primer estudio de calidad publicado puso a prueba a ocho marcas de planchas, y los resultados presentados al público consiguieron uno de los objetivos deseados:

"Notifico a ustedes haber recibido el estudio evaluativo correspondiente a nuestros modelos de planchas, tomándolo como bueno. Estamos haciendo algunas nuevas pruebas cuyos resultados contienen las mismas desviaciones indicadas en su reporte. Tengan ustedes la plena seguridad de que serán corregidas a la brevedad", escribió a la revista un representante de planchas Eureka, una de las marcas más comercializadas en ese tiempo.

► El compromiso social de la *Revista del Consumidor* va más allá de las **80 páginas** que la conforman, a saber:

► **85.5%** de nuestros suscriptores afirma que hasta cinco de sus familiares o amigos leen la *Revista del Consumidor*.

► **10.6%** destaca que hasta 10 personas más leen la revista.

► Con frecuencia **muchos de los diarios de circulación nacional retoman nuestros contenidos**, lo que nos permite llegar a miles y miles de mexicanos más. Esto se debe a que está permitida la reproducción de los estudios del laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población.

Por si se le **pasó un número**



Si en algún momento usted escuchó sobre un estudio de calidad que le interesó pero ya no encuentra la revista en puestos de periódicos, existen dos vías para obtener esa información:

● Visite nuestra página en internet (www.profeco.gob.mx), en donde encontrará los reportajes y estudios de calidad que más **destacan** en cada una de nuestras ediciones.

● Si desea la revista **completa**, puede obtener cualquier **número atrasado** en nuestro Centro de Documentación (Cedoc) ubicado en:
Av. José Vasconcelos 208, P.B. Colonia Condesa, Delegación Cuauhtémoc, México, Distrito Federal.

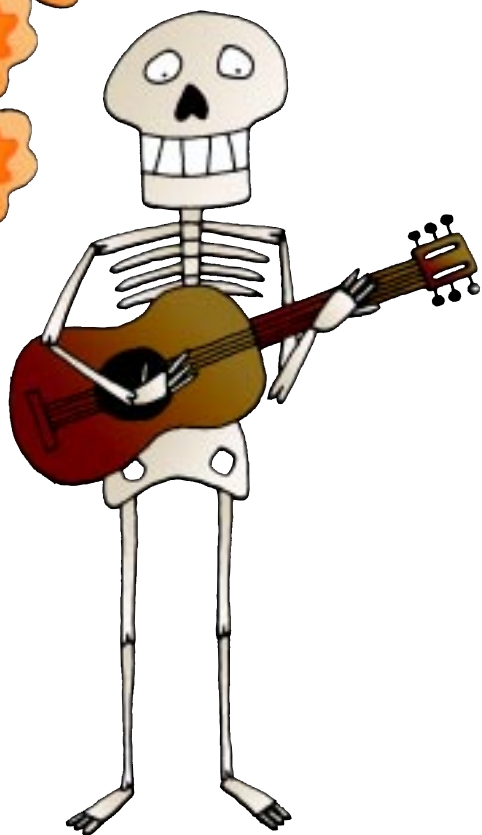
En el Cedoc usted puede **consultar** todas las **publicaciones** de Profeco, como el programa Quién es Quién en los Precios, las Tecnologías Domésticas, el Plátano Sabio y diversos folletos y publicaciones gratuitas. Además, el Centro posee un acervo **bibliográfico** especializado en temas de consumo y protección al consumidor. Entre en contacto, llame al **5625-6816** o **5625-6700 ext. 1037 y 1063**. O bien, envíe un e-mail a la siguiente dirección centrodocumentacion@profeco.gob.mx

Existen muchos ejemplos semejantes en los 30 años de historia de la *Revista del Consumidor*, y podría llevarnos una edición completa enumerarlos todos hasta llegar a los más recientes: "leches" que no son leche, yogures impostores, jugos naturales que no tienen nada de "natural", condones que se rompen..., sólo por mencionar algunos.

Este mes la *Revista del Consumidor* está de manteles largos cumpliendo

30 años, refrendando nuestro compromiso con usted: brindarle información de calidad, veraz y oportuna que, esperamos, reditúe de manera positiva tanto en su vida económica como familiar, y que equilibre la disparidad de las relaciones comerciales entre productores que pueden ser muy fuertes y consumidores desinformados. ■

Fuente: Informe anual, 1976. Quincuagésima octava asamblea general ordinaria de accionistas, Banco de México, México, D.F., 1977 • Distintas ediciones de la *Revista del Consumidor*



Muertitos

El Día de Muertos es la ocasión para recordar a los seres queridos que ya no están con nosotros, los antepasados que se esforzaron por formar una familia y un hogar como el que tú tienes ahora. Conoce el origen de esta tradición que nos ha acompañado durante muchas generaciones.

Por Luis Amador

Esta celebración tiene raíces muy profundas en nuestra historia. Por ejemplo, antes de la conquista de México por los españoles, en el transcurso del año, los aztecas hacían dos fiestas en honor a los muertos pequeños y a los grandes (si te gustan los trabalenguas se llamaban Mihcailhuitontli y Hueymihcailhuitl, respectivamente).

En estas fiestas se ponían en casas y templos ofrendas de frutas y flores; luego, un sacerdote, con la cara pintada de negro, las visitaba, cantando canciones muy tristes.

Durante la Conquista, los frailes (representantes de la religión católica traída por los españoles) "movieron" en el calendario las fiestas de los indios para hacerlas coincidir con el 1 y 2 de noviembre, que en el santoral católico corresponden al día de Todos los Santos y de los Fieles Difuntos.

De acuerdo con la tradición, una vez al año, las almas de los difuntos tienen "permiso" de visitar a sus seres queridos. Para recibirlos, en México las personas siguen poniendo ofrendas y arreglan el panteón.

La ofrenda en casa para los muertos adultos consiste en flores, frutas, veladoras, licores, cigarros y comida (tamales, mole, carnitas o barbacoa, además de tortillas recién hechas) puestas sobre papel de china picado de colores. La ofrenda es para que los difuntos disfruten de todo aquello que tanto les gustaba en vida.

Por su parte, también para halagarlos, a los muertitos (los muertos niños) se les ponen juguetes y postres, como dulce de calabaza o arroz con leche.

Sea la ofrenda para pequeños o grandes, hay cosas que no pueden faltar, como el incienso, las calaveritas de azúcar, el pan de muerto y las flores

de cempasúchil, además de un vaso con agua y un puñito de sal.

Tu papel en la tradición

Aunque no lo creas, la celebración del Día de Muertos ha durado muchísimos años, gracias a que ha pasado de padres a hijos durante generaciones. Recordar a los seres queridos que ya no están con nosotros permite darle un sentido a nuestra existencia, pues es una invitación a gozar de la vida y llevar a cabo nuestros proyectos, por pequeños que sean.

Tu papel como niño en esta importante tradición es participar y darle continuidad, es decir, enseñársela a tus hijos (cuando los tengas) tal y como te la enseñaron a ti tus padres, pues eres como el guardián de un tesoro que te han heredado tus antepasados, y que tú, a su vez, heredarás a los que vienen después de ti.

El significado de la ofrenda

Arco de flores de cempasúchil.

El arco representa el cielo y es una forma de dar la bienvenida a los difuntos. El color de las flores orienta a los difuntos hacia su antiguo hogar.

Fruta. Se acostumbra poner naranjas, cañas de azúcar, tejocotes y jícamas. Representan los frutos que la tierra da al hombre.

Vela o veladora. La llama de la veladora representa el espíritu del difunto; también representa una luz en el camino de los muertos.

Calaveritas de azúcar.

Tienen el nombre de las personas que viven en la casa y son un símbolo de que la vida es pasajera, que la muerte es el paso a otra forma de existencia.

Incienso (copal).

El aroma del incienso guía a las almas de los difuntos hacia donde sus familiares los esperan.

Comida. Para darle gusto a los difuntos con los alimentos que disfrutaban en vida.

Vaso con agua y puñito de sal.

Para que los difuntos apaguen su sed y para que los difuntos niños sepan a qué sabe la sal que nunca probaron.

Pan de muerto. Tiene la forma de una tumba: la bolita superior simboliza el cráneo y las tiras cruzadas los huesos. A veces se espolvorea con azúcar roja, lo cual representa la sangre.

Papel picado. El colorido papel de china se recorta con figuras de flores y calaveras y se usa como mantel que sólo sirve para esta ocasión especial.

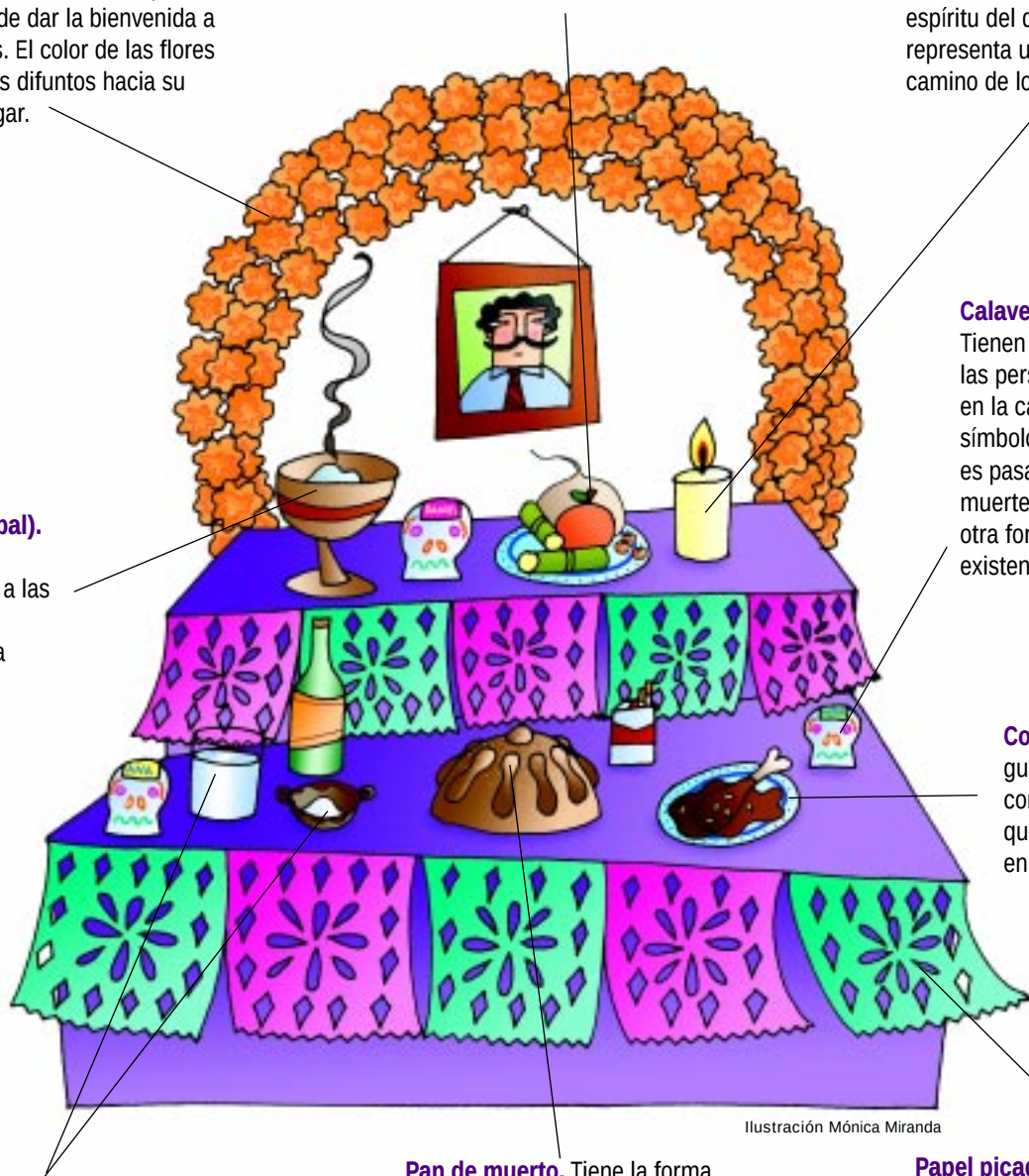


Ilustración Mónica Miranda

Envíenos sus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México, D. F., o al e-mail: rconsumidor@profeco.gob.mx
No olvide incluir su nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos ponernos en contacto con usted.*



Renault no tiene refacciones

Tuve un percance hace unas semanas y metí mi auto Clío Expression 2003 a la agencia por medio del seguro, pero es el día que no me lo han podido entregar porque "no les envían la pieza que les hace falta".

Me dijeron que la reparación tardaría dos semanas y ya se van a cumplir tres sin que nadie me pueda garantizar que en el próximo stock llegue la pieza.

Lo peor es que la gente de la agencia está como si nada. Hablo a servicio a clientes y no obtengo respuesta, sólo malos modos de parte de un tal Noé Ugalde, que me salió con que como mi auto era 2002, que ya no estaba dentro de la garantía ¡y me colgó! ¿Qué tiene que ver el modelo de mi coche (que como les dije, es 2003 y no 2002) o la garantía con la falta de refacciones de Renault?

Estoy francamente decepcionada de la calidad del servicio y muy molesta con la marca, no es posible que Renault

no tenga un stock de refacciones para atender a sus clientes en México.

Les escribo porque me gustaría proceder legalmente, ya que por la ineptitud de la agencia no tengo mi auto y he gastado mucho tiempo y dinero en transporte público para trasladarme de un lugar a otro.

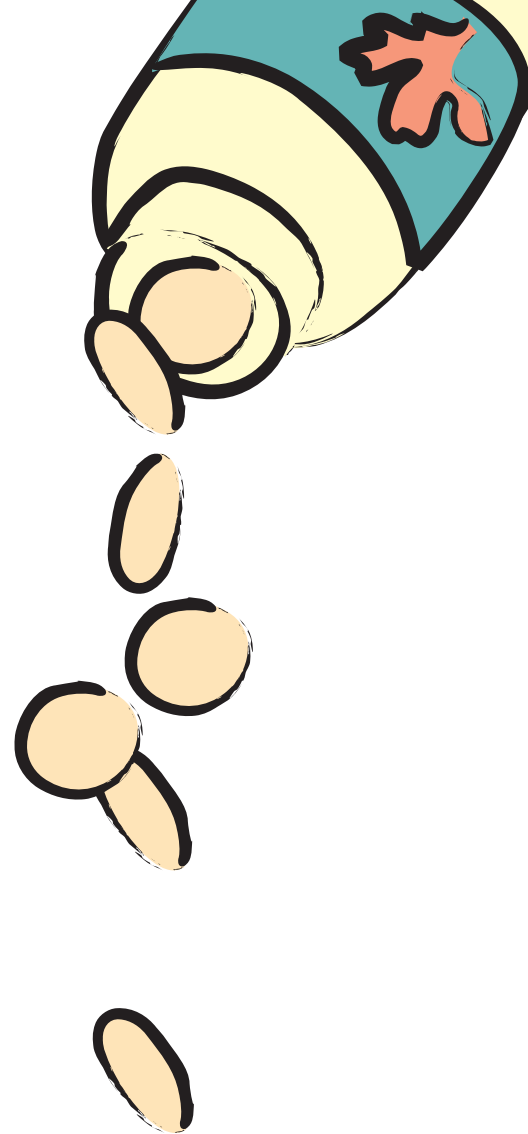
Brenda Medina González

La agencia Renault está obligada a asegurar el suministro oportuno de autopartes y refacciones, así como el servicio de reparación, no sólo mientras la garantía tenga vigencia, sino durante el tiempo que el automóvil se siga fabricando, armando o distribuyendo. No dude en acudir a la delegación Profeco más cercana a su domicilio para formalizar su queja y que podamos intervenir en la solución de su problema. Para mayores informes llame al Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722.

A todos nuestros lectores:

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

* Las cartas enviadas a la *Revista del Consumidor* implican su consentimiento implícito para que sean editadas y publicadas. Sus datos personales quedan protegidos conforme a los Lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública).



Garantía incumplida

Compré una bomba de aspiración en Médica Motolinia, ubicada en el Centro Histórico de la Ciudad de México. Al poco tiempo comenzó a fallar, así que hice válida la garantía y solicité que la arreglaran.

Cuando la fui a recoger quisieron cobrarme la reparación, por lo que presenté mi queja en la delegación Profeco Poniente. En ese mismo momento, personal de la Procuraduría se comunicó por teléfono con Médica Motolinia y logró que se comprometieran a devolverme la bomba reparada sin cobrarme un centavo, por lo que no tuve que presentarme de nuevo en la delegación.

Georgina Villegas Montero

Cuando un producto cuenta con garantía y el consumidor la hace efectiva en tiempo y forma, el proveedor está obligado a cumplirla bajo los términos y alcances establecidos.

La felicitamos por no dudar en hacer valer sus derechos, y nos complace enormemente que su problema se haya solucionado de manera inmediata.

Cobrado y no entregado

Compré por teléfono un producto naturista llamado Calcio de Coral y pagué \$750 por él. El problema fue que el proveedor nunca hizo la entrega, por lo que fui a la delegación Profeco Campeche para formalizar mi queja. Se fijó una fecha de audiencia y, afortunadamente, en ella el proveedor me devolvió los \$750 que había pagado por el producto.

Guadalupe Estrella Hernández

El proveedor de Calcio de Coral estaba obligado a entregarle el producto que usted compró en el plazo de entrega acordado. Ante su incumplimiento, usted tenía la opción de exigir la entrega del producto o la devolución de su dinero.

Nos da mucho gusto que haya recuperado lo que pagó por el producto, y le recordamos que en cualquier compra fuera de un local comercial (por catálogo, teléfono, etc.), usted tiene cinco días para cancelar la transacción sin que se genere ninguna penalización.

En nuestro próximo número

¿TV nueva?

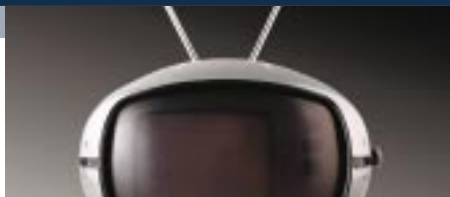


Foto Archivo

Para todos aquellos que quieran regalar (o regalarse) una televisión esta Navidad, nuestro Laboratorio se puso a ver programas y programas hasta altas horas de la noche para decirle cuáles son los televisores chicos de pantalla plana, convencionales y LCD con mejor calidad y precio.

¿México pirata?



Foto Archivo

La piratería se ha infiltrado en todas las esferas de la sociedad y parece que a nadie le escandaliza. Sin embargo, este problema es fuente de desempleo, fomenta el crecimiento de redes delictivas, además de que degrada el civismo y la ética de nuestra sociedad. Lea este artículo para que vea por qué es importante decir no a la piratería.

El costo de las casas de empeño



Foto Archivo

Una emergencia económica puede hacernos recurrir a una casa de empeño para salir del problema, pero ¿cuáles son las obligaciones que deben cumplir estas instituciones? ¿Y sus tasas de interés? ¿Qué derechos tenemos los consumidores al utilizar sus servicios? Toda esta información se la proporcionamos en nuestro próximo número.

¡A bailar!



Foto Archivo

Si quiere sorprender a todos en estas fiestas y quitarse la fama de que tiene dos pies izquierdos, no se pierda este artículo en el que le diremos en qué fijarse y cómo elegir la mejor escuela de baile para usted.

Al vino, vino...



Foto Archivo

Para que acompañe su cena navideña o de Año Nuevo con el mejor vino, le mostramos los resultados de la cata que la Academia Mexicana del Vino, A.C. realizó a varias marcas y cepas de vino blanco, tinto y rosado. ¡Salud!

La *Revista del Consumidor*, publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en el teléfono 5553-0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de Profeco: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales. Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de los consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que Profeco lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.

Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, colonia Felipe Pescador, C. P. 06280, México, D. F. Editora responsable: Mónica Braun. Tiraje: 60,000 ejemplares.

Ojos que no ven... consumidor que no ahorra

TV Revista del Consumidor

El programa que nos
enseña a consumir de
manera inteligente



**Todos los domingos
a las 9:00 am por el
Canal del Congreso**

Busque todos nuestros horarios*
en la cartelera que publica
RTC en los principales diarios.

**Para estar siempre bien
informado...
¡sintonice nuestro
programa!**

* Los horarios pueden variar sin previo aviso.



Alerta al consumidor

CUIDADO con los siguientes productos y prácticas comerciales



“Leches” que no son leche

En Profeco hemos detectado la existencia de *fórmulas lácteas* que muestran en sus empaques imágenes de vacas o cuyas marcas incorporan la palabra “leche”. Esto es un engaño.



Los “alimentos funcionales” no curan

Existen productos alimenticios que declaran en sus etiquetas, sin ningún sustento científico, que ayudan a prevenir, atender o incluso curar enfermedades. ¡No se deje engañar!



Los cilindros portátiles con gas L.P. no se deben cobrar

Algunas empresas gaseras abusan de los consumidores al cobrarles una cantidad adicional al costo del gas L.P. por concepto del cilindro. Esto es ilegal.

Busque la información completa en la página 12



Exhibir hasta el 30 de noviembre de 2006

Mucbipollo

Ingredientes (6 raciones)

Masa de maíz
(reservar 3
cucharadas)
(530 g)

Pechuga de pollo sin
piel, cocida y cortada
en trozos de 3 cm
(250 g)

Maciza de cerdo,
cocida y cortada
en trozos de 3
cm (250 g)

3 tazas del
caldo de las
carnes

Manteca
vegetal (80 g)

Cebolla morada rebanada y
desflepada (40 g)

1 trozo de
cebolla asada

1 chayote
cocido entero

1 chile habanero
en rajitas

1/2 taza de jugo
de naranja agria

2 jitomates
asados

1 rama de
epazote

2 1/2
cucharadas
de achiote
en pasta

1 cucharada de aceite

2 dientes
de ajo

1 grano de
pimienta

1 pizca
de
orégano

1 pizca de
cominos

Sal

2 hojas de plátano
limpias y asadas

Preparación

1

Muela los jitomates con la cebolla asada, los ajos, la pimienta, el orégano, los cominos y un poco de sal. Cuele la salsa.



2

En una cazuela caliente el aceite y sofría la salsa. Añada 2 1/2 tazas de caldo caliente.



3

En el jugo de naranja disuelva 2 cucharadas de achiote y agregue al caldo caliente junto con la ramita de epazote. Deje hervir unos minutos.



4

Disuelva tres cucharadas de masa en un poco de agua e incorpore a la salsa sin dejar de mover. Retire la rama de epazote, verifique la sazón y deje hervir a fuego medio hasta que la salsa esté ligeramente espesa.



5

Aparte, bata la manteca hasta que esponje y añada la masa poco a poco sin dejar de batir hasta integrarla perfectamente.



6

Mezcle la 1/2 taza de caldo y la 1/2 cucharada de achiote restantes e incorpórelas a la masa. Agregue 1/2 cucharadita de sal y siga batiendo hasta formar una masa suave y de color uniforme.



7

Precaliente el horno a 200° C.



8

Cubra el fondo y las paredes de un molde para hornear con las hojas de plátano y encima extienda la mitad de la masa, cubriendo muy bien las paredes.



9

Acomode la carne de pollo y de cerdo sobre la masa y báñela con la salsa. Ponga encima las rebanadas de cebolla morada y las rajitas de chile habanero.



10

Cubra con el resto de la masa y tape con las hojas de plátano. Tape el molde con papel de aluminio para evitar que la hoja se queme.



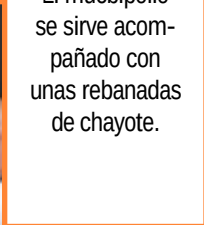
11

Hornee aproximadamente 1 1/2 horas o hasta que la masa esté perfectamente cocida.



12

El mucbipollo se sirve acompañado con unas rebanadas de chayote.



Aporte nutrimental (por ración)	
Kilocalorías	413
Proteínas	22 g
Grasa	20 g
Colesterol	51 mg
Fibra dietética	5 g

Fuente: Nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco

El tradicional mucbipollo

Este platillo originario de los **pueblos mayas** se asemeja a un gran **tamal** envuelto en hojas de plátano, relleno con pollo, pavo, cerdo o res, sazonados con una salsa o **kool**, que se prepara con **achiote**. El mucbil tradicionalmente se hornea en un horno **bajo tierra**, y es un platillo **indispensable** en el altar de muertos.



Foto José Rodríguez

Simbolismo religioso

El **mucbil**—que originalmente se rellenaba sólo con salsa— se preparaba para honrar a los dioses de la fertilidad, de la tierra y de la lluvia, con la esperanza de recibir buenas cosechas. Para los mayas, el maíz simboliza al **hombre inerte**, mientras que la salsa roja simboliza **la sangre**, por lo que se le daba a este platillo el carácter de **muerte** y **resurrección**. Los frailes evangelizadores, aprovechando la semejanza con la creencia católica de la **resurrección** de los muertos, comenzaron a incluir carne de aves de corral en el platillo. El platillo comenzó entonces a ofrecerse en las celebraciones del **Día de Muertos**.



El hanal pixán

Se conoce como **hanal pixán** o “**comida de las ánimas**”, a la celebración que el pueblo maya lleva a cabo en memoria de los difuntos. Según la tradición maya, durante los días de la celebración es aconsejable colocar a los niños en la muñeca derecha **una cinta de color rojo** para evitar que las ánimas **se los lleven** durante su visita a las casas. También se acostumbra amarrar a los **animales de la casa**, porque ellos podrían ver a las ánimas e **impedirles el paso** hacia el altar. Finalmente existe la creencia de que algunos días antes de la fiesta, las almas llegan a sus casas para **lavar sus ropas** y prepararse para el homenaje. Además esperan que sus familiares se ocupen de la preparación de la ofrenda, pues de otra manera, no regresarán al mundo de los vivos.

Los pixañitos



El vivo al gozo



Una vez que las viandas han pasado la noche del 1 y 2 de noviembre en el altar, y después de que las almas de los difuntos “han tomado la gracia” o la sustancia de los alimentos, los anfitriones comparten la comida y bebida, con la firme creencia de que el sabor de los mismos ha disminuido, lo cual es un motivo de satisfacción, ya que significa que fue **del agrado** de los difuntos. Se concluye así la celebración del Día de Muertos.



Pan de muerto



Fotos José Rodríguez

Ingredientes



Utensilios



Recomendaciones

No agregue más harina para que la mezcla se despegue más fácilmente de la mesa porque el pan quedará duro. El amasado es un aspecto que se debe cuidar mucho en la elaboración del pan. Una forma de saber si la mezcla está lo suficientemente amasada es si se le forman burbujas y se despega fácilmente de la mesa.

Beneficio

Al elaborar el pan de muerto con esta tecnología usted obtendrá un ahorro hasta del 40% con respecto al producto comercial. Además se asegura de la higiene de elaboración y de la calidad de la materia prima.

Envasado

Una vez que el pan se enfríe por completo guárdelo en una bolsa de plástico bien cerrada y manténgalo en la alacena.

Conservación

El pan de muerto tiene una duración de tres semanas. El tiempo preferente de consumo es de 4 días. Si nota que cambia su color o se enmohece, deséchelo.

Dato interesante

Gran parte del sabor y la consistencia del pan se debe a la levadura. Las levaduras usadas en la elaboración de pan (*Saccharomyces cerevisiae*) son de la misma especie que la utilizada para la fabricación de cervezas y licores. Al respirar, las levaduras producen dióxido de carbono (como el gas que expiramos), el cual queda atrapado dentro de la masa formando burbujas que, al cocerse y endurecerse, le dan al pan la consistencia esponjosa característica.



Aporte nutrimental

Los carbohidratos son un grupo de compuestos orgánicos entre los que destaca el azúcar (sacarosa), y constituyen la principal fuente de energía de todas las funciones orgánicas. La harina de trigo también proporciona energía por su contenido de grasas, proteínas y carbohidratos. El huevo aporta proteínas, las cuales desempeñan una función estructural en el cuerpo. La margarina y la manteca proporcionan las grasas necesarias para la formación de hormonas y tejidos corporales.

Debido a que el pan es un alimento energético, debe moderarse su consumo, sobre todo en la edad adulta.

Tiempo de preparación:
5 horas, aproximadamente

Rendimiento:
1 pieza de 1 kg

Procedimiento

1



Ponga a calentar el agua. Mezcle dos cucharadas de harina, 1/2 de azúcar y la levadura. Agregue el agua y agite con una cuchara. Reserve.

2



Sobre una mesa perfectamente limpia forme una fuente con el resto de la harina cernida (reserve dos cucharadas). En medio agregue 1 1/4 de taza de azúcar, la ralladura de naranja, la sal, la manteca y la margarina. Con una mano integre poco a poco los ingredientes, y con la otra vaya agregando el té de anís y de azahar, los huevos y las yemas. Amase hasta obtener una masa manejable. Amase y azote la masa aproximadamente durante 10 minutos.

3



Agregue la mezcla de levadura. Continúe amasando y azotando la masa hasta que se despegue, tanto de la mesa como de las manos. Debe estirarse aproximadamente 30 cm sin romperse.

4



Coloque la masa en un tazón de vidrio y cúbrala con plástico para alimentos. Déjela reposar en un lugar tibio hasta que aumente su tamaño al doble.

5



Vuelva a amasar ligeramente y reserve una parte para decorar el pan. Forme una bola grande con la masa y colóquela sobre la charola, previamente engrasada con manteca. A la masa que reservó agréguele una cucharada de harina y amásela un poco. Para hacer los huesitos haga tiras y con los dedos separados presiónelas ligeramente.

6



Bata las claras reservadas y con la brocha pegue los huesitos y la bolita del centro. Deje reposar el pan en un lugar tibio hasta que duplique su volumen (aproximadamente 45 minutos).

7



Hornee durante 15 minutos a 200° C. Después disminuya a 170° C por aproximadamente 20 minutos más o hasta que el pan se dore.

8



Deje enfriar el pan cocido y barnícelo con margarina previamente derretida. Espolvoree con el azúcar restante.

Fotos José Rodríguez