

Revista del
Consumidor

Revista del
CONSUMIDOR



Nuestra Voz
**Las niñas y los niños
también consumen**

Estudio de Calidad
**Leches saborizadas
para niñas y niños**

Entorno Digital
Apprender

Abril
#590

ISSN 0185-8874



OFICINAS DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Aguascalientes

Zona José Guadalupe Posada

Calle Juan de Montoro núm. 103, col. Centro, C. P. 20000, Aguascalientes. Tel. 449 994 1830, 449 915 9460 ext. 57036, 57043 y 57044.

Baja California

Zona Metropolitana de Tijuana

Guadalupe Victoria núm. 9440, col. Zona Río, C. P. 22320, Tijuana. Tel. 664 684 9119, 664 684 9401, 664 684 9783 ext. 56990 y 56991.

Baja California Sur

Zona La Paz

Av. Jalisco s/n, esq. Francisco I. Madero, col. Pueblo Nuevo, C. P. 23060, La Paz. Tel. 612 125 3887, 612 122 8077, 612 122 8088, 612 125 5400 ext. 55043 y 55044.

Campeche

Zona Golfo-Sureste

Av. 16 de Septiembre s/n, Palacio Federal, 1.º piso, col. Centro, C. P. 24000, Campeche. Tel. 988 116 6002 ext. 55050, 55054 y 55055.

Ciudad de México

Zona Leona Vicario

Dr. Carmona y Valle núm. 11, 4.º y 5.º piso, col. Doctores, C. P. 06720, alcaldía Cuauhtémoc. Tel. 55 5578 0636, 55 5578 1393, 55 5578 0646 ext. 55474 y 55475.

Zona Metropolitana CDMX-Oriente

Calle Año de Juárez núm. 238, col. Granjas San Antonio, C. P. 09070, alcaldía Iztapalapa. Tel. 55 2636 0302, 55 5686 1900, 55 5685 6759 ext. 55490 y 56659.

Zona Metropolitana CDMX-Poniente

Toltecas núm. 23, esq. Calle 10, col. San Pedro de Los Pinos, C. P. 01180, alcaldía Álvaro Obregón. Tel. 55 5273 9745, 55 5272 5056 ext. 56496 y 56498.

Coahuila

Zona Metropolitana de Torreón

Bldv. Independencia núm. 531 Oriente, col. Los Ángeles, C. P. 27140, Torreón. Tel. 871 712 6407, 871 716 6500, 871 712 7473 ext. 57010 y 57015.

Chiapas

Zona Suroeste

Segunda calle Oriente Norte núm. 245, 2.º y 3.º piso de Palacio Federal, col. Centro, C. P. 29000, Tuxtla Gutiérrez. Tel. 961 602 5936, 961 602 5937 y 961 602 5938 ext. 56762, 56766 y 56767.

Chihuahua

Zona General Felipe Ángeles

Calle Ignacio Ramírez núm. 2007, esq. Calle 22, col. Pacífico, C. P. 31030, Chihuahua. Tel. 614 410 0778, 614 416 3142, 614 437 0771, 614 416 3145 ext. 55111 y 56088.

Zona Metropolitana de Ciudad Juárez

Av. Hermanos Escobar, núm. 3050, planta baja, col. La Playa, C. P. 32317, Ciudad Juárez. Tel. 656 613 5089, 656 613 5093 ext. 56934, 56937, 56939 y 56940.

Durango

Zona General Francisco Villa

Calle Aquiles Serdán Poniente, núm. 109, planta baja, col. Zona Centro, C. P. 34000, Durango. Tel. 618 825 3324, 618 825 3328, 618 825 3326 ext. 56900, 56901 y 56916.

Estado de México

Zona Metropolitana de Nezahualcóyotl

Calle Cucaracha núm. 293, esq. Gustavo Baz, col. Benito Juárez, C. P. 57000, Nezahualcóyotl. Tel. 55 5743 5749 y 55 5543 5747 ext. 55200, 56720 y 56723.

Zona Metropolitana de Tlalnepantla

Mario Colín núm. 56, col. Centro, C. P. 54000, Tlalnepantla de Baz. Tel. 55 5390 5927, 55 5390 7539 ext. 55220, 55221 y 56224.



Zona Metropolitana de Toluca

Calle Santos Degollado núm. 103, col. Centro, C. P. 50000, Toluca de Lerdo. Tel. 722 215 9148, 722 215 7071 ext. 55191 y 56442.

Guanajuato

Zona Miguel Hidalgo

Calle 20 de Noviembre s/n, Barrio de San Vicente, C.P. 36588, Irapuato, Guanajuato. Tel. 462 635 2414, 462 635 2415 ext. 56751 y 56755.

Zona del Bajío

Plaza Galerías las Torres, bldv. Juan Alonso de Torres núm. 1315 Oriente, col. San José del Consuelo, locales E25 y E26, C. P. 37200, León. Tel. 477 716 6044, 477 716 6465, 477 716 5968 ext. 56830 y 56835.

Guerrero

Zona Acapulco-Lázaro Cárdenas

Av. Costera Miguel Alemán núm. 125, fracc. Magallanes, 4.º piso, C. P. 39670, Acapulco de Juárez. Tel. 744 483 1558, 744 483 6390, 744 483 9358, 744 483 1399 ext. 56955 y 56961.

Hidalgo

Zona Metropolitana de Pachuca

Av. Cuauhtémoc núm. 700, esq. Pasaje a la Iglesia la Villita, col. Revolución, C. P. 42060, Pachuca. Tel. 771 714 0636, 771 714 0690, 771 714 3419 ext. 56197 y 56206.

Jalisco

Zona Metropolitana de Guadalajara

Avenida 16 de Septiembre, núm. 564, 1.º piso, col. Zona Centro, C.P. 44100, Guadalajara. Tel. 33 3615 7389, 33 3616 9779, 33 3616 1246 ext. 56105 y 56112.

Zona Tlaquepaque-Colima

Oleoducto núm. 3123, col. Álamo Industrial, C. P. 45593, San Pedro Tlaquepaque. Tel. 33 3164 4417, 33 3666 3578 ext. 56673, 56677 y 56685.

Michoacán

Zona Metropolitana de Morelia

Bldv. Rafael García de León núm. 1908, col. 5 de Diciembre, C. P. 58280, Morelia. Tel. 443 315 7623, 443 315 6255 ext. 56610 y 56614.

Morelos

Zona General Emiliano Zapata

Calle Mar de Cortés s/n, col. Teopanzolco, C.P. 62350, Cuernavaca. Tel. 777 314 5918, 777 314 5919, 777 314 5920 ext. 56125, 56126 y 56137.

Nayarit

Zona Bahía de Banderas

Av. Paseo de Los Cocoteros núm. 55, int. 2450, Nuevo Vallarta, C. P. 63735, Bahía de Banderas. Tel. 322 297 4306, 322 297 4316, 322 297 4205 ext. 56450, 56455 y 56452.

Nuevo León

Zona Metropolitana de Monterrey

Av. Profesor Moisés Sáenz núm. 602, col. Mitras Centro, C. P. 64460, Monterrey. Tel. 81 8347 4849 ext. 55262 y 56061.

Sinaloa

Zona Pacífico

Bldv. Rotarísimo núm. 1851, locales 1 y 2, esq. Enrique Félix Castro, col. Desarrollo Urbano 3 Ríos, C. P. 80020, Culiacán. Tel. 667 713 0742, 667 713 0745 ext. 55116 y 56340.

Sonora

Zona Metropolitana de Hermosillo

Plutarco Elías Calles s/n, esq. av. Pino Suárez, edificio de Oficinas Federales, col. Centro, C. P. 83000, Hermosillo. Tel. 662 213 8616, 662 214 9393, 662 213 8619 ext. 55352 y 55354.

Oaxaca

Zona Benito Juárez

Heroico Colegio Militar núm. 1109, planta alta, col. Reforma, C. P. 68050, Oaxaca. Tel. 951 513 4141, 951 513 4555 y 951 513 4649 ext. 56555.

Puebla

Zona General Ignacio Zaragoza

Calle 19 Sur núm. 506, despacho 103, col. La Paz, C. P. 72160, Puebla. Tel. 222 246 1760, 222 246 1522 ext. 56375, 56379 y 56384.

Querétaro

Zona Corregidora Josefa Ortiz

Circuito Moisés Solana núm. 82, col. Prados del Mirador, C. P. 76070, Querétaro. Tel. 442 223 5721, 442 223 5723, 442 223 5724 ext. 55310, 55311, 56021, 56024, 56026, 56034 y 56035.

Quintana Roo

Zona Caribe Mexicano

Supermanzana 39, manzana 06, L 1-01, av. Izamal, C. P. 77507, Cancún. Tel. 998 884 2701, 998 887 2877, 998 887 6497 ext. 55290, 55293 y 55294.

San Luis Potosí

Zona Altiplano

Librado Rivera núm. 215, col. del Valle, C. P. 78200, San Luis Potosí. Tel. 444 841 2500, 444 841 2506 ext. 56165, 56168 y 56180.

Tabasco

Zona Golfo-Sur

Calle Paseo Usumacinta núm. 608, esq. con Calle Francisco Sarabia, col. Gil y Sáenz, C.P. 86080, Villahermosa. Tel. 993 314 3122, 993 312 3795 ext. 55360, 56854 y 56860.

Tamaulipas

Zona Nororiental

Bldv. Morelos núm. 475 altos, esq. Rep. de Argentina, col. Anzaldúas, C. P. 88630, Reynosa. Tel. 899 922 7714, 899 922 7769, 899 922 0952 ext. 55373 y 55374.

Zona Golfo-Norte

Av. Hidalgo núm. 5004, 1.º piso, locales 1 y 3, col. Sierra Morena, C. P. 89210, Tampico. Tel. 833 213 7050, 833 217 8173, 833 217 4764 ext. 56700, 56704 y 56707.

Veracruz

Zona Golfo-Centro

Av. Salvador Díaz Mirón núm. 2880, esq. Salubridad, fracc. Moderno, C. P. 91918, Veracruz. Tel. 229 100 3891, 229 100 3894, 229 100 3890 ext. 55424, 55425 y 55427.

Yucatán

Zona Metropolitana de Mérida

Calle 49 núm. 479-A, entre calles 54 y 56, col. Centro, C. P. 97000, Mérida. Tel. 999 924 4212, 999 923 2323 ext. 55455 y 55456.

Zacatecas

Zona Gral. Luis Moya

Telégrafos núm. 14, col. Lomas del Consuelo, C. P. 98614, Guadalupe. Tel. 492 922 8561, 492 924 3593, 492 922 9507 ext. 55461 y 55463.



Economía

Secretaría de Economía

Profeco

Procuraduría Federal
del Consumidor

CONTENIDO



CONSUMINIS PROFECO

Consumo responsable
y cuidado del medioambiente

4

FINANZAS PERSONALES

Dinero en palabras simples

11

NUESTRA VOZ

Las niñas y los niños
también consumen

15

CUIDA TU DINERO

Publicidad, niñez y consumo

18

ENTORNO DIGITAL

Apprender

21

BRÚJULA DE COMPRA

¡Al agua, patos!

25

NADIE AFUERA

Por un consumo libre
de prejuicios

33

QUÉ HACER SI...

¿Cancelaste un servicio
y te siguen cobrando?

37

GUÍA DE CONSUMO

Plátano:
tropicalmente delicioso

41

PLATILLO SABIO

Salpicón de sardinas

48

PARA SABER

Lechitas
¿son saludables?

49

ESTUDIO DE CALIDAD

Leches saborizadas
para niñas y niños

53

PARA SABER

Soporte en cada zancada

69

ESTUDIO DE CALIDAD

Calcetas deportivas

73

TECNOLOGÍA DOMÉSTICA

Gel para el cabello

98

A LIBRO ABIERTO

Empezar de nuevo de Oliver Jeffers

100

ALERTAS Y LLAMADOS A REVISIÓN

Nissan, Volvo, Polaris y Ford

102

EN RESUMEN

104

César Iván Escalante Ruiz
Procurador Federal del Consumidor

Claudia Naomi Fuentes Fragosó
Coordinadora General de Educación
y Divulgación

Aura Perroni Hernández
Directora General de Difusión y Encargada
de Despacho de la Dirección Editorial

Tania Ovalle Rodríguez
Editora en Jefe

Azul Rocío Ramírez Vargas
Jocelyn Ramírez
Redactoras

Roberto Paz Amaya
Editor Gráfico

Ana Silvia Martínez Solano
Clarisa Moura

Lili Elizabeht Montealegre Díaz
María Teresa Domínguez Domínguez
Maricarmen Tovar Rodríguez
Diseño

Monero Rapé
Cartón

Junta Editorial

Ana Karen Basurto Scott
Andrea González Hernández
Carlos Manuel Orozco Ruiz
Gabriela Limón García
Idris Rodríguez Zapata
Jaime Ovando Rodríguez
Juanita del Rocío Rubio Hermsillo
Maricela Juárez Herrera
Rebeca Olivia Sánchez Sandín
Vanessa Monserrat Romero Zavala

✕ @Profeco
✕ @RdelConsumidor
f /ProfecoOficial
f /RevistaDelConsumidorMX
© @profecooficial
© @revistadelconsumidormx
t /ProfecoTV
@profeco
✉ rconsumidor@profeco.gob.mx

www.gob.mx/profeco



EDITORIAL

Hay algo de la niñez que vale la pena conservar siempre: la curiosidad, la capacidad de asombro, la confianza y esa forma directa de mirar el mundo por primera vez. Acompañar esta etapa no solo significa protegerla, sino también ayudar a comprender la realidad que la rodea y aprender, poco a poco, a tomar decisiones.

Crecer implica distinguir lo necesario de lo prescindible, entender que cada decisión tiene consecuencias y reconocer que el consumo forma parte de la vida cotidiana. Por ello, en esta edición dedicada a las y los consuminís, reunimos algunos artículos pensados para niñas y niños con información que les permita relacionarse de manera responsable con lo que consumen, con el dinero y con su entorno.

La familia es el primer espacio donde se forman estos criterios. En casa se aprende qué se compra, por qué se compra y cómo se administra el dinero; ahí también se transmiten valores que acompañarán a las personas a lo largo de su vida, desde el cuidado del medioambiente hasta la forma de enfrentar la publicidad, las modas y las presiones del mercado. Brindarles herramientas para comprender este entorno es, también, una manera de proteger la infancia y prepararles para el futuro.

En este número presentamos, además, nuestros estudios de calidad sobre calcetas deportivas y lechitas saborizadas. Estas últimas forman parte de la vida cotidiana de muchas niñas y niños, por lo que conviene contar con información clara, confiable y útil para tomar mejores decisiones.

Educar para el consumo es una responsabilidad que tenemos con las niñas y los niños; una tarea que en la **Revista del Consumidor** asumimos con seriedad y compromiso.

Desde la Mesa de Redacción

Colaboradores

Alma Delia Beade Ruelas
Alma Gómez Fuentes, Cositas
Carlos Cárdenas Ocampo
Carlos Enrique García Soto
Daniel Arturo Gómez Rosas
Eduardo Rodríguez Nospango
Edna Alanís
Gabriela López Aparicio

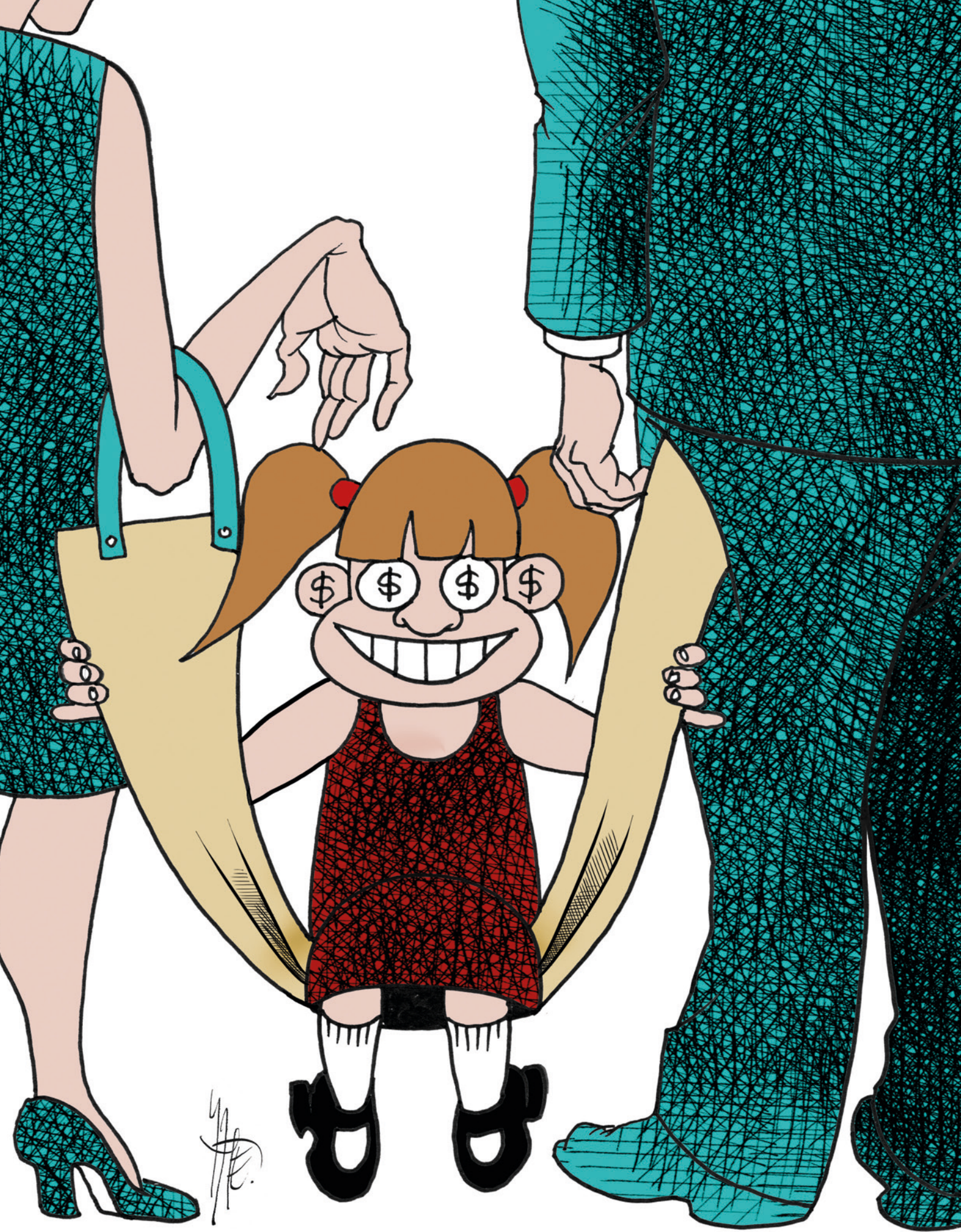
Antonio Hernández Estrella
Fondo de Cultura Económica

Jesi Areli Pulido Betancourt
Jessica Liliana Rubio Hernández
Juan Martín Villanueva Lara
Nidia Karen Murrieta Roque
Rufino Eduardo Esquivel Ochoa
Yesenia Salado Olivarez

Estefanía López Ávila
Condusef

Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación
Conapred

Las marcas utilizadas en la Revista del Consumidor son con fines informativos y/o comparativos, de conformidad a lo dispuesto por la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial.

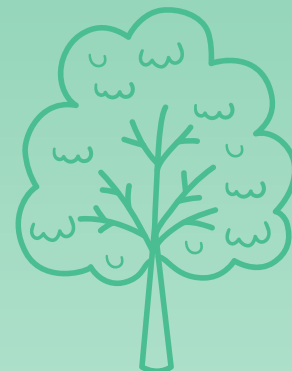




CONSUMO RESPONSABLE Y CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE



A través de acciones sencillas,
cuidas tu entorno y los recursos naturales.



Hola, consuminí!

¿Sabías que consumir de manera responsable también ayuda a cuidar el medioambiente? Con pequeños cambios diarios puedes hacer una gran diferencia. Además, estos hábitos te permiten aprovechar mejor los recursos en casa.

AQUÍ TE DEJAMOS ALGUNAS IDEAS:

- **Desconecta los dispositivos que no utilices**
Así consumes menos energía y ayudas a que el recibo llegue más barato.
- **Lleva a la escuela un refrigerio hecho en casa**
Al usar recipientes reutilizables, evitas generar basura y disminuyes el gasto en productos empaquetados.
- **Cuida tus juguetes**
Al hacerlos, duran más tiempo y no es necesario comprar nuevos tan seguido. Recuerda que mamá y papá dedicaron tiempo y esfuerzo para comprarlos; cuidarlos es una forma de agradecerles.
- **Sírvete solo lo que vas a comer**
De esta manera, aprovechas el agua y la energía utilizada para preparar tus alimentos; también evitas malgastar el dinero empleado.



Con pequeños hábitos
responsables ahorras
y cuidas el medioambiente.

¡PON A PRUEBA TUS CONOCIMIENTOS! RELACIONA LOS CONCEPTOS CON LA ILUSTRACIÓN

Cuidar los
juguetes



Es nuestro único hogar,
¡hay que cuidarlo!

Planeta
Tierra



Evitas el uso de
empaques y la
generación de basura.

Servirnos solo
lo que vamos
a comer



De esta manera,
consumes menos
energía.

Llevar
refrigerios a
la escuela



Si lo haces, te durarán
más tiempo.

Desconectar los
dispositivos



Así, aprovechas los
recursos y no los
derrochas.

El 22 de abril se conmemora
el Día de la Tierra.

Te invitamos a cuidarla,
en ella habitamos todas y todos.



JUEGO PARA CANICAS



Elabora esta manualidad con ayuda de mamá o papá.

En colaboración con Cositas



MATERIALES

Para el tablero

- Una pieza de cartón de 40 x 50 cm
- Tiras de cartón de varios tamaños para la espiral, los rieles y el gatillo

Para la espiral:

- 5 tiras de cartón de 2 cm x 1 m

Refuerzo de la base para el gatillo

- 2 tiras de cartón de 18 cm
- 1 tira de cartón de 16 cm

Rieles

- 5 tiras de cartón en las siguientes medidas:
 - 2 x 35 cm
 - 2 x 30.5 cm
 - 2 x 26 cm
 - 2 x 20 cm
 - 2 x 15 cm

Base y tapa

- Una pieza de cartón de 2 x 14.5 cm que será la base de los rieles
- Una pieza de cartón de 2 x 27.5 cm para cerrar por un costado los rieles y evitar que las canicas se salgan
- Una pieza de cartón de 14.5 x 27.5 cm para tapar los rieles

Gatillo

- 6 piezas de cartón 2 x 16 cm
- 4 palitos de madera (3 de 6 cm y 1 de 4 cm)

Patitas para el tablero

Superiores

- 8 tiras de cartón de 4 x 8 cm

Inferiores

- 8 tiras de cartón de 2 x 8 cm

Herramientas

- Compás
- Lápiz
- Regla
- Escuadra
- Pegamento transparente de contacto para unigel y hule espuma
- Cúter
- Ligas
- Canicas
- Goma
- Sacapuntas



Mira el video completo en el canal de YouTube Profeco TV

youtube.com/@profecotv



COSITAS

40 AÑOS DE IMAGINACIÓN

Cuando la creatividad y la capacidad de asombro no pasan de moda.



Su profesión le dio las herramientas para crear, pero fue su carisma lo que le permitió a Cositas conectar con generaciones de niñas y niños a través de la pantalla.

Cuarenta años después, ese vínculo permanece intacto: Cositas sigue siendo un referente de la creatividad en nuestro país, un personaje que marcó la infancia de muchas personas y que hoy continúa inspirando a las nuevas generaciones.

A mediados de los 80, la maestra de uno de sus hijos le propuso acudir a una entrevista de trabajo para participar en un programa haciendo manualidades. Cositas llegó con una caja llena de materiales; cada objeto despertó curiosidad y entusiasmo. Fue justamente de todo lo que salía de aquella caja de donde nació el nombre de Cositas.

Con el paso del tiempo, el personaje de Cositas ha evolucionado sin perder su esencia. Las tijeras de punta chatita, los colores y cualquier hoja de papel que se encuentren en casa siguen siendo parte fundamental de su mundo. Hoy, Cositas también utiliza las plataformas digitales y redes sociales para mantenerse cerca del público y conectar con las nuevas generaciones.



REFRIGERIOS SALUDABLES

vive
Saludable
Vive Feliz

Haz tus refrigerios con ayuda de mamá o papá.



HAMBURGUESITAS DE FRIJOL Y CALABAZA

INGREDIENTES (cuatro porciones)

Costo promedio: \$12

- 1 taza de frijoles negros cocidos
- ½ calabaza lavada, rallada y escurrida
- 1 huevo
- 7 cucharadas de harina de avena o integral
- Sal y pimienta al gusto
- 3 cucharaditas de aceite

PREPARACIÓN

1. Machaca los frijoles hasta obtener una pasta.
2. En un tazón, mezcla los frijoles, la calabaza, el huevo y la harina. Salpimienta e integra muy bien todos los ingredientes.
3. En una sartén con aceite caliente, vierte un poco de la mezcla, como si hicieras *hot cakes*, formando pequeños círculos.
4. Cocina por ambos lados hasta que estén doraditas y bien cocidas por dentro. Sirve y acompaña con ensalada.



NARANJA CON COBERTURA DE CHOCOLATE

INGREDIENTES (cuatro porciones)

Costo promedio: \$48

- 2 naranjas peladas y en gajos
- 40 g de chocolate amargo sin azúcar
- ½ taza de yogur natural

PREPARACIÓN

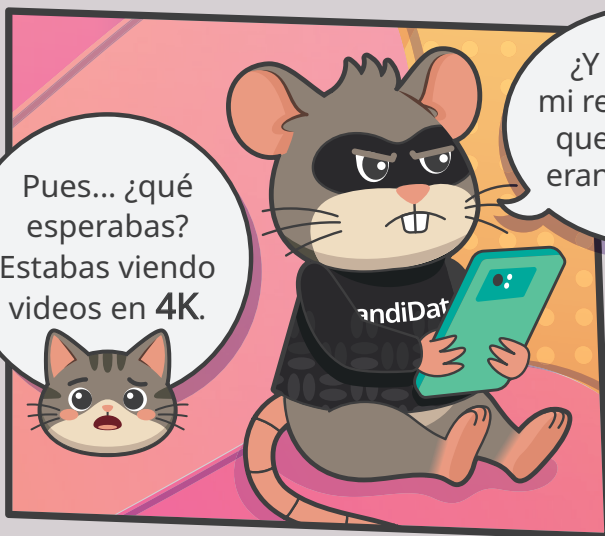
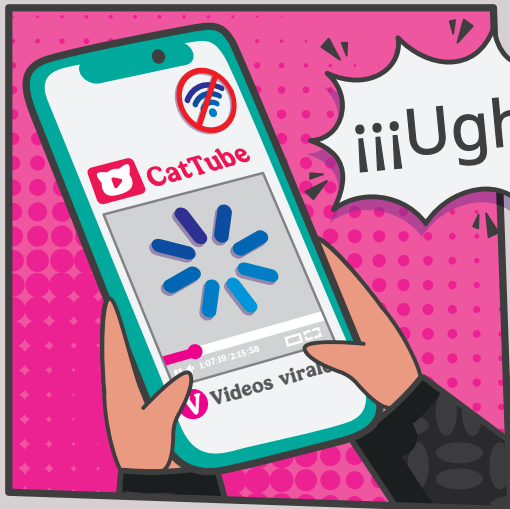
1. Corta cada gajo en tres partes.
2. Colócalos en un tazón, agrega el yogur y mezcla muy bien.
3. Forma pequeños montoncitos de la mezcla, ponlos sobre una base extendida y mételes en el congelador por 30 minutos o hasta que el yogur esté firme.
4. Derrite el chocolate a baño maría, cubre los montoncitos y deja que se endurezcan.

Quién es Quién en los precios

Precios levantados en la Ciudad de México y zona metropolitana del 2 al 6 de marzo de 2026.

Fuentes:

- Cookpad. 2020. "Tortitas de frijol" (receta adaptada). <https://cookpad.com/mx/recetas/12520026>
- Frida Alarcón (@Noesensalada). "Bites de yogurt y fruta" (receta adaptada). Video de TikTok, 00:30. Publicado el 21 de marzo de 2025. <https://www.tiktok.com/@noesensalada/video/7484306585368513798>



LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR TE ATIENDE VÍA TELEFÓNICA

• INFORMACIÓN • ASESORÍA • DENUNCIA



Teléfono del
consumidor 
55 5568 8722 - 800 468 8722

Lunes a
viernes
de 9 a 19 h

Sábados, domingos
y días feriados
de 10 a 18 h



Economía
Secretaría de Economía

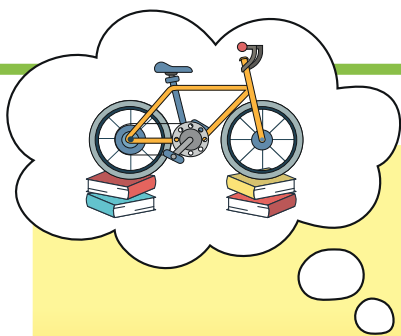
Profeco
Procuraduría Federal
del Consumidor

Dinero en palabras simples

Lo básico que niñas y niños deberían saber sobre finanzas personales.

E sos billetes y monedas que muchas veces has tenido en tus manos te permiten adquirir cosas que necesitas o que te gustan. Con ellos puedes comprar ropa, comida, libros, dulces y juguetes, pero también pagar el transporte público, ir al cine o entrar a un parque de diversiones.





Todos los días, tanto tú como tus papás toman decisiones relacionadas con el dinero, incluso sin darse cuenta.

Aunque parezca que el dinero "sale" del cajero automático, en realidad proviene del trabajo de mamá y papá: su salario. Por ello, es importante darle el valor que merece y cuidarlo, porque gracias a él puedes obtener muchas cosas necesarias para vivir.

¿Lo quiero o lo necesito?

Imagina que, en un solo día, gastas todo el dinero de la semana que te dan tus papás. Ya no tendrías suficiente para pagar la comida del recreo ni el transporte. Por esta razón, conviene tomar decisiones inteligentes para que tu dinero rinda más.

Para lograrlo, aprende a diferenciar entre necesidades y deseos. Comprar fruta o agua en el recreo es una necesidad que cuida tu salud, mientras que comprar dulces es más un deseo que no te aporta beneficios.

La publicidad juega un papel importante, pues está diseñada para hacerte creer que esa chamarra de moda te hará feliz o que ese helado tiene un sabor espectacular que no puedes perderte. Pero la realidad es que sí puedes vivir sin esos artículos.

Haz una pausa antes de adquirir algún producto y pregúntate: ¿Por qué y para qué lo quiero comprar? No te dejes presionar por otras opiniones y toma tus propias decisiones.

Comparar también es cosa de niñas y niños

Más de una vez has acompañado a tu familia a hacer las compras y seguramente has notado que comparan precios en diferentes tiendas. ¿Por qué lo hacen? Porque quieren que su dinero rinda más al elegir los productos a un mejor precio.

Imagina que necesitas una caja de colores para la escuela, así que decides comparar precios en diferentes tiendas y descubres lo siguiente:

| Marca y características | Precio | Tienda | ¿Cuál te conviene más? |
|--|----------------------|----------------------|------------------------|
| Prismacolor, caja con 12 piezas. Unipunta de 4 mm | \$109. ⁰⁰ | Bodega Aurrera | 😊 |
| | \$116. ⁰⁰ | Hipermercado Soriana | 😐 |
| | \$175. ²⁰ | Abastecedora Lumen | 😞 |

Fuente: Quien es Quién en los Precios (QQP). Fecha de consulta 30 de enero de 2026, por lo que a la fecha de publicación puede haber cambiado.

¿Dónde los comprarías? Claro, en el lugar que cuesten menos. Esto te permite un ahorro de hasta \$66.²⁰, dinero que puedes usar para otras cosas o guardar para un objetivo que tengas en mente.

Aprende a cuidar tu dinero

Siempre busca la manera de ahorrar un poco de tu dinero y usarlo de forma inteligente. Esto te ayudará a alcanzar metas, como un balón

de voleibol o los tenis que tanto deseas. Para lograrlo, debes:

- Tomar buenas decisiones.
- Cuidar tu dinero (no gastarlo todo de manera inmediata).
- Planear bien tus gastos.
- Entender que con paciencia puedes conseguir lo que sueñas.

Usa tu dinero con responsabilidad; ahorra y date uno que otro gusto.

El presupuesto

Una herramienta que te ayudará a saber cuánto tienes, en qué lo gastas y cuánto puedes ahorrar para cumplir tus metas es el presupuesto, un plan que organiza tu dinero. Para

realizarlo, escribe en una hoja de dónde provienen tus ingresos y en qué los gastas. Así, al final de la semana, podrás conocer tu situación financiera. Aquí te mostramos un ejemplo:

| Tus ingresos | Monto | Tus gastos | Monto |
|------------------------------|-----------------|-------------------------------------|-----------------|
| "Domingo" que te dan en casa | \$100.00 | Pluma | \$10.00 |
| Dinero de la abuela | \$150.00 | Fruta en el recreo (todos los días) | \$75.00 |
| Barrer el patio | \$50.00 | Fiesta de Valeria (chocolates) | \$129.00 |
| Para gastar en la escuela | \$250.00 | Torta (martes y jueves) | \$50.00 |
| Total ingresos | \$550.00 | Total gastos | \$264.00 |

Como ves en el ejemplo, tus ingresos son mayores que tus gastos:

$$\begin{array}{r} \$550 \\ - \$264 \\ \hline \$286 \end{array}$$



Esa cantidad puedes guardarla como ahorro o usarla para cubrir otros gastos importantes. A veces no te sobrará nada, pero siempre tendrás la oportunidad de ajustar tu presupuesto según lo que necesites.

Recomendaciones



Sé responsable con el dinero

Piensa que el dinero que recibes es como un mini sueldo que debes administrar.



Ahorra una parte

Siempre guarda un poco en tu alcancía antes de empezar a gastar.



Distingue necesidad de deseo

De esta manera sabrás cuándo gastar y cuándo esperar; pide ayuda a tu mamá o papá.



Participa en las compras familiares

Compara precios y elige con cuidado, como si fueras una o un detective del ahorro.



Ponte metas de ahorro

Junta dinero para comprar ese juguete o libro que tanto deseas.

Fuentes:

- Charles, Mercedes y Casares, Santiago. *Sobre tu Dinero y algo más... educación financiera para niños y niñas*. Banco Nacional de México, 2010.
- Procuraduría Federal del Consumidor. "Quién es Quién en los Precios (QQP)". <https://qqp.profeco.gob.mx/>

Artículo escrito por la Dirección General de Estudios sobre Consumo de la Procuraduría Federal del Consumidor.

**Teléfono del
consumidor**
55 5568 8722 - 800 468 8722



denunciasprofeco@profeco.gob.mx
denunciapublicitaria@profeco.gob.mx
asesoria@profeco.gob.mx



@AtencionProfeco
@Profeco



/ProfecoOficial

de lunes a viernes, de 9 a 19 h; sábados,
domingos y días feriados, de 10 a 18 h

Las niñas y los niños también consumen

Informamos a las infancias para que tomen mejores decisiones de consumo.

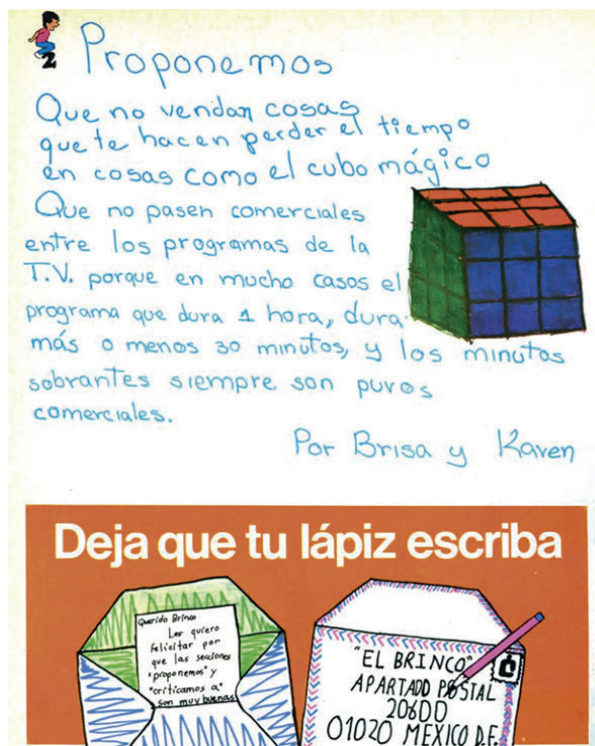


En enero de 1982, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) puso en circulación la edición 59 de la **Revista del Consumidor**. En ella apostó por las nuevas generaciones con el lanzamiento de "El Brinco", un suplemento de 16 páginas diseñado para introducir a la niñez en el consumo responsable.

El llamado en la portada decía lo siguiente: "Suplemento EL BRINCO: léalo con sus niños". En dichas páginas se trataba a niñas y niños no solo como una audiencia pasiva, sino también como actrices y actores económicos con criterio.

La **Revista del Consumidor**, en sus ediciones anteriores, servía de enlace para que la Profeco invitara a las personas consumidoras a compartir sus inquietudes, al comprar algún producto, a través de cartas, llamadas telefónicas o visitas personales.





Y las cartas llegaron

La primera vez que apareció "El Brinco" se incluyó una carta firmada por Brisa y Karen; además, se presentó el Estudio de Calidad de mochilas. Ahí, la **Revista del Consumidor** manifestó su preocupación ante el creciente consumo de pastelitos industrializados en la población infantil debido a su alto contenido de azúcar; un llamado de atención que hoy cobra más relevancia que nunca.

Después de 85 ediciones, la última publicación de "El Brinco" fue en febrero de 1989.

Nueva sección, mismo objetivo

En 1993, la Profeco retomó el contenido dirigido a las infancias en la edición 197 de la revista con la nueva sección "Los pequeños consumidores", en la que también se convocó a niñas y niños a compartir sus dudas y describir su entorno.

En ella se resaltaba el valor de las tradiciones mexicanas, fomentaba la lectura, invitaba a

visitar museos y bibliotecas, y mostraba juguetes tradicionales mexicanos. Asimismo, instaba a realizar experimentos caseros y buscaba crear conciencia ambiental mediante la clasificación de la basura.

Posteriormente, se agregó información que sugería a madres y padres vigilar el tiempo que niñas y niños pasaban frente al televisor, y se retomó el tema del consumo de refrescos por su nulo valor nutritivo.

En la primera edición de 1998, la Profeco y la **Revista del Consumidor** anticiparon que el consumo del futuro sería digital. Por ello, incluyeron el tema "Te presento a una amiga: ¡la computadora!", donde se explicaba que estas máquinas servían para mucho más que jugar, siempre y cuando aprendieran a aprovecharlas en su beneficio.

La última publicación de esta sección fue en el número 378, en agosto de 2008.

Educar sobre el consumo desde la niñez hace una gran diferencia.

Informar sobre consumo a las nuevas niñeces

En mayo de 2025, consciente de la importancia de educar desde temprana edad, la revista lanzó la sección "Consuminis Profeco".

La primera publicación se orientó a concientizar sobre el consumo excesivo de azúcares, grasas y sodio en la infancia con el artículo "Entre más sellos, menos sano". El objetivo: que las niñas y niños aprendieran a identificar los sellos octagonales en los empaques como señales de alerta y que comprendieran que un producto con varios rombos negros está lejos de ser un alimento saludable.

Actualmente, el interés por formar y fortalecer a las infancias sigue siendo un eje central de esta sección. A través de la difusión de los derechos de las y los consuminis, se promueve que los conozcan y los ejerzan.

En este espacio también se comparten consejos para aprovechar mejor la comida, reutilizar objetos y aprender a consumir de forma responsable.

Además, la iniciativa se sumó a la estrategia "Vive saludable, vive feliz", impulsada por la presidenta de México, Claudia Sheinbaum Pardo, mediante la publicación de recetas de refrigerios escolares que incluyen frutas y verduras de temporada, proteínas y cereales integrales.

La educación financiera es otro pilar esencial; se busca que entiendan el valor del dinero,

diferencien entre necesidad y antojo, y se involucren en las compras familiares para evitar gastos innecesarios.

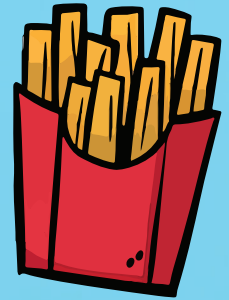
"Consuminis Profeco" promueve hábitos de consumo responsable y acerca a niñas y niños a un estilo de vida respetuoso con su entorno.

Mes con mes, esta sección fomenta el consumo informado e inteligente entre las y los más pequeños del hogar.





Publicidad, niñez y consumo



Los hábitos se crean en las primeras etapas de la vida.



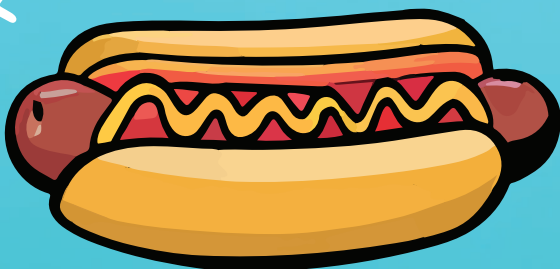
En colaboración con la



COMISIÓN NACIONAL PARA LA PROTECCIÓN Y DEFENSA DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS FINANCIEROS

Lo que comemos, lo que pedimos, lo que deseamos comprar o las marcas que reconocemos no surgen de manera espontánea; son el resultado del ejemplo en el hogar, del entorno digital y de la publicidad.

La casa es el primer espacio donde niñas y niños aprenden a relacionarse con el dinero y el consumo. A través de la observación cotidiana —cómo se elige un producto, qué se compra con mayor frecuencia o qué se considera necesario o prescindible—, se transmiten valores, hábitos y criterios que moldearán sus decisiones presentes y futuras.





La familia como referente de consumo

De acuerdo con el estudio "Factores psicológicos, culturales y de consumo de 1970 a 2020 en México", realizado por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Panamericana, la cultura familiar, las emociones, la comunicación y el grado de influencia de cada integrante del hogar determinan la manera en que consumimos y las marcas que preferimos.

Esto ocurre por dos razones: primero, porque imitamos y adoptamos los comportamientos observados de nuestros seres queridos; segundo, porque desarrollamos preferencias hacia productos que ellos aprueban, asociándolos con la confianza y los valores que compartimos en casa.

Publicidad y niñez: una influencia constante

La publicidad llega a las infancias a través de múltiples canales. Algunos, como la televisión, con mensajes dirigidos a la población infantil; otros a través de internet, las redes sociales, los videojuegos y los influencers, los cuales ya forman parte de la vida diaria de millones de niñas, niños y adolescentes.

Datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía señalan que en México 8 millones de niñas y niños en edad escolar (de 6 a 11 años) y 12 millones de adolescentes son usuarios de internet. Esta actividad los expone, de manera constante, a campañas publicitarias diseñadas estratégicamente para captar su atención.

El *marketing* digital se utiliza cada vez con mayor frecuencia debido a su bajo costo y alto alcance. En estas plataformas se emplean influencers y celebridades que atraen la atención infantil en redes sociales, sin que necesariamente se privilegie la calidad nutricional de los productos ni su impacto en la salud y el gasto familiar.

¿Qué ven y piden niñas y niños?

En 2021, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia y el Instituto Nacional de Salud Pública realizaron un estudio en nueve estados del país, que reveló la magnitud de la exposición publicitaria en una muestra de 884 niñas, niños y adolescentes:

- El 69 % estuvo expuesto a, por lo menos, un anuncio de alimentos y bebidas.
- El 95.6 % de esos anuncios promocionaban productos con bajo valor nutricional, como comida rápida, pastelitos o pan dulce, dulces, botanas y bebidas endulzadas.
- Uno de cada cuatro anuncios utilizó personajes (animales o figuras personificadas) para crear un vínculo afectivo con marcas de productos ultraprocesados.
- Más del 75 % de niñas y niños y casi el 70 % de las y los adolescentes admitieron haber insistido alguna vez a su madre, padre o cuidador para comprar productos que vieron en internet.¹

La familia no solo acompaña el consumo infantil, sino también lo modela.

¹ Una parte importante del ingreso familiar puede destinarse a la compra de estos productos.

Publicidad, consumo y gasto familiar

La publicidad de alimentos y bebidas influye en tres momentos clave:

- Cuando niñas, niños y adolescentes ejercen su propio poder adquisitivo (con su domingo, por ejemplo).
- Cuando insisten y logran que sus cuidadores realicen la compra.
- Como consumidores futuros, ya que los hábitos aprendidos en la infancia suelen mantenerse en la edad adulta.

Haz cuentas

Si todos los días compras frituras con un precio de \$20, a la semana gastas \$140 pesos, unos \$600 pesos al mes y aproximadamente \$7 300 al año. Si a esto se le añade una bebida azucarada diaria de \$22 pesos, el gasto asciende a \$154 a la semana, \$660 al mes y \$8 030 al año.

Al sumar frituras y refresco, el gasto anual sería de \$15 330. Esto no solo representa un elevado riesgo para la salud —que está vinculado al sobrepeso y la obesidad infantil—, sino que también es un impacto directo en el gasto familiar.

Acompañar, no prohibir

Guiar el consumo infantil no significa prohibir, sino informar, dialogar y enseñar a elegir. Conversar con niñas y niños sobre la publicidad, explicarles que no todo lo que se anuncia en la pantalla es necesario y reflexionar en familia sobre el impacto en la salud y el bolsillo son acciones clave de educación financiera desde la infancia.

Cuidar la alimentación y promover un consumo responsable no solo protege su bienestar físico, sino también es una estrategia inteligente para cuidar el ingreso familiar y formar personas consumidoras más conscientes.

En el Día de la Niña y el Niño, la invitación para las familias es clara: acompañar mejor las decisiones de hoy construye hábitos más saludables y finanzas más fuertes en el futuro. El mejor legado es un consumo consciente.



f/Condusef oficial

¡Condusef cerca de ti!



Apprender

Las plataformas digitales pueden apoyar las labores escolares de tus hijas e hijos.

Las aplicaciones educativas han cambiado la manera en que niñas y niños aprenden. Hoy, el conocimiento también está a un clic de distancia. Esta realidad se desarrolla en un entorno digital, donde el acceso a internet y el uso de teléfonos inteligentes son parte de la vida cotidiana.

De acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2024:

Uso de internet en niñas y niños (6 a 11 años)

Tiempo de navegación

2.6 horas al día



Esta conectividad convierte a las plataformas digitales en el principal medio de contacto entre las infancias y los contenidos educativos y de entretenimiento.

Aplicaciones didácticas

Las aplicaciones educativas pueden ser un gran apoyo para complementar la enseñanza. Gracias a su diseño, que combina imágenes, videos y sonidos atractivos, logran captar la atención de niñas y niños, además de facilitar una participación más activa en su aprendizaje.


Para elevar el interés, algunas utilizan elementos de videojuegos, como retos, recompensas

o historias visuales. Sin embargo, que una aplicación sea divertida no significa que sea educativa.


Existen propuestas pensadas solo para entretener sin objetivos formativos claros; por ello, es importante identificar cuáles realmente aportan al proceso de aprendizaje.

¿Son gratuitas?


Una vez que se distingue entre aplicaciones educativas y entretenimiento, surge otra pregunta clave: ¿son gratuitas? La respuesta es no todas; la mayoría funciona bajo distintos modelos comerciales. Conoce algunos de ellos:

 **Aplicaciones gratuitas**


| | |
|--|---|
| No tienen costo de descarga, pero incluyen anuncios publicitarios. | Pueden mostrar anuncios constantes o adaptados al perfil del usuario. |
|--|---|

 **Suscripción periódica**


| | |
|--|--|
| Requiere un pago semanal, mensual o anual. | Ofrece acceso completo al contenido educativo. Suele renovarse automáticamente si no se cancela. Es importante revisar términos, periodos de prueba y políticas de cancelación. |
|--|--|

 **Modelo freemium**


| | |
|---|--|
| La descarga es gratuita, pero las funciones avanzadas están bloqueadas. | Se paga para desbloquear niveles, contenidos educativos, personajes o herramientas. Es uno de los modelos más comunes en aplicaciones educativas. Puede incentivar compras repetidas, especialmente en menores de edad. |
|---|--|

 **Pago único**

| | |
|---|--|
| Se realiza una compra directa por la aplicación completa. | No incluye anuncios ni cargos posteriores. Brinda mayor certeza sobre el costo total. Es menos frecuente, pero más transparente. Esta versión puede ofrecer aplicaciones de descarga gratuita con anuncios. |
|---|--|

 **Microtransacciones**






| | |
|--|---|
| La descarga puede ser gratuita, pero incluye compras o pagos pequeños dentro de la aplicación. | Se usan para obtener monedas, recompensas, acceso temporal o contenido extra. El gasto puede acumularse sin que la persona usuaria lo perciba claramente. Representa un riesgo si no hay controles parentales. |
|--|---|

 **Licencias institucionales o educativas**

| | |
|-----------------------|--|
| Dirigidas a escuelas. | Se paga por persona usuaria, grupo o por periodo de uso. El acceso es gestionado por una institución. Puede implicar contratos y condiciones específicas. |
|-----------------------|--|

Aplicaciones lúdico-educativas

Existen aplicaciones que se catalogan como lúdico-educativas que manejan estos modelos de negocio, para que puedas comparar las opciones que existen en las tiendas de aplicaciones como Play Store o AppStore.

| Tipo de modelo comercial | Aplicaciones lúdico-educativas | Tipo de modelo comercial | Aplicaciones lúdico-educativas |
|--------------------------|---|--------------------------|---|
| Aplicaciones gratuitas |  Duolingo Aplicación de aprendizaje de idiomas basada en lecciones cortas, gamificación y práctica diaria interactiva. | Suscripción periódica |  ABCMouse Programa educativo estructurado para preescolar y primaria con contenidos progresivos en materias básicas. |
| Modelo freemium |  Khan Academy Kids Plataforma educativa infantil con actividades de lectura, matemáticas y habilidades socioemocionales. | Pago único |  Quick Brain Aplicación de entrenamiento mental con ejercicios rápidos de cálculo y lógica para agilidad cognitiva. |
| Microtransacciones |  Toca Boca World Juego creativo donde los niños exploran escenarios y crean historias con personajes interactivos. | | |



Recomendaciones



Integra con otras actividades

Ten en cuenta que no solo las aplicaciones pueden ser un medio de diversión y aprendizaje. La convivencia familiar, el deporte y la activación física también son parte del desarrollo de las personas más pequeñas del hogar.



Lee la descripción en la tienda digital

Revisa la edad recomendada, si incluye compras dentro de la aplicación, lee la descripción completa y explora las reseñas de otros usuarios. Esta información te da un panorama más

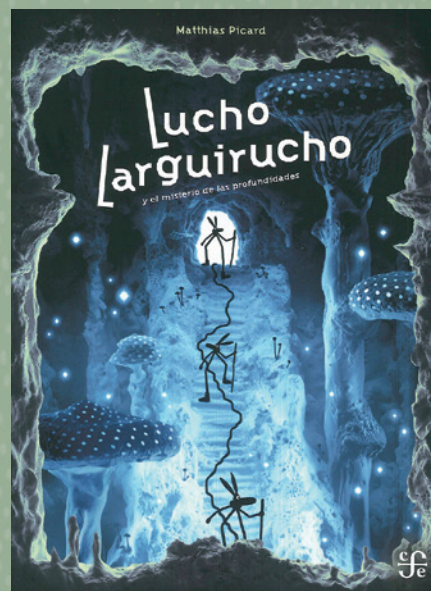
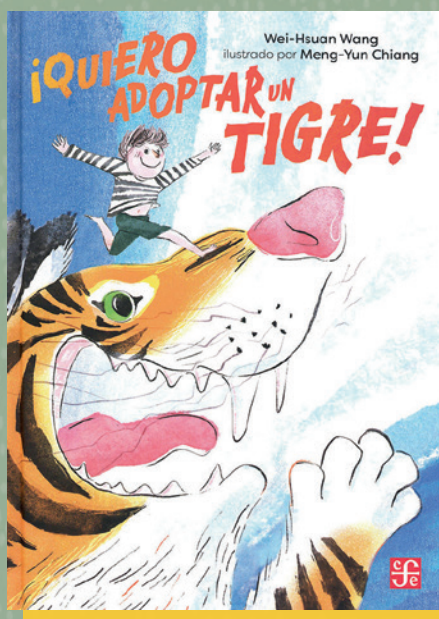
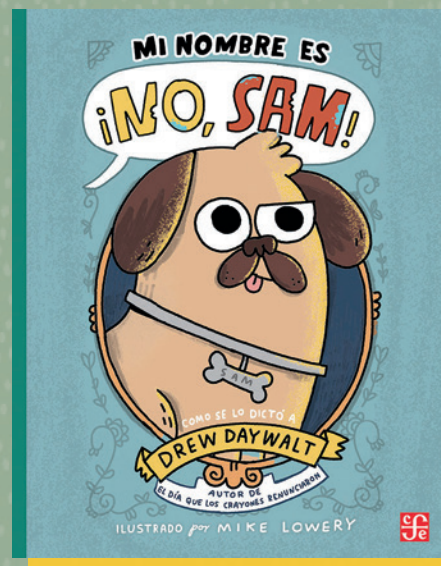
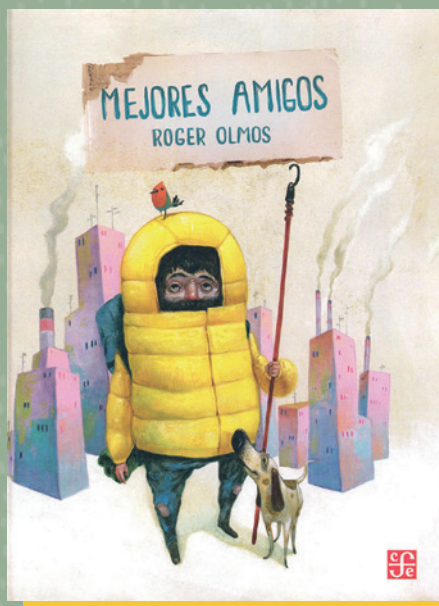
claro sobre el tipo de contenido, posibles costos adicionales y la experiencia real de uso, lo que te ayuda a tomar una decisión más informada y evitar sorpresas.



Activa los controles parentales

El control parental es la herramienta que permite a las personas adultas bloquear, controlar o limitar el uso de aplicaciones, contenidos o servicios que utilizan los menores desde diferentes dispositivos: computadoras, celulares, tabletas o televisión.

LA MAGIA DE LEER EN LA INFANCIA



- **Contar historias** te ayudará a hacer amigos
- **Un buen libro hoy** para un gran lector del mañana
- **Leer te abre caminos** insospechados
- **Ideal para viajar** sin salir de tu cuarto

¡De venta en la red de librerías del FCE, Educál y sus tiendas virtuales!

¡Al agua, patos!

Clases de natación para las pequeñas y los pequeños del hogar.



Para niñas y niños la natación es diversión y descubrimiento; para madres y padres, tranquilidad al verles disfrutar con seguridad de un deporte saludable.

Las escuelas de natación son el espacio para aprender a nadar con las técnicas adecuadas a la vez que se fomenta la convivencia y el respeto por las normas y al equipo. Deben contar con una licencia de funcionamiento, según la alcaldía, municipio o estado en el que se encuentren.

Beneficios de nadar

■ Ejercitarse

Es una actividad de bajo impacto que fortalece y mejora la resistencia; practicarla desde temprana edad favorece una vida activa y saludable.

■ Pulmones más fuertes

Las técnicas de respiración utilizadas en la natación favorecen el desarrollo y la adaptación del sistema respiratorio.

■ Corazón más sano

Nadar con regularidad mantiene la presión y el colesterol saludables y reduce el riesgo de arteriosclerosis desde la infancia.

■ Control de la glucosa

Al ser un ejercicio aeróbico, aumenta la sensibilidad a la insulina y estabiliza los niveles de azúcar en sangre.

■ Mejora la función cerebral

Algunas investigaciones han demostrado que el nadar de manera regular mejora la memoria y las habilidades de pensamiento.



■ Seguridad en el agua

Aprender a nadar reduce significativamente el riesgo de accidentes o ahogamientos.

■ Mayor resistencia física

Las niñas y los niños mejoran su capacidad de esfuerzo y fortalecen su sistema cardiovascular.

■ Reduce el estrés y regula la ansiedad

Puede activar la parte del sistema nervioso que controla el descanso y la relajación.

■ Favorece la coordinación y el equilibrio

Estas habilidades sirven para otros deportes y aumentan la confianza para probar nuevas actividades.

■ Confianza en uno mismo

La práctica constante permite superar retos, fortalecer la autoestima y fomentar la independencia.



¿A qué edad iniciar?

Aunque depende del desarrollo físico y emocional de cada niña o niño, especialistas sugieren que a partir de los 4 años ya cuentan con el control corporal necesario para realizar brazadas y patadas con mayor precisión.

Precios de cursos de natación

Realizamos un sondeo (del 29 de enero al 4 de febrero de 2026) en 39 escuelas de natación en Veracruz, Estado de México, Ciudad de México y Jalisco, bajo la modalidad de persona consumidora encubierta y para un menor de 10 años nivel principiante.

Veracruz

| Escuela / Duración por clase | Precio por núm. de clases al mes | | Inscripción anual (\$) | Costo por clase muestra (\$) | Datos de contacto |
|---|----------------------------------|---------------------------|------------------------|------------------------------|---|
| | Mínimo de clases / Precio | Máximo de clases / Precio | | | |
| Club de Natación Buckingham (55 min por clase) | 8 \$1,500.00 | 20 \$2,100.00 | \$500.00 | \$250.00 | Av. Independencia 101, col. Petrolera, C. P. 96500, Coatzacoalcos, Ver. Tel. 92 11 02 27 00 |
| Acuática TriRacing (45 min por clase) | 4 \$590.00 | 20 \$1,900.00 | \$250.00 | Sin costo | Costa Rica s/n, col. Costa Verde, C. P. 94294, Boca del Río, Ver. Tel. 22 92 33 08 24 |
| Neptuno, escuela de natación (60 min por clase) | 8 \$550.00 | 20 \$750.00 | \$270.00 | \$60.00 | Ignacio de la Llave s/n, col. Salvador Díaz Mirón, C. P. 91700, Veracruz, Ver. Tel. 22 95 07 25 97 |
| VillaRica Swim (50 min por clase) | 8 \$600.00 | 12 \$800.00 | Sin costo | Sin costo | Simón Bolívar 849, col. Ignacio Zaragoza, C. P. 91910, Veracruz, Ver. Tel. 22 97 68 58 38 |
| Aquabel (30 min por clase) | 8 \$2,088.00 | 12 \$2,320.00 | \$580.00 | \$174.00 | Dr. Rafael Cuervo 35, col. Granjas de Mocambo, C. P. 94298, Boca del Río, Ver. Tel. 22 99 22 30 27 |
| AquaSport Xalapa (55 min por clase) | 4 \$699.00 | 20 \$1,999.00 | \$400.00 | \$200.00 | Xicoténcatl 89, col. Zona Centro, C. P. 91000, Xalapa, Ver. Tel. 22 82 98 32 46 |
| Aquax Centro Deportivo (45 min por clase) | 4 \$1,035.00 | 20 \$2,670.00 | \$1,035.00 | Sin costo | 3.ª Privada de María Esther Zuno de Echeverría 25, col. Emiliano Zapata, C. P. 91190, Xalapa, Ver. Tel. 22 81 29 40 49 |
| Acuática Museo (60 min por clase) | 4 \$750.00 | 20 \$2,500.00 | Sin costo | Sin costo | Melquiades Ruíz 67, col. Obrero Campesina, C. P. 91020, Xalapa, Ver. Tel. 22 82 10 72 35 |
| Oxygen Fitness For Life Xanat (30 a 45 min por clase) | 4 \$880.00 | 12 \$1,950.00 | \$800.00 | \$250.00 | Carretera Federal Xalapa-Veracruz 553, Power Center Xanat, local 3, col. El Olmo, C. P. 91194, Xalapa, Ver. Tel. 22 88 26 97 83 |

Estado de México

| Escuela / Duración por clase | Precio por núm. de clases al mes | | Inscripción anual (\$) | Costo por clase muestra (\$) | Datos de contacto |
|---|----------------------------------|---------------------------|------------------------|------------------------------|---|
| | Mínimo de clases / Precio | Máximo de clases / Precio | | | |
| Escuela de Natación Aquarium (45 min por clase) | 4 \$600.00 | 20 \$950.00 | \$380.00 | \$150.00 | Aragón 7, col. La Trinidad, C. P. 56130, Texcoco, Edo. Méx. Tel. 59 59 52 95 58 |
| Escuela de Natación Acuática Blue Chalco (1 hora por clase) | 4 \$390.00 | 20 \$1,400.00 | \$420.00 | \$100.00 | Niño Artillero 43, col. Barrio la Conchita, C. P. 56600, Chalco, Edo. Méx. Tel. 55 54 52 79 72 |
| Escuela de Natación Acuática Garzas (50 min por clase) | 8 \$600.00 | 16 \$800.00 | \$400.00 | \$130.00 | Palma 29, col. Valle Verde, C. P. 56577, Ixtapaluca, Edo. Méx. Tel. 55 65 77 04 26 |
| Escuela de Natación Centro Acuático Integral (1 hora por clase) | 4 \$550.00 | 20 \$1,600.00 | \$200.00 | No brinda la opción | Av. Jardines de Morelos 43, col. Jardines de Morelos, C. P. 55070, Ecatepec de Morelos, Edo. Méx. Tel. 55 58 38 94 66 |
| Escuela de Natación Marlin (1 hora por clase) | 4-5 \$591.60 | 28-29 \$2,610.00 | \$313.20 | 150.80 | Corregidora 100, col. Santa María Nativitas, C. P. 56335, Chimalhuacán, Edo. Méx. Tel. 55 72 64 09 64 |
| Escuela de Natación Marlines (1 hora por clase) | 4 \$550.00 | 20 \$1,550.00 | \$300.00 | \$150.00 | 3.ª cerrada de Cuauhtémoc 10, col. Santo Tomás Chiconautla, C. P. 55066, Ecatepec de Morelos, Edo. Méx. Tel. 55 59 31 60 99 |
| Acuática Morsa (1 hora por clase) | 4 \$490.00 | 20 \$1,600.00 | \$300.00 | \$120.00 | Privada de Independencia 7, col. Santa Clara Coatitla, C. P. 55540, Ecatepec de Morelos, Edo. Méx. Tel. 55 57 55 45 22 |
| Escuela de Natación Sport Life (1 hora por clase) | 4 \$485.00 | 20 \$980.00 | \$420.00 | \$145.00 | Av. Central 72, col. Villa Primero de Agosto, C. P. 55100, Ecatepec de Morelos, Edo. Méx. Tel. 55 57 79 54 12 |
| Escuela de Natación Splash Pool (50 min por clase) | 4 \$950.00 | 16 \$1,950.00 | Sin costo | \$250.00 | Vicente Villada 80, col. San Lorenzo Tepatlilán, C. P. 50010, Toluca, Edo. Méx. Tel. 72 23 03 33 54 |
| Tritones Natación Tepetlixpa (1 hora por clase) | 4 \$240.00 | 20 \$800.00 | \$100.00 | \$70.00 | Rovirosa 4, col. Pueblo Tepetlixpa, C. P. 56880, Tepetlixpa, Edo. Méx. Tel. 55 16 89 91 66 |

📍 Ciudad de México

| Escuela / Duración por clase | Precio por núm. de clases al mes | | Inscripción anual (\$) | Costo por clase muestra (\$) | Datos de contacto |
|---|----------------------------------|---------------------------|------------------------|------------------------------|--|
| | Mínimo de clases / Precio | Máximo de clases / Precio | | | |
| Escuela de Natación Aquarii (50 min por clase) | 4 \$600.00 | 24 \$1,900.00 | \$300.00 | No brinda la opción | Sur 23 89, col. Leyes de Reforma, C. P. 9310, Iztapalapa, CDMX. Tel. 55 19 49 47 20 |
| Club Star Fish (50 min por clase) | 4 \$1,500.00 | 12 \$2,700.00 | \$1,400.00 | Sin costo | Providencia 845, col. Del Valle Centro, C. P. 3100, Benito Juárez, CDMX. Tel. 55 55 23 51 20 |
| Escuela de Natación Enrique Noriega (1 hora por clase) | 8 \$1,276.00 | 12 \$1,740.00 | \$1,160.00 | \$250.00 | Potrero 21, col. Residencial Villa Coapa, C. P. 14390, Tlalpan, CDMX. Tel. 55 13 81 07 02 |
| Escuela de Natación Momkikids (30 min por clase) | 4 \$1,152.00 | 8 \$1,728.00 | \$700.00 | Sin costo | Héroes del 47 104, col. San Mateo, C. P. 04120, Coyoacán, CDMX. Tel. 55 16 34 91 14 |
| Escuela de Natación y Centro de Capacitación para Buzos de Rescate (1 hora por clase) | 4 \$1,270.00 | 20 \$2,580.00 | \$500.00 | \$317.50 | Calzada Ignacio Zaragoza 129, col. Jardín Balbuena, C. P. 15900, Venustiano Carranza, CDMX. Tel. 55 57 62 76 49 |
| Natación y Squash Coyoacán (1 hora por clase) | 4 \$900.00 | 24 \$2,550.00 | Sin costo | \$280.00 | Belisario Domínguez 161, col. Del Carmen, C. P. 04100, Coyoacán, CDMX. Tel. 55 40 49 19 40 |
| Escuela de Natación Morsas (50 min por clase) | 4 \$1,273.00 | 8 \$1,975.00 | \$1,700.00 | \$350.00 | Once Mártires 60, col. Tlalpan Centro, C. P. 14000, Tlalpan, CDMX. Tel. 55 56 06 18 83 |
| Deportivo Inclan (50 min por clase) | 4 \$780.00 | 8 \$1,260.00 | \$400.00 | \$250.00 | San Lucas 129, col. El Recreo, C. P. 2070, Azcapotzalco, CDMX. Tel. 55 55 61 92 85 |
| Aqua Sport (50 min por clase) | 4 \$594.00 | 24 \$3,208.00 | \$550.00 | No brinda la opción | Oriente 83 4212, col. La Malinche, C. P. 7899, Gustavo A. Madero, CDMX. Tel. 56 34 00 04 00 |
| Centro Acuático Escuela de la Ciudad de México (1 hora por clase) | 4 \$986.00 | 20 \$2,610.00 | \$928.00 | \$300.00 | Eje 1 Norte José Antonio Alzate 174, col. Santa María la Ribera, C. P. 6400, Cuauhtémoc, CDMX. Tel. 55 55 47 23 02 |

 Jalisco

| Escuela / Duración por clase | Precio por núm. de clases al mes | | Inscripción anual (\$) | Costo por clase muestra (\$) | Datos de contacto |
|---|--|---------------------------|------------------------|------------------------------|--|
| | Mínimo de clases / Precio | Máximo de clases / Precio | | | |
| Acalli Natación y Buceo (50 min por clase) | Lunes a viernes: 8 Sábado: 4 Lunes a viernes: \$1,380.00 Sábado: \$800.00 | 20 \$1,850.00 | \$550.00 | \$170.00 | Volcán Vesubio 4580, col. Colli Urbano, C. P. 45070, Zapopan, Jal. Tel. 33 36 28 68 64 |
| Acuaris Natación (50 min por clase) | 4 \$750.00 | 20 \$1,800.00 | \$500.00 | \$250.00 | Miguel Ángel 153, col. Real Vallarta, C. P. 45020, Zapopan, Jal. Tel. 33 31 65 19 06 |
| Acuática Mantarraya. Escuela de Natación (50 min por clase) | 4 \$719.20 | 20 \$1,334.00 | \$330.00 | \$232.00 | Av. Jesús Reyes Heróles 3180, col. Villa Vicente Guerrero, C. P. 44987, Guadalajara, Jal. Tel. 33 36 29 13 61 |
| Escuela de Natación Dione (55 min por clase) | 8 \$1,000.00 | 12 \$1,250.00 | \$250.00 | No brinda la opción | Ganaderos 5611, col. Arcos de Guadalupe, C. P. 45037, Zapopan, Jal. Tel. 33 36 28 12 46 |
| Escuela de Natación Ferswin (45 min por clase) | 4 \$928.00 | 8 \$1,682.00 | \$580.00 | \$232.00 | Privada Segunda Baluarte 50, col. Del Carmen, C. P. 47480, Lagos de Moreno, Jal. Tel. 47 41 35 21 66 |
| Escuela de Natación Naatare (30 min por clase) | 4 \$336.00 | 12 \$615.00 | \$300.00 | \$110.00 | Av. Tonaltecas 2650-E, col. Arboledas de San Gaspar, C. P. 45410, Tonalá, Jal. Tel. 33 36 07 14 17 |
| Escuela de Natación Tritones (45 min por clase) | 4 \$439.00 | 20 \$1,099.00 | \$199.00 | \$120.00 | Matamoros Sur 25, col. San Agustín, C. P. 45645, Tlajomulco de Zúñiga, Jal. Tel. 33 32 43 25 53 |
| Nahvi Natación (50 min por clase) | 4 \$520.00 | 20 \$990.00 | \$350.00 | \$130.00 | Zalatitán 716, col. Jardines de la Paz, C. P. 45520, San Pedro Tlaquepaque, Jal. Tel. 33 22 52 81 86 |
| El Patito (45 min por clase) | 4 \$1,252.00 | 20 \$4,292.00 | \$600.00 | \$350.00 | Av. México 3300, col. Monraz, C. P. 44670, Guadalajara, Jal. Tel. 33 36 73 32 39 |
| Natación Flaunder (40 min por clase) | 4 \$1,250.00 | 20 \$2,020.00 | \$450.00 | \$380.00 | Av. Circunvalación Jorge Álvarez del Castillo 1235, col. Lomas del Country, C. P. 44610, Guadalajara, Jal. Tel. 33 29 16 46 17 |

Información recabada del 29 de enero al 4 de febrero de 2026, por lo que a la fecha de publicación de este artículo puede haber cambiado.

Recomendaciones



Visita al menos tres opciones

Esto te permitirá comparar precios, instalaciones, metodología y medidas de seguridad e higiene antes de tomar una decisión.



Infórmate

- Investiga los requisitos, por ejemplo, si se solicita certificado médico.
- Pregunta por la experiencia del personal.
- Conoce a las personas responsables de la escuela.
- Averigua lo relacionado con el uniforme y accesorios.



Prefiere grupos reducidos

Esto facilita la atención personalizada. En cursos para bebés, de preferencia, debe haber un instructor por persona.



Verifica la calidad del agua

Debe estar limpia y ser cristalina. La NOM-245-SSA1-2010 establece los límites máximos permitidos de contaminantes físicos, químicos y microbiológicos para prevenir riesgos a la salud en albercas públicas, clubes, hoteles y balnearios.



Conserva toda la documentación

Guarda comprobantes de pago y documentos relacionados con la inscripción; pueden servirte ante cualquier aclaración o inconformidad.



Sigue las indicaciones de las personas instructoras

Permite que los profesionales guíen la adaptación de tus hijas o hijos.



La Profeco te defiende

Si adquieres un producto o contratas un servicio, el artículo 12 de la Ley Federal de Protección al Consumidor establece que el proveedor tiene la obligación de entregar factura, recibo o comprobante donde se constaten los datos específicos del servicio prestado. Tómallo en cuenta. Si te cobran indebidamente, no respetan lo acordado o te niegan el servicio, la Profeco te respalda.

Artículo escrito por la Dirección General de Estudios sobre Consumo de la Procuraduría Federal del Consumidor.

**Teléfono del
consumidor**
55 5568 8722 - 800 468 8722



denunciasprofeco@profeco.gob.mx
denunciapublicitaria@profeco.gob.mx
asesoria@profeco.gob.mx



@AtencionProfeco
@Profeco



/ProfecoOficial

de lunes a viernes, de 9 a 19 h; sábados,
domingos y días feriados, de 10 a 18 h

Fuentes:

- Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte. 2017. "La natación y sus beneficios para toda una vida". <https://www.gob.mx/conade/articulos/la-natacion-y-sus-beneficios-para-toda-una-vida-100555>
- Fundación Española del Corazón. "Natación para niños". <https://fundaciondelcorazon.com/ejercicio/61-para-ninos/829-natacion-para-ninos.html>
- Academia Americana de Pediatría. 2024. "5 razones para que sus hijos aprendan a nadar". <https://www.healthychildren.org/Spanish/safety-prevention/at-play/Paginas/reasons-to-enroll-your-children-in-swim-lessons.aspx>
- Question Mark. 2025. "Los deportes más populares y los más practicados en México". <https://questionmark.com.mx/los-deportes-mas-populares-y-los-mas-practicados-en-mexico/>

Revista del
Consumidor
por
canal
once

A Libro Abierto

Estudio de
Calidad

Platillo
Sabio

Último sábado
de cada mes
18:30 h

Tecnología
Doméstica



Por un consumo libre de prejuicios

Conoce las prácticas que silencian voces y perpetúan desigualdades.

En colaboración con el



La discriminación no solo se manifiesta en actos directos de exclusión, sino que también se filtra en prácticas cotidianas, como el consumo. El mercado dirigido a las niñas revela formas sutiles de desigualdad que afectan el desarrollo integral de niñas y niños.

Estas acciones impactan a través de dos fenómenos que perpetúan la inequidad y limitan su potencial: el adultocentrismo y los estereotipos en los juguetes.

El adultocentrismo en el mercado

Esta postura prioriza las perspectivas y necesidades de las personas adultas por encima de las de las niñas.

En México, los productos infantiles suelen diseñarse desde una visión que ignora las voces y experiencias reales de las niñas y niños. Esto se evidencia en la publicidad y el diseño de bienes de consumo, donde son mostradas como personas receptoras pasivas sin representación propia.



Encuesta Nacional sobre Discriminación

Las campañas de *marketing* a menudo promueven ideales de éxito, belleza o roles sociales sin considerar el impacto emocional que causan en este grupo.

De acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Discriminación (Enadis):

El **19.4%** de las niñas y niños de 9 y 11 años reportó haber enfrentado discriminación por parte de sus pares, principalmente por su:

PESO O ESTATURA

43.8 %



FORMA DE VESTIR

32.1 %

Además, este enfoque fomenta un consumo que margina a quienes viven con algún tipo de discapacidad, pertenecen a pueblos indígenas o se encuentran en situación de pobreza.

La Enadis también indica lo siguiente:

19.5 %



De las niñas y niños de entre 9 y 11 años considera que sus derechos se respetan poco o nada.

28 %



De las niñas y niños de entre 9 y 11 años, siente que su opinión nunca se toma en cuenta.

Esto puede hacer que interioricen la idea de que su voz no importa, lo cual vulnera lo estipulado en la Convención sobre los Derechos del Niño.

Cuando no se toma en cuenta la diversidad, crece la desigualdad.

Juguetes estereotipados

Los juguetes son herramientas fundamentales de aprendizaje; sin embargo, cuando reproducen estereotipos, se convierten en instrumentos de discriminación.

En el mercado mexicano existen juguetes que siguen patrones tradicionales: muñecas y cocinitas para niñas; autos y superhéroes para niños. Esta segregación no es inocente, pues refuerza estereotipos que limitan las aspiraciones y el desarrollo cognitivo.

Diversos estudios señalan que las niñas expuestas a juguetes con sesgos de género pueden desarrollar menor flexibilidad en los roles sociales, lo que perpetúa desigualdades en la adultez.

Por ejemplo, las niñas pueden internalizar que su valor radica en la apariencia o en el cuidado doméstico, mientras que los niños aprenden a suprimir emociones asociadas a la vulnerabilidad.

Género y representación étnica

- El 18 % de las niñas de 9 a 11 años han sido discriminada por su género, frente al 10 % de los niños, lo que se vincula directamente con los estereotipos presentes en el consumo infantil.

Además, la representación étnica es limitada, ya que en un país multicultural como México las muñecas con rasgos indígenas o afrodescendientes son poco comunes, lo que envía un mensaje implícito de invisibilidad.



Consecuencias

El impacto combinado de estos factores es profundo. En el ámbito psicológico, puede derivar en ansiedad o trastornos de identidad al intentar encajar en estándares ajenos. En el plano social, perpetúa estructuras como el machismo o la sumisión ante la autoridad.

Camino a seguir

Desde el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación promovemos acciones para combatir estas barreras:

- Fomentar juguetes neutros y diversos: impulsar juegos que estimulen la creatividad sin límites de género o cultura.
- Responsabilidad empresarial: instar a las empresas a adoptar una cultura de no discriminación en su publicidad y el diseño de sus productos.
- Políticas públicas: reforzar la regulación de la publicidad infantil para eliminar estereotipos nocivos.

La discriminación en el consumo infantil no es un tema menor; constituye una barrera para una sociedad equitativa. Al abordar el adultocentrismo y los juguetes estereotipados, es posible empoderar a las niñas para que crezcan libres de prejuicios.

CONCILIAEXPRES

Es un **mecanismo inmediato de solución de controversias**, a través del Teléfono del Consumidor, con proveedores inscritos, sin necesidad de acudir a una oficina de la Profeco ni de agotar un procedimiento formal de queja.

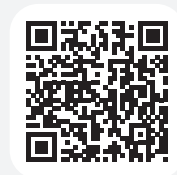


TELÉFONOS:

55 5568 8722 para la Ciudad de México
y zona metropolitana 800 468 8722 para
el interior de la República Mexicana

HORARIO:

de lunes a viernes, de 9 a 19 h; sábados,
domingos y días feriados, de 10 a 18 h



conciliaexpres@profeco.gob.mx



Economía
Secretaría de Economía

Profeco
Procuraduría Federal
del Consumidor

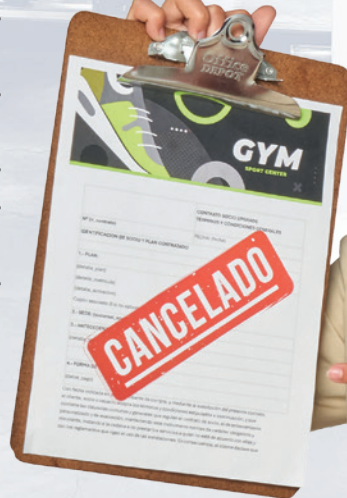
¿Cancelaste un servicio y te siguen cobrando?

Conoce y ejerce tus derechos para proteger tu economía.

Al contratar un servicio recurrente —telefonía, televisión de paga, internet, plataformas digitales, gimnasios u otros—, las personas consumidoras esperan que los cargos cesen de inmediato al solicitar su cancelación. Sin embargo, es común que los proveedores continúen realizando cobros de manera injustificada.

Principales causas de los cobros persistentes

- No concluir correctamente el proceso de cancelación.
- No contar con un folio, número de reporte o constancia de cancelación.
- Desconocimiento de cláusulas sobre plazos mínimos o penalizaciones al cancelar.
- Errores administrativos del proveedor.



Cuando un proveedor no puede demostrar lo que anuncia, la publicidad se considera engañosa. Esto genera expectativas irreales sobre los beneficios del producto y vulnera el derecho a recibir información veraz, clara y comprobable.

Ante esto, la denuncia ciudadana se convierte en una herramienta clave: si cualquier persona consumidora identifica una publicidad engañosa y la reporta, no solo expresa una inconformidad personal, sino que también protege el interés colectivo.

Caso hipotético

En enero de 2025, Adriana contrató un servicio de gimnasio con la empresa Pink Gimnasio, bajo un esquema de pago mensual domiciliado a su tarjeta bancaria.

En julio de ese año, debido a un cambio de domicilio, solicitó la cancelación del servicio vía telefónica, siguiendo el procedimiento establecido en su contrato. El proveedor confirmó la cancelación, le proporcionó el folio número 456789 e informó que no se generarían cargos posteriores.

Sin embargo, en agosto y septiembre del mismo año, Adriana detectó dos cargos adicionales en su estado de cuenta, a pesar de que el servicio ya no estaba activo. Tras revisar su contrato, confirmó que había cumplido con el procedimiento de cancelación y que no existía penalización aplicable.

Al no tener respuesta del proveedor, Adriana —quien conservó el folio de cancelación y sus estados de cuenta— exigió el reembolso. La empresa se negó a devolver el dinero argumentando un "error administrativo" y le solicitó esperar tres meses más.

Ante la negativa, acudió a la Oficina de Defensa del Consumidor de la Profeco más cercana a su domicilio, donde recibió orientación y presentó su queja. Para realizar el trámite entregó copia de su identificación oficial, el contrato, el folio de cancelación, los comprobantes de pago de las mensualidades del gimnasio, así como el estado de cuenta donde se reflejan los cargos posteriores a la cancelación.





Durante el procedimiento de conciliación, la Profeco notificó y citó al proveedor, quien se presentó el día y hora señalados para la celebración de su audiencia. El proveedor argumentó que desconocía dicha situación con la consumidora, por lo que el conciliador le informó que:

- La cancelación del servicio se solicitó conforme a lo establecido en el contrato.
- Los cargos posteriores fueron cobros indebidos, ya que el servicio no se prestó.
- Se incumplió la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) al no respetar la cancelación ni devolver los montos.

Derivado de lo anterior y como resultado de la conciliación, el proveedor:

- Reintegró la totalidad de los montos cobrados indebidamente.
- Otorgó una bonificación adicional del 20 %, conforme a la LFPC.
- Suspendió de manera definitiva cualquier cargo relacionado con el servicio cancelado.

Adriana quedó satisfecha con la intervención de la Profeco, ya que recibió la orientación adecuada y se defendieron sus derechos como consumidora.

Derecho a cancelar sin cargos posteriores

Todo contrato debe incluir una cláusula de cancelación, ya que la LFPC establece que las personas consumidoras pueden solicitarla y que el proveedor debe respetar la solicitud en los términos y plazos. Además, queda prohibido realizar cargos por servicios no prestados o posteriores a la fecha de cancelación.

Cuando existe un cobro indebido, la persona consumidora tiene derecho a la devolución de las cantidades pagadas y, en su caso, a una bonificación o compensación conforme a lo dispuesto por la ley.

**Conoce las cláusulas
de tu contrato
para saber cómo cancelar
un servicio.**

¿Qué hacer si el cobro persiste?



1. Revisa tu contrato para identificar el proceso de cancelación, los plazos y las condiciones.



2. Solicita la cancelación al proveedor por los medios autorizados: teléfono, sucursal, correo electrónico o aplicación. Recuerda que el proveedor debe proporcionar un número de folio de cancelación o comprobante, según sea el caso.



3. Pide al proveedor la devolución de los montos cobrados indebidamente y la suspensión inmediata de los cargos.



4. Conserva evidencia de tu solicitud de cancelación, el número de trámite o folio proporcionado por el proveedor, así como correos electrónicos o capturas de pantalla.



5. Contacta al proveedor y exige la suspensión inmediata de los cargos.



La Profeco te defiende

Si el proveedor se niega a cancelar el servicio, te condiciona, mantiene los cargos o no te devuelve tu dinero, acude a la Profeco para recibir apoyo, orientación, asesoría y presentar tu queja.

Artículo escrito por la Dirección General de Quejas y Conciliación de la Procuraduría Federal del Consumidor.

**Teléfono del
consumidor**
55 5568 8722 - 800 468 8722



denunciasprofeco@profeco.gob.mx
denunciapublicitaria@profeco.gob.mx
asesoria@profeco.gob.mx



@AtencionProfeco
@Profeco



/ProfecoOficial

de lunes a viernes, de 9 a 19 h; sábados,
domingos y días feriados, de 10 a 18 h

Plátano: tropicalmente delicioso



Destaca por su agradable sabor, valor nutritivo y versatilidad en la cocina.

El plátano es una fruta muy popular y ampliamente consumida en el mundo. Su sabor, textura suave y practicidad lo convierten en un alimento ideal para todas las edades.

Su forma es alargada, semejante a una media luna. Según la variedad, puede medir hasta 15 cm o más. Al principio, su cáscara es color verde y, conforme madura, se torna amarillo claro con pequeñas manchas negras. Su pulpa es suave, carnosa y de sabor agradable.

Del lejano oriente a nuestra mesa

Se dice que el plátano tiene su origen en Asia meridional y que llegó a las islas Canarias en el siglo XV; de ahí llegó a nuestro continente en 1516. Desde entonces, su cultivo se ha expandido tanto que hoy existen más de 500 variedades en todo el mundo.



Tipos

Esta fruta pertenece a la familia de las musáceas, que agrupa distintos tipos de plátano, tales como:

- **Tabasco:** se consume crudo.
- **Bananitos o plátanos enanos:** ideales para un bocadillo rápido.
- **Plátano macho:** perfecto para freír, cocinar y dar sabor a distintos platillos.



Producción en México

- En nuestro país, cada persona consume en promedio 17.1 kg al año, lo que representa el 10.3 % de la producción nacional de frutas.
- En 2024, la producción alcanzó las 2 670 291 toneladas.
- A nivel internacional, México ocupa el lugar 20 de 126 países productores, con una participación del 1.4 % del total global.
- México produce las variedades de plátano más conocidas y consumidas, como el plátano Tabasco, el plátano macho, el dominico y el enano gigante.
- Los principales productores son:

- Chiapas (25.6 %)
- Tabasco (23.4 %)
- Colima (13.9 %)
- Veracruz (12.5 %)

En conjunto, estos estados aportan el 75.4 % del total de la producción nacional.

- Gracias a las condiciones tropicales de algunos estados del país y a las técnicas de cultivo escalonadas, está disponible todo el año.
- Esta continuidad en las cosechas permite que México exporte plátano de manera constante, principalmente a Estados Unidos, Japón, China, Guatemala y Canadá.



¿Sabías que...?

- Su contenido de potasio ayuda a reducir el malestar general provocado por la ingesta excesiva de alcohol.
- Acelera la maduración de otras frutas a su alrededor debido a que libera etileno.
- Frotar el interior de su cáscara sobre una picadura de insecto ayuda a combatir la quemazón y el picor.
- La cáscara es rica en antioxidantes, fibra y compuestos bioactivos; posee fibra soluble, antioxidantes (flavonoides, taninos, terpenos y alcaloides). Estos le confieren propiedades antiinflamatorias y antibacterianas, además de aportar vitaminas y minerales que favorecen la salud digestiva.
- La cáscara mejora la calidad del suelo y los cultivos al aportar nutrientes esenciales como nitrógeno (N), fósforo (P) y potasio (K); por ello, se considera un excelente bioestimulante en la agricultura.



Nivel de maduración y usos



- **Verdes y firmes.** Son ideales para cocinar, especialmente el plátano macho. También puedes guardarlos para que maduren en casa y consumirlos más adelante.



- **Amarillo intenso.** En este punto ya están listos para comerse al natural; tienen una textura firme y un sabor dulce muy equilibrado.



- **Con manchas cafés.** Es su estado de mayor dulzor. Son perfectos para disfrutarse al momento, preparar licuados, postres o usarlos en repostería.

Beneficios y composición nutricional

- El plátano aporta energía, vitaminas y minerales que ayudan a mantener el cuerpo sano; esto lo convierte en un gran aliado para una alimentación equilibrada.
- Entre sus nutrientes destacan el potasio, el magnesio, el ácido fólico y las sustancias de acción astringente.
- Posee un alto contenido de fibra del tipo fructooligosacáridos. Su valor nutricional se refuerza con el aporte de vitamina B6 y fósforo.

Debido a su amplia presencia en el mercado nacional, es una de las frutas más consumidas.



Precios

Te presentamos los precios mínimo, máximo y promedio por kilogramo de plátano Tabasco / Chiapas y plátano macho. La información corresponde al programa Quién es Quién en los Precios (qpp.profeco.gob.mx) de la Procuraduría Federal del Consumidor del 9 al 13 de marzo de 2026; por lo tanto, a la fecha de publicación pueden haber cambiado.

Precio promedio del kg
de plátano macho **\$36.²⁴**



Precio del kg del plátano macho

| Ciudad | Precio mínimo | Precio máximo | Precio promedio |
|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Acapulco | 36. ⁹⁰ | 38. ⁹⁰ | 37. ⁹⁰ |
| Aguascalientes | 29. ⁰⁰ | 38. ⁹⁰ | 33. ⁵⁶ |
| Campeche | 18. ⁰⁰ | 34. ⁵⁰ | 27. ³³ |
| Cancún | 29. ⁹⁰ | 39. ⁹⁵ | 32. ³⁷ |
| Chihuahua | 36. ⁹⁰ | 39. ⁵⁰ | 38. ⁵⁷ |
| Ciudad de México | 22. ⁰⁰ | 48. ⁵⁰ | 38. ⁹⁷ |
| Ciudad Juárez | 34. ⁵⁰ | 45. ⁹⁹ | 38. ¹⁸ |
| Cuernavaca | 25. ⁰⁰ | 46. ⁹⁰ | 36. ⁴⁵ |
| Culiacán | 29. ⁹⁰ | 39. ⁹⁰ | 33. ²³ |
| Durango | 29. ⁹⁰ | 42. ⁹⁰ | 38. ⁰⁵ |
| Guadalajara | 28. ⁰⁰ | 39. ⁹⁰ | 35. ⁶⁶ |
| Hermosillo | 27. ⁹⁰ | 39. ⁹⁰ | 31. ⁹² |
| La Paz | 29. ⁹⁰ | 50. ⁰⁰ | 40. ³⁷ |
| León | 29. ⁹⁰ | 40. ⁰⁰ | 36. ²⁹ |
| Mérida | 20. ⁰⁰ | 32. ⁵⁰ | 28. ⁶⁷ |
| Monterrey | 32. ⁹⁵ | 48. ⁹⁹ | 39. ²¹ |
| Morelia | 30. ⁰⁰ | 44. ⁹⁰ | 37. ⁸² |
| Oaxaca | 22. ⁰⁰ | 39. ⁹⁰ | 31. ⁹¹ |
| Puebla | 34. ⁵⁰ | 45. ⁹⁰ | 39. ²⁰ |
| Querétaro | 30. ⁰⁰ | 44. ⁹⁰ | 37. ⁹⁶ |
| Reynosa | 32. ⁹⁵ | 38. ⁹⁰ | 35. ⁹⁵ |
| San Luis Potosí | 32. ⁰⁰ | 42. ⁹⁰ | 36. ⁵⁴ |
| Tijuana | 29. ⁹⁰ | 41. ⁹⁰ | 37. ⁹² |
| Tlaxcala | 30. ⁰⁰ | 39. ⁹⁰ | 34. ⁸⁰ |
| Toluca | 36. ⁰⁰ | 41. ⁹⁰ | 39. ⁴⁴ |
| Tuxtla Gutiérrez | 18. ⁰⁰ | 36. ⁵⁰ | 28. ⁹⁷ |
| Veracruz | 25. ⁰⁰ | 36. ⁵⁰ | 31. ⁵⁸ |
| Villahermosa | 28. ⁵⁰ | 31. ⁹⁰ | 30. ⁶⁵ |
| Zacatecas | 35. ⁰⁰ | 50. ⁰⁰ | 39. ⁸¹ |

Precio promedio del kg de plátano Tabasco
/ Chiapas / Roatán / Limón **\$27.⁰⁸**



Precio del kg del plátano Tabasco / Chiapas / Roatán / Limón

| Ciudad | Precio mínimo | Precio máximo | Precio promedio |
|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Acapulco | 15. ⁰⁰ | 27. ⁹⁰ | 24. ⁴⁵ |
| Aguascalientes | 12. ⁰⁰ | 28. ⁶⁰ | 25. ⁰⁴ |
| Campeche | 22. ⁰⁰ | 28. ⁰⁰ | 25. ⁵⁰ |
| Cancún | 26. ⁰⁰ | 31. ⁹⁵ | 27. ⁹⁸ |
| Chihuahua | 14. ⁹⁹ | 27. ⁹⁰ | 24. ⁸⁹ |
| Ciudad de México | 19. ⁹⁰ | 36. ⁹⁰ | 27. ⁸⁹ |
| Ciudad Juárez | 18. ⁵⁰ | 30. ⁰⁰ | 26. ²⁹ |
| Cuernavaca | 15. ⁰⁰ | 30. ⁰⁰ | 25. ⁸⁹ |
| Culiacán | 23. ⁹⁰ | 27. ⁹⁰ | 26. ⁹⁴ |
| Durango | 16. ⁹⁰ | 29. ⁹⁰ | 25. ⁸⁰ |
| Guadalajara | 22. ⁰⁰ | 36. ⁹⁰ | 28. ²⁶ |
| Hermosillo | 27. ⁵⁰ | 35. ⁰⁰ | 29. ⁷⁰ |
| La Paz | 25. ⁰⁰ | 38. ⁰⁰ | 29. ³⁴ |
| León | 18. ⁹⁵ | 29. ⁹⁰ | 26. ²⁸ |
| Mérida | 16. ⁰⁰ | 31. ⁹⁵ | 26. ⁹⁰ |
| Monterrey | 18. ⁹⁹ | 34. ⁰⁰ | 25. ¹⁵ |
| Morelia | 15. ⁰⁰ | 28. ⁹⁰ | 26. ⁷² |
| Oaxaca | 25. ⁰⁰ | 30. ⁰⁰ | 27. ¹³ |
| Pachuca | 22. ⁰⁰ | 27. ⁹⁰ | 26. ³² |
| Puebla | 22. ⁹⁰ | 28. ⁹⁰ | 27. ⁰⁴ |
| Querétaro | 20. ⁰⁰ | 28. ⁹⁰ | 26. ⁰³ |
| Reynosa | 19. ⁹⁵ | 28. ⁰⁰ | 25. ³⁸ |
| Saltillo | 19. ⁹⁵ | 28. ⁹⁰ | 25. ⁸¹ |
| San Luis Potosí | 21. ⁹⁵ | 29. ⁹⁰ | 25. ²⁰ |
| Tampico | 26. ⁰⁰ | 27. ⁹⁰ | 26. ⁸⁵ |
| Tijuana | 25. ⁹⁰ | 36. ⁰⁰ | 29. ⁰⁶ |
| Tlaxcala | 24. ⁰⁰ | 27. ⁹⁰ | 27. ³¹ |
| Toluca | 15. ⁹⁰ | 27. ⁹⁰ | 25. ⁶⁰ |
| Tuxtla Gutiérrez | 15. ⁰⁰ | 27. ⁹⁰ | 24. ⁷³ |
| Veracruz | 24. ⁰⁰ | 27. ⁹⁰ | 26. ⁹⁸ |
| Villahermosa | 15. ⁰⁰ | 27. ⁹⁰ | 26. ⁰³ |
| Zacatecas | 22. ⁰⁰ | 29. ⁹⁰ | 26. ⁹⁷ |

Recomendaciones de compra y conservación



Observa su aspecto

Revisa que no tengan golpes ni magulladuras; asegúrate de que estén firmes y no demasiado blandos.



Si los vas a consumir de inmediato, prefiere los de pequeñas manchas cafés

Estos suelen ser los más dulces, pero si planeas guardarlos por más tiempo, opta por aquellos que aún conservan la punta verde.



Protégelos de la luz directa del sol

Manténlos en un lugar fresco y seco. Sepáralos del racimo para reducir la concentración de etileno, así evitarás que su proceso de maduración sea demasiado rápido.



Evita que la cáscara se oscurezca

Dentro del refrigerador, la cáscara suele tornarse oscura, aunque la pulpa se mantiene fresca y conserva sus propiedades nutritivas. Si quieres evitar este cambio de color, envuélvelos en papel periódico antes de refrigerarlos.

Por otro lado, si deseas que se conserven por más días, envuelve sus tallos con plástico o papel aluminio. Si buscas conservarlos por mucho más tiempo, puedes congelarlos.



Haz un consumo informado

Con la herramienta Quién es Quién en los Precios puedes comparar precios para tomar las mejores decisiones de compra. Entra a:



qqp.profeco.gob.mx

Fuentes:

- Consumer Eroski. "Guía práctica de frutas". <https://frutas.consumer.es/buscador?search=pl%C3%A1tano>
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural / Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. *Panorama Agroalimentario*, 2025. https://nube.agricultura.gob.mx/panorama_dgsiap/
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. 2025. "Producción anual agrícola". <https://www.gob.mx/agricultura/dgsiap/acciones-y-programas/produccion-agricola-404122>

Artículo escrito por la Dirección General de Estudios sobre Consumo de la Procuraduría Federal del Consumidor.

No te pierdas
nuestro contenido en
TIKTOK

¡Síguenos!
@profeco

Quién es Quién en los Precios

Compara precios de más de 3 mil productos en 33 ciudades del país y toma las mejores decisiones para tu economía.



Además, crea y guarda tu lista de compras.



qqp.profeco.gob.mx



Economía
Secretaría de Economía

Profeco
Procuraduría Federal
del Consumidor

Salpicón de sardinas

ABRIL 2026 | PLATILLO SABIO



La sardina es un pescado muy nutritivo que, al consumirse regularmente dentro de una alimentación equilibrada, puede beneficiar la salud cardiovascular. Es rica en omega-3, que ayuda a disminuir los triglicéridos y mejorar el colesterol. Aporta proteínas de buena calidad, calcio, hierro, vitamina D y B12. Su nombre tiene como origen la isla de Cerdeña (Sardegna), en Italia.

Sonora es el líder nacional en la producción de este alimento. Aunque se encuentra disponible

todo el año, su temporada de mayor abundancia es de marzo a junio. Es un alimento muy versátil que puede prepararse al ajillo, a la mexicana o en pescadillas. Para esta edición, la elección fue en salpicón, ya que es una opción fresca, rica, económica y muy fácil de preparar.

Ideal para esta época de calor, ¡ánimate a realizarlo!



Si quieres ver esta y otras recetas, suscríbete a nuestro canal de **YouTube Profeco** 



Prepáralo en tu casa y etiquétanos en Instagram **#PlatilloSabioProfeco** y **@revistadelconsumidormx**

Fotografía: Eduardo Rodríguez Nospango

Salpicón de sardinas



Ingredientes

- ▶ 3 latas de sardinas en aceite picante
- ▶ 2 jitomates bola firmes
- ▶ ½ manojo de cilantro lavado y desinfectado
- ▶ 1 cebolla morada
- ▶ 1 lechuga orejona lavada y desinfectada
- ▶ El jugo de 2 limones sin semilla (o 4 con semilla)
- ▶ 1 aguacate
- ▶ 1 paquete chico de tostadas de maíz horneadas
- ▶ 4 cucharadas de mayonesa con chipotle



Procedimiento

1. Rebana los jitomates en gajos y retírales las semillas.
2. Corta la cebolla morada en plumas.
3. Pica finamente el cilantro. Reserva algunas hojas enteras para decorar.
4. Corta la lechuga en rebanadas delgadas.
5. Escurre las sardinas y reserva el aceite. Retírales las espinas y desmenúzalas en trozos medianos.
6. En un tazón, coloca las sardinas, el jitomate, la lechuga, la cebolla y el cilantro. Mezcla con movimientos envolventes para integrar los ingredientes.
7. Agrega la vinagreta y mezcla nuevamente para integrar los sabores.

Vinagreta

1. En un frasco vacía el aceite de las sardinas, añade el jugo de limón, y salpimenta al gusto
2. Ciérralo bien y agítalo hasta emulsionar.

Para emplatar, unta las tostadas con mayonesa de chipotle y coloca encima el salpicón, gajos de aguacate, cebolla y hojas de cilantro.

Nota:

- Puedes servir el salpicón sobre una cama de lechuga o utilizar las hojas enteras para formar tacos.

INFORMACIÓN NUTRIMENTAL

por porción 238 g

kcal **394.4**

Grasa **23.1 g**

Proteína **18.8 g**

Carbohidratos **28.8 g**

Fibra **3.8 g**

Coolesterol **97 mg**



Costo promedio: \$190



Porciones: 6



Tiempo de preparación: 30 min



Quién es Quién
en los precios

Precios levantados en la Ciudad de México y zona metropolitana del 12 al 13 de febrero de 2026.



En esta ocasión, nos acompañó la chef Edna Alanís, quien cuenta con una sólida trayectoria en el mundo gastronómico. Con el objetivo de dejar un legado, decidió realizar contenido para redes sociales enfocado en enseñar recetas deliciosas, sencillas y replicables.

Edna, norteña de corazón, trata de cultivar una relación cercana con los productores locales, por ejemplo, de cabrito o tortilla nixtamalizada, ya que aportan frescura y mayor calidad en los guisos.

Además, promueve activamente el aprovechamiento total de los alimentos para evitar el desperdicio. Por esta razón, utiliza su creatividad para cocinar con lo que encuentra en su despensa y refrigerador.

La chef señala que la **Revista del Consumidor** es un termómetro sabio para que los mexicanos puedan tomar mejores decisiones de compra y de consumo.



Lechitas ¿son saludables?

Ante la popularidad de las leches saborizadas, conoce qué contienen.

La leche saborizada en México muestra un notable auge debido al interés de las personas consumidoras por los productos listos para beber. Además del sabor, este alimento aporta proteínas, magnesio, potasio, calcio y fósforo, minerales esenciales para el desarrollo del cuerpo humano.

Se estima que el mercado de leche saborizada en México crecerá a una tasa anual compuesta del 8.6 % entre 2026 y 2035.¹



¹ Informes de expertos. "Mercado de Leche Saborizada en México [...]". <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-leche-saborizada-en-mexico>

La Norma Oficial Mexicana NOM-155-SCFI-2012, *Leche-Denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba* define la denominación y clasificaciones de la leche de la siguiente manera:

Tipos de grasa y métodos de procesamiento de la leche

| | Tipo de grasa | Proceso primario | Proceso secundario | Variedades de sabor |
|-------|--|--|---|--|
| Leche | Grasa butírica <ul style="list-style-type: none"> • Entera • Semidescremada • Parcialmente descremada • Descremada | <ul style="list-style-type: none"> • Rehidratada • Reconstituida • Deslactosada | <ul style="list-style-type: none"> • Pasteurizada • Ultrapasteurizada • Microfiltrada • Ultraevaporada • Condensada • Azucarada • Deshidratada o en polvo • Concentrada | <ul style="list-style-type: none"> • Con sabor a... • Sabor a... |

En la denominación del producto se debe informar si este pasó por algún proceso primario y, en todos los casos, al menos un proceso secundario; además, en la leche saborizada indicarlo en la etiqueta.²

Clasificación de la leche por contenido de grasa butírica





Entera
Mínimo 30 g/L

Parcialmente descremada
De 6 a 28 g/L
Descremada
Máximo 5 g/L

Las leches que contengan entre 16 y 18 g/L de grasa butírica podrán denominarse **leche semidescremada**, siempre y cuando cumplan con todas las especificaciones de la leche parcialmente descremada.

Leche deslactosada

Entre los procesos primarios más utilizados por los que pasan las leches saborizadas está el deslactosado, en el cual se transforma la lactosa mediante el uso de la enzima lactasa, la cual separa la lactosa en glucosa y galactosa.



Máximo 10 g/L de lactosa

² NOM-155-SCFI-2012, *Leche-Denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba*. <https://www.dof.gob.mx/normasOficiales/4692/seeco/seeco.htm>



Tendencia en el mercado

Debido a que la glucosa y la galactosa son más dulces que la lactosa, las leches saborizadas deslactosadas son cada vez más frecuentes. Esto permite que se adicionen menos azúcares y, en consecuencia, que muchos productos ya no ostenten sellos de advertencia por nutrimentos críticos.

Ultrapasteurización

Con la ultrapasteurización se busca la esterilidad comercial en los alimentos sin cambiar su sabor ni sus propiedades nutricionales. Este proceso consiste en exponer la leche durante 2 segundos a una temperatura que oscila entre 135 y 140 °C y enseguida pasarla por un rápido enfriamiento.

El resultado es leche con un suave sabor a cocido debido a la caramelización de la lactosa (azúcar de la leche). La leche ultrapasteurizada tiene una vida típica de seis a nueve meses sin refrigeración mientras el envase esté cerrado.³

Las especificaciones establecidas para la leche saborizada ultrapasteurizada que establece la NOM-155-SCFI-2012 son las siguientes:



| Especificaciones | Entera | Parcialmente descremada | Descremada |
|------------------|-------------|-------------------------|-------------|
| Grasa g/L | 30 mínimo | 6 mínimo 28 máximo | 5 máximo |
| Proteína g/L | 25.5 mínimo | 25.5 mínimo | 25.5 mínimo |
| Caseína g/L | 20.4 mínimo | 20.4 mínimo | 20.4 mínimo |

Azúcares

La Organización Mundial de la Salud recomienda reducir el consumo de azúcares a lo largo de la vida para mantener un peso saludable. Sugiere que el consumo de azúcares libres sea inferior al 5 % de la ingesta calórica diaria que es de 25 gramos por persona al día.⁴



Para lograr esto, la industria alimentaria ha comenzado a utilizar la alulosa, un monosacárido soluble en agua presente naturalmente en higos, pasas y melaza. Tiene el 70 % del

dulzor y el mismo perfil de la sacarosa, por ello la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios no la considera un azúcar añadido.

³ Química.es. "Ultrapasteurización". <https://www.quimica.es/enciclopedia/Ultrapasteurizaci%C3%B3n.html>

⁴ Organización Mundial de la Salud. "La OMS recomienda aplicar medidas en todo el mundo para reducir el consumo de bebidas azucaradas y sus consecuencias para la salud". <https://www.who.int/es/news/item/11-10-2016-who-urges-global-action-to-curtail-consumption-and-health-impacts-of-sugary-drinks>

TE INVITAMOS A CONSULTAR LA BIBLIOTECA DIGITAL

Aquí encontrarás **50 años de historia** de la Profeco en revistas, más de **30 libros**, cómics y miles de textos.

Una colección pensada para **informar, orientar y acompañarte** en cada decisión de compra.



bibliotecadelconsumidor.profeco.gob.mx



Economía
Secretaría de Economía

Profeco
Procuraduría Federal
del Consumidor

Leches saborizadas para niñas y niños

Un análisis para elegir las opciones más saludables
y proteger la salud de las infancias.



Existe una gran variedad de productos lácteos en el mercado nacional, por ejemplo, las leches saborizadas. En nuestro país, se ha incrementado el consumo de este producto, ya que se comercializa en diferentes sabores —fresa, chocolate y vainilla—, lo que lo vuelve más atractivo para el paladar de los infantes.

Por esta razón, el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor de la Profeco decidió analizarlas para verificar el cumplimiento con la normativa nacional, así como sus aportes nutrimentales.

Conoce el estudio

Se analizaron 32 productos:

- 4 sabor a fresa
- 5 deslactosadas sabor a fresa
- 3 sabor a vainilla
- 8 deslactosadas sabor a vainilla
- 5 sabor a chocolate
- 7 deslactosadas sabor a chocolate

La pruebas

Información comercial

La NOM-051-SCFI/SSA1-2010, *Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados- Información comercial y sanitaria*, establece la información comercial y sanitaria que debe contener el etiquetado del producto preenvasado, así como un sistema de etiquetado frontal, que advierta de forma clara y veraz, sobre el contenido de nutrimentos críticos e ingredientes que representan riesgos para su salud en un consumo excesivo, por lo que se verificó que el etiquetado de las muestras presenten la siguiente información:

Marca
Signo visible que distingue productos de otros de su misma especie o clase en el mercado.

Sistema de Etiquetado Frontal
Sellos y leyendas precautorias de la información nutrimental complementaria.

Lote
Código o número que identifica una cantidad determinada de producción, que puede aparecer en cualquier parte del envase.

Caducidad o consumo preferente

Denominación
Nombre del producto.

Contenido neto
Cantidad que contiene.

Las denominaciones de leche deben ajustarse a lo establecido en la NOM-155-SCFI-2012, *Leche-Denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba*.

También se verificó que la información ostentada fuera veraz y no confundiera sobre su composición. Adicionalmente, se revisó que los productos cumplieran con el etiquetado establecido en la NOM-243-SSA1-2010, *Productos y servicios. Leche, fórmula láctea, producto lácteo combinado y derivados lácteos. Disposiciones y especificaciones sanitarias. Métodos de prueba*, como es la declaración del contenido de vitaminas A y D.

Ingredientes

Leyenda de conservación

País de origen

Razón social y domicilio del responsable del producto

Declaración nutrimental

Alérgenos

Leyendas obligatorias



Contenido neto

Se verificó que los productos cumplieran con la cantidad que ostentan en su etiqueta. Esta prueba se realizó mediante pesaje utilizando la densidad para verificar el contenido neto en volumen.



Parámetros normativos

Se determinó la cantidad de proteína, caseína y grasa, así como la relación proteína-caseína para verificar el cumplimiento con la norma.



Aporte nutrimental

Se determinó la cantidad de nutrientes como proteína y grasa. Para el caso de los carbohidratos, el análisis incluyó la medición de humedad y cenizas.



Contenido energético

A manera de información, se calculó el aporte calórico que dan 100 mililitros de producto. Para ello, se consideró que cada gramo de proteína y de azúcares aportan 4 kilocalorías, mientras que cada gramo de grasa aporta 9 kilocalorías.



Tipo de grasa

Se constató que la grasa fuera butírica, característica propia de la leche de vaca.



Azúcares

Se determinó la cantidad de azúcares presentes en los productos, tanto los que contiene de manera natural (la lactosa), como aquellos que son adicionados (como sacarosa).



NORMATIVIDAD

NOM-002-SCFI-2011, *Productos preenvasados-Contenido neto-Tolerancias y métodos de verificación.*

NOM-051-SCFI/SSA1-2010, *Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados-Información comercial y sanitaria.*

NOM-155-SCFI-2012, *Leche-Denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba.*

NOM-086-SSA1-1994, *Bienes y servicios. Alimentos y bebidas no alcohólicas con modificaciones en su composición. Especificaciones nutrimentales.*

NOM-243-SSA1-2010, *Productos y servicios. Leche, fórmula láctea, producto lácteo combinado y derivados lácteos. Disposiciones y especificaciones sanitarias. Métodos de prueba.*

FICHA TÉCNICA

Periodo del estudio: del 13 de noviembre de 2025 al 13 de febrero de 2026

Periodo de adquisición del producto: del 13 al 14 de noviembre de 2025

Productos analizados: 32

Pruebas realizadas: 1 696

● Sabor a fresa



| Marca | LECHE TAMARIZ | NESTLÉ NESQUIK | SELLO ROJO TIKITO | VACA BLANCA |
|----------------------------------|---|--|---|---|
| Denominación | Leche semidescremada, rehidratada, ultrapasteurizada sabor a fresa, adicionada con vitaminas A, D, B1, B2, B5, B6, B12, ácido fólico y hierro | Leche parcialmente descremada, ultrapasteurizada, sabor a fresa, adicionada de vitaminas (entre ellas A y D) | Leche parcialmente descremada, ultrapasteurizada, con sabor a fresa, adicionada con vitamina A, reducida en grasa | Leche semidescremada, ultrapasteurizada, sabor a fresa, adicionada con hierro y vitaminas A y D |
| País de origen | 🇲🇽 México | 🇲🇽 México | 🇲🇽 México | 🇲🇽 México |
| Presentación | 236 ml | 185 ml | 236 ml | 250 ml |
| Información comercial | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ |
| Contenido neto | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Grasa g/100 ml | 1.7 | 1.3 | 1.7 | 1.9 |
| Tipo de grasa | Butírica | Butírica | Butírica | Vegetal |
| Proteína g/100 ml | 3.0 | 2.6 | 2.6 | 3.2 |
| Azúcares g/100 ml | 10.9 | 9.0 | 14.6 | 12.1 |
| Contenido energético kcal/100 ml | 71 | 58 | 84 | 78 |
| Sistema de etiquetado frontal | | | | |
| Precio por 100 ml | \$4 | \$6 | \$5 | \$3 |

· Se denomina leche, pero contiene grasa vegetal.
· Contiene más azúcares de los que declara. Indica 4.6 g/100 ml, pero en realidad tiene 12.1 g.

Deslactosadas sabor a fresa

Quién es Quién en los precios

Precios promedio de leches saborizadas para niñas y niños en Ciudad de México y zona metropolitana, Mérida, Tlaxcala y Zacatecas, levantados del 23 al 27 de febrero de 2026.

Debido al redondeo de precios puede haber variaciones en lo indicado por 100 ml.



| Marca | ALPURA VAQUITAS | GREAT VALUE | LALA YOMI | SANTA CLARA |
|----------------------------------|--|--|---|---|
| Denominación | Leche parcialmente descremada, rehidratada, deslactosada, ultrapasteurizada, con sabor a fresa, adicionada con vitaminas (A y D entre otras) y minerales | Leche parcialmente descremada, deslactosada, ultrapasteurizada, con sabor a fresa, adicionada de vitaminas A y D | Leche parcialmente descremada, deslactosada, ultrapasteurizada, sabor a fresa, adicionada con vitaminas A y D, reducida en azúcar | Leche entera deslactosada, ultrapasteurizada, con sabor a helado de fresa, adicionada con vitaminas A y D |
| País de origen | México | México | México | México |
| Presentación | 180 ml | 200 ml | 180 ml | 180 ml |
| Información comercial | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ |
| Contenido neto | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Grasa g/100 ml | 2.4 | 2.8 | 2.6 | 3.3 |
| Tipo de grasa | Butírica | Vegetal | Butírica | Butírica |
| Proteína g/100 ml | 3.2 | 3.4 | 3.3 | 3.2 |
| Azúcares g/100 ml | 6.7 | 7.1 | 7.8 | 6.4 |
| Contenido energético kcal/100 ml | 61 | 68 | 68 | 68 |
| Sistema de etiquetado frontal | - | - | - | - |
| Precio por 100 ml | \$5 | \$4 | \$6 | \$6 |

· Se denomina leche, pero contiene grasa vegetal.

Productos ordenados alfabéticamente.

● Deslactosadas sabor a fresa



| Marca | VALLEY FOODS KIDS |
|----------------------------------|--|
| Denominación | Leche parcialmente descremada, deslactosada, ultrapasteurizada, sabor a fresa, adicionada con hierro y vitaminas A y D |
| País de origen | México |
| Presentación | 200 ml |
| Información comercial | |
| Contenido neto | |
| Grasa g/100 ml | 2.8 |
| Tipo de grasa | Butírica |
| Proteína g/100 ml | 3.1 |
| Azúcares g/100 ml | 7.8 |
| Contenido energético kcal/100 ml | 68 |
| Sistema de etiquetado frontal | - |
| Precio por 100 ml | \$4 |

● Sabor a vainilla



| Marca | NESTLÉ NESQUIK | SELLO ROJO TIKITO |
|----------------------------------|---|--|
| Denominación | Leche parcialmente descremada, ultrapasteurizada, sabor a vainilla, adicionada de vitaminas (entre ellas A y D) | Leche parcialmente descremada, ultrapasteurizada, con sabor a vainilla, adicionada con vitamina A, reducida en grasa |
| País de origen | México | México |
| Presentación | 185 ml | 236 ml |
| Información comercial | | |
| Contenido neto | | |
| Grasa g/100 ml | 1.3 | 1.8 |
| Tipo de grasa | Butírica | Butírica |
| Proteína g/100 ml | 2.6 | 2.7 |
| Azúcares g/100 ml | 9.0 | 14.4 |
| Contenido energético kcal/100 ml | 58 | 85 |
| Sistema de etiquetado frontal | | |
| Precio por 100 ml | \$6 | \$6 |

Productos ordenados alfabéticamente.

Sabor a vainilla



| Marca | VACA BLANCA |
|----------------------------------|--|
| Denominación | Leche semidescremada, ultrapasteurizada, sabor a vainilla, adicionada con hierro y vitaminas A y D |
| País de origen | México |
| Presentación | 250 ml |
| Información comercial | |
| Contenido neto | |
| Grasa g/100 ml | 2.1 |
| Tipo de grasa | Vegetal |
| Proteína g/100 ml | 3.0 |
| Azúcares g/100 ml | 11.0 |
| Contenido energético kcal/100 ml | 75 |
| Sistema de etiquetado frontal | |
| Precio por 100 ml | \$3 |
| | <ul style="list-style-type: none"> · Se denomina leche, pero contiene grasa vegetal. · Contiene más azúcares de los que declara. Indica 4.6 g/100 ml, pero en realidad tiene 11.0 g. |

Deslactosadas sabor a vainilla

Quién es Quién en los precios

Precios promedio de leches saborizadas para niñas y niños en Ciudad de México y zona metropolitana, Mérida, Tlaxcala y Zacatecas, levantados del 23 al 27 de febrero de 2026.

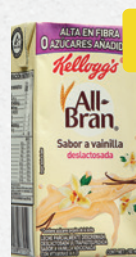
Debido al redondeo de precios puede haber variaciones en lo indicado por 100 ml.



| Marca | ALPURA VAQUITAS | GREAT VALUE |
|----------------------------------|---|---|
| Denominación | Leche parcialmente descremada, rehidratada, deslactosada, ultrapasteurizada, con sabor a vainilla, adicionada con vitaminas (A y D entre otras) y minerales | Leche parcialmente descremada, deslactosada, ultrapasteurizada, con sabor a vainilla, adicionada de vitaminas A y D |
| País de origen | México | México |
| Presentación | 200 ml | 200 ml |
| Información comercial | | |
| Contenido neto | | |
| Grasa g/100 ml | 2.4 | 2.8 |
| Tipo de grasa | Butírica | Vegetal |
| Proteína g/100 ml | 3.2 | 3.3 |
| Azúcares g/100 ml | 6.6 | 7.1 |
| Contenido energético kcal/100 ml | 60 | 67 |
| Sistema de etiquetado frontal | - | |
| Precio por 100 ml | \$5 | \$3 |
| | | · Se denomina leche, pero contiene grasa vegetal. |

Productos ordenados alfabéticamente.

● Deslactosadas sabor a vainilla



\$13
PRECIO POR ENVASE



\$13
PRECIO POR ENVASE



\$11
PRECIO POR ENVASE



\$11
PRECIO POR ENVASE

| Marca | KELLOGG'S ALL BRAN | KELLOGG'S ZUCARITAS | LALA YOMI | SAN MARCOS Lechita |
|----------------------------------|--|--|--|--|
| Denominación | Leche parcialmente descremada, deslactosada, ultrapasteurizada, sabor a vainilla, adicionada con vitaminas A y D | Leche parcialmente descremada, deslactosada, ultrapasteurizada, sabor a vainilla, adicionada con vitaminas A y D | Leche parcialmente descremada, deslactosada, ultrapasteurizada, sabor a vainilla, adicionada con vitaminas A y D, reducida en azúcar | Leche parcialmente descremada, deslactosada, ultrapasteurizada, con sabor a vainilla, adicionada con vitaminas A y D |
| País de origen | México | México | México | México |
| Presentación | 190 ml | 190 ml | 180 ml | 180 ml |
| Información comercial | ✗ | ✗ | ✓ | ✓ |
| Contenido neto | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Grasa g/100 ml | 2.8 | 2.8 | 2.5 | 2.6 |
| Tipo de grasa | Butírica | Butírica | Butírica | Butírica |
| Proteína g/100 ml | 3.2 | 3.0 | 3.4 | 3.3 |
| Azúcares g/100 ml | 4.8 | 4.6 | 7.6 | 7.7 |
| Contenido energético kcal/100 ml | 58 | 56 | 67 | 67 |
| Sistema de etiquetado frontal | - | - | - | - |
| Precio por 100 ml | \$7 | \$7 | \$6 | \$6 |

· Contiene más azúcares de los que declara. Indica 3.0 g/100 ml, pero en realidad tiene 4.8 g.

· Contiene más azúcares de los que declara. Indica 2.7 g/100 ml, pero en realidad tiene 4.6 g.

● Deslactosadas sabor a vainilla



| Marca | SANTA CLARA | VALLEY FOODS KIDS |
|----------------------------------|--|--|
| Denominación | Leche semidescremada, deslactosada, ultrapasteurizada, con sabor a helado de vainilla, adicionada con minerales y vitaminas, entre ellas A y D | Leche parcialmente descremada, deslactosada, ultrapasteurizada, con sabor a vainilla, adicionada con hierro, vitaminas A y D |
| País de origen | México | México |
| Presentación | 180 ml | 200 ml |
| Información comercial | | |
| Contenido neto | | |
| Grasa g/100 ml | 1.7 | 2.9 |
| Tipo de grasa | Butírica | Butírica |
| Proteína g/100 ml | 3.6 | 3.1 |
| Azúcares g/100 ml | 8.2 | 7.5 |
| Contenido energético kcal/100 ml | 62 | 69 |
| Sistema de etiquetado frontal | | - |
| Precio por 100 ml | \$6 | \$4 |

● Sabor a chocolate



| Marca | BIMBO LECHE NITO |
|----------------------------------|--|
| Denominación | Leche semidescremada, ultrapasteurizada, sabor a chocolate, adicionada con vitaminas A y D |
| País de origen | México |
| Presentación | 236 ml |
| Información comercial | |
| Contenido neto | |
| Grasa g/100 ml | 1.8 |
| Tipo de grasa | Butírica |
| Proteína g/100 ml | 3.1 |
| Azúcares g/100 ml | 13.7 |
| Contenido energético kcal/100 ml | 83 |
| Sistema de etiquetado frontal | |
| Precio por 100 ml | \$6 |

Productos ordenados alfabéticamente.

● Sabor a chocolate



| Marca | NESTLÉ CARLOS V | NESTLÉ NESQUIK | SELLO ROJO TIKITO | VACA BLANCA |
|----------------------------------|--|---|---|---|
| Denominación | Leche parcialmente descremada, ultrapasteurizada, sabor a chocolate, adicionada de vitaminas (A y D) | Leche parcialmente descremada, ultrapasteurizada, adicionada de vitaminas (entre ellas A y D) sabor a chocolate | Leche parcialmente descremada, ultrapasteurizada, con sabor a chocolate, adicionada con vitamina A, reducida en grasa | Leche semidescremada, ultrapasteurizada, sabor a chocolate, adicionada con hierro y vitaminas A y D |
| País de origen | México | México | México | México |
| Presentación | 185 ml | 185 ml | 236 ml | 250 ml |
| Información comercial | | | | |
| Contenido neto | | | | |
| Grasa g/100 ml | 1.4 | 1.3 | 1.9 | 2.0 |
| Tipo de grasa | Butírica | Butírica | Butírica | Vegetal |
| Proteína g/100 ml | 3.0 | 3.0 | 3.1 | 3.2 |
| Azúcares g/100 ml | 9.1 | 9.2 | 9.2 | 10.9 |
| Contenido energético kcal/100 ml | 61 | 61 | 78 | 74 |
| Sistema de etiquetado frontal | | | | |
| Precio por 100 ml | \$6 | \$6 | \$5 | \$3 |

En la superficie principal de exhibición se presenta la leyenda "CON COCOA" con un tamaño y tipografía más ostensibles que la denominación del producto. Al ser una característica básica de su composición y naturaleza, esta leyenda debería formar parte de la denominación, por lo que incumple la NOM-051-SCFI/SSA1-2010.

· Se denomina leche, pero contiene grasa vegetal.
· Contiene más azúcares de los que declara. Indica 4.6 g/100 ml, pero en realidad tiene 10.9 g.

● Deslactosadas sabor a chocolate

Quién es Quién en los precios

Precios promedio de leches saborizadas para niñas y niños en Ciudad de México y zona metropolitana, Mérida, Tlaxcala y Zacatecas, levantados del 23 al 27 de febrero de 2026.

Debido al redondeo de precios puede haber variaciones en lo indicado por 100 ml.



| Marca | ALPURA VAQUITAS | BOVÉ | GREAT VALUE | KELLOGG'S CHOCO KRISPIS |
|----------------------------------|--|--|---|--|
| Denominación | Leche parcialmente descremada, rehidratada, deslactosada, ultrapasteurizada, con sabor a chocolate, adicionada con vitaminas (A y D entre otras) y minerales | Leche orgánica entera deslactosada ultrapasteurizada sabor a chocolate | Leche parcialmente descremada, deslactosada, ultrapasteurizada con sabor a chocolate, adicionada de vitaminas A y D | Leche parcialmente descremada deslactosada ultrapasteurizada sabor a chocolate, adicionada con vitaminas A y D |
| País de origen | México | México | México | México |
| Presentación | 180 ml | 330 ml | 200 ml | 190 ml |
| Información comercial | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ |
| Contenido neto | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Grasa g/100 ml | 2.4 | 3.3 | 2.9 | 2.8 |
| Tipo de grasa | Butírica | Butírica | Vegetal | Butírica |
| Proteína g/100 ml | 3.4 | 3.0 | 3.1 | 3.3 |
| Azúcares g/100 ml | 7.0 | 7.0 | 6.6 | 4.6 |
| Contenido energético kcal/100 ml | 63 | 70 | 64 | 57 |
| Sistema de etiquetado frontal | - | EXCESO AZÚCARES EXCESO GRASAS SATURADAS | EXCESO GRASAS SATURADAS | - |
| Precio por 100 ml | \$5 | \$8 | \$3 | \$7 |

· Se denomina leche, pero contiene grasa vegetal.

· Contiene más azúcares de los que declara. Indica 2.8 g/100 ml, pero en realidad tiene 4.6 g.

Productos ordenados alfabéticamente.

● Deslactosadas sabor a chocolate

Quién es Quién
en los precios

Precios promedio de leches saborizadas para niñas y niños en Ciudad de México y zona metropolitana, Mérida, Tlaxcala y Zacatecas, levantados del 23 al 27 de febrero de 2026.

Debido al redondeo de precios puede haber variaciones en lo indicado por 100 ml.



\$11
PRECIO POR ENVASE



\$11
PRECIO POR ENVASE



\$8
PRECIO POR ENVASE

| Marca | LALA YOMI | SANTA CLARA | VALLEY FOODS KIDS |
|----------------------------------|--|---|--|
| Denominación | Leche parcialmente descremada deslactosada ultrapasteurizada sabor a chocolate, adicionada con vitaminas A y D, reducida en azúcar | Leche entera deslactosada ultrapasteurizada con sabor a helado de chocolate, adicionada con vitaminas A y D | Leche parcialmente descremada deslactosada ultrapasteurizada con sabor a chocolate, adicionada con hierro, vitaminas A y D |
| País de origen | México | México | México |
| Presentación | 180 ml | 180 ml | 200 ml |
| Información comercial | | | |
| Contenido neto | | | |
| Grasa g/100 ml | 2.5 | 3.4 | 2.7 |
| Tipo de grasa | Butírica | Butírica | Butírica |
| Proteína g/100 ml | 3.5 | 3.4 | 3.4 |
| Azúcares g/100 ml | 7.5 | 7.1 | 6.7 |
| Contenido energético kcal/100 ml | 67 | 72 | 65 |
| Sistema de etiquetado frontal | - | - | - |
| Precio por 100 ml | \$6 | \$6 | \$4 |

Conclusiones

- ✓ Todos los productos cumplieron con el contenido neto declarado.
- ✓ Todos los productos cumplieron con la grasa, proteína y caseína establecidas en la NOM-155-SCFI-2012.
- i La mayoría de los productos deslactosados no presentan sellos de nutrimentos críticos porque adicionan menos azúcares o no adicionan.
- ✗ Un producto no presenta la denominación completa en el mismo tipo y tamaño de letra, ya que destaca "Con cocoa".
- ✗ Seis productos se denominan como "leche saborizada", pero contienen grasa vegetal.
- ✗ Seis productos contienen más azúcares de los que declaran.

NO ES LECHE

Se presentan como leche saborizada; sin embargo, contienen grasa vegetal.



VACA BLANCA



VACA BLANCA



VACA BLANCA



GREAT VALUE



GREAT VALUE



GREAT VALUE

SU DESCRIPCIÓN ESTÁ INCOMPLETA

Debería incluir la frase "Con cocoa" en su denominación y con el mismo tipo y tamaño de letra.



NESTLÉ NESQUIK

SU INFORMACIÓN NO ES VERAZ

Los siguientes productos declaran menos azúcares de los que en realidad contienen:



Declara: **3.0 g/100 ml**
 Contiene: **4.8 g/100 ml**



KELLOGG'S ALL BRAN

Declara: **2.8 g/100 ml**
 Contiene: **4.6 g/100 ml**



KELLOGG'S
 CHOCO KRISPIS

Declara: **2.7 g/100 ml**
 Contiene: **4.6 g/100 ml**



KELLOGG'S
 ZUCARITAS

Declara: **4.6 g/100 ml**
 Contiene: **12.1 g/100 ml**



VACA BLANCA

Declara: **4.6 g/100 ml**
 Contiene: **11.0 g/100 ml**



VACA BLANCA

Declara: **4.6 g/100 ml**
 Contiene: **10.9 g/100 ml**



VACA BLANCA

¿Sabías que...?



Las bebidas o alimentos envasados solo llevan sellos de etiquetado frontal cuando se les añaden nutrientes críticos y superan ciertos límites por cada 100 ml o 100 g.



La leche deslactosada tiene un sabor dulce porque en el proceso de quitarle la lactosa (azúcar propio de la leche), esta se transforma en glucosa y galactosa (azúcares que son más dulces que la lactosa). De ahí que algunas marcas pueden o no adicionar azúcares y, en consecuencia, haya productos con y sin sellos de etiquetado frontal.



La Organización Mundial de la Salud recomienda no consumir más de 25 g de azúcares libres (entre ellos los añadidos a bebidas y alimentos envasados) e incluso reducir dicha ingesta a la mitad.



Conoce más sobre el
Laboratorio Nacional de
Protección al Consumidor

laboratorio.profeco.gob.mx



LABORATORIO NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Es un laboratorio de pruebas acreditado que ofrece análisis en distintas áreas, como alimentos, productos químicos, eléctricos, mecánicos, textiles y del vestido.

Estos estudios están disponibles para empresas, instituciones públicas y cualquier persona que quiera saber más sobre la calidad, seguridad, composición o características de los productos que usa o consume.



laboratorio.profeco.gob.mx



Economía
Secretaría de Economía

Profeco
Procuraduría Federal
del Consumidor

PARA SABER

Soporte en cada zancada

Descubre sus tipos y características para una experiencia más cómoda, segura y eficiente.

El pie es una de las partes del cuerpo que soporta mayor carga de trabajo, especialmente durante la actividad física. Sostiene el peso corporal al caminar, correr o saltar; además, enfrenta impactos constantes que afectan la comodidad y el rendimiento.

Por ello, la elección de las calcetas no es un detalle menor, ya que son una barrera inteligente entre la piel y el calzado que ayuda a reducir la

fricción y a distribuir mejor la presión en zonas clave.

Estas prendas están diseñadas con estructuras y materiales específicos que favorecen la transpirabilidad, el ajuste anatómico, la resistencia y la estabilidad. Esto se traduce en mayor seguridad y mejor sensación de control durante el movimiento.

Tipos de calcetas deportivas

No todas las calcetas cumplen la misma función. Las medidas (ancho y alto de la prenda), el nivel de soporte y el diseño técnico determinan qué tan bien se adaptan a cada deporte o situación.

Clasificación

Se catalogan principalmente por su largo (invisibles, tobilleras, media caña o altas) y su funcionalidad técnica (compresión, acolchadas para alto impacto y diseños con materiales sintéticos que favorecen el control de la humedad).

Los materiales que predominan en su fabricación son poliéster, nailon (*nylon*), algodón y elastano. En la siguiente tabla te mostramos las características y usos más comunes.



Protege tus pies eligiendo las calcetas adecuadas y mejora tu rendimiento deportivo.

| Tipo de calceta | Altura | Uso ideal | Ventajas principales |
|--|-------------------------------------|---|---|
| Tin invisibles (<i>no-show</i>) | Quedan ocultas dentro del calzado | <ul style="list-style-type: none"> • <i>running</i> recreativo • entrenamientos ligeros • uso diario | <ul style="list-style-type: none"> • muy frescas • no alteran la estética del calzado • sensación ligera |
| Tin (<i>ankle</i>) | Llegan a la altura del tobillo | <ul style="list-style-type: none"> • <i>running</i> • gimnasio • caminatas | <ul style="list-style-type: none"> • buena ventilación • protegen el talón de Aquiles • versátiles |
| Cuarto de caña (<i>quarter</i>) | Cubren por arriba del tobillo | <ul style="list-style-type: none"> • <i>running</i> en montaña • entrenamientos intensos | <ul style="list-style-type: none"> • más protección contra rozaduras • mejor soporte |
| Calceta deportiva larga o media caña (<i>crew</i>) | Llegan a la mitad de la pantorrilla | <ul style="list-style-type: none"> • basquetbol • futbol americano • fuerza • uso urbano | <ul style="list-style-type: none"> • mayor soporte • protección contra el roce • permiten diseños técnicos |
| Calceta deportiva (<i>knee-high</i>) | Su alcance es debajo de la rodilla | <ul style="list-style-type: none"> • futbol • beisbol • deportes con espinilleras | <ul style="list-style-type: none"> • protección amplia • estabilidad • sujetan espinilleras |

Elegir el tipo puede marcar una diferencia notable en la comodidad y el desempeño de la actividad deportiva. Cada diseño responde a necesidades específicas, desde la ventilación y la libertad de movimiento hasta el soporte, la protección y la resistencia al desgaste.

Declaración Anual 2025

Personas



Preséntala en abril

Solo:

- 1 Ingresa
- 2 Verifica
- 3 Presenta



Cumple a tiempo y

¡Contribuye con México!



Gobierno de
México

Hacienda
Secretaría de Hacienda y Crédito Público

SAT
SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA



ALERTA POR FALSAS PERSONAS VERIFICADORAS DE LA PROFECO

NO TE DEJES ENGAÑAR

Identifica a las personas que realizan verificaciones de la Profeco.

Las personas verificadoras deben portar siempre su gafete oficial y el uniforme de la Profeco para identificarse.

LEYENDA QUE ACREDITA A LA PERSONA VERIFICADORA

SIN TACHADURAS NI ENMENDADURAS

NOMBRE Y FOTO

MARCA DE AGUA

HOLOGRAMA DE SEGURIDAD

FECHA DE VIGENCIA

FOLIO DE LA IDENTIFICACIÓN

INFORMACIÓN DE QUEJAS Y DENUNCIAS

FIRMAS

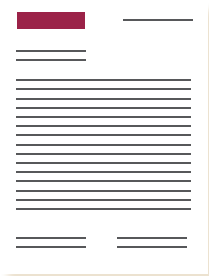
EL COLOR EN LA PARTE INFERIOR DEL GAFETE IDENTIFICA SU ÁREA DE ADSCRIPCIÓN

 VERIFICACIÓN
 OFICINA DE DEFENSA DE LA PERSONA CONSUMIDORA
 TELECOMUNICACIONES



La persona verificadora debe entregar un oficio con:

- Nombre completo de la persona verificadora
- Nombre y dirección del establecimiento
- Fechas autorizadas para realizar la verificación



- Tipo de visita: vigilancia o verificación
- El oficio debe estar suscrito por alguna de las siguientes personas: titular de la Subprocuraduría, directora general o directora de zona

Recomendación: Tomar una foto a la persona verificadora mostrando el oficio.

En caso de que no cumplan estos requisitos o te soliciten dinero, llama al 911.



Economía
Secretaría de Economía

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Calcetas deportivas

Quizá pasan desapercibidas, pero son una prenda clave. Descubre su calidad.

Si realizas ejercicio ocasional de baja intensidad, una calceta básica puede ser suficiente. Sin embargo, cuando el entrenamiento es constante o más exigente, los materiales técnicos marcan la diferencia, pues están diseñados para adaptarse a necesidades específicas. El nivel de impacto, la duración de la actividad y el ajuste influyen directamente en la elección del modelo adecuado.

Existe una amplia variedad en el mercado nacional, desde modelos sencillos hasta las especializadas por disciplina deportiva. Por ello, analizamos algunas opciones disponibles para ayudarte a elegir la que mejor se adapte a tus necesidades.

Este estudio fue realizado por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor de la Profeco.

Conoce el estudio

Se analizaron 56 modelos de calcetas deportivas:

- 34 tines (llegan a la altura del tobillo)
- 10 cortas (longitud entre el tobillo y la rodilla)
- 12 largas (llegan debajo de la rodilla)

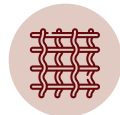
Las pruebas



Información comercial

Se verificó visualmente que el etiquetado que ostentan incluyera, de forma clara y legible en español, la información requerida en la normatividad nacional vigente, como:

- Marca comercial
- Descripción de insumos por orden de predominio
- Talla
- Instrucciones de cuidado (forma adecuada de llevar a cabo el mantenimiento de la prenda)
- País de origen
- Nombre y domicilio del fabricante o importador



Identificación del tipo de fibras

Se confirmó que la composición textil coincidiera con la información proporcionada por el fabricante en su etiquetado. Cabe mencionar que los procedimientos para la determinación de la composición incluyen métodos mecánicos, químicos y microscópicos.



Dimensiones

Se verificaron las medidas de las calcetas en los siguientes puntos: largo de la pierna y longitud o ancho de la planta.



Acabados

Se verificó que los modelos analizados no presentaran defectos detectables a simple vista que demeritaran su presentación, como orillas desgarradas o defectuosas, agujeros ni amarillamiento. Asimismo, se corroboró que el teñido fuera homogéneo (sin manchas ni decoloraciones) y que el tejido fuera uniforme en toda la prenda.



Desgaste de las calcetas (resistencia a la abrasión plana)

Las calcetas están sometidas a una fricción constante, por ejemplo, contra el interior del calzado y el pie (especialmente en talón y dedos) durante movimientos repetitivos (correr, caminar o saltar), así como durante los procesos de lavado y secado.

Mediante esta prueba, se determinó, con un equipo de abrasión, la cantidad de fricción que el tejido soporta antes de presentar desgaste visible. Un buen desempeño se traduce en prendas más duraderas, capaces de mantener su forma y grosor tras múltiples entrenamientos.



Peso de la calceta y masa por unidad de área

Se determinó el peso de las prendas. En términos prácticos, mejora la sensación térmica y contribuye a mantener el pie seco durante la actividad física.

A mayor peso del material, mejor el apoyo y la estructura de las prendas. Asimismo, la masa por unidad de área sirve como referencia para determinar si una calceta es más acolchada o de mayor espesor.



Propensión al frisado

Debido al tipo de tejido de las calcetas, es común que se formen frisas (pequeñas fibras sueltas en la superficie, similar a una pelusa), así como otros cambios superficiales como desgaste, formación de borlitas y enmarañamiento, derivados de la rotación y el frote entre las prendas. Para la evaluación se utilizó un equipo de frisado para generar la pelusa.



Solidez del color al sudor

Debido a que las calcetas mantienen un contacto continuo con la piel y el sudor durante la actividad física, se evaluó el grado de decoloración o amarillamiento derivado de esta exposición. Para ello, se utilizó un espectrofotómetro, equipo que permite comparar cualquier cambio en la intensidad o tono del color original.



Cambio dimensional

Una de las características en las prendas textiles es la variación de sus dimensiones tras el lavado, ya sea por encogimiento o estiramiento, según el

tipo de fibras y de tejido. Las calcetas no son la excepción.

En esta prueba determinamos el cambio que presenta la calceta después de ser sometida a un ciclo de lavado doméstico. Se realizaron mediciones con reglas de acero graduadas y se compararon los resultados con las dimensiones originales (largo y ancho). Una calificación de Excelente indica que la calceta no presentó cambios significativos en sus medidas.



Resistencia al reventamiento

Esta prueba mide la capacidad del tejido para soportar presión en todas las direcciones antes de romperse; es una tensión similar a la que ocurre al introducir el pie o flexionar los dedos. Un buen desempeño garantiza que la calceta conserve su integridad en zonas de alta flexión.¹



Suavidad

Aunque la suavidad suele considerarse un atributo subjetivo, en la industria textil existen métodos para medirla de forma objetiva. En este estudio evaluamos la frecuencia de sonido ante la fricción, la flexibilidad y la capacidad de compresión del tejido, lo que permite determinar el confort al contacto con la piel.

Una prenda suave previene rozaduras y mejora la comodidad durante el movimiento. Cabe señalar que esta evaluación es meramente informativa y no conlleva una calificación del producto.²

^{1,2} Para estas pruebas, se utilizó metodología interna de la Dirección General del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.



Elasticidad

Se evaluó el grado de estiramiento (elongación) de la calceta y su capacidad para recuperar su forma original. Esta prueba permite determinar el nivel de deformación que puede sufrir la prenda durante el uso prolongado.³



Características

De manera informativa, se presentan las características más relevantes de los modelos analizados —tipo de tejido, altura y grosor— con el fin de brindarte mayores elementos al momento de elegir las de tu preferencia.⁴



Evaluación general

Dividimos el 100 % de la evaluación general, conforme a la relevancia de cada una de las pruebas aplicadas a cada calceta deportiva de la siguiente manera:

La prueba que más porcentaje tiene es la de elasticidad con 25 % de peso debido a que representa una función esencial de la calceta, su capacidad de elongarse y recuperarse cuando se usa en una actividad física intensa.

A las pruebas de resistencia al reventamiento, resistencia a la abrasión (desgaste) y propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad, se les otorgó un peso del 15 % a

cada una de ellas, porque reflejan aspectos de durabilidad y calidad.

El resto de las pruebas tuvieron un peso del 30 % repartido entre ellas, ya que, aunque permiten complementar la información sobre la calidad brindada por cada calceta y su etiquetado, tienen menos relevancia respecto de la función para la cual están diseñadas.

Lo anterior explica el motivo por el cual algunas calcetas son mejores que otras, aunque en su evaluación global tengan la misma calificación.

NORMATIVIDAD

NOM-004-SE-2021, *Información comercial-Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir, sus accesorios y ropa de casa.*

NMX-A-139-INNTEX-2014, *Industria textil-Atmósferas normales para acondicionamiento y ensayo.*

NMX-A-1833/1-INNTEX-2014, *Industria textil-Análisis químico cuantitativo-Parte 1-principios generales de ensayo.*

NMX-A-215-INNTEX-2015, *Industria textil-Tejidos de punto-Artículos de calcetería (calcetines, tobilleras, tines, calcetas, medietas, calcetines deportivos, mallas)-Especificaciones.*

NMX-A-3801-INNTEX-2012, *Industria textil-Determinación de la masa del tejido por unidad de longitud y área.*

NMX-A-172-INNTEX-2012, *Industria textil-Determinación de la resistencia a la abrasión plana (Taber) en los materiales textiles-Método de prueba.*

NMX-A-105-E04-INNTEX-2019, *Industria textil-Ensayo de solidez del color-Parte E04: solidez del color al sudor.*

NMX-A-12945-3-INNTEX-2020, *Industria textil-Determinación de la propensión de la superficie de la tela al frisado, vellosidad o enmarañamiento-Parte 3: Método de frisado aleatorio.*

NMX-A-5077-INNTEX-2015, *Industria textil-Determinación del cambio dimensional en el lavado y el secado.*

FICHA TÉCNICA

Realización del estudio: del 11 de noviembre de 2025 al 13 de febrero de 2026

Adquisición de muestras: del 13 al 14 de noviembre de 2025

Marcas / Modelos analizados: 29 / 56

Pruebas realizadas: 1 848



^{3y4} Para estas pruebas, se utilizó metodología interna de la Dirección General del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.

Tipo tin

Quién es Quién en los precios

Precios promedio de calcetas deportivas en la Ciudad de México y zona metropolitana, Campeche, Cancún, Cuernavaca, Durango, Guadálajara, León, Monterrey, Puebla, Saltillo, Tampico, Toluca, Tuxtla Gutiérrez y Zacatecas del 23 de febrero al 12 de marzo de 2026.



| Marca | | ADIDAS | ADIDAS | ADIDAS | ATLETICOS |
|---|---|---|---|---|--|
| Modelo | | IC1304 | IC1340 | HT3457 | Código 8132 |
| País de origen | | 🇵🇰 Pakistán | 🇲🇦 Argentina | 🇹🇷 Turquía | 🇨🇳 China |
| Contenido por paquete analizado | | 3 pares para caballero | 6 pares para caballero | 3 pares para caballero | 6 pares para dama |
| Talla indicada | | L 27-29 ½ cm | M 25-26 cm | S / CH 37-39 cm | Medida del pie 23-25 cm |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | | 27 / 8.7 / 10.7 | 24.5 / 8.9 / 6.4 | 24 / 8.7 / 7.9 | 21.5 / 8.5 / 6.4 |
| Peso por calceta (g) | | 23.85 | 17.75 | 17.95 | 11.08 |
| Masa (g/m ²) | | 371.64 | 345.3 | 356.26 | 268.51 |
| Información comercial | | Incompleta ^{1y2} | Incompleta ^{1y2} | Incompleta ^{1y2} | Completa |
| Identificación y contenido de fibras | Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra. | 75.62 % algodón 21.37 % poliéster 2.14 % elastano 0.87 % poliamida | 24.88 % algodón 66.86 % poliéster (reciclado) 1.58 % elastano 0.41 % elastodieno 6.27 % poliamida (reciclada) | 78.50 % algodón 20.19 % poliéster 0.69 % elastano 0.62 % poliamida | 35.26 % algodón 40.71 % poliéster 16.23 % poliamida 5.43 % elastano 2.37 % elastodieno |
| | | Cumple | No cumple | Cumple | No cumple |
| Acabados | | E | E | E | B |
| Suavidad | | Suave | Suave | Suave | No tan suave |
| Elasticidad | | MB | B | B | MB |
| Cambio dimensional | | E | E | MB | MB |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | | E | E | MB | MB |
| Resistencia al reventamiento | | MB | MB | MB | MB |
| Resistencia a la abrasión | | MB | MB | B | E |
| Solidez del color al sudor | | MB | E | MB | E |

¹ No declara uso de jabón o detergente.

² No declara si se pueden exprimir o no exprimir.

*El precio promedio considera precio en tienda física y precio en sistema.

E Excelente **MB** Muy bueno **B** Bueno **S** Suficiente

Tipo tin



| Marca | | BASIC CONCEPTS | CAT | CHAMPION | CRISOL |
|--|--|--|---|--|--|
| Modelo | | MAZ5042 | T270 | CH683019CWF25 | Caballero ajustable 7506423301821 |
| País de origen | | ● China | 🇲🇽 México | 🇲🇽 México | 🇲🇽 México |
| Contenido por paquete analizado | | 10 pares para dama | 6 pares para caballero | 6 pares para dama | 2 pares para caballero |
| Talla indicada | | Unitalla | Unitalla | Unitalla 22-26 cm | Unitalla 24-28 cm |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | | 21 / 7.9 / 5.2 | 23 / 7.7 / 6 | 21.5 / 8 / 4.9 | 26 / 8.1 / 8.1 |
| Peso por calceta (g) | | 8.89 | 16.98 | 18.98 | 20.5 |
| Masa (g/m ²) | | 228.02 | 340.09 | 494.98 | 404.06 |
| Información comercial | | Completa | Completa | Completa | Completa |
| Identificación y contenido de fibras | Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra. | 96.52 % poliéster 2.23 % elastano 1.25 % elastodieno | 11.04 % algodón 85.61 % poliéster 2.19 % elastodieno 1.16 % elastano | 94.16 % poliéster 3.55 % elastano 2.29 % elastodieno | 3.80 % poliamida 89.56 % poliéster 4.20 % elastano 2.44 % elastodieno |
| | | No cumple | No cumple | Cumple | No cumple |
| Acabados | | MB | B | MB | MB |
| Suavidad | | Suave | Suave | Suave | Suave |
| Elasticidad | | MB | MB | B | B |
| Cambio dimensional | | E | MB | E | MB |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | | MB | MB | E | E |
| Resistencia al reventamiento | | E | MB | E | B |
| Resistencia a la abrasión | | E | MB | E | MB |
| Solidez del color al sudor | | E | MB | E | E |

Quién es Quién en los precios

Precios promedio de calcetas deportivas en la Ciudad de México y zona metropolitana, Campeche, Cancún, Cuernavaca, Durango, Guadalupe, León, Monterrey, Puebla, Saltillo, Tampico, Toluca, Tuxtla Gutiérrez y Zacatecas del 23 de febrero al 12 de marzo de 2026.



| Marca | | DANSKIN NOW | EVERLAST | EXTREME FORCE | FRUIT OF THE LOOM |
|---|---|--|--|---|--|
| Modelo | | DMT6P | C37629 | Tin caballero 7506391404401 | C7133 |
| País de origen | | ● China | ● China | ↔ México | ↔ México |
| Contenido por paquete analizado | | 6 pares para dama | 6 pares para caballero | 3 pares para caballero | 5 pares para caballero |
| Talla indicada | | Unitalla 23-25 cm | Unitalla | Unitalla | Unitalla 25-28 cm |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | | 21 / 7.4 / 6 | 22.2 / 7.5 / 8.7 | 25.5 / 8.8 / 7.7 | 24 / 8.4 / 7 |
| Peso por calceta (g) | | 11.02 | 11.33 | 21.71 | 17.23 |
| Masa (g/m ²) | | 185.22 | 266.49 | 303.78 | 389.21 |
| Información comercial | | Completa | Completa | Incompleta ¹ | Completa |
| Identificación y contenido de fibras | Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra. | 94.92 % poliéster 4.21 % elastano 0.87 % elastodieno | 95.01 % poliéster 3.54 % elastano 1.45 % elastodieno | 23.67 % algodón 73.70 % poliéster 1.67 % elastano 0.96 % elastodieno | 100 % fibras recuperadas: 50.51 % poliéster 45.60 % algodón 1.75 % elastodieno 1.17 % elastano 0.97 % poliamida |
| | | Cumple | No cumple | No cumple | Cumple |
| Acabados | | MB | MB | MB | MB |
| Suavidad | | Suave | Suave | Suave | Suave |
| Elasticidad | | E | E | MB | MB |
| Cambio dimensional | | MB | E | E | E |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | | MB | E | E | MB |
| Resistencia al reventamiento | | E | E | MB | B |
| Resistencia a la abrasión | | MB | MB | E | MB |
| Solidez del color al sudor | | MB | MB | E | E |

¹ No declara secar al sol o a la sombra.

E Excelente MB Muy bueno B Bueno S Suficiente

Tipo tin



| Marca | GADELLI | GEORGE | GEORGE | GEORGE |
|--|---|--|--|---|
| Modelo | 7501289401968 | GHINV5P01 | GO23CTS200 | 7091 |
| País de origen | 🇲🇽 México | 🇲🇽 México | 🇲🇽 México | 🇲🇽 México |
| Contenido por paquete analizado | 3 pares unisex | 5 pares para caballero | 5 pares para caballero | 6 pares para caballero |
| Talla indicada | Unitalla 25-29 cm | Unitalla 25-28 cm | Unitalla 25-28 cm | Unitalla 25-28 cm |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | 23.5 / 7.5 / 5.2 | 22 / 8 / 7 | 23.5 / 8 / 6.5 | 20.5 / 8.1 / 6 |
| Peso por calceta (g) | 11.46 | 9.58 | 12.54 | 12.55 |
| Masa (g/m ²) | 241.09 | 253.02 | 310.38 | 318.17 |
| Información comercial | Completa | Completa | Completa | Completa |
| Identificación y contenido de fibras | <p>Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra.</p> | | | |
| | 97.38 % poliéster 0.97 % elastano 1.65 % elastodieno Cumple | 96.21 % poliéster 1.32 % elastano 2.47 % elastodieno Cumple | 95.10 % poliéster 3.91 % elastano 0.99 % elastodieno Cumple | 3.34 % algodón 93.63 % poliéster 2.11 % elastano 0.92 % elastodieno No cumple |
| Acabados | MB | MB | MB | B |
| Suavidad | Suave | Suave | Suave | Suave |
| Elasticidad | MB | B | E | MB |
| Cambio dimensional | MB | E | MB | E |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | E | MB | B | E |
| Resistencia al reventamiento | E | E | E | E |
| Resistencia a la abrasión | MB | MB | MB | E |
| Solidez del color al sudor | MB | E | MB | MB |

E Excelente MB Muy bueno B Bueno S Suficiente

Quién es Quién en los precios

Precios promedio de calcetas deportivas en la Ciudad de México y zona metropolitana, Campeche, Cancún, Cuernavaca, Durango, Guadalajara, León, Monterrey, Puebla, Saltillo, Tampico, Toluca, Tuxtla Gutiérrez y Zacatecas del 23 de febrero al 12 de marzo de 2026.



| Marca | | HANES | K. BELL | NIKE | PUMA |
|--|--|---|---|---|--|
| Modelo | | 693X4C1C01UN | Calcetines invisibles ITEM # 1227349 | SX7670-100 | Sneaker 261080365300039 |
| País de origen | | 🇲🇽 México | 🇨🇳 China | 🇸🇯 Sri Lanka | 🇨🇳 China |
| Contenido por paquete analizado | | 4 pares para caballero | 10 pares unisex | 3 pares unisex | 3 pares unisex |
| Talla indicada | | Unitalla 25-28 cm | Unitalla 26-29 cm | L / G 27-30 cm | Unitalla 25-27 cm |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | | 23.5 / 8 / 8.5 | 20 / 7.9 / 5.2 | 24.5 / 7.1 / 6.2 | 24 / 8.6 / 7.3 |
| Peso por calceta (g) | | 15.03 | 11.17 | 17.3 | 11.29 |
| Masa (g/m ²) | | 290.86 | 411.83 | 352.9 | 261.41 |
| Información comercial | | Completa | Completa | Incompleta ^{1y2} | Completa |
| Identificación y contenido de fibras | Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra. | (en el color negro) 96.41 % poliéster 2.05 % elastano 1.54 % elastodieno | 74.22 % algodón 22.38 % nylon 2.12 % elastano 1.28 % poliéster | 74.37 % algodón 23.14 % poliéster 2.11 % elastano 0.38 % poliamida (nylon) | 64.40 % algodón 18.49 % poliamida 14.56 % poliéster 2.55 % elastano |
| | | Cumple | No cumple | Cumple | Cumple |
| Acabados | | E | E | E | E |
| Suavidad | | Suave | No tan suave | Suave | Suave |
| Elasticidad | | MB | MB | B | B |
| Cambio dimensional | | E | E | E | MB |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | | E | E | E | E |
| Resistencia al reventamiento | | E | MB | MB | MB |
| Resistencia a la abrasión | | MB | E | B | MB |
| Solidez del color al sudor | | E | E | E | E |

¹ No declara uso de jabón o detergente.

² No declara si se pueden exprimir o no exprimir.

E Excelente MB Muy bueno B Bueno S Suficiente

Tipo tin



| Marca | | REEBOK | REEBOK | REEBOK | SPORTEAM |
|---|--|---|---|---|--|
| Modelo | | RBL107 | RBMC200 | RBT225 | Tin sporteam 999 / 180625 |
| País de origen | | ● China | 🇲🇽 México | ● China | 🇲🇽 México |
| Contenido por paquete analizado | | 3 pares para dama | 3 pares para caballero | 6 pares para caballero | 6 pares para caballero |
| Talla indicada | | Unitalla 23-25 cm | Unitalla 25-28 cm | Unitalla 24-28 cm | Unitalla 25-28 cm |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | | 22 / 8.2 / 6.8 | 21 / 7.9 / 15 | 24.5 / 7.7 / 6.1 | 21 / 8.4 / 6 |
| Peso por calceta (g) | | 10.83 | 18.57 | 13.92 | 9.82 |
| Masa (g/m ²) | | 327.4 | 262.13 | 372.89 | 233.99 |
| Información comercial | | Completa | Completa | Completa | Completa |
| Identificación y contenido de fibras | Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra. | 68.30 % algodón 28.57 % poliéster 2.44 % elastano 0.69 % elastodieno | 57.39 % algodón 35.37 % poliéster 3.25 % elastano 3.99 % elastodieno | 69.42 % algodón 26.07 % poliéster 1.93 % elastano 2.58 % elastodieno 4 % otras fibras | 93.18 % poliéster 1.47 % elastodieno 5.35 % elastano |
| | | Cumple | No cumple | Cumple | Cumple |
| Acabados | | E | MB | E | S |
| Suavidad | | Suave | Suave | No tan suave | Suave |
| Elasticidad | | MB | E | MB | MB |
| Cambio dimensional | | MB | MB | MB | E |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | | E | E | E | MB |
| Resistencia al reventamiento | | E | MB | E | E |
| Resistencia a la abrasión | | MB | B | MB | E |
| Solidez del color al sudor | | MB | E | MB | E |

Quién es Quién en los precios

Precios promedio de calcetas deportivas en la Ciudad de México y zona metropolitana, Campeche, Cancún, Cuernavaca, Durango, Guadalajara, León, Monterrey, Puebla, Saltillo, Tampico, Toluca, Tuxtla Gutiérrez y Zacatecas del 23 de febrero al 12 de marzo de 2026.



| Marca | | SPORTEX | UFC | UMBRO | UNDER ARMOUR |
|--|---|--|--|--|--------------------------------------|
| Modelo | | ETCA 156 código 9061 | UAMCO0015CH / 634 / QTY | Tin Umbro TC1 | 1382623-025 |
| País de origen | | 🇲🇽 México | 🇨🇳 China | 🇲🇽 México | 🇨🇳 China |
| Contenido por paquete analizado | | 1 par para caballero | 20 pares para caballero | 5 pares para caballero | 3 pares para caballero |
| Talla indicada | | Unitalla | Talla calcetín 9-12 talla calzado 5-12 | Unitalla 25-28 cm | G |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | | 21 / 7.6 / 6.7 | 23 / 7.4 / 5.5 | 24 / 8.1 / 6.2 | 22 / 8.4 / 7.5 |
| Peso por calceta (g) | | 17.52 | 10.7 | 12.72 | 13.86 |
| Masa (g/m ²) | | 377.25 | 324.4 | 257.52 | 287.13 |
| Información comercial | | Completa | Incompleta ¹ | Completa | Incompleta ² |
| Identificación y contenido de fibras | Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra. | 57.43 % algodón 13.79 % poliamida 0.99 % elastodieno 2.16 % elastano 25.63 % poliéster | 93.96 % poliéster 5.37 % elastano 0.67 % elastodieno | (en el color negro) 76.52 % poliéster 21.29 % algodón 0.99 % elastano 1.20 % elastodieno | 94.70 % poliéster 5.30 % elastano |
| | | No cumple | No cumple | Cumple | Cumple |
| Acabados | | MB | E | B | E |
| Suavidad | | Suave | Suave | Suave | Suave |
| Elasticidad | | MB | MB | MB | MB |
| Cambio dimensional | | MB | MB | MB | MB |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | | MB | MB | MB | E |
| Resistencia al reventamiento | | B | E | B | E |
| Resistencia a la abrasión | | MB | E | MB | E |
| Solidez del color al sudor | | MB | E | MB | E |

¹ No declara uso de jabón o detergente.

² No declara si se pueden exprimir o no exprimir.

* El precio promedio considera solo precios de sistema, ya que no se encontró disponible.

E Excelente MB Muy bueno B Bueno S Suficiente

Tipo tin



| Marca | WILSON | WILSON | WILSON |
|--|---|--|---|
| Modelo | C3056 | K1083 | K4277 P10 |
| País de origen | 🇲🇽 México | 🇲🇽 México | 🇲🇽 México |
| Contenido por paquete analizado | 3 pares para dama | 5 pares para dama | 10 pares para dama |
| Talla indicada | Unitalla 23-25 cm | Unitalla 23-25 cm | Unitalla 23-25 cm |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | 22 / 8 / 7.8 | 14.5 / 7.1 / 4.2 | 21.5 / 8.3 / 5.4 |
| Peso por calceta (g) | 17.23 | 4.49 | 14.36 |
| Masa (g/m ²) | 326.43 | 131.84 | 325.61 |
| Información comercial | Completa | Completa | Completa |
| Identificación y contenido de fibras | Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra. | 95.72 % poliéster 2.86 % elastano 1.42 % elastodieno Cumple | 100 % fibras recuperadas: 72.08 % poliéster 23 % algodón 3.68 % elastano 1.24 % poliamida Cumple |
| | | | |
| Acabados | E | E | B |
| Suavidad | Suave | Suave | Suave |
| Elasticidad | B | MB | MB |
| Cambio dimensional | E | B | E |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | MB | E | MB |
| Resistencia al reventamiento | MB | B | MB |
| Resistencia a la abrasión | MB | E | E |
| Solidez del color al sudor | E | E | E |

Quién es Quién en los precios

Precios promedio de calcetas deportivas en la Ciudad de México y zona metropolitana, Campeche, Cancún, Cuernavaca, Durango, Guadalajara, León, Monterrey, Puebla, Saltillo, Tampico, Toluca, Tuxtla Gutiérrez y Zacatecas del 23 de febrero al 12 de marzo de 2026.



\$99
5 pares
\$20
1 par
MB



\$153
6 pares
\$25
1 par
MB



\$100
5 pares
\$20
1 par
E

| Marca | | WILSON | WILSON | YORKSHIRE POLO CLUB |
|---|--|--|--|--|
| Modelo | | 100177257 | 9408 | CHSUAT200 |
| País de origen | | No presenta | 🇲🇽 México | 🇨🇳 China |
| Contenido por paquete analizado | | 5 pares para dama | 6 pares para caballero | 5 pares unisex |
| Talla indicada | | Unitalla | Unitalla 25-29 cm | Unitalla 25-28 cm |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | | 20.5 / 8 / 6 | 26 / 8.4 / 5.4 | 25 / 8.2 / 6.3 |
| Peso por calceta (g) | | 10.76 | 17.19 | 11.99 |
| Masa (g/m ²) | | 312.98 | 323.57 | 274.41 |
| Información comercial | | Incompleta ^{1y2} | Completa | Completa |
| Identificación y contenido de fibras | Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra. | 93.68 % poliéster 2.42 % algodón 1.23 % poliamida 2.25 % elastano 0.42 % elastodieno | 97.15 % poliéster 1.41 % elastodieno 1.44 % elastano | 98.23 % poliéster 0.82 % elastano 0.95 % elastodieno |
| | | No cumple | Cumple | Cumple |
| Acabados | | B | E | B |
| Suavidad | | Suave | Suave | Suave |
| Elasticidad | | E | B | E |
| Cambio dimensional | | E | E | E |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | | E | MB | MB |
| Resistencia al reventamiento | | E | MB | E |
| Resistencia a la abrasión | | MB | MB | E |
| Solidez del color al sudor | | E | MB | E |

¹ No indica insumos (porcentaje de fibras).

² No indica país de origen.

E Excelente MB Muy bueno B Bueno S Suficiente

Conclusiones

- ❌ Ocho modelos no presentaron completa su información comercial.
- ❌ 13 modelos no cumplieron con la prueba de identificación y cuantificación de fibras.
- ✅ 14 modelos calificaron Excelente en la prueba de acabados.
- ✅ Seis modelos calificaron Excelente en la prueba de elasticidad.
- ✅ 18 modelos calificaron Excelente en la prueba de cambio dimensional.
- ✅ 18 modelos calificaron Excelente en la prueba de propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad.
- ✅ 16 modelos calificaron Excelente en la prueba de resistencia al reventamiento.
- ✅ 12 modelos calificaron Excelente en la prueba de resistencia a la abrasión.
- ✅ 21 modelos calificaron Excelente en la prueba de solidez del color al sudor.

SU INFORMACIÓN COMERCIAL ESTÁ INCOMPLETA

Los siguientes modelos incumplen la NOM-004-SE-2021, *Información comercial-Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir, sus accesorios y ropa de casa*, ya que no presentan completa su información.



No indica uso de jabón o detergente.



UFC

No indica de qué están hechas. No presenta el país de origen.



WILSON

No indica si se seca al sol o a la sombra.



EXTREME FORCE

No indica si se pueden exprimir o no.



UNDER ARMOUR

No indican uso de jabón o detergente ni si se pueden exprimir o no.



ADIDAS



ADIDAS



ADIDAS



NIKE

NO CUMPLEN CON LA DECLARACIÓN DE FIBRAS

Al cotejar la declaración de la composición de las fibras en su etiqueta contra los resultados de la prueba que las identifica, se detectó que los siguientes modelos no son veraces.



ADIDAS



ATLETICOS



BASIC CONCEPTS



CAT



CRISOL



EVERLAST



EXTREME FORCE



GEORGE



K. BELL



REEBOK



SPORTEX



UFC



WILSON

SON LAS MEJOR EVALUADAS

Los siguientes modelos calificaron Excelente al promediar todas las pruebas a las que fueron sometidos.



CHAMPION



SPORTEAM



UNDER ARMOUR



YORKSHIRE POLO CLUB

Tipo cortas



| Marca | ATLETICOS | DANSKIN NOW | FRUIT OF THE LOOM | NIKE | |
|---|---|---|--|--|---|
| Modelo | 8068 | DMQ3P | C5371 | SX7667-100 Calcetas evdy cush | |
| País de origen | 🇲🇽 México | 🇨🇳 China | 🇲🇽 México | 🇲🇹 Argentina | |
| Contenido por paquete analizado | 6 pares para caballero | 3 pares para dama | 5 pares para caballero | 3 pares unisex | |
| Talla indicada | Grande (medida del pie) 25-28 cm | Unitalla 23-25 cm | Unitalla 25-29 cm | L / G 27-30 cm | |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | 26 / 9.3 / 9.3 | 22 / 6.8 / 12 | 24.5 / 8.3 / 9.8 | 23.5 / 8.3 / 9.2 | |
| Peso por calceta (g) | 25.12 | 15.43 | 19.48 | 18.4 | |
| Masa (g/m ²) | 409.59 | 293.83 | 391.71 | 305.97 | |
| Información comercial | Completa | Completa | Completa | Incompleta ¹ | |
| Identificación y contenido de fibras | Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra. | 54.91 % algodón 42 % poliéster 1.35 % poliamida 1.74 % elastodieno | 93.77 % poliéster 4.52 % elastodieno 1.71 % elastano | 1.02 % elastano 98.98 % fibras recuperadas: 55.21 % poliéster 35.80 % algodón 7.48 % poliamida 0.49 % elastodieno | 79.74 % algodón 18.57 % poliéster 1.69 % elastano |
| | | Cumple | Cumple | Cumple | No cumple |
| Acabados | MB | E | MB | E | |
| Suavidad | Suave | Suave | Suave | Suave | |
| Elasticidad | B | MB | MB | MB | |
| Cambio dimensional | MB | MB | E | MB | |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | MB | E | E | E | |
| Resistencia al reventamiento | MB | E | MB | B | |
| Resistencia a la abrasión | E | B | MB | MB | |
| Solidez del color al sudor | E | E | E | E | |

¹ No declara si se pueden exprimir o no exprimir.

E Excelente MB Muy bueno B Bueno S Suficiente

Quién es Quién en los precios

Precios promedio de calcetas deportivas en la Ciudad de México y zona metropolitana, Campeche, Cancún, Cuernavaca, Durango, Guadalajara, León, Monterrey, Puebla, Saltillo, Tampico, Toluca, Tuxtla Gutiérrez y Zacatecas del 23 de febrero al 12 de marzo de 2026.



\$60
2 pares
\$30
1 par
MB



\$229
2 pares
\$115
1 par
B



\$139
6 pares
\$23
1 par
E

| Marca | | PLAY STAR | PUMA | SHAQ |
|---|---|---|--|--|
| Modelo | | 0008 | Quarter 100000955002039 | SQQ209 |
| País de origen | | 🇲🇽 México | 🇨🇳 China | 🇨🇳 China |
| Contenido por paquete analizado | | 2 pares para caballero | 2 pares para caballero | 6 pares para caballero |
| Talla indicada | | Unitalla 24-27 cm | Unitalla 25-27 cm | Unitalla 25-28 cm |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | | 26 / 8.8 / 11.4 | 23.5 / 8.5 / 8.8 | 25.5 / 8 / 10 |
| Peso por calceta (g) | | 33.8 | 18.35 | 18.42 |
| Masa (g/m ²) | | 593.02 | 347.3 | 342.33 |
| Información comercial | | Completa | Completa | Completa |
| Identificación y contenido de fibras | Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra. | 52.34 % algodón 45.83 % poliéster 1.27 % elastano 0.56 % elastodieno Cumple | 71.73 % algodón 25.83 % poliamida 2.44 % elastano No cumple | 93.55 % poliéster 3.13 % elastano 3.32 % elastodieno Cumple |
| | Acabados | B | MB | MB |
| Suavidad | | Suave | Suave | Suave |
| Elasticidad | | MB | B | MB |
| Cambio dimensional | | MB | MB | E |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | | MB | E | E |
| Resistencia al reventamiento | | MB | MB | E |
| Resistencia a la abrasión | | MB | MB | E |
| Solidez del color al sudor | | E | MB | E |

E Excelente **MB** Muy bueno **B** Bueno **S** Suficiente

Tipo cortas



\$75
5 pares
\$15
1 par
E



\$15
1 par
MB



\$109
5 pares
\$22
1 par
E

| Marca | SIMPLY BASIC | SIMPLE FASHION | WILSON |
|--|--|--|---|
| Modelo | S8CMC5P | Caballero corto 1543 | B5892 |
| País de origen | México | México | México |
| Contenido por paquete analizado | 5 pares para dama | 1 par para caballero | 5 pares para caballero |
| Talla indicada | Unitalla 23-25 cm | Unitalla | Unitalla 25-28 cm |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | 21 / 8.1 / 11.8 | 23 / 8.1 / 13.8 | 23.5 / 8.3 / 10.4 |
| Peso por calceta (g) | 13.88 | 14.25 | 21.65 |
| Masa (g/m ²) | 281.22 | 219.07 | 344.83 |
| Información comercial | Completa | Completa | Completa |
| Identificación y contenido de fibras | Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra. | 92.65 % poliéster 6.24 % elastano 1.11 % elastodieno | 81.20 % poliéster 11.28 % algodón 4.84 % elastano 2.68 % elastodieno |
| | Cumple | No cumple | Cumple |
| Acabados | E | MB | MB |
| Suavidad | Suave | Suave | Suave |
| Elasticidad | MB | MB | MB |
| Cambio dimensional | MB | E | E |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | E | MB | E |
| Resistencia al reventamiento | E | E | E |
| Resistencia a la abrasión | E | E | E |
| Solidez del color al sudor | E | E | E |

Conclusiones

- ❌ Un modelo no presenta completa su información comercial.
- ❌ Tres modelos no cumplieron con la prueba de identificación y cuantificación de fibras.
- ✅ Tres modelos calificaron Excelente en la prueba de acabados.
- ✅ Cuatro modelos calificaron Excelente en la prueba de cambio dimensional.
- ✅ Siete modelos calificaron Excelente en la prueba de propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad.
- ✅ Cinco modelos calificaron Excelente en la prueba de resistencia al reventamiento.
- ✅ Cinco modelos calificaron Excelente en la prueba de resistencia a la abrasión.
- ✅ Nueve modelos calificaron Excelente en la prueba de solidez del color.
- ⓘ Ningún modelo calificó Excelente en la prueba de elasticidad.

SU INFORMACIÓN COMERCIAL ESTÁ INCOMPLETA



El siguiente modelo incumple la NOM-004-SE-2021, *Información comercial-Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir, sus accesorios y ropa de casa*, ya que no presenta completa su información.



NIKE

NO CUMPLEN CON LA DECLARACIÓN DE FIBRAS



Al cotejar la declaración de la composición de las fibras en su etiqueta contra los resultados de la prueba que las identifica, se detectó que los siguientes modelos no son veraces.



NIKE



PUMA



SIMPLE FASHION

SON LAS MEJOR EVALUADAS

Los siguientes modelos calificaron Excelente al promediar todas las pruebas a las que fueron sometidos.



SHAQ



SIMPLY BASIC



WILSON

Tipo largas



| Marca | | ATLETICOS | CAT | CHAMPION | EVERLAST |
|---|---|--|--|--|--|
| Modelo | | Código 8046 | CATSS25CD215 | CH170003CMFW25 | C57340 |
| País de origen | | 🇲🇽 México | 🇲🇽 México | 🇲🇽 México | 🇨🇳 China |
| Contenido por paquete analizado | | 4 pares unisex | 3 pares para caballero | 6 pares para caballero | 3 pares para caballero |
| Talla indicada | | Grande (medida del pie) 25-28 cm | Unitalla 25-28 cm | 24-30 cm | U 23-28 cm |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | | 25.5 / 9.7 / 25 | 22.5 / 8.1 / 22.1 | 24 / 7.8 / 23.1 | 24 / 8.1 / 20.7 |
| Peso por calceta (g) | | 31.73 | 30.25 | 39.26 | 29.38 |
| Masa (g/m ²) | | 343.59 | 358.19 | 476.29 | 378.16 |
| Información comercial | | Completa | Completa | Completa | Completa |
| Identificación y contenido de fibras | Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra. | 53.16 % poliéster 44.24 % algodón 2.60 % elastodieno | 26.19 % poliéster 66.60 % algodón 1.85% elastano 4.64 % elastodieno 0.72 % poliamida | 95.74 % poliéster 3.84 % elastodieno 0.42 % elastano | 91.87 % poliéster 5.01 % elastano 3.12 % elastodieno |
| | | Cumple | No cumple | Cumple | No cumple |
| Acabados | | MB | E | E | E |
| Suavidad | | Suave | Suave | Suave | Suave |
| Elasticidad | | B | B | B | MB |
| Cambio dimensional | | E | E | E | E |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | | MB | E | E | MB |
| Resistencia al reventamiento | | MB | B | E | B |
| Resistencia a la abrasión | | MB | MB | E | E |
| Solidez del color al sudor | | E | E | E | E |

* El precio promedio considera precio en tienda física y precio en sistema.

E Excelente MB Muy bueno B Bueno S Suficiente

Quién es Quién en los precios

Precios promedio de calcetas deportivas en la Ciudad de México y zona metropolitana, Campeche, Cancún, Cuernavaca, Durango, Guadalajara, León, Monterrey, Puebla, Saltillo, Tampico, Toluca, Tuxtla Gutiérrez y Zacatecas del 23 de febrero al 12 de marzo de 2026.



| Marca | | FRUIT OF THE LOOM | GADELLI | HANES | PUMA |
|---|--|--|--|--|--|
| Modelo | | C3832 | 7501289411318 | 695X4C1C01UN | Men's 684460 |
| País de origen | | 🇲🇽 México | 🇲🇽 México | 🇲🇽 México | 🇨🇳 China |
| Contenido por paquete analizado | | 5 pares para caballero | 1 par para caballero | 4 pares para caballero | 6 pares para caballero |
| Talla indicada | | Unitalla 25-28 cm | Unitalla 25-29 cm | Unitalla 25-28 cm | Unitalla 25.5-33 cm |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | | 25 / 8.4 / 22.2 | 24 / 8 / 22 | 23.5 / 8.5 / 21.2 | 25 / 8 / 20.4 |
| Peso por calceta (g) | | 26.62 | 27.31 | 25.57 | 32.11 |
| Masa (g/m ²) | | 398.2 | 297.34 | 261.93 | 401.59 |
| Información comercial | | Completa | Completa | Completa | Completa |
| Identificación y contenido de fibras | Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra. | 39.99 % algodón 46.05 % poliéster 10.53 % elastodieno 2.00 % elastano 1.43 % poliamida | 91.20 % poliéster 4.37 % elastano 4.43 % elastodieno | 91.97 % poliéster 6.42 % elastodieno 1.61 % elastano | 75 % poliéster 19.94 % algodón 3.30 % elastodieno 1.76 % elastano |
| | | Cumple | Cumple | Cumple | Cumple |
| Acabados | | MB | B | E | E |
| Suavidad | | Suave | Suave | Suave | Suave |
| Elasticidad | | B | MB | MB | MB |
| Cambio dimensional | | MB | MB | MB | E |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | | MB | MB | E | E |
| Resistencia al reventamiento | | MB | MB | MB | B |
| Resistencia a la abrasión | | MB | E | E | B |
| Solidez del color al sudor | | E | E | E | E |

* El precio promedio considera precio de sistema y precio en línea, ya que no se encontró disponible.

Tipo largas



| Marca | | REEBOK | TESSA | WILSON | WILSON |
|---|--|--|--|--|---|
| Modelo | | RBC202 | 7506391408096 | B5895 | 9419 |
| País de origen | | China | México | México | México |
| Contenido por paquete analizado | | 3 pares para caballero | 3 pares para dama | 5 pares para caballero | 6 pares para caballero |
| Talla indicada | | Unitalla 24-28 cm | Unitalla | Unitalla 25-28 cm | Unitalla 25-29 cm |
| Dimensiones verificadas (cm) Largo pie o planta / Ancho pie o planta / Largo pierna o tubo | | 24 / 7.8 / 24.7 | 21.5 / 8.3 / 17 | 22.5 / 7.4 / 21.4 | 24 / 8.4 / 22.2 |
| Peso por calceta (g) | | 31.06 | 22.9 | 19.34 | 24.95 |
| Masa (g/m ²) | | 374.63 | 309.1 | 280.41 | 317.49 |
| Información comercial | | Completa | Completa | Completa | Completa |
| Identificación y contenido de fibras | Verificado No cumple si el porcentaje declarado en etiqueta de alguna o varias fibras excede el ±6 % de tolerancia por norma o cuando se omite declarar alguna fibra. | 60.87 % algodón 33.97 % poliéster 5.16 % elastodieno | 86.61 % poliéster 8.81 % elastano 4.58 % elastodieno | 90.33 % poliéster 3.25 % elastano 6.42 % elastodieno | 59.35 % poliéster 31.61 % algodón 6.74 % elastodieno 2.30 % elastano |
| | | Cumple | Cumple | Cumple | No cumple |
| Acabados | | E | E | E | MB |
| Suavidad | | Suave | Suave | Suave | No tan suave |
| Elasticidad | | MB | MB | MB | B |
| Cambio dimensional | | E | E | MB | MB |
| Propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad | | E | E | E | E |
| Resistencia al reventamiento | | MB | E | E | MB |
| Resistencia a la abrasión | | MB | E | MB | MB |
| Solidez del color al sudor | | E | E | E | E |

E Excelente MB Muy bueno B Bueno S Suficiente

Conclusiones

- ❌ Tres modelos no cumplieron con la prueba de identificación y cuantificación de fibras.
- ✅ Todos los modelos presentan su información comercial completa.
- ✅ Ocho modelos calificaron Excelente en la prueba de acabados.
- ✅ Siete modelos calificaron Excelente en la prueba de cambio dimensional.
- ✅ Ocho modelos calificaron Excelente en la prueba de propensión a frisas, enmarañamiento y vellosidad.
- ✅ Tres modelos calificaron Excelente en la prueba de resistencia al reventamiento.
- ✅ Cinco modelos calificaron Excelente en la prueba de resistencia a la abrasión.
- ✅ Todos los modelos calificaron Excelente en la prueba de solidez del color.
- ❗ Ningún modelo calificó Excelente en la prueba de elasticidad.

NO CUMPLEN CON LA DECLARACIÓN DE FIBRAS

Al cotejar la declaración de la composición de las fibras en su etiqueta contra los resultados de la prueba que las identifica, se detectó que los siguientes modelos no son veraces.



CAT



EVERLAST



WILSON

SON LAS MEJOR EVALUADAS

Los siguientes modelos calificaron Excelente al promediar todas las pruebas a las que fueron sometidos.



CHAMPION



HANES



TESSA

Recomendaciones

De compra



Adquírelas en tiendas establecidas

Evita el comercio informal, ya que no hay garantía de higiene ni de que sean nuevas; prefiere tiendas de autoservicio, departamentales o deportivas.



Verifica la talla

Según la tienda, las calcetas pueden considerarse ropa interior y, por higiene, no admitir cambios.



Elige el material adecuado

Escoge el material según la actividad; para uso diario o clima fresco, prefiere algodón o mezclas.



Comprueba cuánto estiran

La mayoría son unitalla; revisa qué tanto estiran para evitar molestias.



Identifica el tipo según tu deporte

Existen distintos tipos de calcetas deportivas, cada una diseñada para el deporte que practiques.



Opta por tejidos que cuiden tus pies

Para entrenamientos intensos, elige tejidos sintéticos que controlen la humedad; para uso diario, mezclas con algodón. Verifica ajuste, ventilación y refuerzos en talón y punta.

De uso



Quítatelas después de entrenar

No permanezcas con las calcetas después del ejercicio. La humedad acumulada favorece el crecimiento de hongos y genera mal olor.



Lávalas por separado

Evita mezclar las calcetas con prendas de tejido áspero en la lavadora, como toallas o mezclilla, ya que la fricción excesiva acelera el desgaste.



Lee las instrucciones de lavado

Sigue las indicaciones de la etiqueta para mantenerlas en buen estado por más tiempo.



Reemplázalas cuando se desgasten

Si el talón o la punta se adelgazan, cámbialas; usarlas así puede causar ampollas o molestias.

Sustentabilidad

Cuando tus calcetas deportivas hayan llegado al final de su vida útil, deséchalas de manera responsable siguiendo las disposiciones ambientales de tu localidad.



Conoce más sobre el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor

laboratorio.profeco.gob.mx



Gobierno de
México



PROGRAMAS PARA EL
BIENESTAR

¡Los Programas para el Bienestar también son para niñas y niños!

Para el Gobierno de México, es una prioridad garantizar el ejercicio pleno y la protección de los derechos de las infancias. Por ello, con los Programas para el Bienestar, diversos apoyos económicos llegan de forma directa a millones de niñas y niños.



Beca Universal Rita Cetina

Para hacer efectivo el derecho a la educación, todas y todos los estudiantes de secundaria ya reciben esta beca; a partir de este año, comenzarán a recibirla las y los alumnos de primaria.

Programa para el Bienestar de Niñas y Niños Hijos de Madres Trabajadoras

Este programa apoya la manutención de las y los menores de 4 años que viven en hogares uniparentales. El apoyo se entrega de forma focalizada en comunidades indígenas y localidades urbanas con alta presencia de mano de obra femenina.

La Escuela es Nuestra

La dignificación de las escuelas públicas de nivel básico se consolida con recursos que son administrados por comités de madres y padres de familia. El objetivo es claro: contar con mejores escuelas.

Pensión para Personas con Discapacidad

Se otorga a nivel nacional a niñas, niños, adolescentes y jóvenes con discapacidad permanente, con el fin de contribuir a su atención y cuidados integrales.

Los Programas para el Bienestar articulan un Estado de derecho que favorece al pueblo de México, en particular a las personas más vulnerables.

Para más información:
programasparaelbienestar.gob.mx

Procedimiento



1 Vierte una taza de agua en el recipiente de 2 L. Agrega la glicerina y disuélvela con ayuda de la cuchara.



2 Adiciona el colorante vegetal y mezcla.



3 Poco a poco, incorpora el carbopol a través del colador para dispersarlo.



4 Con el batidor, agita hasta integrar por completo y así eliminar cualquier grumo del carbopol.



5 Agrega la otra taza de agua. Luego, añade la trietanolamina y mezcla vigorosamente hasta formar el gel.



6 Incorpora la esencia y sigue batiendo hasta integrar completamente.



7 Envasa el gel en el tarro, ciérralo bien y etiquétalo con la fecha de elaboración y caducidad.

Conservación:

- Mantén el recipiente cerrado y guárdalo en un lugar fresco y seco.

Notas:

- Las cucharadas y cucharaditas deben ser al ras (no copeteadas).
- Tecnología doméstica validada por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.

Fuente:

- ProfecoTV. [Tecnología Doméstica]. "Gel para el cabello" (receta adaptada). Video de YouTube, 1:56. 19 de agosto 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=b10DoKp5xSE>



Hazla en tu casa y etiquétanos en Instagram
#TecnologíaDomésticaProfeco
y @revistadelconsumidormx

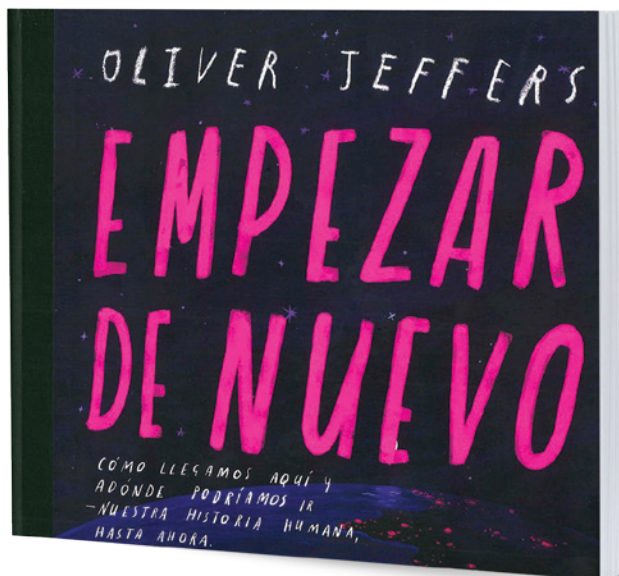


Puedes ver esta y más tecnologías domésticas en nuestro canal de YouTube Profeco TV

Empezar de nuevo

Oliver Jeffers

Una obra que, sin lugar a dudas, puede disfrutarse a cualquier edad.



ABRIL 2026 | A LIBRO ABIERTO

Por Antonio Hernández Estrella

En colaboración con el



FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

Características

26 x 23 cm

120 páginas impresas a color con tintas fluorescentes

Encuadernación en pasta dura con guardas

Colección Los Especiales de A la Orilla del Viento

2025

Fondo de Cultura Económica

ISBN 978-60-716-8699-2

Traducción de Darío Zárate

Precio de venta al público: \$299

Disponible en elfondoonlinea.com

El libro de Oliver Jeffers, *Empezar de nuevo*, es una obra que reflexiona y cuestiona el mundo en el que vivimos, donde imperan la desigualdad económica, los conflictos territoriales y económicos, el sobreconsumo, el abuso de la inteligencia artificial y los desastres naturales por el cambio climático.

La visión de Jeffers es conciliadora. Nos explica que, desde el espacio exterior, la tierra se ve como una sola, con un azul profundo en sus mares, sin divisiones ni fronteras; desde arriba, no hay racismo ni guerras. Por eso, el llamado a cuidar nuestro mundo. Y por ello advierte que la humanidad pareciera que se encuentra como en un barco que se está quemando y que, si no tenemos la conciencia de que ya no hay otro navío, difícilmente llegaremos a buen puerto.

El llamado de Oliver Jeffers es replantearnos nuestra presencia

en esta tierra y ser conscientes de la necesidad de olvidarnos de las palabras *ellos* o *yo*, para pensar siempre en *nosotros*.

Oliver Jeffers, escritor norirlandés nacido en Australia, es artista plástico e ilustrador. Tiene decenas de premios en todos los ámbitos de sus trabajos.

Algunos de sus títulos han sido adaptados a la pantalla. Por ejemplo, *Perdido y encontrado* o *Aquí estamos*. El autor ha sido traducido a 50 idiomas en el mundo y sus libros han vendido 15 millones de ejemplares.

¿Tienes dudas sobre tu Declaración Anual 2025?

Si eres persona física y necesitas asesoría para presentar tu Declaración Anual del ejercicio fiscal 2025, acércate a la **Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (Prodecon)**.



Nuestro equipo de personas asesoras especializadas puede ayudarte a:

- **Resolver** dudas sobre tu Declaración Anual.
- **Revisar** la información precargada en el aplicativo.
- **Verificar** qué deducciones personales puedes aplicar.
- **Presentar** correctamente tu declaración y evitar errores.



Horario de atención durante el mes de abril:

Lunes a viernes:
9:00 a 18:00 horas.

Sábados 11, 18 y 25:
9:00 a 15:00 horas.

Todos nuestros servicios son gratuitos.



www.prodecon.gob.mx



Gobierno de
México



Procuraduría
de la Defensa
del Contribuyente
PROTEGE • DEFIENDE • OBSERVA

ALERTAS Y LLAMADOS A REVISIÓN

NISSAN MEXICANA S. A. DE C. V.



detectó que en el modelo Magnite versión Advance, al activar las luces altas se genera una sobrecorriente en el conector de los faros, lo que provoca un sobrecalentamiento. El uso prolongado de estas luces podría derretir el conector, lo que causaría que los faros dejen de funcionar.

Consulta el llamado a revisión 100/2025 completo en



Unidades involucradas

6 877

Modelo

- MAGNITE 2025

Solución

Se reconfigurará el módulo IPDM y se cambiarán los conectores de los faros izquierdo y derecho, sin costo para las personas consumidoras.

Acciones

- Nissan contactará a las personas consumidoras para notificarles el llamado a revisión por medio de llamadas telefónicas, correos electrónicos, mensajes de texto (SMS) o cartas a domicilio. Dependiendo del tipo de datos de contacto con los que se cuente.
- Se dará a conocer el llamado a revisión en la liga directa <https://www.nissan.com.mx/duenos-nissan/respaldo-nissan/llamados-a-revision.html> y en su sitio oficial <https://www.nissan.com.mx/>
- Tras el contacto vía *call center*, las personas consumidoras podrán acudir de inmediato a la red de distribuidores autorizados NISSAN en todo el territorio nacional para realizar la corrección.
- Si un vehículo Magnite versión Advance ingresa a servicio en alguno de los distribuidores autorizados Nissan por cualquier otro motivo, se verificará si requiere la aplicación de la contra-medida.

Medios de contacto



Distribuidores autorizados

Sitio oficial: <https://www.nissan.com.mx/>
Liga directa:

<https://www.nissan.com.mx/duenos-nissan/respaldo-nissan/llamados-a-revision.html>

☎ 800 9 NISSAN (647 726) opción 6

✉ contacto.nissan@nissan.com.mx



Consulta el histórico de las alertas y llamados a revisión emitidos por la Profeco: gob.mx/profeco/articulos/alertas-al-consumidor-35310?state=published

La Procuraduría Federal del Consumidor, en coordinación con VOLVO CAR MÉXICO S. A. DE C. V., POLARIS SALES MÉXICO, S. DE R. L. DE C. V. y FORD MOTOR COMPANY, S. A. DE C. V. informa sobre el llamado a revisión de los siguientes productos:

VOLVO

Empresa:
VOLVO CAR MÉXICO S. A. DE C. V.



Llamado a revisión: 92/2025

Modelos:
Híbridos enchufables XC60 y XC90; eléctricos XC40 y C40 2025

CANTIDAD:
345 unidades

VIGENCIA:
31 de diciembre de 2025

RIESGO:
El mecanismo de frenado podría desactivarse temporalmente tras descender una pendiente. Esto ocurre en modo "B" para vehículos híbridos enchufables y con uso del sistema *One Pedal Drive* activado en los vehículos eléctricos.

CONTRAMEDIDA:
Se actualizará el *software* vía remota (OTA) o mediante cita con los distribuidores autorizados, sin costo alguno para las personas consumidoras.

MEDIOS DE CONTACTO:

- Distribuidores autorizados <https://volvocars.mx/dealers/distribuidores>
- Sitio oficial: <https://www.volvocars.com/mx/>
- Liga directa: <https://www.volvocars.com/mx/l/recall/>
- Correo electrónico: volvocs@volvocars.com
- Teléfono: 800 968 6586

Indian

MOTORCYCLE

Empresa:
POLARIS SALES MÉXICO, S. DE R. L. DE C. V.



Llamado a revisión: 130/2025

Modelos:
Scout y Scout Sixty 2025

CANTIDAD:
530 unidades

RIESGO:
Es posible que en algunos de los vehículos se indique una marcha incorrecta.

CONTRAMEDIDA:
POLARIS SALES MÉXICO, S. DE R. L. DE C. V. cubrirá el costo total que se genere por la mano de obra de la remoción o instalación de los componentes requeridos.

MEDIOS DE CONTACTO:

- Sitio web: www.polarismexico.com
- Liga directa: Off-Road Vehicle Recalls - VIN Search | Polaris Estados Unidos
- Jorge Espinoza
Correo electrónico: jorge.espinoza@polaris.com
Teléfono: 442 824 2697
- Rogelio Ruiz
Correo: rogelio.ruiz@polaris.com
Teléfono: 811 646 8821

Ford

Empresa:
FORD MOTOR COMPANY, S. A. DE C. V.



Llamado a revisión: 139/2025

Modelos:
BRONCO SPORT 2021 a 2023

CANTIDAD:
781 unidades

RIESGO:
Existe la posibilidad de que un inyector de combustible de alta presión se agriete, lo que podría provocar acumulación de combustible en la parte superior del motor.

CONTRAMEDIDA:
Ford Motor Company, S. A. de C. V. autorizó a sus distribuidores a inspeccionar el vehículo y, de ser necesario, actualizar el *software* sin costo alguno para las personas consumidoras.

MEDIOS DE CONTACTO:

- Distribuidores autorizados
- Sitio web: <https://www.ford.mx/>
- Liga directa: <https://www.ford.mx/mi-ord/llamado-revision/>
- Correo electrónico: atnclien@ford.com
- Teléfono: 800 713 8466

ABRIL 2026 | LLAMADO A REVISIÓN



Consuminis Profeco

Consumo responsable y cuidado del medioambiente

Con este artículo, las y los consuminis aprenderán cómo el cuidado del medioambiente influye en varios aspectos de su vida. Además, hacer cambios en los hábitos de consumo puede beneficiar también las finanzas familiares. **pág. 4**

Finanzas Personales



Dinero en palabras simples

Es importante y necesario hablar de finanzas con nuestras hijas e hijos. No solo para que sepan en qué gastar, sino para que entiendan de dónde proviene el dinero y por qué aprender sobre finanzas desde la niñez será una herramienta que les servirá toda la vida. **pág. 11**

Entorno Digital



Apprender

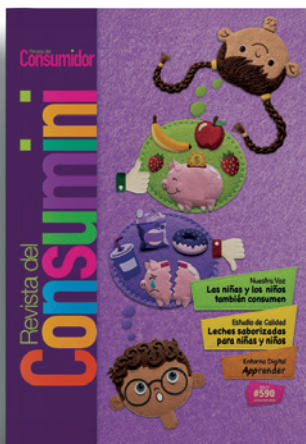
Las aplicaciones educativas se han convertido en un apoyo para complementar la enseñanza. Con imágenes, videos y sonidos atractivos logran captar la atención de niñas y niños. Sin embargo, no todas son realmente educativas ni gratuitas. **pág. 21**

Nuestra Voz



Las niñas y los niños también consumen

En 1982, la **Revista del Consumidor** introdujo a las infancias en el consumo responsable. El suplemento "El Brinco" se dirigía a niñas y niños no como una audiencia pasiva, sino como participantes económicos con criterio propio. **pág. 15**



Estudio de Calidad



Leches saborizadas para niñas y niños

Las encuentras en varios sabores —fresa, chocolate y vainilla—, lo que las hace atractivas para el paladar. Analizamos 32 de estos productos y sus variedades deslactosadas. Conoce los resultados para decidir si entran o no a tu refri. **pág. 53**

Estudio de Calidad

Calcetas deportivas

Las calcetas también pueden marcar la diferencia al realizar deporte. El material con el que están fabricadas y el ajuste son algunas de las características a tomar en cuenta. En este estudio pusimos a prueba 56 modelos. **pág. 73**





¿Cómo saber si tus derechos o los derechos de otra niña, niño o adolescente podrían estar en riesgo?



Señales de alerta

Algunas situaciones pueden indicar que tus derechos o los derechos de otra niña, niño o adolescente no están siendo respetados:



Falta de cuidados básicos

No tienes suficiente comida, atención médica o un lugar adecuado para vivir.



Violencia o maltrato

Recibes golpes, insultos, amenazas o vives situaciones de negligencia o abandono.



Falta de cuidados familiares o de personas responsables

No cuentas con el cuidado o la protección de tu familia o de las personas que deben cuidarte.



Dificultad para ir a la escuela

No puedes ir a la escuela o tienes problemas para continuar tus estudios.



Trabajo infantil o explotación

Tienes que trabajar en actividades que pueden afectar tu salud, seguridad o desarrollo.



Situaciones de riesgo

Puedes estar expuesto a explotación, trata u otras situaciones que ponen en peligro tu bienestar.



¿Qué puedes hacer?

Si tú o alguna niña, niño o adolescente vive alguna de estas situaciones, no estás solo o sola. Puedes pedir ayuda a una persona adulta de confianza o acudir a la Procuraduría de Protección de Niñas, Niños y Adolescentes o al Sistema DIF, donde pueden orientarte y apoyarte.

Consulta aquí



Consulta la infografía

“¿Qué hacer si una NNA es víctima de un delito o vulneración de derechos?”



Todas las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a vivir seguros, protegidos y felices.

Vía telefónica:

Llama a la Línea de Emergencia 911 o a la línea directa de la PFPNNA 55 3003-2200 ext. 2276, 3700, 3702, 4424, 4422 y 4427



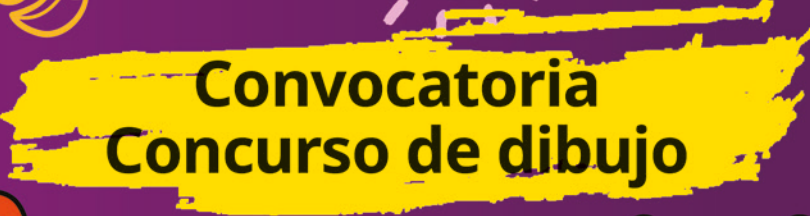
Presencial:

Acude a la PFPNNA ubicada en: Francisco Sosa 439, Col. del Carmen, Alcaldía Coyoacán, Ciudad de México.



Por correo electrónico:

La PFPNNA pone a disposición: atencion_ciudadana@dif.gob.mx



Convocatoria Concurso de dibujo

Consuminini Profeco

¿Quieres que un dibujo tuyo salga en la **Revista del Consumidor**? Solo necesitas tus superpoderes de consumini y tu creatividad.

Bases

Podrán participar niñas y niños de nacionalidad mexicana, de 6 a 12 años de edad, que residan en el territorio nacional.

Categorías

- de 6 a 8 años
- de 9 a 12 años

Tema

Consumo responsable

Selecciona una situación que represente cómo realizas un consumo responsable en familia y haz un dibujo en una hoja de papel, papel ilustración, cartulina, cartoncillo, cartón o papel reciclado, tamaño carta (28 x 21.5 cm).



Más información en:

gob.mx/profeco

Con el apoyo del



Economía
Secretaría de Economía

Profeco
Procuraduría Federal
del Consumidor

