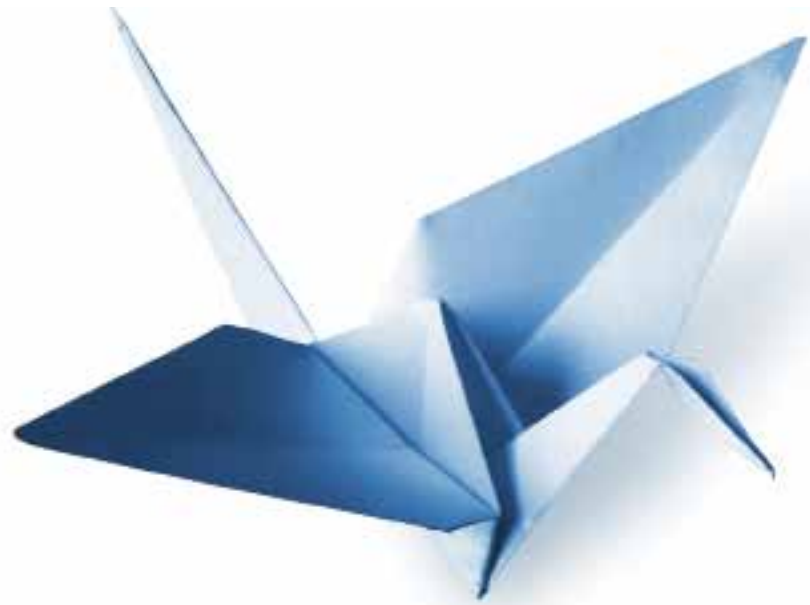


INFORME ANUAL 2009

PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE



2009:
AÑO DE LA EDUCACIÓN



DIRECTORIO	02
PRESENTACIÓN	03
SERVICIOS	04
VERIFICACIÓN	14
EDUCACIÓN Y DIVULGACIÓN	24
JURÍDICO	36
PRESENCIA NACIONAL	40
PROFECO EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL	44
NUESTRA INSTITUCIÓN	48
TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS	52
RETOS 2010	54
EL RENACIMIENTO DE UN HÉROE	56

INFORME ANUAL
2009
PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR

SERVICIOS

Quejas y conciliación

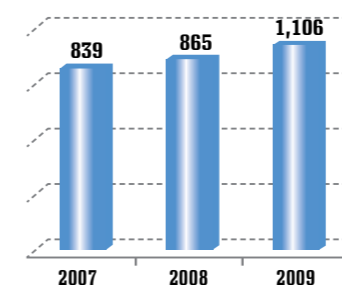
Entre los principales objetivos de **Profeco** destacan, sin lugar a dudas, el de proteger los derechos de los consumidores y el de procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones de consumo. Para cumplir cabalmente con este servicio a la ciudadanía, nuestra institución cuenta con una herramienta fundamental: el procedimiento conciliatorio, medio por el cual se procura que los consumidores y proveedores puedan acordar algún tipo de solución a las controversias que existan entre ellos.

máxima. Cabe destacar que el 95% de los procedimientos conciliatorios que iniciamos durante 2009 se concluyeron dentro del plazo de 90 días naturales; por contraste, en 2008 este tiempo se extendió hasta los 110 días.

Por su parte, el departamento de conciliación a residentes en el extranjero recibió 419 quejas por parte de consumidores que no tienen su domicilio habitual en el país y que adquirieron algún bien o contrataron un servicio con un proveedor establecido en México. En este caso, el monto recuperado fue de 41 millones de pesos.

DINERO RECUPERADO PARA LOS CONSUMIDORES

(millones de pesos)



Así, los procedimientos conciliatorios iniciados por **Profeco** abren la oportunidad de beneficiar directamente a los consumidores (por ejemplo, cuando se consigue recuperar dinero que regresa a sus bolsillos).

A escala nacional, durante 2009 se recibieron 111 mil 380 quejas, a través de las cuales se recuperó un

nonto de 1,106 millones de pesos, lo que significó un incremento de 28% respecto a 2008.

No obstante, la Procuraduría no se preocupa solamente por conciliar o recuperar dinero a favor de los consumidores. Eficientar este servicio al acortar tiempos de espera también es una prioridad

QUEJAS MENSUALES 2009

Enero	10,735
Febrero	9,917
Marzo	10,262
Abril	8,475
Mayo	8,326
Junio	10,088
Julio	9,526
Agosto	9,880
Septiembre	9,606
Octubre	9,577
Noviembre	8,343
Diciembre	6,645

10 PROVEEDORES CON MÁS QUEJAS

	QUEJAS 2009
1 Comisión Federal de Electricidad	6,573
2 Telcel	3,736
3 Telmex	2,747
4 Nextel	2,609
5 Neoskin	2,016
6 Luz y Fuerza del Centro	1,564
7 MVS Multivisión	1,322
8 Aviacsa	1,268
9 Dish	1,120
10 Megacable	1,115

Concilianet

Este fue el año de la consolidación de Concilianet, servicio que facilita el acceso y acerca el procedimiento conciliatorio mediante el uso de las tecnologías de la información: desde cualquier computadora con acceso a internet las 24 horas, los siete días de la semana, el consumidor puede presentar una queja relacionada con un bien o servicio para lograr una interacción en tiempo real con el proveedor y **Profeco** de manera rápida, segura y transparente.

A partir del 14 de diciembre de 2009, inició la etapa de despliegue nacional de Concilianet. Se incorporaron cinco nuevos proveedores para lograr un total de diez: Aeroméxico, Gas Natural de México, Hewlett-Packard (HP), Mercado Libre, Mixup, Office Depot, Sanborns, Sears, Telcel y Volaris.

A lo largo de 2009 se recibieron 310 quejas de consumidores por medio de Concilianet (casi el doble que en 2008) y lograron recuperarse 3 millones 605 mil pesos a favor de los consumidores, lo que representó un 96% de

conciliación, muy arriba del procedimiento conciliatorio tradicional, que alcanza un 77%. Además, gracias a Concilianet los consumidores ven disminuir considerablemente la duración del procedimiento a 34 días, mientras que la conciliación tradicional puede durar hasta 73 días.

Al alcanzar estas cifras, Concilianet ha logrado operar el procedimiento conciliatorio con mayor eficiencia y transparencia, aumentando los porcentajes de conciliación y el monto recuperado de las quejas recibidas. Por añadidura, se disminuye la duración del procedimiento conciliatorio. Así, mediante este servicio la institución fortalece su sistema de mejora continua, en beneficio de los consumidores.

En resumen, Concilianet es el primer procedimiento administrativo seguido en forma de juicio que se realiza completamente por medios electrónicos, lo que ha convertido a Profeco en la primera agencia de protección al consumidor en América Latina que desarrolla un módulo de solución de controversias mediante internet.

CONSUMIDORES SATISFECHOS CON CONCILIANET

TRATO AMABLE	96.6%
RESPETO DE HORARIOS	97.3%
CONCILIANET ES SEGURO Y CONFIABLE	96.6%
INSTRUCCIONES DEL SITIO CLARAS	93.2%
VOLVERÍA A UTILIZAR CONCILIANET	95.3%

Encuesta de satisfacción

En resumen, Concilianet es el primer procedimiento administrativo seguido en forma de juicio que se realiza completamente por medios electrónicos, lo que ha convertido a Profeco en la primera agencia de protección al consumidor en América Latina que desarrolla un módulo de solución de controversias mediante internet.

Procitel

El Programa de Citas por Teléfono tiene como finalidad que los consumidores pierdan el menor tiempo posible al solicitar alguno de los servicios de Profeco. Gracias a Procitel, los consumidores sólo tienen que llamar al Teléfono del Consumidor para solicitar una cita con el propósito de presentar una queja en la delegación correspondiente y evitarse de esta manera traslados, vueltas y gastos innecesarios.

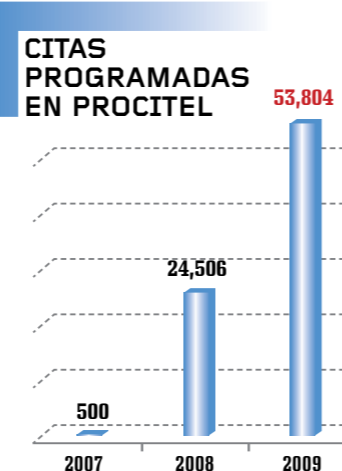
De enero a diciembre de 2009, se programaron 53 mil 804 citas, con un 47% de asistencia de los consumidores y en el 70% de estos casos la queja fue procedente. Así miles de consumidores ahorraron tiempo y dinero: en vez de tener que esperar en una fila para ser atendidos, sólo tuvieron que llegar 10 minutos antes de su cita con los documentos que, con anticipación, se les informó tenían que llevar,

lo cual también les evitó la molestia de tener que trasladarse de nuevo por falta de los documentos requeridos.

Dictámenes

Por medio de un dictamen, Profeco dota al consumidor de una herramienta que le brinda seguridad jurídica cuando no existen opciones viables de conciliación. Se trata de un documento jurídico que nos permite cumplir de manera más eficaz e integral con el compromiso de proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

En el dictamen se cuantifica el monto de la obligación incumplida a fin de que el consumidor pueda hacerlo valer en un juicio. Adicionalmente, se considera una bonificación que podrá ser desde 20% hasta 30% de acuerdo con el monto de la obligación contractual que se determine en el dictamen, dependiendo de las cantidades que el consumidor hubiera entregado al proveedor por el bien, producto o servicio contratado.



LOS 7 DICTÁMENES EMITIDOS EN 2009

Deutsche Bank	\$16,194,672
GM Bienes Raíces	\$1,523,121
Distribuidora O'Farril	\$489,462
Automotriz Universidad Copilco	\$150,452
Ocumé Muebles	\$103,285
Woodstyle Chalets Forever	\$67,731
Hogares Wow	\$65,000

Sumas determinadas a favor de los consumidores

Durante 2009 Profeco emitió siete dictámenes, en los cuales se determinó una suma total de 18 millones 593 mil 723 pesos a favor de los consumidores, cantidad muy superior a la registrada en 2008, que fue de 453 mil 271 pesos. De este modo, los consumidores beneficiados con tales dictámenes disponen ahora de un documento ejecutable ante los tribunales.

Admisión del primer dictamen Sky

En septiembre de 2008, Profeco emitió nueve dictámenes en contra de la proveedora Corporación Novavisión (Sky), gracias a los cuales quedó determinada como obligación incumplida a cargo de la proveedora la cantidad de 6 mil 214 pesos para cada consumidor afectado.

Como respuesta, Sky interpuso un juicio de amparo en el que reclamaba la inconstitucionalidad de los artículos 114 bis y 114 ter de la Ley Federal de Protección al Consumidor que facultan a Profeco para emitir dictámenes. Basado en esta consideración, Sky solicitó la suspensión definitiva del dictamen emitido por nuestra institución a efecto de no ser emplazado, requerido, embargado ni ejecutado por ninguna autoridad judicial.

El resultado: el juez de distrito determinó que Profeco sí está facultada para emitir dictámenes y que éstos constituyen un título ejecutivo no negociable, pues dicha facultad resolutoria y ejecutiva se advierte de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC).

Así, 2009 enmarcó uno de los logros más importantes en materia de protección a los consumidores: la primera admisión de demanda para la ejecución del "dictamen Sky" estableciendo un precedente de gran trascendencia en

los criterios de ejecución de los dictámenes, instrumento fundamental para una mejor defensa de los derechos de los consumidores.

Procedimientos por Infracciones a la Ley en Servicios

Otro de nuestros instrumentos esenciales es el llamado Procedimiento por Infracciones a la Ley (PIL), encaminado a sancionar a proveedores que realizan acciones contrarias a la Ley Federal de Protección al Consumidor. Para el área de Servicios, buena parte de estas infracciones consisten en incumplimientos de convenios, transacciones o laudos, así como en la difusión de publicidad engañosa.

En 2009 concluyeron 14 mil 900 PIL a escala nacional, con un monto total de multas a proveedores de 467 millones de pesos. Resultaron especialmente significativos los PIL resueltos por publicidad engañosa, pues alcanzaron un monto de multas de más de dos millones de pesos, un aumento importante en comparación con 2008.

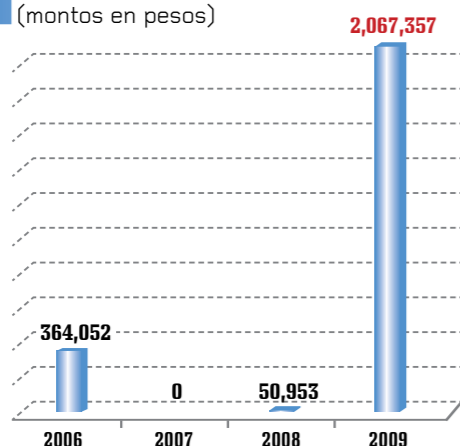
Entre los PIL de 2009, destacan dos casos por el número de consumidores afectados y las multas que la institución logró imponer: los relacionados con Neoskin y Aviaca.



111 mil 380 quejas se atendieron durante 2009. Además, se recuperaron 1,106 millones de pesos a favor de los consumidores.

MULTAS POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA

(montos en pesos)



» Caso Neoskin

Derivado del número de quejas interpuestas en las diversas unidades administrativas de **Profeco** en contra del proveedor Administración Laser, se determinó iniciar un PIL en contra de dicha empresa, conocida comercialmente como Neoskin. Así, el 4 de diciembre de 2009 se emitió una resolución administrativa en la cual se impuso una multa por la cantidad de 2 millones 100 mil pesos, sanción a la que se le sumaron dos multas más, impuestas el 11 de diciembre, por la cantidad de 3 millones 300 mil pesos.

» Caso Aviaca

El 3 de noviembre de 2009, se emitió la resolución por medio de la cual se impuso a la aerolínea en cuestión dos multas por un total de 1 millón 400 mil pesos. Además, el 9 de diciembre de 2009 se le impusieron dos sanciones económicas más por un monto de 5 millones de pesos. Lo anterior, debido a que Consorcio Aviaxsa (su nombre formal) no cumplió en su conjunto con los precios, tarifas, garantías, intereses, cargos, plazos, términos, fechas, modalidades y reservaciones, entre otras condiciones originalmente ofrecidas a los consumidores.

En cuanto Aviaca tuvo que suspender operaciones, evidentemente no prestó los servicios de transportación aérea en los términos que ofreció a los consumidores reclamantes, por lo que también transgredió el artículo 42 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Orientación y asesoría

Fomentar la cultura del consumo inteligente y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores son parte de la misión de **Profeco**. Por tal razón, consideramos que la orientación y la información sobre los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado y las prácticas de los proveedores resultan primordiales para alcanzar su meta. En la medida que la información otorgada a los ciudadanos sea de calidad, oportuna y veraz, las relaciones de consumo resultarán mucho más equitativas, pues así el consumidor se incentiva a tomar mejores decisiones.

En la actualidad, **Profeco** proporciona orientación y asesoría por medio de diferentes canales de atención: personal, telefónica, vía fax, por correo electrónico y por internet. Con estas herramientas, nuestra institución optimiza los recursos tecnológicos y humanos con los que cuenta para generar así un servicio de mejor calidad y eficiencia al que tengan acceso todos los consumidores.

Durante 2009, **Profeco** atendió 555 mil 911 consultas, lo que significa que dio respuesta a más de 1,500 personas diariamente. Por ejemplo, recibimos 11 mil 541 consultas sobre el comportamiento comercial de diversos proveedores, en las que el promedio de tiempo de respuesta fue de tres días.

SERVICIO	USUARIOS ATENDIDOS
Teléfono del Consumidor (información, asesoría, citas y denuncias)	419,324
Buró comercial de Profeco	79,559
Asesoría (correo electrónico, fax y escritos)	40,488
Módulos de asesoría e información (Cuaresma, vacaciones, regreso a clases y decembrino)	1,846
Comportamiento comercial	11,541
Centro integral de servicios (DGQC / asesoría)	3,153
Total	555,911

Sin contemplar las proporcionadas a través del Teléfono del Consumidor, este año la institución brindó 40 mil 488 asesorías, de las cuales 98% fueron por correo electrónico, vía por la cual el promedio de tiempo de respuesta fue de dos días. Los principales motivos de asesoría por e-mail fueron: incumplimiento en el plazo

de entrega del bien o servicio, orientación sobre servicios financieros, negativa a la entrega del bien o servicio y negativa a hacer efectiva la garantía.

Teléfono del Consumidor

En 2010, el Teléfono del Consumidor cumplirá 30 años de ser el vínculo más reconocido y emblemático de **Profeco**, gracias a los servicios que ofrece. Por ejemplo, cualquier persona

ASESORÍAS*

Correo electrónico de particulares	39,795
Escritos de particulares	175
Medios de comunicación	128
Atención a instituciones de gobierno	390

*Sin contemplar el Teléfono del Consumidor

puede comunicarse de lunes a domingo y preguntar los precios de más de 2 mil artículos (que se venden en 1,200 tiendas de 26 ciudades del país), solicitar los resultados de los estudios de calidad realizados por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor para la *Revista del Consumidor*, denunciar los comportamientos abusivos de diversos proveedores, solicitar una asesoría y programar una cita para presentar una queja contra un proveedor por medio de Procitel, saber quién es quién en el envío de

dinero, suscribirse a la *Revista del Consumidor* y pedir las recetas de las Tecnologías Domésticas Profeco o los Platos Sabios Profeco.

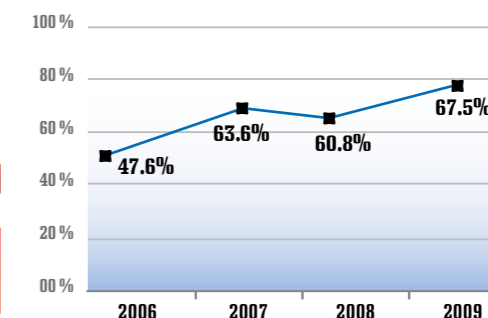
A lo largo de 2009, el Teléfono del Consumidor sirvió a más de 419 mil usuarios, incrementando a poco más de 1,500 el promedio de llamadas atendidas de lunes a viernes (para fines de semana y días festivos, el promedio fue de 284 llamadas), y manteniendo por debajo de 2.5% las llamadas no atendidas (porcentaje de abandono). En cuanto al nivel del servicio, es decir, el porcentaje de llamadas que se contestan en los primeros diez segundos, éste se ha incrementado en 20% desde 2006.

El Teléfono del Consumidor recibió 5 mil 134 denuncias (gasolineras, tiendas de abarrotes, camiones repartidores de gas y farmacias fueron los giros más denunciados), brindó 134 mil 137 asesorías y atendió 285 mil 187 solicitudes de información. El Teléfono del Consumidor está al alcance de todos: sólo hay que marcar el 5568 8722 (en el DF y área metropolitana) o el

LLAMADAS ATENDIDAS



NIVEL DE SERVICIO



Porcentaje de llamadas que se contestan en los primeros diez segundos



01 800 468 8722 (en el interior de la República) para recibir la mejor orientación y contar con la información para realizar un consumo inteligente.

Módulos de atención

Durante Semana Santa, el verano y la época decembrina, que se caracterizan por ser temporadas de alto consumo, **Profeco** instaló módulos de información y asesoría mediante los cuales se atendió a 1,846 consumidores en las terminales 1 y 2 del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México. Lo anterior resultó en la recuperación de más de un millón de pesos a favor de los consumidores por medio de la conciliación, lo que representa el 99.5% del total reclamado.

Gracias a la presencia de **Profeco** con los módulos de temporada, se logró apoyar de manera oportuna a los pasajeros que vieron afectados sus derechos, ya que la solución del problema se realiza en el mismo momento por medio del mecanismo de conciliación inmediata.



Buró Comercial

A partir de 2009 se puede consultar en el Buró Comercial la totalidad de proveedores con quejas y procedimientos iniciados durante el año ante **Profeco**, así como los contratos de adhesión registrados. Lo anterior representa un avance de gran importancia, ya que la información del comportamiento de los establecimientos comerciales permite a los consumidores realizar elecciones de compra más inteligentes.

Durante el año, se realizaron 79 mil 559 consultas en el Buró Comercial. De este modo, miles de consumidores lograron conocer el comportamiento comercial de cientos de proveedores desde la página en internet de nuestra institución, sin tener que realizar ningún trámite. Conocer datos sobre el número de quejas, el porcentaje de conciliación, los procedimientos por infracciones a la ley, las multas impuestas y los montos de las mismas, son algunos de los beneficios que los ciudadanos obtienen por medio de esta herramienta.

Códigos de autorregulación

■ Dentro de nuestra voluntad renovada por trabajar a favor de una publicidad que no atente contra los derechos de los consumidores, la autorregulación de la industria es una línea destacada, que se cristaliza en la creación de códigos compartidos.

Código PABI

En septiembre de 2008, 19 empresas de la industria relacionadas con los sectores de alimentos y bebidas, así como cinco organismos empresariales, firmaron el Código de Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas dirigidas al Público Infantil (Código PABI). Hecho sin precedentes, ya que se trató del primer código de autorregulación publicitaria en México. **Profeco** intervino en el proceso de redacción de este código cuyo principal objetivo es coadyuvar en el combate contra el sobrepeso y la obesidad en los niños.

Empresas de alimentos y bebidas no alcohólicas, las cuales representan alrededor del 70% de la inversión publicitaria del sector, se comprometieron a realizar una publicidad responsable dirigida a niños, haciendo de ésta una herramienta para el fomento de una alimentación correcta y la práctica habitual de la actividad física, contribuyendo así al desarrollo de soluciones integrales para hacer frente al sobrepeso y la obesidad.

A los seis meses de su entrada en vigor, el 1 de enero de 2009, el Código PABI fue motivo de una evaluación en relación con sus resultados. La evaluación, en la que participó activamente **Profeco**, se llevó a cabo a través de cinco reuniones de trabajo en las cuales se plantearon los siguientes objetivos:

1 Evaluar los resultados del código en términos de su objetivo central: combatir la obesidad infantil.

2 Identificar las modificaciones necesarias al código.

3 Establecer una posición de gobierno conjunta respecto al ejercicio de autorregulación y, en particular, sentar un antecedente sobre las reglas que deben definirse para cualquiera de estos esquemas

En reuniones con el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar), organismo encargado de vigilar y sancionar el cumplimiento del código, fueron presentadas las conclusiones de la evaluación semestral del Código PABI, las cuales pueden resumirse en las siguientes propuestas de modificación:

1 Revisar el objetivo para enfatizar el mensaje de hábito saludable (alimentación correcta y estilo de vida activo).

2 Reconsiderar la edad de aplicación (menores de 18 años).

3 Analizar las restricciones de horario (el código contiene una interpretación que ha originado que ciertos horarios no se abarquen porque el medio o programa no es "preponderantemente infantil").

4 Considerar que las promociones deberán ocupar un lugar secundario.

Independientemente de los esfuerzos que se realizan para alcanzar un Código PABI que satisfaga el objetivo de coadyuvar en el combate del peso y la obesidad de niños, **Profeco** continúa sus acciones de autoridad relacionadas con la investigación y sanción de publicidad engañosa o abusiva prohibida expresamente por la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Código de productos cosméticos

El 9 de noviembre de 2009, **Profeco** y la Cámara Nacional de la Industria de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocador e Higiene (Canipe), presentaron el Código de Autorregulación y Ética Publicitaria para Productos Cosméticos (Cosmep), el cual representa una gran oportunidad para mejorar los mensajes publicitarios de los productos cosméticos en beneficio de los consumidores.

El Cosmep está enfocado a todas las empresas de la industria cosmética y es un instrumento que permitirá desarrollar una actividad publicitaria dirigida al consumidor (mediante cualquier medio, ya sea éste



audio, video o impreso) basada en principios éticos, para promover el conocimiento y comprensión de los beneficios, alcances y uso correcto de los productos cosméticos, con el propósito final de proteger al consumidor contra formas de comunicación engañosas o abusivas.

La principal consideración para la firma de este código es el compromiso que tiene cada una de las empresas con sus consumidores, quienes deben tener la certeza de que los productos que consumen son seguros y que la publicidad dirigida a ellos es honesta, legal, veraz y comprobable.

Los miembros de la Canipe y demás empresas que se adhieran al Cosmep se comprometen a cumplir con sus lineamientos, que incluyen algunos principios como legalidad, honestidad, veracidad, dignidad, justa competencia, salud y bienestar, protección a la infancia y responsabilidad social. Se busca que dichos principios sean la directriz, por ejemplo, en el ofrecimiento de garantías y promociones, y que se expresen en la creación de publicidad que siempre se identifica como tal y que no explota el prestigio de un tercero, aprovechándose de su buena fe.

Los beneficios del Cosmep (que entrará en vigor el 10 de mayo de 2010) serán evidentes debido a que cualquier organización civil no gubernamental o persona que considere que se violan los compromisos contenidos en el Cosmep, podrán presentar una inconformidad ante el Conar.

Contratos de adhesión en línea

Toca el turno al papel que juegan los proveedores. Empecemos con los contratos de adhesión: los documentos que contienen cláusulas elaboradas únicamente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o a la prestación de un servicio. La revisión, registro y análisis de los modelos de contratos de adhesión presentados por los proveedores, con el fin de evitar que contengan cláusulas abusivas, lesivas o inequitativas, es parte fundamental de la protección de los derechos del consumidor que realizamos.

De enero a diciembre de 2009 se registraron ante **Profeco** 7 mil 311 modelos de contratos de adhesión, de los cuales 6 mil 925 fueron de carácter obligatorio y 386 de carácter voluntario por parte de los proveedores.

Pero quizá el logró más importante de nuestra institución al respecto, en 2009, es la concepción y preproducción del Registro de Contratos de Adhesión en Línea (RCAL), un servicio mediante el cual los proveedores de bienes y servicios podrán realizar el trámite de registro de sus modelos de contratos de adhesión completamente en línea, a través de una computadora con conexión a internet.

La idea es que en el sitio rcal.profeco.gob.mx diversos proveedores puedan iniciar y dar seguimiento a sus solicitudes de registro, lo que les significará grandes beneficios, entre ellos: ahorrar costos de traslado, pues el proveedor no tiene que acudir a una oficina de **Profeco**; evitar la entrega de documentación física, ya que todos sus documentos los sube al sitio en formato electrónico, y reducir significativamente el tiempo de entrega del contrato registrado, pues el trámite en línea será rápido, sencillo y transparente.



Con la implementación de la plataforma informática del RCAL, que comenzará operaciones a principios del próximo año, **Profeco** da un paso significativo en apoyo a los proveedores para que cumplan con las normas y con sus obligaciones para con los consumidores: cuando un proveedor realiza el registro de su modelo de contrato de adhesión ante **Profeco**, los consumidores tienen la certeza de que los contratos que suscriben han sido previamente revisados, lo que representa una efectiva protección a sus derechos.

Registro Público de Consumidores

El sistema es simple: **Profeco** inscribe gratuitamente los números telefónicos (de casa, oficina, fax o celular) de consumidores de todo el país que deseen restringir la utilización de este medio a los proveedores o empresas con fines mercadotécnicos o publicitarios que no hayan sido expresamente solicitados.

Toda la información y registro de contratos de adhesión, con la inmediatez de internet.

Así, las empresas y proveedores están obligados a abstenerse de llevar a cabo acciones de ofrecimiento, venta y publicidad de productos o servicios a los consumidores inscritos en el Registro Público de Consumidores (RPC).

En 2009, el RPC inscribió 27 mil 615 números telefónicos de ciudadanos que no desean recibir llamadas o mensajes de texto con fines de mercadotecnia y publicidad. De igual forma, el RPC recibió 543 denuncias por parte de consumidores cuyo número telefónico se encuentra inscrito y que aun así recibieron llamadas publicitarias no deseadas por parte de los proveedores. Los principales sectores que acapararon las denuncias fueron el de telecomunicaciones con 67%, el comercial con 25% y el sector turismo con 7%. Como consecuencia de estas acciones, el RPC recaudó durante este año más de 2 millones 282 mil pesos en sanciones a proveedores que realizaron llamadas a números inscritos en el RPC.

El RPC es la herramienta institucional que permite hacer valer de manera puntual el derecho de protección de información de los consumidores en materia de mercadotecnia y publicidad, haciendo efectivo su registro con una llamada desde el número telefónico que desea inscribir a los números del RCP: desde la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey 9628 0000 y 01 800 962 8000 para el resto de la República.

Las llamadas publicitarias inoportunas, como las plasmó el cómic *Consumán*.



Promecabise

El Programa de Mejoramiento de la Calidad de Bienes y Servicios (Promecabise) tiene como uno de sus objetivos identificar los principales motivos de queja y establecer, mediante acciones conjuntas con los proveedores, medidas preventivas que propicien su solución, reforzando la conciliación inmediata.

Por medio de Promecabise buscamos elevar la calidad de los bienes y servicios que proporcionan estos proveedores, así como prevenir y proponer soluciones a la problemática en relaciones de consumo.

Durante 2009 el programa se materializó, por ejemplo, en una serie de reuniones de trabajo con la Comisión Federal de Electricidad en las delegaciones Campeche, Guanajuato, Guerrero y Veracruz. Además, iniciamos un proyecto llamado "de conciliación inmediata" con Telcel y otro de "conciliación virtual" con Gas Natural.

Promecabise demuestra que con el concurso de los proveedores existen más garantías para "sanear" las relaciones de consumo. ■

LAS 10 EMPRESAS MÁS DENUNCIADAS EN EL RPC

EMPRESA	DENUNCIAS
Alestra	146
Telmex	63
Marcatel	40
Movistar	30
Grupo Dish	24
Medical Home	18
Axtel	13
Megacable	13
Telcel	13
Sam's Club	11

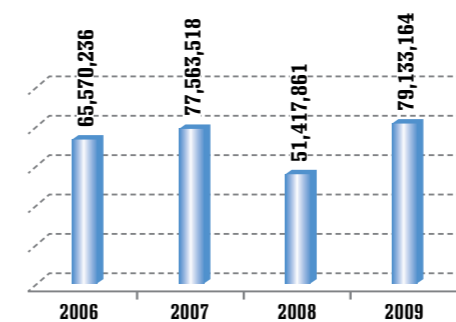
VERIFICACIÓN



Verificación de establecimientos comerciales

Para evitar que proveedores de bienes y servicios cometan prácticas abusivas en contra de los consumidores, durante 2009 **Profeco** realizó más de 78 mil visitas de verificación que dieron como resultado 15 mil 557 Procedimientos por Infracciones a la Ley. A partir de ellos, se emitieron 14 mil 734 resoluciones administrativas que se tradujeron en sanciones a proveedores por 79.1 millones de pesos, 54% superior al alcanzado en 2008. Aunque múltiples factores inciden en el monto total de multas, tal llamativo aumento puede explicarse, justamente, por el mayor número de resoluciones emitidas con respecto al año anterior, reflejo de la mejora en los tiempos procesales.

MONTO DE SANCIONES A ESTABLECIMIENTOS (pesos)



Operativos especiales

Los operativos especiales de verificación, claro ejemplo del trabajo interinstitucional coordinado y proactivo a favor de los derechos de los consumidores, cobraron especial importancia en 2009 por un tema sensible: la alerta sanitaria provocada por la influenza, contingencia que puso a prueba la capacidad de respuesta del país y, por supuesto, de nuestra institución.

» Virus de la Influenza AH1N1

Como respuesta ante la emergencia epidemiológica, y consciente de que la adquisición de productos para proteger la salud se convirtió en una práctica crítica para la población, **Profeco** realizó, a partir del 24 de abril de 2009, 2 mil 217 visitas de verificación a farmacias de todo el país. Se vigiló, principalmente, que exhibieran



El 10 de septiembre de 2009, en Jalisco, Profeco destruyó más de 48 mil litros de bebidas alcohólicas adulteradas y falsificadas. Todas ellas constituían un riesgo para la salud de los consumidores.

y respetaran los precios de productos como cubrebocas y medicamentos, además de que no negaran o condicionaran la venta de productos. Asimismo, Profeco trabajó de manera conjunta con la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) para fortalecer la vigilancia respecto de la existencia y comercialización de medicamentos con las sustancias activas oseltamivir y zanamivir, ofrecidas como medida de prevención y control del brote de influenza. Posteriormente, se realizaron acciones de verificación sobre los casos de comercialización de la vacuna pandémica contra la influenza AH1N1; la práctica perjudicaba claramente a los consumidores, toda vez que la venta de la vacuna estaba prohibida, pues su manejo y distribución corría exclusivamente a cargo de la autoridad sanitaria.

»Destrucción de bebidas alcohólicas adulteradas

El 10 de septiembre de 2009, en Jalisco, se llevó a cabo la destrucción de más de 48 mil litros de bebidas alcohólicas adulteradas y falsificadas que constituían un riesgo enorme para la salud e incluso la vida de los consumidores. En el contexto de este acto, tuvo lugar el Operativo Especial de Verificación y Vigilancia instrumentado en la reconocida Ruta del tequila del estado, en el que se logró la verificación de más de 5 millones de litros de bebidas alcohólicas.

Estas acciones son sólo una muestra representativa de los frutos rendidos por las más de mil 500 visitas de verificación practicadas durante 2009 a fabricantes, importadores, distribuidores y comercializadores de bebidas alcohólicas. Todas ellas cumplen con la misión de vigilar que la Ley Federal de Protección al Consumidor y las Normas Oficiales Mexicanas aplicables sean respetadas y observadas.

Otros resultados relevantes de los operativos contra bebidas alcohólicas adulteradas fueron la verificación de otros 3.5 millones de productos, la inmovilización de cerca de 100 mil envases y 24 mil litros de alcohol a granel, así como 146 proveedores sujetos a procedimientos administrativos por infracciones a la ley.

»Destrucción de juguetes réplicas de armas de fuego

El 8 de diciembre de 2009, Profeco llevó a cabo la destrucción de alrededor de 4 mil 200 juguetes réplicas de armas de fuego, acto público en el cual nuestra institución refrendó su compromiso para evitar que se ponga en riesgo la seguridad de los ciudadanos. Hay que tomar en cuenta que este tipo de productos frecuentemente son utilizados en la comisión de delitos, debido a su gran similitud con las armas



de fuego reales. Lo anterior apenas ilustra lo realizado durante el último año en este rubro. El balance general 2009 revela que Profeco, tras 26 acciones de verificación efectuadas en coordinación con las secretarías de Seguridad Pública estatales y del Distrito Federal, logró el aseguramiento e inmovilización de 7 mil 580 juguetes nocivos de este tipo.

»Luces navideñas

Durante 2009 se mantuvo comunicación inmediata entre Profeco y la Administración General de Aduanas con el fin de detener la entrada al país de series de luces navideñas que, por defectos de fabricación o deficiente aplicación de normas de seguridad, entre otros, pudieran constituir un riesgo a la seguridad de los consumidores. El resultado: se logró la inmovilización inmediata de más de 10 mil series de luces navideñas.

»Andaderas y corrales

A partir del 12 de marzo de 2009, se llevó a cabo un operativo de verificación de la calidad de 15 mil 427 andaderas y 3 mil 338 corrales. Gracias a esta acción, instrumentada en 13 estados y el Distrito Federal, se logró alertar a los consumidores sobre cuatro modelos de andaderas y un modelo de corral que presentaban problemas de seguridad. Por supuesto, su comercialización en el país fue prohibida.

»Autofinanciamientos

Profeco realizó un total de 25 visitas de verificación a establecimientos que ofrecen al público sistemas de autofinanciamiento. Nueve de ellos no acreditaron la autorización de la Secretaría de Economía para operar la integración de grupos de consumidores y no contaban con el contrato de adhesión registrado ante la Procuraduría. Debido a esto, fueron emplazados a procedimiento administrativo y se les colocaron sellos de advertencia por persistir en los incumplimientos.

»Televisión por cable

Nuestra institución realizó un total de 24 verificaciones a empresas que ofrecen este servicio de creciente demanda. Seis de ellas fueron sujetas a procedimientos administrativos, pues cometieron infracciones tales como la no exhibición de los montos totales a pagar, el incumplimiento de ofertas anunciadas y la difusión de información deficiente, es decir, que induce a errores o confusión en los consumidores.



»Purificadoras de agua

En febrero de 2009, Profeco encabezó un operativo especial a plantas purificadoras de agua para su comercialización en Saltillo, Coahuila, y Matehuala, San Luis Potosí. Se realizaron 21 verificaciones. El resultado: mil 252 inmovilizaciones de envases de producto, de un total de mil 272 verificados; es decir, el 98% de los productos verificados ostentaban información comercial fuera de normatividad. Gracias a este antecedente, Cofepris procedió a la clausura de tres plantas purificadoras.

Programas nacionales de verificación

Para alcanzar una mayor cobertura y efectividad, se pusieron en marcha los Programas Nacionales de Verificación y Vigilancia de carácter anual y con cobertura nacional. A continuación, los principales resultados:

»Productos básicos

A fin de evitar prácticas que pudieran afectar la economía de los consumidores, durante 2009 Profeco realizó 15 mil 662 visitas de verificación a giros con venta de productos básicos, como tortillerías, abarrotes, carnicerías, pollerías, panaderías, expendios de huevo, entre otros. A partir de estas verificaciones se emplazaron 3 mil 987 establecimientos a procedimientos administrativos, provocados por tres tipos principales de infracciones: la no exhibición de precios, incumplimientos en el ajuste de instrumentos de medición y la venta de kilos incompletos.



PROGRAMAS ESPECIALES DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA 2009

	PERIODO DEL PROGRAMA	VISITAS DE VERIFICACIÓN	EMPLAZADOS A PROCEDIMIENTO	PRODUCTOS VERIFICADOS	PRODUCTOS INMOVILIZADOS	INSTRUMENTOS VERIFICADOS
Día del Amor y la Amistad	13-14 de febrero	722	79	79,176	978	42
Cuaresma y Semana Santa	25 de febrero-11 de abril	2,868	305	2,245,682	14,194	671
Día del Niño	25-30 de abril	47	2	1,938	5	6
Día de las Madres	6-10 de mayo	77	16	5,967	123	623
Regreso a clases y escuelas particulares	13 de julio-24 de agosto	2,571	409	3,722,677	110,578	104
Fiestas patrias	10-15 septiembre	541	84	41,224	1,052	104
Día de Muertos	28 de octubre-2 de noviembre	893	103	87,340	1,094	157
Fiestas decembrinas	14 de diciembre-6 de enero (2010)	2,773	324	492,668	492,668	758

Profeco realizó 15 mil 662 visitas de verificación a giros con venta de productos básicos, como tortillerías, abarrotes, pollerías, carnicerías, panaderías y expendios de huevo, entre otros.

»Sector vacacional y turístico

En los periodos de mayor demanda vacacional (Semana Santa, verano y fin de año) se centraron acciones de verificación en zonas de balnearios y destinos de playa, así como en ciudades coloniales y durante festividades regionales como la Feria de San Marcos y la Guelaguetza. Además, se realizaron 4 mil 466 visitas de verificación a giros como agencias de viajes, hoteles, tiempos compartidos, balnearios, restaurantes y discotecas. A partir de ellas, se emplazaron a 675 establecimientos para iniciarles procedimientos administrativos por infracciones a la ley.

»Casas de empeño

Es destacable que como resultado de 712 visitas de verificación a casas de empeño, se haya emplazado a 284 establecimientos para iniciarles procedimientos administrativos, pues incumplieron con la ley y la normatividad de diversas formas. Mencionaremos algunas de ellas: no informaron sobre el procedimiento para el desempeño de las prendas, las condiciones ni el porcentaje del préstamo conforme al avalúo de la prenda o no registraron su contrato de adhesión ante Profeco. A partir de estos procedimientos, en 2009 se emitieron 256 resoluciones administrativas mediante las cuales se impusieron en su conjunto sanciones económicas por más de 2 millones de pesos.

»Prestadores de servicios varios

La variedad de giros comerciales a los que Profeco presta atención es grande. Como muestra, se realizaron 197 visitas de verificación a prestadores de servicios como lavanderías, talleres mecánicos, salones de eventos infantiles y reparación de electrodomésticos, entre otros. Un total de 91 establecimientos de este conjunto fueron sometidos a procedimientos por infracciones a la ley, pues carecían del registro de contrato de adhesión y no exhibían sus tarifas a los consumidores.



Verificación de Normas Oficiales Mexicanas

Profeco, por conducto de su Subprocuraduría de Verificación, mantiene una participación constante en el proceso de propuesta, revisión, actualización, aprobación y vigilancia de las NOM relacionadas con la compra de bienes, productos y prestación de servicios. Durante 2009 se participó en la elaboración de cinco nuevas NOM y en la modificación de otras 20.

»Jugos de fruta

Mención especial merece la publicación y entrada en vigor de la NOM-173-SCFI-2009, *Jugos de frutas preenvasados-Denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba*, resultado de hallazgos por parte del Laboratorio Nacional de



Protección al Consumidor, el cual concluyó que los fabricantes e importadores de este tipo de productos sustituían hasta en más del 60% los azúcares propios de la fruta mediante la adición de otros edulcorantes. Ahora, esta NOM establece que sólo podrá ostentarse en la etiqueta la palabra “jugo” cuando el producto sea obtenido al exprimir frutas en buen estado, debidamente maduras y frescas, sometido al tratamiento adecuado que asegure su conservación en el envase. Así, a partir del 28 de octubre de 2009, los azúcares y edulcorantes en los jugos están prohibidos. Ese mismo día, Profeco inició un operativo de verificación que se enfocó en los fabricantes e importadores de jugos, inmovilizando a aquellos que incumplieron con la norma.

»Lotes de autos

Nuestra institución participó en la modificación de la Norma Oficial Mexicana NOM-122-SCFI-2010, *Prácticas comerciales-Elementos normativos para la comercialización y/o consignación de vehículos usados*, al compartir su experiencia en la verificación de este tipo de establecimientos comerciales y proporcionar información estadística que permitió identificar los principales abusos de los que son objeto los consumidores. Una vez que entre en vigor la NOM 122 en 2010, será vigilada por Profeco en establecimientos y en todos los lugares en donde se lleve a cabo la práctica.

»Inodoros y regaderas

A partir de diciembre de 2009, la Procuraduría se encarga de la vigilancia de la NOM-008-CO-NAGUA-1998, *Regaderas empleadas en el aseo corporal-Especificaciones*, y de la NOM-009-CO-NAGUA-2001, *Inodoros para uso sanitario-Especificaciones y métodos de prueba*. En coordinación con la Comisión Nacional del Agua, Profeco inició el operativo de verificación y vigilancia de inodoros que se fabrican e importan en territorio nacional. Como resultado de 245 verificaciones, se emplazaron a 22 establecimientos para iniciar procedimientos administrativos por infracciones. En total, se verificaron más de 97 mil unidades de productos de 24 marcas. Cabe destacar la inmovilización de cerca de 3 mil unidades.



Además, se colaboró con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social en la revisión y adecuación para la vigilancia de tres NOM:

- 1 NOM-113-STPS-2009, *Equipo de protección personal-Calzado de protección-Clasificación, especificaciones y métodos de prueba*.
- 2 NOM-115-STPS-2009, *Cascos de protección-Especificaciones, métodos de prueba y clasificación*. Su nombre se modificó de esta manera: *Seguridad-Equipo de protección personal-Cascos de protección industrial*.
- 3 NOM-116-STPS-2009, *Respiradores purificadores de aire de presión negativa contra partículas nocivas-Especificaciones y métodos de prueba*.

Acuerdo sobre publicidad comparativa

Profeco publicó, en el Diario Oficial de la Federación del 19 de octubre de 2009, el Acuerdo por el que se establecen los lineamientos de información o publicidad comparativa en materia de precios de bienes, productos o servicios, instrumento que regulará la comparación de precios a fin de que la información que se dé a conocer a los consumidores sea completa, clara y veraz para una mejor toma de decisiones de consumo, además de generar un ambiente competitivo entre proveedores. De esta manera, se busca lograr mejores condiciones, precios y calidad en beneficio del consumidor. Estos son algunos extractos:

- 1 La información o publicidad comparativa de precios debe realizarse respecto de bienes, productos o servicios idénticos.
- 2 La comparación de precios puede realizarse en punto de venta o difundirse por televisión, radio, internet, prensa o cualquier otro medio o forma.
- 3 Deberán existir documentos que respalden la comparación de precios.
- 4 No se podrán comparar bienes o productos perecederos no preenvasados.
- 5 Serán posibles las comparaciones de paquetes de precios de bienes, productos o servicios, siempre y cuando tengan el mismo contenido.
- 6 La vigencia de la información o publicidad comparativa de precios no excederá de cinco días, contados a partir de aquél en que se hubiese realizado la compra o la constatación realizada mediante fe pública.

El acuerdo, que entra en vigor el 17 de enero de 2010 (fecha a partir de la cual Profeco se hará cargo de la verificación y vigilancia del mismo), será una importante herramienta para evitar prácticas comerciales que afecten los derechos del consumidor y, de ser necesario, para aplicar las sanciones correspondientes.

Verificación de combustibles

La Procuraduría mantiene un programa permanente de verificación, con presencia en toda la República Mexicana, para constatar que el comportamiento comercial de las gasolineras sea congruente con las disposiciones normativas aplicables en la materia, de acuerdo con la competencia y responsabilidad de nuestra institución.



La nueva Norma Oficial Mexicana de jugos se fundamentó en hallazgos del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.

Señalaremos algunos renglones generales que son verificados mediante este programa:

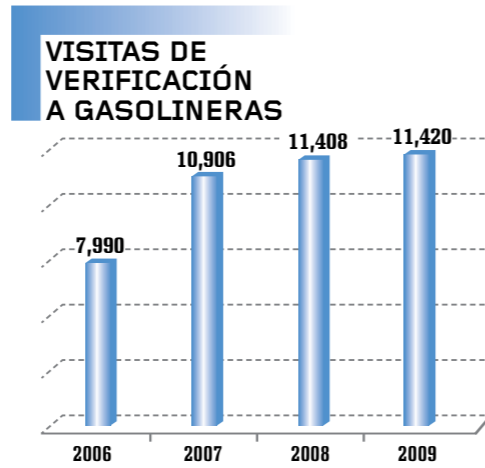
- 1 Aspectos comerciales. Por ejemplo, la revisión del precio del combustible.
- 2 Aspectos documentales, es decir, los referentes a la aprobación del modelo o del prototipo de los instrumentos de medición.
- 3 Aspectos volumétricos. Se constatan físicamente las cantidades que se despachan de acuerdo con lo solicitado.
- 4 Aspectos electrónicos. Revisión de que los componentes electrónicos del instrumento

de medición no hayan sido alterados.

- 5 Aspectos de calidad de producto y de seguridad que podrían poner en riesgo la vida o la salud de los consumidores.

A lo largo del año se realizaron 11 mil 420 visitas de verificación en estaciones de servicio. En más del 31% de ellas se encontró algún tipo de irregularidad. Además, se verificaron 122 mil 912 instrumentos de medición; en poco más de 10 mil se aplicó la medida precautoria de inmovilización. De este modo, **Profeco** logró en 2009 verificar alrededor del 94% de las 8 mil 713 gasolineras existentes en el país.

Más del 6% de las inmovilizaciones se realizaron a causa de anomalías volumétricas (se detectó que se despachaba menos de la cantidad solicitada) y en casi 19% de los casos dichas irregularidades fueron provocadas por alteraciones de las partes electrónicas de los instrumentos de medición.



»Supervisión de brigadas

Nos referimos al fortalecimiento de las actividades de supervisión sobre el personal de **Profeco** que realiza verificaciones. En 2009 se realizaron 167 supervisiones a brigadas de verificación en campo, lo que significó un incremento de un 15% respecto a 2008. La intención es constatar la correcta aplicación de los procedimientos definidos por la institución y por las disposiciones jurídicas, así como garantizar que las visitas de verificación sean en verdad un mecanismo eficiente en la vigilancia del cumplimiento de las disposiciones jurídicas aplicables a este mercado.

»Quién es Quién en gasolineras

Para ofrecer información que sirva como referencia en decisiones de consumo, se continuó con la actualización constante en el sitio institucional profeco.gob.mx del programa Quién es

La labor de **Profeco** fue clave en la creación del **Acuerdo sobre publicidad comparativa**.

Profeco logró durante 2009 **verificar 94% de todas las gasolineras existentes en el país**.

Quién en las gasolineras. En esta publicación se puede consultar el resultado de las visitas de verificación hechas a las estaciones de servicio del país; así, el consumidor cuenta con un medio de orientación sobre el comportamiento de las empresas que comercializan gasolina y diesel.

VERIFICACIONES VS. ESTACIONES DE SERVICIO

	ESTACIONES DE SERVICIO	VERIFICACIONES REALIZADAS
2005	6,988	4,689
2006	7,486	7,990
2007	7,788	10,906
2008	8,057	11,408
2009	8,713	11,420

»El alcance

La cobertura anual de verificación que **Profeco** desarrolla en el mercado de combustibles se ha mantenido en los últimos años, a pesar de que se ha registrado un incremento constante en el número de gasolineras. En 2005, por ejemplo, se encontraban registradas 6 mil 988 estaciones de servicio, mientras que para 2009 el número de establecimientos alcanzó los 8 mil 713.

Gas LP

El gas LP representa uno de los principales motores de la economía de nuestro país, ya que a través de la red nacional de distribuidores y mediante más de mil 300 plantas de almacenamiento y distribución del energético, es posible que aproximadamente 80 millones de mexicanos satisfagan sus necesidades de este recurso, ya sea para uso residencial, industrial, comercial o de servicios.

A efecto de coadyuvar en los esfuerzos por proteger la economía de los consumidores en relación con este producto estratégico, el programa permanente de verificación del gas que realiza **Profeco** comprende la realización de las siguientes actividades:

- 1 Visitas integrales de verificación a plantas de almacenamiento y distribución de gas LP.
- 2 Verificación en vía pública a vehículos distribuidores de cilindros que contienen gas LP.
- 3 Verificación de autotanques.
- 4 Verificación de básculas.

Para 2009, como consecuencia de las verificaciones a raíz de denuncias de consumidores o como parte del programa de trabajo de **Profeco**, se llevaron a cabo poco más de mil visitas de verificación a plantas de almacenamiento y distribución de gas LP. En 683 de ellas se detectaron irregularidades de algún tipo, lo que implica aproximadamente el 65% de los casos.

686 vehículos distribuidores de cilindros portátiles de gas LP en la vía pública fueron inmovilizados.



TONELADAS DE A TONELADA

Para que los consumidores reciban la cantidad por la que pagan, todo proveedor que cuente con instrumentos de medición puede solicitar la calibración, de carácter obligatorio y anual, de los mismos ante **Profeco**. Al respecto, durante 2009, se realizaron 70 mil 689 verificaciones para ajuste por calibración, alcanzando la cifra de más de 212 mil instrumentos calibrados.

Por otro lado, es importante recordar que, con el objetivo justamente de promover acciones preventivas de vigilancia en básculas de más de 5 toneladas (también denominadas de alto alcance), nuestra institución adquirió un equipo patrón de medición, que consiste en una serie de pesas de 500 y 1,000 kg y un camión tara, gran vehículo con grúa hidráulica articulada para su transporte.



En el periodo se aplicaron multas por **cerca de 164 millones de pesos** en contra de malos proveedores de combustibles y gasolinas.

Adicionalmente se verificaron 12 mil 526 vehículos distribuidores de cilindros portátiles de gas LP en la vía pública, de los cuales 686 fueron inmovilizados.

En el año se verificaron 2 mil 441 autotanques y se inmovilizaron 331. También se verificaron 114 mil 308 cilindros portátiles que contienen gas LP y, en este caso, se realizaron 30 mil 137 inmovilizaciones, provocadas principalmente por el hallazgo de faltantes en el contenido. A su vez se verificaron 9 mil 48 básculas utilizadas por los proveedores para el llenado de recipientes portátiles; se inmovilizaron 740 por demostrar alguna irregularidad.

Adicionalmente, se colaboró con la Secretaría de Energía y la Secretaría de Economía en los grupos de trabajo para la revisión de normatividad aplicable en la comercialización del gas LP. Además, con el objetivo de mantener actualizado al personal que lleva a cabo las labores de verificación, se impartieron cursos de capacitación en materia de gas LP en delegaciones y subdelegaciones.

Procedimientos por infracciones a la Ley del área de Verificación

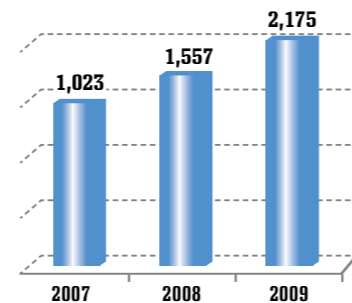
Los llamados PIL son un instrumento jurídico a través del cual **Profeco** sanciona a los proveedores que realizan conductas contrarias a la Ley Federal de Protección al Consumidor. Nuestra institución protege los derechos y el dinero de los consumidores haciendo valer este recurso por medio de sus subprocuradurías de Verificación y de Servicios al Consumidor.

Como consecuencia de las visitas de verificación a proveedores de combustibles y de gas LP en las que se detectan irregularidades, se inicia un PIL que comúnmente termina con la imposición de sanciones, es decir, se emite una resolución consistente en multa o clausura.

En este contexto, durante 2009 se emitieron 2 mil 175 resoluciones, lo que significó un incremento de 39% en comparación con el año anterior. La Procuraduría impuso multas por 163 millones 950 mil 194 pesos en contra de malos proveedores de combustibles y gasolinas. Tal cantidad resultó menor que el monto impuesto por multas durante 2008; esto se debió a que las multas impuestas en 2009 fueron de menor gravedad en relación a las del año pasado. Esa diferencia permite considerar que la reducción del monto de multas impuestas es un indicador de que las acciones de verificación han ganado terreno en la protección a los consumidores.

En lo que se refiere específicamente a las estaciones de servicio que expenden combustible al público en general, es importante resaltar que de la mano con el incremento en la cantidad de verificaciones realizadas y el monto de las sanciones impuestas en los casos que se detectan irregularidades, ha disminuido el número de instrumentos de medición sobre los que se aplica la medida precautoria de inmovilización.

RESOLUCIONES EMITIDAS SOBRE COMBUSTIBLES Y GAS LP



VERIFICACIÓN Y SANCIONES A GASOLINERAS

Año	VERIFICACIONES REALIZADAS	MANGUERAS INMOVILIZADAS	SANCIONES APLICADAS
2006	7,990	16,864	\$1,724,180
2007	10,906	14,282	\$8,422,640
2008	11,408	12,687	\$31,065,120
2009	11,420	10,048	\$75,010,410

Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor

El LNPC realizó 179 mil 901 pruebas en 4 mil 274 productos, y elaboró 24 estudios de calidad a productos de alto consumo (con gran impacto en la nutrición, seguridad y economía de los consumidores) que se difundieron en la *Revista del Consumidor*. Gracias a la valiosa información obtenida por el LNPC, se pudo proporcionar a los lectores la mejor orientación

para sus elecciones de compra y se les advirtió sobre el riesgo de adquirir algunos productos, como en el caso del estudio de calidad de periferéricas (aunque se publicó en 2010, el estudio se realizó en 2009), cuyos resultados identificaron riesgos, lo que llevará a trabajar en un anteproyecto de norma para que se regulen las especificaciones que deben cumplir estos productos.

SCFI/SSA1-2009, *Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas*; las normas de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social sobre calzado de seguridad (NOM-113-STPS), cascos de seguridad (NOM-115-STPS) y respiradores (NOM-116-STPS) y, por último, la NOM-003-SCFI, *Seguridad en aparatos y artefactos eléctricos*.

Además, se participó en la elaboración y revisión de otras 15 normas de los sectores textil; pinturas y acabados anticorrosivos, e instrumentos de escritura y pegamentos.

ESTUDIOS DE CALIDAD 2009

- **Enero**
Alaciadoras para el cabello. Bases para reproductores MP3
- **Febrero**
Enjuagues bucales. Toallas
- **Marzo**
Nuggets de pollo. Básculas personales
- **Abril**
Multifuncionales. Mejillones, ostiones y sardinas
- **Mayo**
Fajas modeladoras. Calzones entrenadores
- **Junio**
Cremas de verduras envasadas. Equipos de cine en casa
- **Julio**
Colchones. Refrigeradores
- **Agosto**
Suavizantes de telas. Computadoras portátiles
- **Septiembre**
Bebidas de soya. Baumanómetros
- **Octubre**
Juguetes para bebés de 0 a 36 meses. Etiquetas nutrimentales
- **Noviembre**
Cámaras digitales. Impresoras fotográficas
- **Diciembre**
Alimentos enriquecidos con omega 3. Televisores LCD y plasma



»Contribución a la normatividad

Se han presentado soportes técnicos y estadísticos que respaldan las posturas de la institución. Entre ellos, es relevante citar de nuevo la participación activa y fundamentada con pruebas de laboratorio en la elaboración de una norma para jugos envasados, NOM 173-SCFI 2004, *Jugos envasados-Denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba*, misma que contempló el aumento de los contenidos de fruta y la eliminación del contenido de azúcar en estos productos.

Las otras NOM en las que el LNPC colaboró para su mejora y revisión fueron: el proyecto acerca de los destilados de agave (NOM-051-

»Nuestra calidad a prueba

El Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor pretende seguir avanzando en el cumplimiento de las metas trazadas y proporcionar el mejor servicio. Para ello, mantuvo en todos sus procesos técnicos y administrativos su sistema de gestión de la calidad certificado bajo la norma NMX-CC-9001-IMNC-2000.

Asimismo, demostró su plena competencia técnica al alcanzar la meta de cero inconformidades en varias de sus áreas, después de ser evaluado por la Entidad Mexicana de Acreditación. ■

EDUCACIÓN Y DIVULGACIÓN

2009: año de la educación

Con el fin de reforzar su enfoque educativo y preventivo a favor de los derechos de los consumidores y promover de manera más efectiva los principios del consumo inteligente, en 2009 Profeco puso en marcha una estrategia integral de divulgación que incluyó una revisión profunda de sus productos informativos ya existentes, como la *Revista del Consumidor* y sus programas de radio y TV, así como la creación de nuevos impresos, canales y medios: el sitio web de la propia revista, videos para ser reproducidos en YouTube y un podcast.

Todas estas acciones estuvieron motivadas por la necesidad urgente de alcanzar, atender y comprender a una audiencia cada vez más variada y compleja, representativa de la actual sociedad mexicana, cuya manera de consumir medios de comunicación ha sufrido cambios sustanciales, entre otras razones, por el uso de internet.

Revista del Consumidor

En marzo de 2009 empezó a circular en todo el país la nueva *Revista del Consumidor*. A lo largo de más de tres décadas, la publicación ha demostrado ser popular entre un gran número de lectores por varios motivos: es útil, confiable y tiene una clara misión educativa. El relanzamiento refrendó estos principios, a los que se sumó un diseño diferente, más fresco, más acorde con parámetros estéticos contemporáneos, que aprovecha mejor el espacio de las páginas y contiene más información que antes.

TOP 3 EN VENTAS

Estas fueron las ediciones más vendidas de la *Revista del Consumidor* durante 2009:



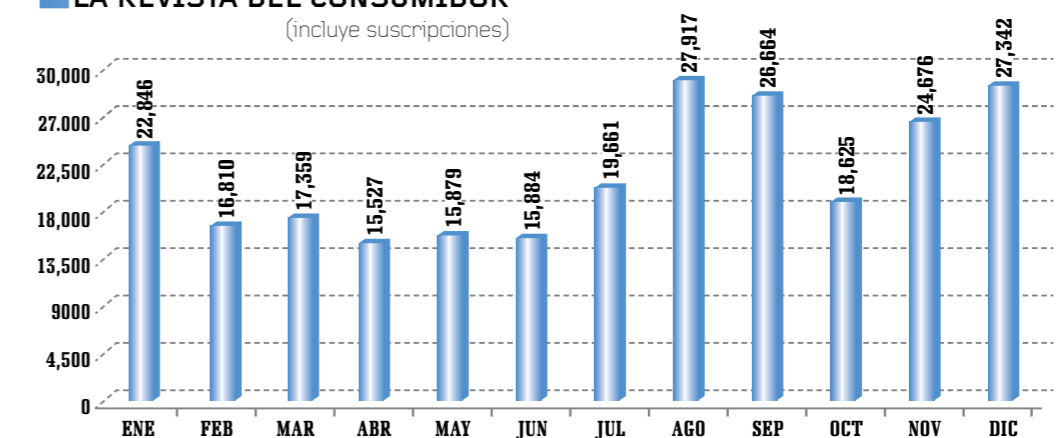
Es importante destacar el replanteamiento de la manera en que esta publicación se solía dirigir a sus lectores. Por primera vez, la *Revista del Consumidor* empezó a tutearlos para crear mayor empatía. Al mismo tiempo, apuntaló instrumentos tan útiles como los estudios de calidad del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor y los comparativos de precios y servicios, que han permitido al público saber cuáles son los mejores productos en el mercado y en qué establecimientos pueden conseguirse a menor costo. También se conservaron, por supuesto, el Pláttilo Sabio Profeco (con cuatro pláttilos, en vez de uno) y las Tecnologías Domésticas Profeco. Sin embargo, se incluyeron nuevas secciones editoriales para informar y orientar sobre un

Más de 20%

Incremento en ventas de la *Revista del Consumidor*, del segundo semestre de 2008 al segundo semestre de 2009.

VENTA DE EJEMPLARES DE LA REVISTA DEL CONSUMIDOR

(incluye suscripciones)



Un saludo franco: en marzo de 2009, lanzamos la nueva *Revista del Consumidor*.

mundo de consumo cada día más complejo. A través de ellas, la revista pretendió mirar la realidad cara a cara, con espíritu reflexivo y un punto de vista más joven.

El relanzamiento de la revista implicó, sobre todo, una renovación de su vocación de servicio y difusión de los Siete Pasos del Consumo Inteligente: Consumo Consciente, Informado, Crítico, Saludable, Sustentable, Solidario y Activo. Durante 2009, la *Revista del Consumidor* tuvo un tiraje total de 530 mil ejemplares.

Revista del Consumidor en Línea

Como parte de la revisión y rediseño de sus productos informativos, la mayor novedad de **Profeco** fue haber puesto a disposición de los usuarios de internet la página *Revista del Consumidor en Línea* (revistadelconsumidor.gob.mx), a partir de abril de 2009.

La *Revista del Consumidor en Línea* es el nuevo sitio web que, de forma paralela al sitio institucional de **Profeco** (desde el cual también es posible acceder), da una dimensión digital al contenido de la revista. Su misión no es simplemente "subir" a la red los artículos de la *Revista del Consumidor*, sino reinterpretar y acercar la totalidad de la publicación y los otros medios informativos del organismo a un público diferente.

Por medio de herramientas flexibles de interacción y comunicación, como un blog con notas diarias, chat semanal con un representante de la Subprocuraduría de Servicios, y la posibilidad de agregar comentarios y compartir contenidos con otros usuarios, esta nueva página abrió la puerta a la participación dinámica de los consumidores con **Profeco**.

Desde su creación, el sitio también ofrece en línea los diversos productos informativos de nuestra institución, como los programas semanales de televisión y radio, los podcasts y webcasts, sin olvidar los resultados de los estudios de calidad que realiza el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, el Platillo Sabio Profeco y la Tecnología Doméstica Profeco; el cómic *Consumán*, el periódico mensual *El Mandado* –estos dos últimos listos para desplegarse en pantalla gracias a la tecnología iPaper, e igualmente disponibles para su descarga directa a la computadora del usuario en formato PDF–, así como toda la folletería institucional e incluso parte del archivo histórico de los productos informativos.

Durante 2009, la *Revista del Consumidor en Línea* acumuló un total de 3 millones 361 mil 103 páginas vistas.



Los bocetos precedieron al diseño de la *Revista del Consumidor en Línea*; la tercera pantalla corresponde a la versión final.



Revista del Consumidor TV

105 productos audiovisuales, incluyendo programas de TV y webcast, se produjeron en 2009, en contraste con los **52** producidos en 2008.

TV Modificando el tradicional bloque monomático de 15 minutos, este producto informativo se renovó el 9 de marzo de 2009 al transformarse en bloques de seis cápsulas semanales de dos minutos y medio cada una, las cuales reinterpretan ciertas secciones clásicas de la *Revista del Consumidor* como el Platillo Sabio Profeco o la Tecnología Doméstica Profeco, a través de innovadoras animaciones combinadas con "acción en vivo".

Además, se produjeron reportajes en torno a la actualidad del consumo en nuestro país; se ofreció orientación a los consumidores con el segmento "Qué hacer si" y se informó a la audiencia de los hallazgos de los estudios de calidad publicados por la revista de una forma ágil, concisa y moderna.

El nuevo formato puede ser emitido como una unidad, pero también funciona en la modalidad de cápsulas independientes, lo que lo hace más versátil para las teledifusoras. La *Revista del Consumidor TV* se sigue transmitiendo en los tiempos oficiales de las estaciones de televisión nacionales, pero también a través del canal ProfecoTV, en YouTube y se puede acceder a ella en revistadelconsumidor.gob.mx.



Los programas de TV tradicionales se reinventan a modo de cápsulas independientes, accesibles en internet.

Profeco en YouTube (youtube.com/profecotv)

Reproducciones de videos de Profeco durante 2009	716,733
Suscriptores del canal de Profeco durante 2009	1,462
Videos subidos por Profeco del 16 de enero de 2009 al final del año	323

Revista del Consumidor Webcast

WEB CAST Este producto, nuevo en la institución, consiste en videominutos informativos para audiencias jóvenes, acostumbradas a alimentarse informativamente en internet. Se producen exclusivamente para el sitio de videos YouTube (youtube.com/profecotv), aunque se comparten en el sitio de la *Revista del Consumidor en Línea* y por el grupo oficial de

Profeco en la red social Facebook. Contienen temas importantes de educación para el consumo inteligente, descripciones de las herramientas de **Profeco** y tips de ahorro.

Desde el 19 de enero, se ha subido un video nuevo cada semana, con una duración entre un minuto y un minuto y medio. En el año, se realizaron 52 emisiones de nuestro webcast. La primera se tituló "¿Qué es Profeco?": toda una carta de presentación.

Revista del Consumidor Podcast

Otro producto de reciente creación (se lanzó en marzo de 2009), es la *Revista del Consumidor Podcast*, el primer programa de audio realizado por **Profeco** para internet, pensado en audiencias acostumbradas a compartir contenido y llevar los episodios de sus emisiones favoritas en teléfonos celulares o en reproductores de música digital.

La *Revista del Consumidor Podcast* ocupó el **lugar 10** entre los **150 mil** disponibles en la tienda de **iTunes** en México.



Revista del Consumidor Webcast: formato breve y agilidad informativa para alcanzar públicos jóvenes.

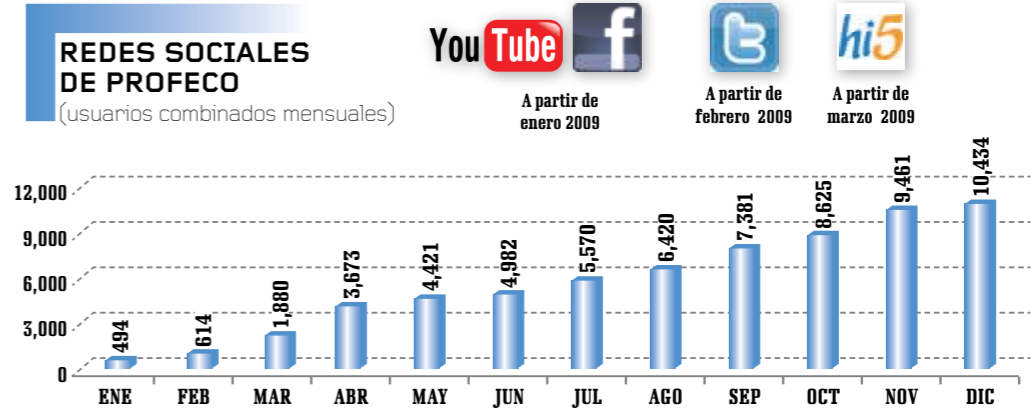
El tono desenfadado y espontáneo de los conductores lo convierten en una opción llamativa para educar a las audiencias juveniles en los temas de consumo que les interesan.

Con una periodicidad semanal, a partir de marzo se puede descargar desde la dirección electrónica profeco.gob.mx/podcast. También está disponible para escucharse o descargarse desde revistadelconsumidor.gob.mx y, desde el 24 de septiembre de 2009, a través de la tienda de música iTunes, en la que la *Revista del Consumidor Podcast* se convirtió en uno de los productos más atractivos para

los usuarios mexicanos al ocupar, a finales de año, el décimo lugar entre los podcasts disponibles en la tienda de México más descargados por esta vía (de un total de 150 mil disponibles). De marzo a diciembre de 2009 se pusieron a disposición del público 35 podcasts de la *Revista del Consumidor*.

Redes sociales

Como se puede ver, la nueva estrategia de difusión de **Profeco** apuesta por el uso de la web, y para ello se aprovechó una de sus categorías más populares: las redes sociales. El 16 de enero de 2009, **Profeco** lanzó su canal de YouTube (youtube.com/profecotv), que cerró el año con mil 462 suscriptores y 716 mil 733 reproducciones de videos. También mantuvo canales de comunicación e interacción con los consumidores vía Twitter (twitter.com/profeco), Facebook (facebook.com/profeco) y Hi5 (revistadelconsumidor.hi5.com). Durante 2009, hemos sido pioneros dentro de la administración pública en lo referente a la atención a ciudadanos vía redes sociales.



PROFECO EN REDES SOCIALES

	Amigos en Facebook durante 2009 (facebook.com/profeco)	2,616
	Amigos en Hi5 durante 2009 (revistadelconsumidor.hi5.com)	522
	Seguidores en Twitter durante 2009 (twitter.com/profeco)	5,834

Revista del Consumidor Radio

A partir de marzo de 2009, **Profeco** decidió renovar su tradicional emisión radiofónica para dirigirla al público femenino, con un claro enfoque de ayuda y servicio, y en los meses subsecuentes se redoblaron esfuerzos para aprovechar mejor este medio de comunicación. Para fines de año, **Profeco** produjo semanalmente tres productos radiofónicos distintos:

- 1 Revista del Consumidor Radio.** Programa de 15 minutos dirigido a jefas de hogar.
- 2 Revista del Consumidor Radio Expres.** Programa semanal con duración de cinco minutos. Presenta cápsulas con diversos temas de interés, principalmente en materia de consumo doméstico, dirigidas a jefas de hogar, y que se transmite en tiempos oficiales desde el 2 de septiembre de 2009.
- 3 Revista del Consumidor Radio en ABC.** Programa con duración de 30 minutos que se transmite todos los martes a las 8:00 pm en ABC Radio (760 AM, en el Distrito Federal; 1460 AM, en Xalapa y 960 AM, en San Luis Potosí), desde el 1 de diciembre de 2009. Durante esta emisión entrevistamos a expertos para abordar temas que inciden en la economía familiar con consejos muy puntuales sobre consumo.



En un esfuerzo por mantenernos al día, la cabina de radio fue remodelada.

PRODUCTOS DE AUDIO EN 2009 **172**

(incluye programas de radio, podcasts, spots y mensajes para la línea de espera del Teléfono del Consumidor)

PRODUCTOS DE AUDIO EN 2008 **120**

(incluye programas de radio, spots y mensajes para la línea de espera del Teléfono del Consumidor)

El Mandado

El Mandado es un impreso mensual de ocho páginas que se distribuye gratuitamente en las delegaciones Profeco en todo el país, con un tiraje actual de 75 mil ejemplares, dirigido a amas de casa que requieren información puntual para mejorar sus decisiones de compra.



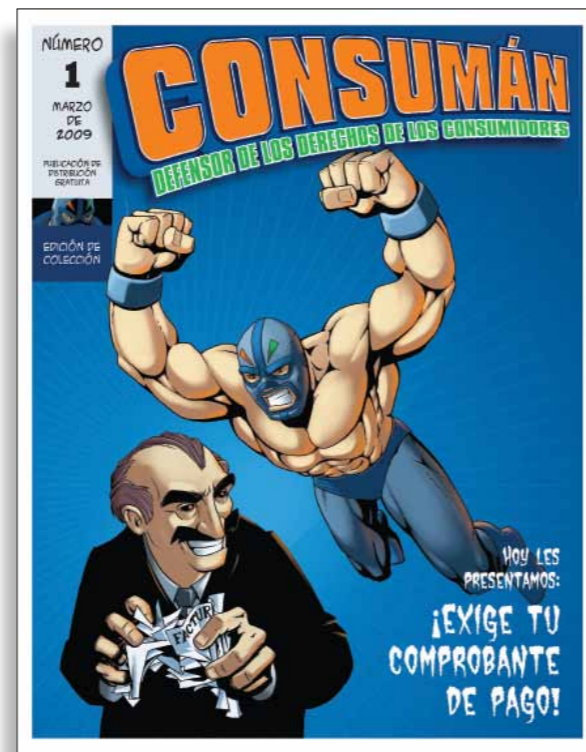
A partir de su relanzamiento en marzo de 2009, se privilegian los consejos para la vida diaria, la orientación en el tema de los derechos del consumidor y los tips de ahorro. Estrategias para hacer rendir el presupuesto familiar y la planificación del gasto; recomendaciones de compra de los productos de mejor calidad; Tecnología Doméstica Profeco y Plátillo Sabio Profeco, son algunos de los temas que se tratan cada mes. De marzo a diciembre se imprimieron y distribuyeron 450 mil ejemplares.

Consumán

Se trata de otro producto informativo prácticamente reinventado. Consumán es un superhéroe que defiende los derechos de los consumidores; por eso, suele involucrarse en enfrentamientos con los malos proveedores de bienes y servicios de Ciudad Consugótica. Nuestro personaje es un fornido luchador

con superpoderes. Sin embargo, sus mayores atributos son el conocimiento profundo sobre cualquier tema de consumo y su incansable vocación de servicio.

La historieta mensual de *Consumán*, que ha tenido una gran aceptación del público, comenzó a circular en marzo de 2009. Es una forma gráfica y divertida de educar en temas sensibles de consumo y de alcanzar al público infantil y juvenil. Sus guiones e ilustraciones están a tono con el lenguaje moderno del cómic. El tiraje de este impreso es de 50 mil ejemplares, y se distribuye gratuitamente en las delegaciones Profeco de la República. De marzo a diciembre se imprimieron y distribuyeron 500 mil ejemplares de esta publicación.



Consumán, héroe en la defensa de los derechos de los consumidores, volvió a flexionar sus músculos.

Impresos diversos

Además de estas publicaciones periódicas, Profeco editó el año pasado distintos tipos de materiales impresos: la edición 2009 de la Ley Federal de Protección al Consumidor y su Reglamento; el libro *Memoria del segundo Foro*



Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor; la *Guía para Consumir Pescado*; folletos como *Los 7 Pasos para el Consumo Inteligente*, *Qué es Profeco*, *7 Derechos Básicos del Consumidor* y *Tus Derechos al Viajar en Avión*; nuestro tradicional calendario, carteles que a lo largo del año anunciaron el renacimiento de la *Revista del Consumidor* e invitaban a los consumidores a suscribirse a ella y un buen número de trípticos, dípticos y volantes que informaron a los consumidores sobre sus derechos y los servicios que Profeco pone a su disposición (*Registro Público de Consumidores*, *Proctel*, *Tus Derechos en el Anpro*, *Que no te roben tu Identidad*

en Línea, *Denuncia Irregularidades en Gasolineras y Gas LP*, *Profeco Multipagos*, *Centro Integral de Servicios*, etcétera). En 2009, el conjunto de los materiales impresos alcanzó un tiraje total de 30 millones 962 mil 6 ejemplares.

Educación para el consumo

Sin duda, la integración de contenidos propuestos por Profeco en materiales oficiales de la Secretaría de Educación Pública (SEP), figura entre lo más destacable del área de Educación. En 2008 dimos cuenta de un logro: se incluyó una unidad completa de consumo inteligente para cada grado de educación primaria en el fichero para el maestro del Programa Formación Económica y Financiera. Gracias a esta participación, en 2009 la SEP confió a Profeco la elaboración total del *Cuaderno de estrategias para la formación económica y financiera*, que se encuentra ya en la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos para su impresión. Se trata de un material de apoyo para los profesores de educación básica (desde el nivel preescolar hasta secundaria), el cual tendrá un tiraje de 50 mil ejemplares.

Otro avance fue la integración de la unidad "Sociedades de consumo" en el libro de Geografía de sexto grado, en donde se aborda el tema de Consumo Sustentable, uno de los Siete Pasos del Consumo Inteligente, con un tiraje de casi tres millones de libros. Aunque hemos mencionado logros específicos, el trabajo conjunto con la SEP ha sido constante durante 2009. Una muestra más es la aprobación por parte de esta secretaría de nuestro Diplomado en Educación para el Consumo en Línea, en una versión modificada, para ser ofrecido a su magisterio.

Diplomado y cooperación interinstitucional

El Diplomado de Educación para el Consumo en Línea, esfuerzo que inició en noviembre de 2008, concluyó con una primera generación de 17 alumnos en septiembre de 2009. Esta herramienta, creada con la colaboración de la Universidad de Colima, tuvo como objetivo inicial educar en materia de consumo a jefes y promotores del área de Educación y Divulgación. Con el tiempo surgió la idea de ofrecerlo a diferentes instituciones, con el propósito de contar con grupos interdisciplinarios y llegar a más gente.

ACCIONES CONTRA LA INFLUENZA



El año que nos ocupa quedó marcado por una fuerte crisis económica mundial a la que fatalmente se sumó, en el mes de marzo, la aparición del virus de la influenza A H1N1, hecho que conmocionó en sus inicios al país. Aunque grandes, esos fueron sólo un par de los retos que formaron parte de una misión clave de nuestra institución: a través de la educación, formar consumidores inteligentes, conscientes de su poder y que, por tanto, participan activamente en la defensa de sus derechos y cuidado de su economía.

En particular, la contingencia por el nuevo virus puso a prueba nuestra capacidad de respuesta institucional. A unos meses de distancia, podemos afirmar que la información proporcionada por Profeco a la población contribuyó a que nuestro país superara el difícil momento.

Durante los primeros días de la crisis, en nuestro canal de YouTube subimos tres videos con animaciones que mostraban los pasos a seguir para fabricar gel antibacterial (una Tecnología Doméstica Profeco), los cuales tuvieron durante su primer año 184,769 vistas. Otro de los videos, titulado "Cómo hacer un cubrebocas", tuvo 18 mil 263 vistas por sí solo. Añadiremos un indicador elocuente: la página donde publicamos un formato PDF con las instrucciones para hacer, precisamente, el gel antibacterial, tuvo 314,082 vistas durante su primer año.

En total, los productos informativos producidos por la Dirección de Difusión, relacionados con la crisis de la influenza, dieron cuenta de 498,851 impactos.

Por su parte, el área de Educación para el Consumo se concentró en dos vertientes: estrategias educativas enfocadas a proteger la economía familiar y la aplicación, de manera inmediata y coordinada con diversas entidades de gobierno, de acciones enfocadas a frenar el contagio provocado por el virus.

Así, realizamos y enviamos paquetes informativos a nuestros promotores institucionales en todo el país; los dotamos de elementos que les permitieron informar a la población, con veracidad y rigor, sobre la contingencia. Además, repartimos 6,000 carteles dirigidos directamente a los consumidores con información sobre el virus, al tiempo que fueron enviados a todas las delegaciones y subdelegaciones Profeco, la colección de carteles con recomendaciones para evitar el contagio de la influenza, elaborados por la propia Secretaría de Salud.

Con el objeto de llegar a la mayor parte de la población posible, proporcionamos al Consejo Nacional de Fomento Educativo (Conafe) las mencionadas Tecnologías Domésticas Profeco para elaborar gel antibacterial y jabón líquido para manos, con lo que se elaboraron casi tres mil hojas informativas distribuidas a lo largo del país.



Como parte de la suma de esfuerzos con otras dependencias, Profeco participó en el Seminario Interinstitucional de Investigación Educación Ambiental para la Sustentabilidad, coordinado por el Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación (IISUE) de la UNAM, a través de la presentación de diversos temas, así como el análisis y discusión de éstos. El resultado fue un estudio completo del estado actual de la educación ambiental para la sustentabilidad en México.

Asimismo, participamos en un concurso de selección con el propósito de integrar el cuerpo de instructores en educación económica, correspondiente al Programa de Formación de Instructores del Consejo para la Educación Económica, perteneciente al Departamento de Educación de los Estados Unidos. Asistimos a uno de los cuatro módulos impartidos en Paraguay, y lo ahí aprendido ya se ha aplicado en algunos aspectos del Cuaderno de Estrategias para la Formación Económica y Financiera, elaborado para la SEP.

Organización de consumidores

Para desarrollar las actividades relacionadas con la educación de organizaciones de consumidores, Profeco cuenta con 48 departamentos de educación y divulgación en sus delegaciones y subdelegaciones, conformados por 130 promotores que proporcionan atención integral tanto a las mencionadas organizaciones como a la población en general.

Durante 2009 brindamos atención a 2 mil 347 organizaciones de consumidores conformadas por 80 mil 356 miembros, entre quienes se fomenta el consumo inteligente. En cuanto a las actividades de promoción, cabe mencionar que éstas superaron en número a las del año anterior; se realizaron un total de 4 mil 279 actividades, 6% más que en 2008. Esto permitió incrementar, también en 6%, el número de organizaciones de consumidores constituidas, y en 17% si se toman en cuenta los integrantes registrados.

Programas institucionales

»Cuenta de enero

El propósito de este programa es fomentar el pago de deudas y ahorro, aprovechando nuestro agualdo. Los resultados obtenidos con él fueron: mil 702 visitas a organizaciones de consumidores (en donde se atendieron a 49

mil 948 personas), 291 promociones (mediante las cuales se capacitó a 4 mil 990 personas) y un total de 547 acciones de difusión.

»Cuaresma

Enseñamos a la población las características que deben considerarse en la compra de pescados y mariscos, demostrando que existen variedades ricas, saludables y económicas. Esto resultó del programa: 2 mil 705 visitas a organizaciones de consumidores, en donde se atendieron a 79 mil 627 personas; 606 promociones, en las que se capacitó a 14 mil 877 personas y mil 165 acciones de difusión.

»Ferias de regreso a clases

El regreso a clases implica el desembolso de hasta la tercera parte del presupuesto familiar, por lo que Profeco apoya a la economía familiar con las Ferias de regreso a clases. Estos actos se caracterizan por convocar a proveedores que ofrecen productos (desde una goma hasta una computadora) por lo menos un 10% más baratos.

En 2009 se llevaron a cabo un total de 70 ferias en todo el país, con la participación de mil 959 proveedores y una afluencia de 849 mil 306



visitantes. En ellas se realizaron 798 talleres de educación para el consumo, en los que se abordaron temas de alimentación y salud, consumo sustentable y derechos del consumidor, así como reciclaje de útiles y confección de uniformes. Además se ofrecieron 242 servicios gratuitos: exámenes médicos y de la vista, revisiones odontológicas y ortopédicas, y cortes de cabello.



BILLETE DE LOTERÍA CONMEMORATIVO

En noviembre de 2009, la **Revista del Consumidor** cumplió 33 años. La Lotería Nacional para la Asistencia Pública se integró a los festejos al dedicar su billete de Sorteo Mayor 3289, con un premio mayor de 10 millones de pesos en dos series, a la primera portada de nuestra revista (noviembre de 1976) y a la primera rediseñada (marzo de 2009).

» Fin de año

Las fiestas de fin de año incentivan a la población a consumir más que en otras temporadas del año, por lo que **Profeco** puso en marcha programas educativos para administrar el agnaldo y prima vacacional, además de ofrecer diferentes alternativas para celebrar las fiestas. Se realizaron 4 mil 92 visitas a organizaciones de consumidores, en donde se atendieron a 119 mil 195 integrantes, se llevaron a cabo mil 43 acciones de difusión y 708 de promoción.

Cofac

En 2009, la Coordinación de Fomento de Asociaciones de Consumidores (Cofac) atendió 274 solicitudes de asesoría provenientes de asociaciones de consumidores y organizaciones sociales, de las cuales 13 complementaron el proceso para estar legalmente constituidas, número que rebasa en un 30% la meta establecida.

Por otro lado, resulta relevante mencionar que, durante la visita de la directora de Relaciones Internacionales de la Confederación de Consumidores y Usuarios de España, iniciamos pláticas con la Dirección General de Vinculación con las Organizaciones de la Sociedad Civil, perteneciente a la Secretaría de Relaciones Exteriores, para subir el tema de los Derechos de los Consumidores

al IV Foro de Diálogo Sociedad Civil México Unión Europea, que se celebrará en 2010, en la Ciudad de México.

Para favorecer la actuación de la ciudadanía en el movimiento de consumidores, y en cumplimiento de la acción del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012: "impulsar y fomentar estrategias para lograr más y mejores asociaciones de consumidores", durante 2009 se iniciaron negociaciones con instancias públicas y privadas para considerar la protección de los consumidores como objeto de convocatorias para la financiación de acciones de la sociedad civil.

Vinculación con organizaciones sociales

Las mil 185 organizaciones sociales con las que **Profeco** ha establecido vínculos recibieron materiales de información producidos por la Procuraduría. Estas herramientas impactan a los miembros de las organizaciones y a sus familias.

Consejo Consultivo del Consumo

Durante 2009 se realizaron cuatro sesiones del Consejo Consultivo del Consumo, destacando la formación de cuatro grupos de trabajo para atender los siguientes temas: asociaciones de consumidores, consumo saludable, consumo sustentable y educación formal para el consumo. Se aprobaron 27 acuerdos relacionados con los grupos de trabajo.

Es de destacar la solicitud que el Consejo envió a la Secretaría de Salud, en apoyo a la propuesta para la expedición de un código para regular la publicidad dirigida a niños impulsada por Consumers International, la International Obesity Task Force (IOTF), organizaciones de nutriólogos y expertos en obesidad en todo el mundo.

Estudios sobre consumo

Profeco desarrolla diferentes herramientas que apoyan al consumidor en sus decisiones de compra o de contratación de servicios. Entre ellas se encuentra el Quién es Quién en los Precios, que tiene como objetivo fundamental proporcionar información actualizada al consumidor en apoyo al consumo inteligente. Para llevar a cabo este programa, durante 2009 se visitaron de forma semanal en 26 ciudades del país, 320 supermercados, 102 mercados y pescaderías, 168 farmacias, 152 papelerías, 161 tiendas especializadas en

Durante 2009 brindamos atención a **2 mil 347 organizaciones de consumidores**, integradas por **80 mil 356 miembros**.

electrodomésticos y departamentales, y 307 tortillerías. Así, de enero a diciembre de 2009 se captaron 9 millones 172 mil 118 precios de productos contenidos en los catálogos, lo que hace un promedio semanal de 176 mil 386 precios levantados. Estas son otras de las herramientas que ofrece **Profeco** a los consumidores:

» Canasta inteligente

Es una herramienta que se presenta en profeco.gob.mx para que los consumidores integren canastas de productos (como la lista del super) y así comparar, en conjunto, precios en diferentes establecimientos comerciales. Durante 2009 se registraron 10 mil 707 nuevos usuarios de este servicio. La suma acumulada de agosto de 2006 (mes en que inició el servicio) a diciembre de 2009 es de 34 mil 471 usuarios registrados.



ALIANZA CON TELEVISIÓN

En febrero de 2009, la compañía Televisa inició la campaña "Ahorra es el momento. Hazlo por ti", que tuvo como objetivo llevar a los hogares mexicanos información, a través de cápsulas, menciones y cortinillas repartidas a lo largo de toda su programación, sobre temas de consumo inteligente y responsable. Por su liderazgo en este tipo de contenidos, **Profeco** fue invitada a participar activamente en esta estrategia de comunicación que apoyó a los consumidores en los momentos de mayor incertidumbre económica, provocada por la crisis. De este modo, por ejemplo, millones de personas escucharon, en voz de artistas del elenco de la televisora, algunas de las 50 ideas para gastar menos que ya habíamos publicado anteriormente en la **Revista del Consumidor**.

Quién es Quién en los precios

» Quién es Quién en el envío de dinero

El programa proporciona información del costo de las remesas de EU a México. Durante los 12 meses de 2009, se publicaron en internet 156 reportes con información semanal sobre el costo de enviar 300 dólares de EU a México, correspondientes a 7 mil 904 precios de servicios de 28 empresas en nueve ciudades.

» Quién es Quién en los créditos a pagos fijos

Tiene la función de monitorear el Costo Anual Total (CAT) de créditos a pagos fijos de aparatos electrodomésticos y de línea blanca en establecimientos comerciales. Durante 2009, se realizaron seis levantamientos de las condiciones de crédito en 758 establecimientos para 22 ciudades del país, con lo que se publicaron 3 mil 432 precios, condiciones de pago y el CAT respectivo en profeco.gob.mx.

» Brújula de compra

Es un boletín que presenta información de análisis de precios, estudios comparativos y artículos relacionados con el consumo, disponible en el sitio profeco.gob.mx.

A lo largo de 2009, se publicaron un total de 48 boletines electrónicos, que corresponden a 88 artículos o reportajes. Poco más de 5 mil personas se suscribieron a Brújula de Compra durante el periodo, lo que suma 27 mil 995 receptores hasta el 31 de diciembre.

» Encuestas y sondeos

En el año se publicaron los resultados de 63 encuestas y sondeos, con un total de 11 mil 445 cuestionarios aplicados sobre diferentes temas relacionados con fechas de alto consumo, lo que permitió conocer los hábitos de compra de la población. Esta información se difunde a través de Brújula de compra y la **Revista del Consumidor**.



JURÍDICO

Acciones de grupo

En 2009, la Procuraduría Federal del Consumidor continuó con la atención y seguimiento de las acciones de grupo que había promovido en contra de Líneas Aéreas Azteca (2007) y Corporación Técnica de Urbanismo (2008). Además, conforme a las atribuciones que le otorga la LFPC, presentó tres demandas más. Este es un resumen del estado procesal de cada una de las acciones:

» Corporación Técnica de Urbanismo

Con respecto a la acción de grupo que **Profeco** presentó en marzo de 2008 en contra de la empresa Corporación Técnica de Urbanismo, con motivo de la venta, en el estado de Chihuahua, de viviendas de interés social que presentaron fallas estructurales, el 26 de febrero de 2009, el Segundo Tribunal Unitario del Decimoséptimo Circuito declaró procedente la acción de grupo y determinó que la empresa realizó conductas que ocasionaron daños y perjuicios a un grupo de consumidores, condenándola a indemnizar, en la vía incidental, los daños y perjuicios ocasionados, así como una cantidad que no podrá ser inferior al 20% del monto relativo al detrimento que hubiere sufrido el patrimonio de los afectados.

Ya que la sentencia fue parcialmente favorable para **Profeco** y desfavorable para la empresa, ambas partes presentaron el 23 de marzo de 2009 demandas de amparo directo. Con motivo de la relevancia del asunto, la Suprema Corte de Justicia de la Nación determinó ejercitar su facultad de atracción. El asunto se encontraba al 31 de diciembre de 2009 pendiente de resolución, y en él **Profeco** respalda los derechos de 800 familias involucradas.

» Líneas Aéreas Azteca

En lo que toca al caso de la demanda de grupo interpuesta en contra de la compañía Líneas Aéreas Azteca, con fechas 14 de octubre de 2008, 20 de enero, 20 de abril, 5 de junio, 10 de julio y 25 de septiembre de 2009, se presentaron seis incidentes de reclamación de daños y perjuicios en ejecución de la sentencia favorable emitida, en 2008, por el Juez Sexto de Distrito en Materia Civil en el Distrito Federal por un monto total de 5 millones de pesos en representación de 1,179 consumidores.

El 14 de diciembre de 2009, **Profeco** presentó ante el conciliador designado en el concurso mercantil seguido en contra de Líneas Aéreas Azteca, radicado en el Juzgado Séptimo de Distrito en Materia Civil en el Distrito Federal, un escrito mediante el cual solicitó el reconocimiento de los 1,179 consumidores afectados como acreedores de la compañía.

» Aero California

El 27 de febrero de 2009, **Profeco** promovió una nueva acción de grupo en contra de la empresa Aero California, por incumplimiento del contrato de transporte aéreo de personas. Dicha acción fue admitida a trámite por el Juzgado Segundo de Distrito en Baja California Sur con base en 484 quejas de consumidores que, a través de **Profeco**, reclaman la reparación de daños y perjuicios por un monto de 3 millones 101 mil 127 pesos.

El 5 de marzo de 2009, el juez ordenó emplazar a Aero California y decretó el embargo precautorio de bienes por la cantidad mencionada. El 12 de marzo de 2009, el actuario del juzgado y la apoderada legal de **Profeco** llegaron al domicilio legal de la demandada pero no pudieron llevar a cabo la notificación de la demanda, pues el inmueble se encontraba cerrado, aparentemente abandonado y con banderas rojinegras de huelga.

Ante tal impedimento, la autoridad judicial ordenó la búsqueda de la demandada, girando oficio a diversas autoridades municipales, estatales y federales, a fin de que le informaran si dentro de sus archivos obraba algún domicilio que permitiera su localización, sin que en los domicilios registrados hubiere sido posible su emplazamiento.

Mediante acuerdo de fecha 5 de octubre de 2009, el juez federal ordenó el emplazamiento por medio de edictos, los cuales fueron publicados durante noviembre de 2009. Al 31 de diciembre de 2009, la línea aérea no había contestado la demanda.

» Constructora Graciano y Asociados

El 3 de agosto de 2009, **Profeco** promovió una demanda de acción de grupo en contra de la empresa constructora Graciano y Asociados. Se trataba de 80 quejas presentadas por consumidores en Gómez Palacio, Durango, debido a que la empresa realizó la venta de diversos inmuebles sin haber liberado los gravámenes constituidos sobre ellos y por la

Profeco obtuvo una **sentencia favorable** por un monto total de **5 millones de pesos en beneficio de 1,179 consumidores** afectados por Líneas Aéreas Azteca.

Profeco defendió los derechos de 800 familias de Chihuahua que fueron afectadas por Corporación Técnica de Urbanismo.

falta de entrega de las viviendas ya liquidadas. La demanda, que fue radicada ante el Juzgado Primero de Distrito en la Laguna, con residencia en Torreón, Coahuila, reclama la reparación de daños y perjuicios por un monto de 26 millones 489 mil 70 pesos. El 5 de octubre de 2009, el juez federal tuvo por no contestada la demanda, al no haberse acreditado la personalidad del presunto representante de la empresa demandada. Dicho juez señaló el 18 de enero de 2010 para la audiencia final.

» **Aviaca**

El 4 de agosto de 2009, **Profeco** presentó demanda de acción de grupo en contra de la aerolínea Aviaca (Consortio Aviaca) por incumplimiento del contrato de transporte aéreo de personas, por un monto de 4 millones 223 mil 886 pesos. El asunto, en el que se presentaron 1,308 denuncias de consumidores que se vieron afectados, se radicó en el Juzgado Cuarto de Distrito en Materia Civil en el Distrito Federal.

Con fecha 21 de diciembre de 2009 se presentó ante el conciliador designado en el concurso mercantil seguido en contra de Consortio Aviaca, radicado en el Juzgado Tercero de Distrito en Materias Civil y de Trabajo en Nuevo León, un escrito mediante el cual se solicitó el reconocimiento de 1,290 consumidores afectados como acreedores de la empresa.

Defensa de los actos de autoridad

Los particulares que puedan sentirse afectados frente a las resoluciones emitidas por **Profeco**, pueden ejercer medios de impugnación, tanto administrativos como

judiciales, que la ley les otorga. En 2009, se recibieron 911 recursos de revisión, se notificaron 6 mil 219 demandas de nulidad y 145 juicios de amparo indirecto. Los resultados sobre los juicios de nulidad no fueron del todo favorables; sin embargo, los resultados obtenidos en materia de recursos de revisión y de amparo indirecto fueron en mayor porcentaje favorables para la Procuraduría.

Como parte fundamental de la estrategia de **Profeco** para sostener la legalidad de los actos que impugna, se incorporó en el sitio de intranet institucional la información detallada sobre aquellos asuntos desfavorables para la Procuraduría, indicando la subprocuraduría, delegación o subdelegación que emitió el acto o la resolución impugnada, la fecha de emisión, el número de expediente, así como una breve descripción de los motivos por los cuales se declaró la nulidad del acto o del procedimiento. Todo esto con la finalidad de que los servidores públicos competentes para emitir actos y resoluciones tengan acceso a dicha información y adopten las medidas que permitan ajustar sus actos, a fin de evitar que se vuelvan a cometer los mismos vicios o irregularidades.

Respeto a los derechos humanos

Además de promover que sus actos se apeguen a derecho en todo momento, **Profeco** mantiene una posición de irrestricto respeto a los derechos humanos. En este rubro, se atendieron 77 requerimientos de información de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos. En 58 de estos casos, dicho organismo no encontró elementos que permitieran determinar alguna

violación de estos derechos y los restantes 19 asuntos se encontraban, al 31 de diciembre de 2009, pendientes de resolución.

Apoyo legal

A través del área jurídica se desahogaron 159 consultas realizadas vía internet, telefónica, por escrito y de manera personal, tanto de consumidores como de proveedores, así como de las diversas unidades administrativas de la institución, y se participó como asesor en los diversos comités y consejos.

Por otra parte, se concluyeron los trabajos de elaboración del proyecto de reformas y adiciones al Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, las cuales se publicaron el 14 de diciembre de 2009 en el Diario Oficial de la Federación. También se llevó a cabo la elaboración o revisión de seis acuerdos emitidos por el titular de **Profeco** y 26 proyectos de manuales, guías o instructivos. En otro ámbito, se formularon y presentaron ante la Comisión Federal de Mejora Regulatoria los programas de trabajo definitivos tanto del Sistema de Desregulación del Programa de Mejora de la Gestión como de Mejora Regulatoria, y se dio seguimiento a su ejecución.

Enlace legislativo

Profeco es requerida constantemente para emitir su opinión respecto de asuntos de carácter legislativo que están relacionados con derechos del consumidor o relaciones de consumo. Por ello, durante 2009, participó en la revisión, análisis y opinión de 35 iniciativas relativas a reformas o adiciones a la LFPC o al ámbito de sus atribuciones.

Sin duda, entre las más destacadas se encuentra la iniciativa para reformar diversas disposiciones de la LFPC y adicionar la Ley Federal de Fomento a las Actividades Realizadas por Organizaciones de la Sociedad Civil. Esta iniciativa contiene diversos beneficios a los consumidores y al fortalecimiento de nuestra institución. A continuación, señalamos los más relevantes:

- 1 Se otorga la facultad a **Profeco** para denunciar, ante la Comisión Federal de Competencia, prácticas monopólicas, tanto absolutas como relativas, en representación de los consumidores.
- 2 La legitimación para que grupos de consumidores u organizaciones de ellos puedan presentar quejas o reclamaciones grupales, lo que permitirá mayor acceso a la justicia administrativa de los consumidores y reducirá costos.

3 Se establece que sólo la autoridad federal cobrará las multas impuestas por esta Procuraduría, las cuales se destinarán al desarrollo de las actividades y programas de cumplimiento de la LFPC, estableciendo así un mecanismo ordenado, eficaz y transparente de cobro de multas.

4 Se establece que la condonación de multas impuestas como medidas de apremio sólo operará una vez que se haya conciliado la reclamación planteada por el consumidor y acreditado el cumplimiento del convenio respectivo.

La propuesta legislativa adiciona la fracción XVII al artículo 5 de la Ley Federal de Fomento a las Actividades Realizadas por Organizaciones de la Sociedad Civil, a fin de que las organizaciones que realicen actividades de promoción y defensa de los derechos de los consumidores disfruten los beneficios y apoyos así establecidos. Por un lado, se fomenta la participación de la sociedad a través de la creación de organizaciones y, por otro, se fortalecen las ya existentes. El 10 de diciembre de 2009, el pleno de la Cámara de Senadores aprobó, con 83 votos a favor y cero en contra, esta iniciativa, misma que fue turnada a la Cámara de Diputados para su discusión y, en su caso, aprobación.

Por otro lado, la Procuraduría revisó y emitió opiniones respecto de 22 iniciativas, dictámenes y minutas de reformas o adiciones a diversas leyes, tales como la Ley Federal de Radio y Televisión, la Ley Federal de Telecomunicaciones, la Ley General de Salud, la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, la Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros, así como la Ley para Regular las Sociedades de Información Crediticia, entre otras.

Contratos y convenios institucionales

El área jurídica de **Profeco** llevó a cabo la revisión, dictamen o, en su caso, elaboración de 147 convenios y 309 contratos. Cabe señalar que 135 de los proyectos de convenios fueron autorizados y únicamente se negaron 12; en tanto que se autorizaron 298 contratos y 11 fueron negados. De igual modo, se inscribieron en el Registro de Contratos y Convenios Institucionales 145 convenios y 270 contratos celebrados. Por último, se otorgaron las asesorías correspondientes a las unidades administrativas responsables, en los procesos de adjudicación de los contratos y de negociación de los convenios, además de que se actualizaron los "Lineamientos para la elaboración, revisión, dictamen y registro de contratos o convenios institucionales". ■



EL CASO NEOSKIN

En el mes de noviembre de 2008, **Profeco** tuvo conocimiento del cierre intempestivo de todos los locales comerciales de la proveedora de servicios de depilación láser denominada Neoskin. Esto perjudicó a múltiples consumidores que acudieron a **Profeco** para presentar la queja correspondiente. A finales de 2008 y principios de 2009, se presentaron diversas denuncias penales ante las Procuradurías Generales de Justicia de los estados y en el DF. Así, durante 2009 los agentes del ministerio público citaron a los consumidores afectados para que formularan su querrela, requisito indispensable para señalar el monto individual y el total del daño causado. **Profeco** continúa con el seguimiento del avance de las investigaciones respectivas, coadyuvando con los representantes sociales en la aportación de información o documentación que sean necesarios.



PRESENCIA NACIONAL



Supervisión de las delegaciones Profeco

Como parte del programa de mejora continua, que busca optimizar los servicios que se prestan en las delegaciones y subdelegaciones federales de Profeco, la Dirección General de Delegaciones implementó durante 2009 un Programa de Supervisión Integral, el cual es de carácter general, incluyente y propositivo. En él participan todas las áreas normativas de esta Procuraduría, con el fin de garantizar una revisión exhaustiva de los esquemas operativos que deben cumplir las delegaciones y subdelegaciones para un eficiente desempeño institucional.

La Dirección General de Delegaciones, como responsable de coordinar y llevar a cabo el control y seguimiento de las visitas, realizó reuniones con los titulares de las áreas normativas para determinar la unidad administrativa que requería de supervisión. Así, las visitas consistieron en realizar una revisión integral de aspectos, como instalaciones, ambiente laboral, blindaje electoral, cumplimiento de sentencias, cumplimiento de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, así como evaluar los conocimientos del titular de cada unidad administrativa y los jefes de departamento o encargados del área visitada, a fin de contar con una cédula de evaluación del desempeño.

Otra pieza fundamental de este programa de supervisión integral fueron los grupos de trabajo conformados por representantes de las áreas normativas participantes, los cuales se encargaron de realizar el diagnóstico de los diferentes temas, como cumplimiento de metas, análisis en la integración de expedientes, análisis del fundamento legal aplicable en las actuaciones y el apego a los procedimientos establecidos en la normatividad interna.

Finalmente se realizó la revisión de los resultados obtenidos con el propósito de implementar programas de mejora y capacitación que motiven un cambio de metodología, controles, conceptos o metas, a fin de mejorar el funcionamiento operativo de cada una de las delegaciones o subdelegaciones visitadas.

Mediante la implementación de este tipo de programas, se busca mejorar el desempeño de las delegaciones, subdelegaciones y, en un futuro inmediato, el de las unidades de servicio, con una estrategia de mejora continua de cada unidad administrativa. ■

QUEJAS POR DELEGACIÓN

Todas las representaciones de Profeco en el país están listas para atender a los ciudadanos. Estas son las quejas que recibieron cada una de nuestras delegaciones durante 2009 y el dinero que recuperaron a favor de los consumidores.

DELEGACIÓN	QUEJAS 2009	MONTO RECUPERADO \$	PORCENTAJE CONCILIACIÓN
Aguascalientes	2,525	13,511,689	83%
Baja California	3,467	18,248,119	84%
Baja California Sur	1,033	4,512,643	79%
Campeche	3,352	56,302,293	79%
Centro*	5,222	51,941,469	81%
Chiapas	1,829	8,290,801	71%
Chihuahua	4,066	8,747,036	84%
Coahuila	3,003	11,076,463	81%
Colima	1,482	8,349,613	87%
Durango	1,897	3,165,750	84%
Guanajuato	4,154	27,788,734	91%
Guerrero	2,911	8,077,116	86%
Hidalgo	1,314	14,462,773	82%
Jalisco	7,674	58,434,546	84%
Michoacán	1,377	7,543,946	82%
Morelos	2,003	11,567,024	91%
Naucalpan*	1,576	7,376,391	79%
Nayarit	2,088	8,869,883	83%
Nezahualcoyotl*	2,835	17,625,632	78%
Norte*	3,808	18,187,941	84%
Nuevo León	4,080	25,164,946	77%
Oficinas centrales*	889	23,107,658	96%
Oriente*	3,457	26,058,121	74%
Oaxaca	1,150	2,353,396	74%
Poniente*	3,019	24,510,709	78%
Puebla	2,428	5,745,089	86%
Querétaro	2,996	21,744,378	82%
Quintana Roo	2,819	37,717,227	94%
San Luis Potosí	2,134	11,665,308	89%
Sinaloa	1,606	24,268,511	86%
Sonora	2,546	9,083,566	79%
Sur*	2,669	15,168,025	83%
Tabasco	1,639	6,061,508	75%
Tamaulipas	3,748	16,006,601	87%
Tlalnepantla*	5,660	27,076,045	85%
Tlaxcala	907	3,338,388	86%
Toluca	2,456	12,928,297	79%
Veracruz	5,112	23,362,033	80%
Yucatán	3261	11,561,906	85%
Zacatecas	1,188	8,755,376	80%
TOTAL	111,380	699,756,951	83%

* Distrito Federal y su área metropolitana.

Profeco en la República Mexicana

Al cierre de 2009, **Profeco** cuenta con un total de 39 delegaciones, 18 subdelegaciones y 84 unidades de servicio para un total de 140 oficinas alrededor de la República. De esta manera se ofrece un mejor servicio, más cercano a los consumidores. Para atender adecuadamente a todos los consumidores del país, **Profeco** trabaja con un total de 57 delegados y subdelegados.



PROMOTORES DEL CONSUMO INTELIGENTE

En junio de 2009, como cada año, se llevó a cabo el 5o Curso Nacional de Capacitación de Promotores de Educación para el Consumo en las instalaciones del Centro de Cooperación Regional para la Educación de Adultos en América Latina y el Caribe (Crefal), que se encuentra en Pátzcuaro, Michoacán. Durante este encuentro fueron capacitados 81 jefes y promotores del departamento de educación y divulgación de las distintas delegaciones y subdelegaciones de **Profeco**. Entre los temas tratados destacan el taller sobre Educación Financiera impartido por Conducef y la presentación de temas relacionados con la alimentación por parte de la Secretaría de Salud. Gracias a esta capacitación proporcionada por la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, los representantes de **Profeco** continuaron con su mejora continua en temas de interés y actualidad.

Otras actividades destacadas 2009



Visita del procurador y conferencia en la Universidad Autónoma de Nayarit.



Enseñanza de los siete derechos del consumidor, delegación Zacatecas.



Tecnología Doméstica Profeco en la OC Citlali, Temixco, Morelos.



Feria de regreso a clases, delegación Puebla.

PROFECO EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL

Profeco en el mundo

En los últimos años, todos los países del mundo han enfrentado acontecimientos políticos, sociales y, sobre todo, económicos, que han puesto a prueba la capacidad de coordinación de las instituciones que representan a los consumidores. Es por ello que **Profeco** ha buscado tener una mayor presencia a nivel internacional en los organismos y foros especializados en materia de política pública de protección al consumidor, al igual que en sus relaciones con diversos países alrededor del mundo.

A efecto de intercambiar información y experiencias que le permitan hacer frente a los nuevos retos nacionales y globales, así como consolidarse como una institución reconocida en el sistema internacional, **Profeco** realizó durante 2009 numerosas actividades.

Presidencia del FIAGC

En octubre de 2008 se celebró en la Ciudad de México el II Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC). En el marco de ese encuentro, **Profeco** asumió la presidencia *pro t mpore* del Foro para el periodo 2008-2009. De este modo, durante 2009 esta Procuraduría continuó sus esfuerzos por consolidar al FIAGC en el ámbito multilateral como el único foro regional gubernamental en la materia. Entre otras actividades llevadas a cabo por la presidencia mexicana, destacan:

- 1 La ratificación de estatutos del FIAGC por parte de Brasil, la postulación de Portugal como observador y de Ecuador como miembro.
- 2 Lograr el posicionamiento del Foro ante la Red Internacional de Protección al Consumidor y la Aplicación de la Ley (ICPEN) y la Organización de Estados Americanos (OEA).

Lo anterior sin dejar de lado otras acciones que de igual forma resultaron importantes para la coordinación de las distintas agencias de protección al consumidor de la región: la conjunción entre el secretariado técnico y los grupos de trabajo, la ejecución de acciones de cooperación, emisión de alertas y propuestas de nuevas acciones en el ámbito de la protección al consumidor, la atención específica a requerimientos de estados miembros, la edición del libro *Memorias del II Foro FIAGC* y, por supuesto, la constante comunicación de la presidencia con los miembros del Foro.

En el marco del III Foro FIAGC, celebrado en Bogotá, Colombia, en octubre de 2009, **Profeco** rindió el informe de la presidencia *pro t mpore* 2008-2009. En esta reunión, y en su calidad de líder del Grupo de Trabajo sobre Publicidad Engañosa, **Profeco** presentó un proyecto de lineamientos en torno a este tema. Por último, se acordó designar a México y Costa Rica como Secretariado Técnico del FIAGC para el periodo 2009-2010. De este modo, **Profeco** hizo entrega de la presidencia



del FIAGC consolidándose como un referente en la construcción de la política pública internacional de protección al consumidor.

 mbito multilateral

Además de las actividades realizadas durante la presidencia del FIAGC, **Profeco** tuvo una destacada participación en el seno de diversos mecanismos y foros internacionales.

Profeco participó en la Reunión Semestral de ICPEN, celebrada en París, Francia, en abril de 2009. Como miembro de ICPEN, **Profeco** realizó la campaña internacional denominada:

“Febrero, mes de la prevención del fraude”, cuyo tema principal fue el robo de identidad en línea. Para esta campaña, realizada del 25 de febrero al 4 de marzo de 2009, fueron instrumentadas diversas actividades de difusión y educación, a fin de brindar información a los consumidores que les permitiera comprender en qué consiste este fenómeno y algunos consejos generales sobre cómo evitarlo.

En el marco de la 77 sesión del Comité de Políticas del Consumidor de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la reunión conjunta OCDE/ICPEN, celebradas en París, Francia, entre marzo y abril de 2009, **Profeco** participó en la discusión e intercambio de información de temas tales como spam, comercio electrónico, respuestas estratégicas de la OCDE a la crisis económica y financiera mundial en el ámbito de los consumidores, educación al consumidor, seguridad de productos de consumo y consumo sustentable, entre otros.

Por otro lado, la Procuraduría participó en la reunión del grupo de trabajo sobre propiedad intelectual de la Alianza para la Seguridad y la Prosperidad de América del Norte (ASPAN), que se llevó a cabo en Guadalajara, Jalisco, en junio de 2009. **Profeco** también tuvo una destacada participación en la reunión titulada “Iniciativa en seguridad de juguetes”, que organizó el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC, por sus siglas en inglés), realizada en Singapur, en agosto de 2009.

Asimismo, nuestra institución participó en el “Taller de consulta técnica sobre la salud del consumidor en las Américas”, organizado conjuntamente por la OEA y la Organización Panamericana de la Salud (OPS), el cual tuvo lugar en Washington DC en septiembre de

Profeco participó en la campaña internacional “Febrero, mes de la prevención del fraude”, cuyo tema principal fue el robo de identidad en línea.

2009. Durante este taller se plantearon los retos, políticas públicas y marcos legales en materia de protección de la salud de los consumidores. Ese mismo mes, **Profeco** llevó a cabo el ejercicio internacional denominado “Día de limpieza” o “Sweep Day”, cuyo objetivo fue monitorear páginas electrónicas a fin de identificar prácticas comerciales, productos y servicios fraudulentos que se brindan en internet.

De igual manera, esta institución participó en la conferencia sobre comercio electrónico de la OCDE titulada “Empoderamiento de los ciberconsumidores: fortaleciendo la protección de los consumidores en la economía del internet”, que se llevó a cabo en Washington DC, en diciembre de 2009. Durante la conferencia, **Profeco** expuso sus avances en materia de comercio electrónico.

Finalmente, **Profeco** asistió al V Congreso Mundial para Combatir la Falsificación y la Piratería, organizado entre el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) y la Organización Internacional de Policía Criminal (Interpol, por sus siglas en inglés), el cual se llevó a cabo en Cancún, en diciembre de 2009. Allí se habló sobre el impacto del fenómeno de la piratería a escala mundial, los riesgos a la salud y seguridad de los consumidores, marcos legales y los trabajos de coordinación a nivel nacional e internacional a fin de combatir este flagelo.

Ámbito bilateral

Profeco siempre ha procurado iniciar y consolidar lazos de cooperación con otros países en materia de protección al consumidor. Dentro de las principales acciones realizadas al respecto, destacan las visitas de trabajo de autoridades extranjeras de protección al consumidor, lo que representa un reconocimiento a la labor de **Profeco** en la esfera internacional.

En abril de este año, funcionarios de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor del Ministerio de Economía de Guatemala realizaron una pasantía como parte del proyecto Asesoría de Atención al Consumidor del VII Programa de Cooperación Técnica y Científica México-Guatemala para el bienio 2007-2009. En el marco de esta visita se abordaron temas como acciones colectivas, asesoría a los consumidores, atención de quejas y conciliación, garantías, contratos de adhesión, arbitraje, Registro Público de Consumidores (RPC) y estudios sobre consumo.

En mayo de 2009, **Profeco** participó en las VIII Jornadas de la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (Ausbanc) Internacional, en Miami, Florida, en donde presentó la ponencia

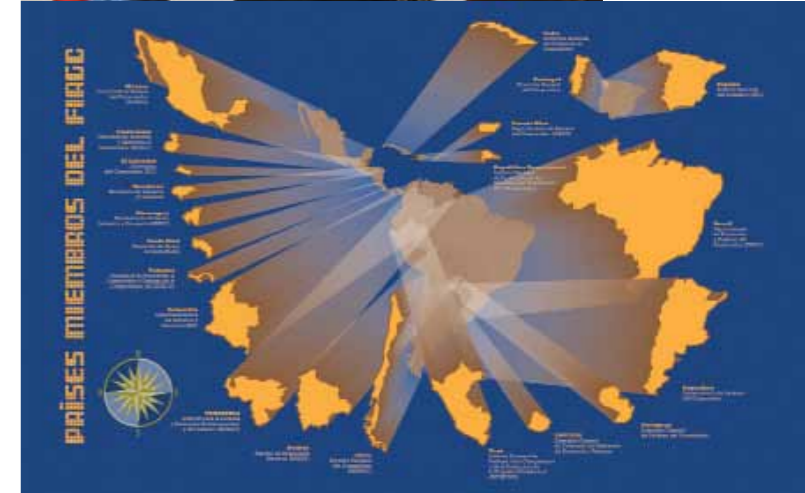
“Importancia de la competencia para el consumidor”. Asimismo, en septiembre de 2009, se llevó a cabo el programa de cooperación técnica entre la Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en inglés) estadounidense y **Profeco**. Así, funcionarios de la FTC capacitaron a personal de las subprocuradurías jurídicas y de servicios en temas como acciones colectivas, protección de datos personales, robo de identidad, y publicidad engañosa y abusiva.

Finalmente, en octubre de 2009, la Procuraduría contó con una visita de trabajo de funcionarios de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) de Panamá, la cual tuvo como objetivo compartir con dicha autoridad experiencias, procedimientos y estrategias en materia de protección al consumidor, específicamente en educación para el consumo, organizaciones de consumidores y estudios sobre consumo.

ProTLCUEM

Durante 2009, **Profeco** realizó, al amparo del Proyecto de Facilitación del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (ProTLCUEM) y con base en el Programa Operativo Anual IV 2009, un total de 13 actividades:

- Asistencia técnica** para el diseño funcional de una Red de Alerta Rápida para autoridades mexicanas (y otros agentes económicos y sociales mexicanos) que permita la transmisión eficiente de información entre la Unión Europea (UE), México y otros países.
- Taller de trabajo** sobre el manejo de los sistemas de información como herramienta para la vigilancia del mercado y para la protección al consumidor.
- Asesoría técnica** para la propuesta de un modelo de protección de datos personales, considerando los modelos vigentes en la UE y México.
- Financiamiento** de las actividades de las asociaciones mexicanas de consumidores como medio para potenciar su desarrollo.
- Asistencia técnica** sobre el establecimiento y organización de una red piloto de asociaciones de consumidores.
- Capacitación** para la correcta evaluación y clasificación de riesgos relacionados con productos y servicios.
- Implantación** de una herramienta informática basada en entorno web y base de datos para la Red de Alerta Rápida.
- Eventos de presentación** de la Red de Alerta Rápida ante autoridades, asociaciones de consumidores y otros agentes socioeconómicos mexicanos.



- Talleres de trabajo** para jueces, abogados, asociaciones de jueces y de abogados respecto a los nuevos sistemas de comercialización.
- Asesoría técnica** en materia de publicidad y arbitraje.
- Asistencia técnica** sobre el intercambio de experiencias en materia de redes de alerta y capacitación en implementación del Sistema de Alerta Rápida para Alimentos y Piensos (RASFF, por sus siglas en inglés) de la Unión Europea.
- Asistencia técnica** sobre la situación legislativa respecto a temas de interés social y los consumidores.
- Apoyo técnico** sobre las iniciativas legislativas en el campo de los servicios y los consumidores en la UE y México.

Durante 2009 se inició el trabajo en torno a dos proyectos web de suma relevancia para la Procuraduría: la mencionada Red de Alerta Rápida y la Red Piloto de Asociaciones de Consumidores, una plataforma informática que busca mejorar la capacidad de interlocución entre las asociaciones mexicanas y las diversas instituciones públicas y privadas que a escala nacional e internacional están relacionadas con el tema del consumo. Ambos proyectos se pondrán en línea en 2010. ■

NUESTRA INSTITUCIÓN

Programación y presupuesto

Para el cumplimiento de los objetivos de **Profeco**, durante 2009 se ejercieron 926 millones de pesos de un presupuesto autorizado por la misma cantidad, es decir, este año logramos una eficiencia de 100% en el ejercicio y aplicación de los recursos económicos.

Esta eficiencia en la administración de los recursos permitió el logro de las metas planteadas para 2009, obteniéndose resultados de cumplimiento del orden de 105% en los indicadores estratégicos. Así, fue posible impulsar proyectos prioritarios en materia de tecnología, inversión y arrendamiento puro con la finalidad de modernizar la infraestructura de las unidades administrativas de **Profeco**.

servicios personales, 24.4 millones de pesos a gasto de operación y los restantes 5 millones de pesos correspondieron a gasto de inversión.

Facturación electrónica

Durante 2009, **Profeco**, en coordinación con el Servicio de Administración Tributaria (SAT), llevó a cabo el desarrollo de un par de herramientas tecnológicas que permitirán la puesta en marcha de un nuevo mecanismo de emisión de Comprobantes Fiscales Digitales (CFD): la factura electrónica y la nota de crédito electrónica, las cuales cuentan con validez de acuerdo con lo establecido en el Código Fiscal de la Federación. El propósito de este mecanismo es comprobar todas las operaciones de ingresos y egresos realizadas con los contribuyentes por el uso o goce de los bienes y servicios que presta la institución.

Profeco disminuyó su presupuesto aprobado por un importe total de 64.9 millones de pesos, lo que significó un 7% de ahorro en relación con el presupuesto anual autorizado.

"Cash-flow"

Con la finalidad de realizar una administración eficiente y transparente de los recursos de la institución, se desarrolló otra herramienta informática denominada *cash-flow*. En lo básico, se trata de un módulo de conciliación del flujo de efectivo. Pretende facilitar estas funciones: la identificación oportuna de los recursos suministrados, el control del ejercicio del gasto, el monitoreo diario de la disponibilidad y reconocimiento de los movimientos bancarios, la conciliación diaria del presupuesto ejercido y transacciones bancarias, la determinación oportuna de las economías generadas al cierre de cada mes y la obtención automática de la conciliación bancaria.

Profeco-Multip@gos

En junio de 2009, **Profeco** puso a disposición de los consumidores y proveedores el sistema Profeco-Multip@gos, una nueva modalidad para realizar pagos por internet de los bienes y servicios que ofrece esta institución, desde la comodidad del hogar u oficina. El nuevo sistema se encuentra disponible las 24 horas del día y los 365 días del año en pagos.profeco.gob.mx. Gracias a él, los consumidores y proveedores reciben grandes beneficios inmediatos, como evitar las largas filas en los bancos, ahorrar tiempo al efectuar pagos en línea y recibir la confirmación del pago vía correo electrónico, lo que disminuye el riesgo por el manejo de documentos y efectivo.

MONTOS EJERCIDOS DE ENERO A DICIEMBRE DE 2009

(miles de pesos)

CAPÍTULO	MODIFICADO	EJERCIDO	% EJERCIDO / MODIFICADO
Servicios personales	678,835	678,835	100 %
Materiales y suministros	29,469.4	29,469.4	100 %
Servicios generales	216,037.3	216,037.3	100 %
Bienes muebles e inmuebles	1,617	1,617	100 %
Otras erogaciones	56.5	56.5	100 %
Suma	926,015.2	926,015.2	100 %

Programa de ahorro 2009

Con las medidas de austeridad y ahorro emitidas por el Ejecutivo Federal para el ejercicio fiscal 2009, **Profeco** disminuyó su presupuesto aprobado por un importe total de 64.9 millones de pesos, lo que significó un 7% de ahorro en relación con el presupuesto anual autorizado: 35.5 millones de pesos correspondieron a

Profeco-Multip@gos es una nueva herramienta para que consumidores y proveedores paguen vía internet, las **24 horas de los 365 días del año**, los bienes y servicios que ofrece **Profeco**.

Al 31 de diciembre de 2009, 130 usuarios ya realizaban sus transacciones en un tiempo máximo de diez minutos en promedio, lo que ha significado 576 solicitudes de pago en Profeco-Multip@gos, de las cuales 130 se han pagado en línea y 446 por ventanilla bancaria, por un monto total de 3.5 millones de pesos.

Contacto Ciudadano

El día 2 de diciembre de 2009, el Centro Integral de Servicios se modernizó para convertirse en el primer Contacto Ciudadano (CC) de **Profeco**, un nuevo espacio mediante el cual la institución brinda a la ciudadanía servicios más eficientes, eficaces y transparentes, en un entorno de atención ciudadana integral, con innovaciones tecnológicas, personal capacitado y moderna infraestructura.

Dentro de estas innovaciones está el micrositio del CC (www.profeco.gob.mx/contacto/inicio.asp), donde se encuentra todo lo relacionado con los trámites y servicios que ahí se llevan a cabo: requisitos, tiempos de resolución, costos y descarga de formatos, así como los vínculos para ingresar a los servicios en línea: Procitel, Concilianet, Registro Público de Consumidores, Profeco-Multip@gos, acceso a los contenidos de la *Revista del Consumidor* y Contratos de Adhesión en línea.

La puesta en marcha del CC busca facilitar la gestión de los trámites y servicios. Es, al mismo tiempo, el espacio idóneo para garantizar la transparencia y calidad de los mismos, pues crea soluciones innovadoras que permiten a la institución alcanzar altos grados de credibilidad, mejorar los trámites de acuerdo con las expectativas ciudadanas y reducir al mínimo los tiempos de atención.

Recursos humanos

Como parte del fortalecimiento de programas sustantivos, se crearon 16 plazas de mando medio y 38 plazas operativas, que sirvieron de base para la implementación de nuevos programas de atención al público, tales como Procitel, Concilianet, Dictamen y Acciones de Grupo. Asimismo, se llevó a cabo la conversión de 193 plazas de mando medio y 72 de plazas operativas para cubrir el rezago, así como unificar las estructuras en delegaciones y subdelegaciones **Profeco**.

El Programa Anual de Capacitación tuvo también un papel destacado. A fin de mantener un proceso sistematizado de la capacitación a los servidores públicos de la institución (lo que redundó en una mejor calidad en los servicios que demanda la sociedad), se impartieron un total de 169 cursos equivalentes a 3,260 horas, y se alcanzó una cobertura de 2,655 participantes. Por otra parte, y con el objeto de aprovechar al máximo la plataforma tecnológica para la capacitación a distancia *e-learning*, se impartieron en línea los cursos "Aprendiendo en línea", "Conociendo el SIIP", "Procitel", "Inducción a Profeco" y "Diplomado de Educación para el Consumo", gracias a los cuales se concretaron 28 cursos con un total de 536 participantes, lo que representó 457 horas de capacitación.

Recursos materiales

En el renglón de las adquisiciones y obra, es decir, todo lo que tiene que ver con el suministro de los bienes y servicios necesarios para la adecuada operación de **Profeco**, durante 2009 se formalizaron contratos y pedidos por un monto total de 149.8 millones de pesos de un Presupuesto Modificado Autorizado Anual de 169 millones de pesos, destinados al Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios.

Para este fin se atendieron 93 solicitudes de bienes y servicios mediante la celebración de 13 licitaciones públicas, 14 invitaciones a cuando menos tres personas, nueve casos de excepción de licitación pública y 277 adjudicaciones directas, lo que se traduce en 210 pedidos y contratos formalizados. También se elaboraron y formalizaron 55 contratos de arrendamiento de inmuebles para las delegaciones y subdelegaciones **Profeco**.

Es importante resaltar que durante el ejercicio 2009 no se presentaron inconformidades a los procesos licitatorios.

Por otro lado, merece mención aparte el hecho de haber obtenido la exención del impuesto predial de los años 2009, 2010 y 2011 de los inmuebles propiedad de **Profeco** en la Ciudad de México (José Vasconcelos 202 y 208, Alemania 14 y Toltecas 23).

169 cursos de capacitación, equivalentes a más de 3 mil horas, impartió **Profeco** en beneficio de 2,655 servidores públicos.



Por último, señalaremos el arrendamiento puro de 140 equipos de cómputo y de 15 servidores de red destinados a las delegaciones y subdelegaciones, indispensable para el proceso de renovación de la infraestructura, lo que contribuye a mejorar la prestación de los servicios que brindamos.

Servicios generales

A través del Programa Anual de Disposición Final de Bienes Muebles de 2009, se autorizó la baja de 2 mil 694 bienes, lo cual permitió a 26 delegaciones liberar valioso espacio en sus inmuebles. En el mismo tenor, se donaron 20 mil 110 kilogramos de papel archivo a la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos. De esta forma, se cumplió al 100% con lo autorizado por el Comité de Bienes.

Además, se realizaron gestiones por un total de 19 siniestros ante la aseguradora que tiene cubiertos los bienes patrimoniales de la institución, de las cuales se recibieron indemnizaciones por ocho bienes dañados (386 mil 790 pesos).

Simplificación regulatoria

Durante 2009, **Profeco** mantuvo la calificación de 100 en la evaluación del avance en la implementación de las herramientas de simplificación regulatoria que realiza la Secretaría de la Función Pública. En este sentido, y en el marco del Programa Especial de Mejora de la Gestión en la Administración Pública Federal 2008-2012, **Profeco** realizó las siguientes acciones en materia de mejora regulatoria interna: se identificaron las unidades administrativas que diseñan o emiten documentos normativos y se integró el directorio conforme a lo establecido por la SFP; se emitieron los documentos normativos para establecer el Proceso de Calidad Regulatoria en **Profeco** y, finalmente, se mantuvo actualizado el inventario del marco normativo interno.

Así, al cierre de 2009, **Profeco** contó con un marco normativo actualizado al 97.5%, por lo que el índice de certeza jurídica en la institución es del 100%, con un índice de simplificación regulatoria del 58%, ya que los 139 documentos normativos vigentes en 2008 se redujeron a 10 de apoyo administrativo.

9.9 de 10: calificación que obtuvo **Profeco** en el indicador de Seguimiento de Transparencia del Programa Nacional de Rendición de Cuentas, Transparencia y Combate a la Corrupción 2009.

Control interno

En su esfuerzo por fortalecer el Control Interno Institucional, en septiembre de 2008 **Profeco** inició su implementación con un grupo de delegaciones (Centro y Norte del DF, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nuevo León, Quintana Roo y Veracruz), que se tomarían como modelo para aplicar este sistema en todas las delegaciones y subdelegaciones. Al cierre de 2009, la implementación del Control Interno Institucional fue de 100% en oficinas centrales y de 98% en las delegaciones y subdelegaciones.

Por otra parte, uno de los aspectos relevantes derivados de las acciones de mejora es el de establecer como una política institucional el Programa Anual de Administración de Riesgos. El establecimiento de este programa (para oficinas centrales y más recientemente para delegaciones y subdelegaciones), ha sido de suma importancia en los dos últimos años, ya que a través de éste se han definido acciones y estrategias que permiten administrar los riesgos (así como evitar que se presenten), y así contribuir en el logro de los objetivos, metas y programas institucionales.

En oficinas centrales, podemos afirmar que ya existe conocimiento y sensibilización acerca de este tipo de control en todas las áreas. En delegaciones y subdelegaciones se obtuvieron resultados que denotan que se trabaja correctamente en los objetivos propuestos.

Por último, es importante destacar la intervención de los integrantes del Comité Institucional de Control Interno, un órgano colegiado donde se generan, discuten y aprueban los métodos de trabajo; las herramientas y formatos a utilizar, y los avances obtenidos, entre otros aspectos clave. ■



TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

Acceso a la información pública

Para dar cumplimiento a la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPG), a su reglamento y demás disposiciones aplicables, **Profeco** ha atendido las siguientes solicitudes de información en los últimos años:

SOLICITUDES DE ACCESO A LA INFORMACIÓN

2004	346
2005	414
2006	425
2007	644
2008	423
2009	511

Como se observa en la tabla de la izquierda, a lo largo de 2009 la unidad de enlace de **Profeco** dio atención a 511 solicitudes de información presentadas a través del Sistema de Solicitudes de Información (Infomex). En el periodo hubo un aumento significativo en el número

de solicitudes recibidas por esta Procuraduría, con respecto al año anterior.

SOLICITUDES DE INFORMACIÓN 2009 (por tema)

Número de solicitudes

Información sobre quejas o denuncias	158
Información sobre verificaciones	74
Otros temas administrativos	66
Comportamiento comercial de empresas	44
Consulta jurídica / marco jurídico	36
Información sobre otras instituciones	25
Análisis del laboratorio	24
Multas y sanciones impuestas a empresas	20
Información general sobre Profeco	19
Información sobre precios históricos	14
Educación e información para el consumo	8
Presupuesto y su ejercicio	5
Información sobre la unidad de enlace	4
Manuales	4
Grupos y organizaciones de consumidores	3
Personal de Profeco y sus atribuciones	3
Agenda de funcionarios	3
Información sobre el órgano interno de control	1

De esta forma se retoma la tendencia de crecimiento del número de solicitudes presentadas (2008 fue el único de los últimos seis años en que tal cantidad disminuyó).

Nuestra institución ha puesto a disposición del público información acerca de temas sensibles, como las verificaciones a gasolineras, el comportamiento comercial de las empresas y sobre las quejas o denuncias que recibe **Profeco**. Cabe señalar que las solicitudes relacionadas con este último tema se incrementaron de manera significativa: en 2008 representaban apenas el 11.5% de los requerimientos de información hechos a la institución, pero para este año dicho porcentaje se incrementó a 31%, lo que significa un total de 158 solicitudes de información. Con lo anterior es evidente que la ciudadanía ha tenido un mayor interés en conocer información de las quejas y denuncias presentadas por probables violaciones a la ley.

Transparencia y rendición de cuentas

Los temas que integraron el Programa Nacional de Rendición de Cuentas, Transparencia y Combate a la Corrupción 2009 en nuestra institución fueron seis: blindaje electoral, participación ciudadana, mejora de los sitios web, transparencia focalizada, programas sectoriales y cultura institucional.

Al igual que en los ejercicios 2007 y 2008, **Profeco** se mantuvo constante en el cumplimiento de las acciones para cada tema, por lo que la calificación que se obtuvo en el Indicador de Seguimiento de Transparencia fue de 9.9, evaluación óptima si consideramos que la meta máxima establecida fue de 10. ■

Tema	Resultado reportado
Blindaje electoral	10
Participación ciudadana	10
Mejora de los sitios web	9.6
Transparencia focalizada	10
Programas sectoriales	10
Cultura institucional	10
Calificación total del periodo	9.9

RETOS 2010

Para nuestra institución, el próximo año será el de la consolidación de proyectos que fueron diseñados como de alto impacto y que hoy son herramientas reales que comienzan a ser reconocidas y aceptadas por la ciudadanía: los contratos de adhesión en línea, Concilianet, la nueva *Revista del Consumidor*, la creación del sitio *Revista del Consumidor en Línea* y los dictámenes, sólo por citar algunos. Pero también será el año de la renovación de uno de nuestros servicios más relevantes: el Teléfono del Consumidor.

El Teléfono del Consumidor en Línea es uno de nuestros proyectos más ambiciosos de 2010, pues busca acercar aún más los servicios que brinda Profeco a la ciudadanía. La idea es que el consumidor no tenga que preocuparse por indagar qué área de la Procuraduría es la indicada para resolver su problema, sino que un representante de nuestra institución, debidamente capacitado, lo guíe. Así, aprovecharemos los beneficios de la tecnología para cumplir nuestra misión de mejor manera y modernizar los procedimientos de atención: el consumidor nos informará sobre su problema y nosotros seremos capaces de proporcionarle, en segundos, la mejor vía para comenzar a resolverlo.

La publicidad es otro de los temas prioritarios en 2010. La nueva estrategia de la institución para enfrentar a la publicidad que atenta contra los derechos de los consumidores no sólo se basa en multar a las empresas, sino en capacitarlas para desincentivar la conducta: antes de que su publicidad salga al aire los invitaremos a que se instruyan en temas de derechos del consumidor y mercadotecnia. Pero si continúan con dudas, los proveedores tendrán la opción de pedir consejo: Profeco revisa la publicidad antes de que se publique y determina si hay violaciones a la ley.

Capacitaremos a agencias de publicidad y mercadólogos para señalarles que la Ley Federal de Protección al Consumidor sí contempla asuntos relativos a la publicidad. El mensaje: la creatividad es respetada por Profeco, siempre y cuando no vulnere derechos. Además, continuaremos en la búsqueda de acuerdos de autorregulación publicitaria con los distintos ramos productivos y perfeccionaremos la coordinación con otros organismos como la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) y el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), para asegurarnos de que los asuntos en materia publicitaria no atenten contra los consumidores.

En materia de educación y divulgación, analizaremos los resultados del relanzamiento de todos los productos

informativos. Debido a la capacidad de medición del impacto de los contenidos y de interacción inmediata con el público que nos brinda internet, podemos aventurar que 2010 será el año de la consolidación de proyectos pioneros en la administración pública, como la *Revista del Consumidor TV y Webcast* (en su plataforma YouTube) y la *Revista del Consumidor Radio y Podcast*; la incursión en redes sociales (Facebook, YouTube, Twitter y Hi5) y, por supuesto, el sitio web *Revista del Consumidor en Línea*.

La difusión de los contenidos educativos institucionales entrará en una nueva dinámica en la que la retroalimentación con los consumidores será fundamental. Gracias, de nuevo, a internet, ese diálogo será fructífero, ya que nos permitirá dar respuesta a las necesidades de los consumidores de una manera más ágil, sin especulaciones. El nuevo consumidor Web 2.0 exige y necesita respuestas rápidas y claras.

En el terreno jurídico, Profeco se ha planteado como un reto para los próximos años la innovación en el marco normativo de la defensa del consumidor. El ejemplo más inmediato es una propuesta de reforma constitucional sobre acciones colectivas que está por publicarse. Uno de sus puntos primordiales reside en la posibilidad de que los consumidores y sus asociaciones puedan interponer acciones colectivas sin que sea un requisito acudir a Profeco. El desafío en este renglón será lograr que las disposiciones destinadas a reglamentar esta modificación constitucional tengan un marco adecuado que permita a jueces, magistrados y ministros la comprensión clara y completa de lo que supone y posibilita la figura de la acción colectiva.

2010 será un año complejo. Debemos apuntalar los nuevos servicios, lo cual nos permitirá seguir avanzando en la gigantesca labor que supone la defensa de los derechos de los consumidores. Los retos son grandes, pero Profeco cuenta con la infraestructura y el material humano para enfrentarlos. ■

EL RENACIMIENTO DE UN HÉROE

En 2009, Profeco presentó al nuevo héroe de chicos y grandes, al paladín de Ciudad Consugótica, el superhombre que nunca deja de luchar por los derechos de los consumidores (aun a costa de su vida, vacaciones y días festivos). Él es... ¡Consumán!



Número 1, marzo

En su tienda, El atorón biónico, este villano no entregaba los comprobantes de compra. ¡Toda una pesadilla!



Número 2, abril

Su plan era vender calentadores de agua defectuosos, pero no contaba con que Consumán tenía antojo de birria.



Número 3, mayo

Ciudad Consugótica estaba harta de sus llamadas publicitarias. Consumán casi muere entre sus tentáculos.



Número 4, junio

Esta rata reguetonera era especialista en violar los derechos de los consumidores en el antro.



Número 5, julio

Chupan más luz y dinero de lo que te imaginas. Consumán les dio una lección a estas seductoras villanas.



Número 6, agosto

Estuvo a punto de arruinar el regreso a clases con sus aumentos de colegiaturas sin previo aviso.



Número 7, septiembre

Mecánico trácala que tuneaba autos sin autorización del dueño. La destornilladora doble de Consumán acabó con él.



Número 8, octubre

Sus enredos incluían no dar comprobantes y pedir adelantos por sus servicios. Consumán acabó con su teatro de estafas.



Número 9, noviembre

Las vacaciones en Consutepec de Consumán y sus amigos estuvieron a punto de cancelarse por culpa de unos camioneros gandallas.



Número 10, diciembre

Sus vientos contaminados no fueron rivales para nuestro héroe, quien tiene los consejos más ecológicos para comprar un auto.



Procurador Federal
del Consumidor
Antonio Morales de la Peña

Coordinadora General de Educación
y Divulgación
Mónica Braun Guillén

Director General de Difusión
Rodrigo Xoconostle W.

Director editorial
Pablo García Camarero

Director de arte y diseño
Guillermo Serrano Sánchez

Jefe de redacción
José Armando Aguilar Pérez

Impreso en Impresora y Encuadernadora Progreso,
SA de CV (San Lorenzo 244, Col. Paraje San Juan,
Iztapalapa, México DF)
Tiraje: 500 ejemplares