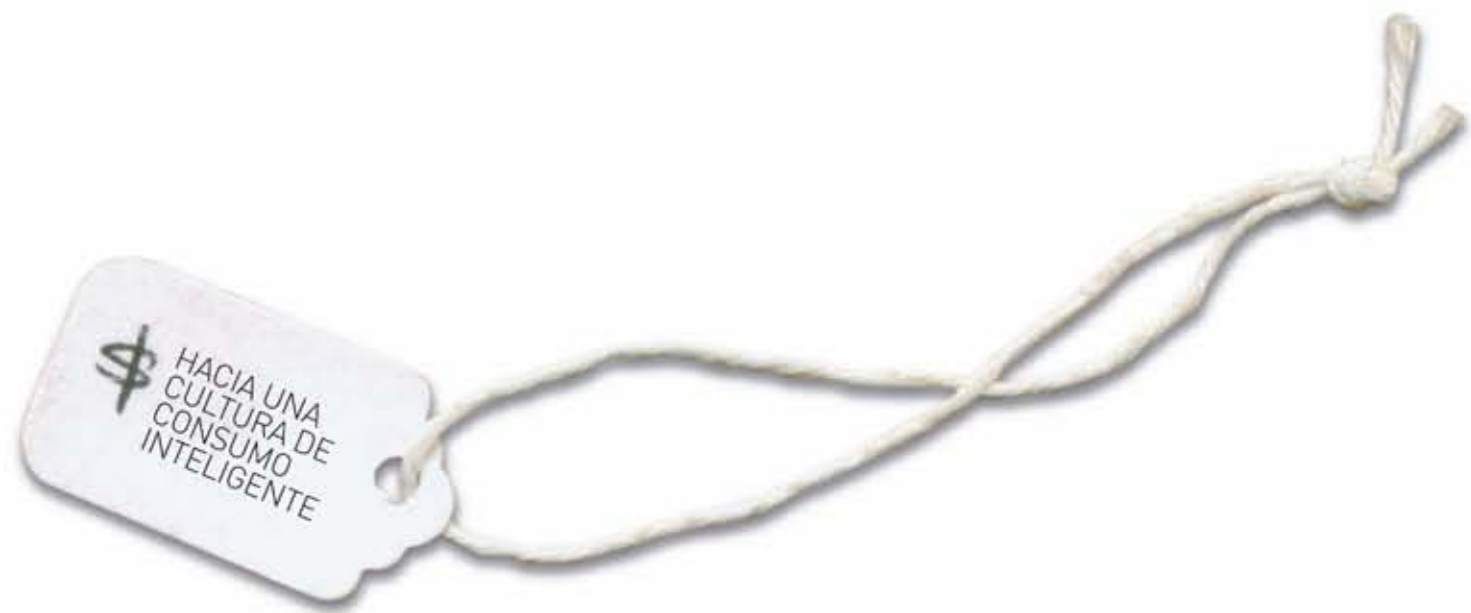


INFORME ANUAL 2008

PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR





INFORME ANUAL 2008

PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR



DIRECTORIO

Antonio Morales de la Peña
PROCURADOR FEDERAL DEL CONSUMIDOR

Rafael Anzures Uribe
SUBPROCURADOR DE SERVICIOS

José María de los Santos Quezada
SUBPROCURADOR DE VERIFICACIÓN

Raúl García Moreno Elizondo
SUBPROCURADOR JURÍDICO

Mónica Braun Guillén
COORDINADORA GENERAL DE EDUCACIÓN
Y DIVULGACIÓN

Esperanza Gómez Mont Urueta
COORDINADORA GENERAL DE PLANEACIÓN

Jaime Salazar Silva
COORDINADOR GENERAL DE ADMINISTRACIÓN

Alberto Díaz Trujillo
DIRECTOR GENERAL DE DELEGACIONES

Tomás Trueba Gracián
COORDINADOR DE ASESORES Y TITULAR
DE LA UNIDAD DE ENLACE

Raúl Reynoso Nuño
DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Gabriela J. Gutiérrez Arce
TITULAR DEL ÓRGANO INTERNO DE CONTROL

ÍNDICE

	PÁGINA		PÁGINA
PRESENTACIÓN	5	4.5.3 Radio y televisión	
CAPÍTULO 1 ATENCIÓN A CONSUMIDORES	6	4.6 Coordinación de Fomento de Asociaciones de Consumidores	
1.1 Proctel		4.6.1 Fomento de asociaciones de consumidores	
1.2 Orientación y asesorías		4.6.2 Vinculación con organizaciones sociales	
1.2.1 Teléfono del Consumidor		4.6.3 Consejo Consultivo del Consumo	
1.2.2 Módulos		CAPÍTULO 5 REPRESENTACIÓN JURÍDICA	42
1.3 Registro Público de Consumidores		5.1 Acciones de grupo	
1.4 Buró Comercial		5.2 Caso Neoskin	
CAPÍTULO 2 ATENCIÓN A PROVEEDORES	10	5.3 Apoyo legal	
2.1 Promecabise		5.4 Convenios, contratos y documentos de carácter internacional	
2.2 Contratos de adhesión		5.5 Propiedad intelectual	
2.3 Centro Integral de Servicios		5.6 Derechos humanos	
2.4 Normas Oficiales Mexicanas relacionadas con servicios		5.7 Entace legislativo	
CAPÍTULO 3 APLICACIÓN Y CUMPLIMIENTO DE LA LEY	14	5.8 Participación en foros jurídicos y académicos	
3.1 Quejas y conciliaciones		CAPÍTULO 6 PRESENCIA NACIONAL	46
3.2 Conciliatel		6.1 Profeco en la república mexicana	
3.3 Dictamen		6.2 Parque vehicular y equipo de cómputo arrendado	
3.4 Acciones de verificación		CAPÍTULO 7 PROFECO EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL	52
3.4.1 Combustibles		7.1 Profeco en el mundo	
3.4.2 Gas LP		7.2 II Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor	
3.4.3 Verificación a establecimientos comerciales		7.3 Ámbito multilateral	
3.4.4 Programas especiales		7.4 Ámbito bilateral	
3.4.5 Política pública preventiva de verificación y vigilancia		7.5 ProTLCUEM	
3.4.6 Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor		CAPÍTULO 8 TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS	58
3.5 Procedimientos por infracciones a la Ley		8.1 Acceso a la información pública	
3.5.1 Relacionados al área de Verificación		8.2 Programa de Transparencia y Rendición de Cuentas	
3.5.2 Relacionados al área de Servicios		8.3 Carta Compromiso al Ciudadano	
3.5.3 Casos destacados		CAPÍTULO 9 DESARROLLO INSTITUCIONAL	62
3.6 Arbitraje		9.1 Programación y presupuesto	
3.7 Publicidad		9.2 Programa de Ahorro 2008	
3.8 Monitoreo de tiendas virtuales		9.3 Recursos Humanos	
CAPÍTULO 4 PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO	34	9.4 Recursos Materiales	
4.1 El consumo inteligente		9.5 Simplificación regulatoria	
4.2 Educación para el consumo		9.6 Tecnologías de la información y comunicaciones	
4.2.1 Educación y organización de consumidores		9.7 Control Interno Institucional	
4.2.2 Diplomado de Educación para el Consumo en línea		9.8 Programa de Mejora de la Gestión	
4.2.3 Programas especiales		CAPÍTULO 10 RETOS 2009	68
4.2.4 Contenidos para la ser		PORTADAS Y GLOSARIO	72
4.3 Estudios sobre consumo			
4.4 Eco-Vehículos			
4.5 Radio, televisión y publicaciones			
4.5.1 La Revista del Consumidor			
4.5.2 Otros impresos			

Misión y vocación



Tres son los pilares de Profeco: la protección al consumidor, la defensa de sus derechos y la educación sobre el consumo. Aunque sus cimientos son sólidos –33 años de vida lo demuestran–, los que trabajamos en esta Procuraduría debemos reforzarlos de continuo, pues indudablemente se traducen en una mejor calidad de vida para todos los mexicanos.

En Profeco tenemos la fortuna de contar con un gran empuje vocacional: la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), cuyos lineamientos se traducen en el mandato de garantizar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. Es, al mismo tiempo, un legado con peso histórico, ya que México fue el segundo país latinoamericano con una LFPC y el primero en crear una Procuraduría. La vasta experiencia de nuestro país brilla en el ámbito internacional, tal como se detalla en el capítulo 7 de este volumen, especialmente para los países que empiezan a trabajar en la protección de los derechos de los consumidores.

Dada esta responsabilidad, durante 2008 pusimos en marcha una serie de acciones en beneficio de los consumidores. Deseo señalar la consolidación del Programa de Citas por Teléfono (Procitel), que alcanzó su operación a escala nacional en diciembre. Con este servicio, los consumidores de todo el país pueden hacer su cita en la delegación que les corresponda, con lo que ahorran tiempo y evitan filas. También inició operaciones Concilianet, una innovadora forma de llevar a cabo el procedimiento conciliatorio por medio de Internet, el cual nos ha permitido reducir considerablemente el tiempo que tarda el consumidor en resolver su queja.

También debo destacar la figura jurídica del dictamen, un instrumento innovador que le otorga al consumidor la facultad de gestionar el cumplimiento de la obligación incumplida de un proveedor ante los tribunales.

Como en otros años, pero de manera más ardua, también se realizaron en todo el país acciones de verificación de bebidas alcohólicas, leche y sucedáneos, se sancionó económicamente por diversas irregularidades los abusos de los taxis del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México y se llevaron a cabo acciones decididas en el caso Neoskin.

Por otra parte, el objetivo principal de la labor de educación y divulgación que realizamos es la formación del sentido crítico que debe tener cada consumidor frente a las ofertas del mercado que se le presentan día con día. Estamos convencidos de que este tipo de conciencia nos permite tomar mejores decisiones en torno a los productos que impactan en nuestra economía, sobre todo en un entorno cada vez más cambiante y competitivo. Propagar y afianzar la cultura de consumo inteligente no son tareas fáciles, pero en el último año hemos dado pasos importantes hacia su consecución.

Este informe es el reflejo del esfuerzo que realizamos en Profeco durante 2008 en beneficio de los consumidores y la Nación. Es la respuesta puntual a una misión heredada, que también es nuestra vocación.

Antonio Morales de la Peña
PROCURADOR FEDERAL DEL CONSUMIDOR





**ATENCIÓN
A CONSUMIDORES**

1.1 Procitel

○ Durante 2008, Profeco puso énfasis en dar mejor atención a los consumidores mediante Procitel y en la modernización de uno de sus servicios más solicitados, el procedimiento conciliatorio —ahora totalmente electrónico gracias a Concilianet, un mecanismo de solución de controversias a través de Internet.

Disminuir los costos de transacción de la ciudadanía fue uno de los retos que nos propusimos para el año 2008. Así, Procitel tiene como finalidad que los consumidores pierdan el menor tiempo posible al solicitar un servicio de Profeco. Con esta modalidad los consumidores pueden programar su asistencia a las delegaciones de Profeco para recibir asesoría y presentar quejas.

En 2007 se inició la fase piloto en tres delegaciones (Aguascalientes, Colima y Querétaro), programando 500 citas en el periodo de octubre a diciembre. El despliegue nacional se definió por regiones —en seis etapas— que iniciaron en marzo de 2008 y concluyeron en diciembre del mismo año.

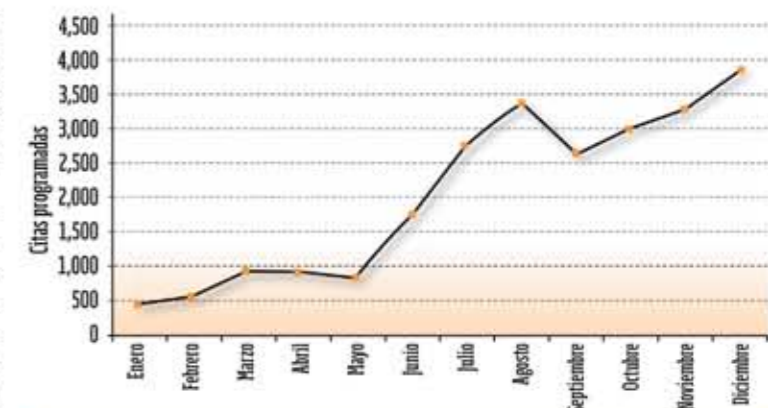
A partir de diciembre de 2008, una vez concluidas las seis etapas en las que fue planeada su implementación, Procitel se encuentra operando a nivel nacional, por lo que los ciudadanos de cualquier parte de la república pueden llamar al Teléfono del Consumidor al 01 800 468 8722 y, desde la ciudad de México y el área metropolitana, al 5568 8722 para solicitar una cita con el propósito de presentar su queja en la delegación correspondiente y evitarse de esta manera traslados, vueltas y gastos que resultan innecesarios.

De enero a diciembre de 2008, se programaron 24,506 citas, lo que representó 20% del total de



De enero a diciembre de 2008, se programaron **24,506 citas**, lo que representó **20% del total** de quejas recibidas (**117,675**).

PROCITEL 2008



quejas recibidas (117,675). La asistencia fue de 52% y en 77% de los casos la queja resultó procedente.

Los principales beneficios para los consumidores como resultado del establecimiento de Procitel durante el primer año son: se ahorran tiempo y dinero; en vez de esperar en una fila a ser atendidos, sólo deben llegar 10 minutos antes de su cita; gracias a este nuevo servicio del Teléfono del Consumidor, se les informa con anticipación lo que deberán presentar en su cita, lo que evita traslados innecesarios por falta de documentos.

Por otra parte, esta nueva modalidad le permitió a la Procuraduría Federal del Consumidor llevar a cabo una reestructura integral en la atención y recepción de quejas, mejorando así la calidad en el servicio y disminuyendo considerablemente el tiempo para su presentación.

A partir de la experiencia en la implementación de este programa, se determinó que el desarrollo del mismo tiene la capacidad para incluir en un futuro el procedimiento de conciliación inmediata, de tal forma que las quejas puedan ser resueltas en el menor tiempo posible, evitando el proceso y tiempo que, en su caso, llevan las audiencias de las conciliaciones personales.

IMPLEMENTACIÓN DE PROCITEL POR ETAPAS

ETAPA	FECHA DE INICIO	ESTADOS
	Marzo 2008	Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Colima, Chihuahua, Querétaro y Sonora
	Junio 2008	Durango, Jalisco, Nayarit, San Luis Potosí, Sinaloa y Zacatecas
	Julio 2008	Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas
	Septiembre 2008	Guanajuato, Hidalgo, Morelos, Michoacán, Puebla, Toluca y Tlaxcala
	Noviembre 2008	Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán
	Diciembre 2008	Zona metropolitana de la Ciudad de México (Centro, Norte, Sur, Oriente, Poniente, Naucalpan, Nezahualcóyotl y Tlalnepantla)

TOTAL 32

1.2 Orientación y asesorías

En el entorno actual, las interacciones entre el gobierno y los ciudadanos se realizan cada vez más por medio de canales remotos: teléfono, fax, correo electrónico, chat, entre otros. Por su parte, los consumidores están cada vez más tecnificados y son más exigentes, por lo que Profeco busca permanentemente nuevas fórmulas para responder de manera directa y personalizada las solicitudes que recibe diariamente de los ciudadanos.

Actualmente, Profeco proporciona orientación y asesoría por medio de diferentes canales de atención: personal, telefónica, vía fax, por correo electrónico y por Internet. Con esto, la institución pone a disposición sus servicios a los ciudadanos, optimizando los recursos tecnológicos y humanos con los que ya cuenta para generar así un servicio de mejor calidad y eficiencia para los consumidores.

Para el fomento de una cultura de consumo inteligente y la defensa de los derechos de los consumidores, resultan primordiales la orientación y la información sobre los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado y sobre las prácticas comerciales de los proveedores. Esto se debe a que en la medida en que la orientación e información que obtienen los consumidores sea de calidad, oportuna y veraz, las relaciones de consumo resultarán más equitativas, pues así se incentiva al consumidor a tomar mejores decisiones de consumo.

Por eso Profeco brinda servicios gratuitos de información, orientación, recepción de denuncias y, en su caso, asesoría jurídica en materia de derechos del consumidor. Durante 2008, se atendió a un poco más de 620,000 usuarios, lo que significa un promedio de 1,700 cada día.

SERVICIO	USUARIOS ATENDIDOS
Teléfono del Consumidor (información, asesoría, citas y denuncias)	422,880
Denuncias por Internet	26,367
Buró comercial de Profeco	118,835
Asesoría (correo electrónico, fax y escritos)	33,993
Módulos de asesoría e información (cuaresma, vacaciones y regreso a clases, y decembrino)	3,009
Comportamiento comercial	11,234
Centro Integral de Servicios (DGQC/asesoría)	4,766
TOTAL	621,084

1.2.1 Teléfono del Consumidor

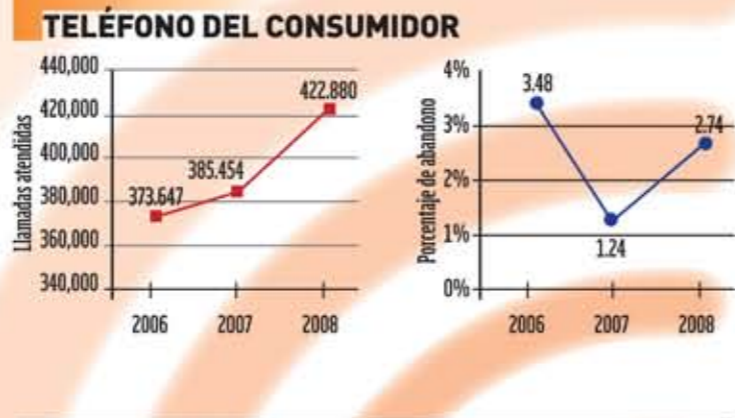
El Teléfono del Consumidor se creó como una herramienta esencial en la atención al público consumidor vía telefónica. Con más de 30 años, se ha convertido en la principal



En 2008, recibimos **35,904** denuncias por el Teléfono del Consumidor, de las cuales destacan aquellas en contra de **gasolineras y tiendas de abarrotes**.

cara de Profeco y es el servicio más reconocido y emblemático en la institución.

En 2008, el Teléfono del Consumidor sirvió a más de 422,000 usuarios, incrementando a poco más de 1,100 el promedio de llamadas atendidas diariamente y manteniendo por debajo de 3% las llamadas no atendidas (porcentaje de abandono), además de la incorporación del nuevo servicio de Procitel. Las denuncias recibidas por el Teléfono del Consumidor fueron 35,904, entre las cuales destacan aquellas en contra de gasolineras y tiendas de abarrotes. Además, se otorgó a los consumidores una atención especial en relación con el caso del cierre de la empresa Neoskin.



En los últimos años, gracias al uso de nuevas tecnologías y a la implementación de mejores prácticas en la operación del Teléfono del Consumidor, se ha logrado incrementar el número de llamadas atendidas y mantener el porcentaje de abandono de llamadas por debajo de los estándares establecidos internacionalmente por la industria de centros de contacto.

Como consecuencia de la **suspensión** de operaciones de la **aerolínea Aerocalifornia**, se reforzó la presencia de Profeco en el **Aeropuerto Internacional** de la Ciudad de México



1.2.2 Módulos

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 3,009 consumidores en las terminales 1 y 2 del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México. Lo anterior, resultó en 97% de recuperación para los consumidores por medio de la conciliación inmediata.

Como consecuencia de la suspensión de operaciones de la aerolínea Aerocalifornia, se reforzó la presencia de Profeco en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México y tanto el procurador como servidores públicos de mando medio y superior atendieron personalmente a los consumidores.

Gracias a la presencia de Profeco con los módulos de temporada, se logró apoyar de manera oportuna a los pasajeros que resultaron afectados por dicha suspensión mediante mecanismos de apoyo con otras aerolíneas, las cuales transportaron a precio preferencial a los pasajeros afectados.

1.3 Registro Público de Consumidores

Uno de los grandes proyectos que se consolidó durante 2008 es el Registro Público de Consumidores (RPC): desde 2007, Profeco inscribe gratuitamente los números telefónicos —de casa, oficina, fax, 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.

De esta forma, el RPC es la herramienta institucional que permite la aplicación efectiva del derecho de protección de información de los consumidores en materia de mercadotecnia y publicidad, haciendo efectivo su registro con una simple llamada desde el número telefónico que desea inscribir a los números del RPC:

Ciudad de México,	9628 0000
Guadalajara y Monterrey	01 800 962 8000
Resto de la república	01 800 962 8000

Así, proveedores o empresas están obligados a abstenerse de llevar a cabo acciones de ofrecimiento, venta y publicidad de productos o servicios a los consumidores inscritos en el RPC, para lo cual pueden consultar las bases del registro mediante el pago de la tarifa correspondiente.

3,009 consumidores fueron atendidos en los módulos del aeropuerto durante Semana Santa, verano y diciembre en 2008.

10,000 consultas al mes en promedio se hicieron en el Buró Comercial para conocer el comportamiento comercial de los proveedores.

Desde su inicio y hasta el mes de diciembre de 2008, el RPC registró 136,087 números telefónicos de consumidores que no desean recibir llamadas o mensajes de texto con fines de mercadotecnia o publicidad. Y a partir del 28 de diciembre de 2007 y durante 2008, entraron 576 denuncias por parte de consumidores cuyo número telefónico se encuentra inscrito en el RPC y que aún así recibieron llamadas publicitarias no deseadas por parte de proveedores. Del total, 301 corresponden al sector comercio, 178 a empresas del sector de telecomunicaciones y 97 relacionadas a publicidad del sector turístico.

Como consecuencia, durante 2008 se inició la investigación de 19 empresas. Estamos reuniendo la información necesaria que permita iniciar un procedimiento por infracciones a la ley por realizar llamadas a números inscritos en el RPC, lo que podría derivar en una sanción al proveedor denunciado de hasta 1,105,856.25 pesos.

1.4 Buró Comercial

Contar con información cierta y oportuna es un factor importante para tomar decisiones de consumo inteligentes. En este sentido, destaca el Buró Comercial, que pone a disposición un servicio en línea con información acerca de los 450 proveedores de bienes y servicios que concentran 60% de las quejas radicadas en Profeco.

En 2008, este servicio tuvo una demanda de 10,000 consultas mensuales en promedio. Los consumidores utilizaron esta alternativa para conocer el comportamiento comercial de los proveedores porque les permite acceder a la información desde la página de Internet de Profeco sin tener que realizar ningún trámite. Esto da a los consumidores el beneficio de obtener en forma inmediata datos sobre las quejas, el porcentaje de conciliación, los procedimientos por infracciones a la ley, las multas impuestas y los montos de las mismas, así como de los contratos de adhesión registrados ante la institución.

La perspectiva del Buró Comercial para 2009 es el rediseño de su página de Internet, con la finalidad de poner en marcha mejorados motores de búsqueda y una nueva forma de organizar la información para hacerla más accesible y facilitar su consulta. Además, en una siguiente etapa, se incluirá la información de todos los proveedores a escala nacional que tienen alguna queja, arbitraje o procedimiento por infracciones a la ley ante esta institución o, en su caso, algún contrato de adhesión registrado.



ATENCIÓN A PROVEEDORES

2.1 Promecabise

El Programa de Mejoramiento de la Calidad de Bienes y Servicios (Promecabise) tiene como objetivo elevar la calidad de los bienes y servicios que se otorgan a los consumidores, así como prevenir y proponer soluciones a la problemática en las relaciones de consumo. Mediante acciones conjuntas entre los proveedores y Profeco, busca los principales motivos de quejas y establece medidas preventivas que propicien su solución, reforzando la conciliación inmediata o en el menor número de audiencias en la conciliación personal.

Además, Promecabise tiene como reto permitir que Profeco incida en la elaboración de políticas públicas. En este sentido, el sector telecomunicaciones cobra especial importancia. Profeco va un paso adelante, tomando una posición activa en la defensa de los derechos del consumidor que no se limite a la atención de cada queja sino que también ponga en marcha una solución institucional con acciones integrales para proteger más y mejor los derechos del consumidor.

Durante los últimos años, el sector telecomunicaciones ha sido uno de los más relevantes para la institución, tanto por el número de quejas como por la importancia que tienen en la vida de los consumidores estos servicios. La información que obtenemos de las quejas es muy importante para nuestro trabajo porque refleja el acontecer de la vida diaria. Por lo tanto, resulta indispensable incidir en la creación de políticas públicas e incluir la defensa de los derechos del consumidor desde el nacimiento de las regulaciones.

Un ejemplo de esto fue nuestra participación en el Comité Técnico de Portabilidad, órgano de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) encargado de elaborar las reglas técnicas y operativas que hicieron posible la implantación de la portabilidad numérica en nuestro país. Profeco se integró a dicho comité colaborando con la Cofetel y las empresas proveedoras de servicios de telecomunicaciones con el propósito de orientar esta nueva política pública hacia el consumidor.

A partir del 5 de julio de 2008 entró en vigor en México la portabilidad numérica, un mecanismo que permite a los usuarios de servicios de telefonía conservar su número cuando cambian de compañía. En Profeco celebramos la implantación de la portabilidad numérica porque confiamos en que con ella se fortalecerá la capacidad de elección de los consumidores, al permitirles seleccionar a su proveedor de telefonía sin temor a perder su número telefónico para concentrarse únicamente en las ofertas que le hagan respecto a la

calidad, las tarifas y la cobertura del servicio. Además, confiamos en que esta medida estimulará la competencia entre operadores, quienes deberán hacer ofertas más atractivas para captar nuevos clientes o conservar a los que ya tienen. En Profeco estamos convencidos de que la elaboración de políticas que tengan al usuario como eje central es el vehículo idóneo para lograr que los ciudadanos se vean beneficiados.

2.2 Contratos de adhesión

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 de los consumidores.

De enero a diciembre de 2008, se registraron 9,098 modelos de contratos de adhesión, de los cuales 8,688 fueron de carácter obligatorio y 410 de carácter voluntario por parte de los proveedores. Cabe señalar que, en relación con el mismo periodo del año anterior, dichas cifras reflejan un considerable aumento de 97% en el total de registros de contratos de adhesión. Esto se debió a la actualización de las normas oficiales mexicanas de servicios funerarios, comercialización, cuidado y adiestramiento de animales, servicios en general y casas de empeño, así como a la publicación de las disposiciones de carácter general a que se refiere la Ley para la Transparencia y Ordenamiento de

A partir del 5 de julio de 2008 entró en vigor en México la portabilidad numérica, que permite a todos los usuarios conservar su número cuando decidan cambiar de compañía telefónica.



De enero a diciembre de 2008, se registraron **9,098** modelos de contratos de adhesión, de los cuales **8,688** fueron de carácter obligatorio y **410** de carácter voluntario por parte de los proveedores.



4,766 consumidores fueron atendidos por el Centro Integral de Servicios en 2008 en lo referente a asesoría personal.

los Servicios Financieros (IJSF) en materia de contratos de adhesión, publicidad, estados de cuenta y comprobantes de operación emitidos por las entidades comerciales.

Entre los principales beneficios de estas disposiciones, se encuentra la obligación de que las entidades comerciales informen en su publicidad, contrato de adhesión y estados de cuenta el Costo Anual Total (CAT), mismo que debe señalarse con caracteres distintivos y visibles. Esto con la finalidad de que los consumidores puedan tomar una mejor decisión de compra, al poder comparar correctamente el costo financiero entre dos o más créditos y conocer el costo total del crédito, ya que el CAT incluye todos los costos que repercuten en los clientes, como son: el monto del crédito, las tasas de interés, las comisiones, los seguros y el IVA, entre otros.

La actualización de la normatividad en materia de contratos de adhesión incide directamente en beneficio de los consumidores al establecer claramente las reglas que los proveedores deben cumplir, con la finalidad de dar certeza jurídica en las operaciones realizadas entre consumidores y proveedores.

Además, se transparentan las operaciones, ya que los contratos de adhesión deben incorporar una carátula con un tamaño de letra de al menos 12 puntos que contenga un resumen de la operación, y presentar el resto de contenido con una tipografía de al menos ocho puntos, eliminando con ello las "letras chiquitas". Por otra parte, se evita la difusión de publicidad engañosa, se informa al consumidor sobre el estatus de su deuda por medio de los estados de cuenta y se le dan a conocer

en su comprobante de operación las comisiones que se generan al momento de disponer de efectivo. Por último, se crea conciencia en el consumidor acerca de la contratación de un crédito, debido a que en la publicidad, el contrato de adhesión y el estado de cuenta se le informa sobre los riesgos en los que puede llegar a incurrir por elegir una tasa de interés variable, pagar en moneda extranjera, cubrir únicamente el pago mínimo de sus tarjetas de crédito emitidas por entidades comerciales y sobreendeudarse excediendo su capacidad de pago.

Con la expedición de estas disposiciones, logramos que 73% de las entidades comerciales exhortadas corrigieran su publicidad y otro 27% de las mismas la suspendieran. Además, registramos los contratos de adhesión y los estados de cuenta de los principales giros: tiendas departamentales, automotrices, casas de empeño, tiempos compartidos, tiendas de autoservicio, entre otros.

2.3 Centro Integral de Servicios

El Centro Integral de Servicios (CIS) es un modelo de servicio desarrollado por la Secretaría de la Función Pública que tiene como misión captar la voz de los usuarios y resolver sus requerimientos con mayor grado de confiabilidad. Es un modelo innovador de atención en la Administración Pública Federal, que genera credibilidad y transparencia en las dependencias.

En lo referente a asesoría personal, el CIS atendió a 4,766 consumidores en 2008. Asimismo, durante el mismo año, ingresaron 5,055 solicitudes de registro de contratos de adhesión, de las cuales se resolvieron 4,982 y quedaron pendientes 73.

2.4 Normas Oficiales Mexicanas relacionadas con servicios

4 NOM entraron en vigor durante 2008, y Profeco colaboró en los grupos de trabajo de la Secretaría de Economía para elaborar, modificar y actualizar otras.

Profeco mantiene una participación constante en el proceso de revisión y aprobación de las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) referentes a información y prácticas comerciales relacionadas con la compra de bienes y prestación de servicios, para lo cual ha asistido a los grupos de trabajo convocados por la Secretaría de Economía. Esto con la finalidad de procurar la debida observancia de los derechos de los consumidores derivados de las prácticas comerciales y, de esta forma, evitar que sean vulnerados por la emisión o, en su caso, la modificación de la normatividad aplicable.

Las NOM son valiosos instrumentos mediante los cuales se imponen obligaciones a los proveedores para que proporcionen información clara, veraz y objetiva acerca de los bienes, productos o servicios que ofrecen, y en su caso, establecer la obligación de registrar los contratos de adhesión que utilicen en sus operaciones comerciales, posibilitando así que la toma de decisiones de los consumidores sea informada y hagan un consumo inteligente. Durante 2008 entraron en vigor las siguientes NOM:

- NOM-036-SCFI-2007** Prácticas comerciales: requisitos de información en la comercialización de servicios funerarios
- NOM-148-SCFI-2008** Comercialización de animales de compañía o de servicio y prestación de servicios para su cuidado y adiestramiento
- NOM-174-SCFI-2007** Prácticas comerciales: elementos de información para la prestación de servicios en general
- NOM-179-SCFI-2007** Servicios de mutuo con interés y garantía prendaria

Asimismo, Profeco participó en los grupos de trabajo convocados por la Secretaría de Economía con el objeto de elaborar, modificar y actualizar diversas NOM, tales como:

- NOM-029-SCFI-2007** Prácticas comerciales: requisitos informativos para la comercialización del servicio de tiempo compartido
- NOM-122-SCFI-2005** Prácticas comerciales: elementos normativos para la comercialización y/o consignación de vehículos usados

A finales de 2008, la Secretaría de Economía publicó como NOM definitiva la NOM-071-SCFI-2008, la cual se refiere a las prácticas comerciales y los elementos normativos para la contratación de servicios de atención médica por cobro directo, la cual entró en vigor el 8 de febrero de 2009.



Comercialización de animales de compañía



Servicio de tiempo compartido



**APLICACIÓN
Y CUMPLIMIENTO
DE LA LEY**

117,675
quejas de
consumidores
se atendieron
durante 2008.

3.1 Quejas y conciliaciones

El procedimiento conciliatorio es el medio por el cual se procura que los consumidores y proveedores puedan acordar algún tipo de solución a su controversia. Este procedimiento es una de las principales herramientas para que la Procuraduría Federal del Consumidor atienda sus objetivos de protección de los derechos del consumidor, así como de procuración de equidad y seguridad jurídica en las relaciones de consumo a favor de los consumidores.

Nuestra institución dispone de la invaluable oportunidad de que sus tareas diarias, como la recepción e inicio del procedimiento conciliatorio, resulten en beneficios directos a la ciudadanía, al recuperar dinero que regresa a los bolsillos de los consumidores.

A escala nacional, en 2008 se recibieron 117,675 quejas, lo cual representa un alza de 2.97% respecto al año anterior. El monto total recuperado por los consumidores fue de 865 millones de pesos.

Asimismo, el procedimiento de conciliación a residentes en el extranjero en 2008 atendió 626 quejas por parte de consumidores que no tienen su domicilio habitual en el país y que por alguna circunstancia tuvieron una relación de consumo con un proveedor nacional, actuando el 95% del procedimiento conciliatorio a través de medios electrónicos. También se atendieron 30,237 conciliaciones foráneas de proveedores que acudieron a sus audiencias de conciliación en una unidad administrativa distinta a la cual fue el consumidor a presentar su queja, lo que se traduce en un considerable ahorro de tiempo para ambas partes.

➤ CASO NEOSKIN

El 3 de noviembre de 2008, la empresa Neoskin, que prestaba servicios de depilación láser en distintas ciudades del país, cerró sus instalaciones de manera repentina y sin avisar previamente a sus clientes, quienes en algunos



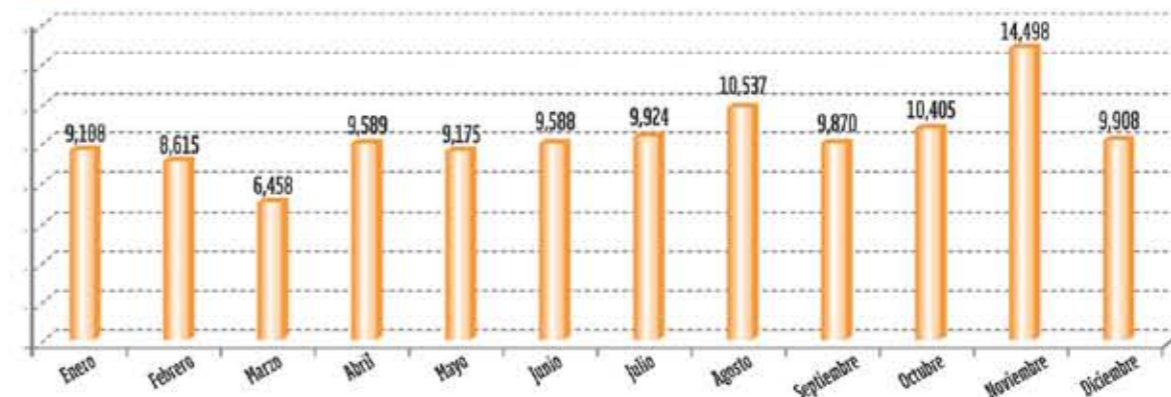
EMPRESAS CON MAYOR NÚMERO DE QUEJAS DURANTE 2008

PROVEEDOR	QUEJAS	PROVEEDOR	QUEJAS
1 Neoskin	7,544	6 Nextel	2,517
2 Comisión Federal de Electricidad	6,354	7 Luz y Fuerza del Centro	1,650
3 Teléfonos de México	3,490	8 Elektra	1,153
4 Telcel	3,079	9 Movistar	1,059
5 Aerocalifornia	2,830	10 Sony Ericsson	1,029

casos habían cubierto de manera anticipada la totalidad del precio de los servicios o una parte de los mismos. Toda vez que la empresa no reintegró a los consumidores las cantidades cubiertas, ni proporcionó el servicio contratado u ofreció algún tipo de solución a sus clientes afectados y debido a la magnitud del problema, se requirió la intervención rápida de Profeco. Dadas las características específicas de este caso, independientemente de los procedimientos conciliatorios iniciados, se estableció la estrategia de representar a los consumidores afectados por la vía penal.

En el capítulo quinto de este informe, dedicado a la representación jurídica, se describen los resultados de esta acción por parte de Profeco a favor de los consumidores. ➔

QUEJAS MENSUALES 2008



3.2 Concilianet

La tarea fundamental de Profeco es la protección y defensa de los derechos del consumidor, y el procedimiento conciliatorio es la herramienta con que cuenta para que consumidores y proveedores acuerden algún tipo de solución a su controversia.

Conscientes de la exigencia ciudadana de una atención eficiente en los trámites y servicios del gobierno federal, y aprovechando el uso de las tecnologías de la información y comunicación, Profeco moderniza el procedimiento conciliatorio con un nuevo servicio totalmente electrónico: Concilianet. Se trata de un mecanismo de solución de controversias a través de Internet, que abarca desde la presentación de la queja hasta el fin del procedimiento conciliatorio, lo que se traduce en menores costos —de representación, transporte, tiempo de espera— para los particulares.

El objetivo de Concilianet es facilitar el acceso y acercar el procedimiento conciliatorio a la población mediante el uso de tecnologías de la información. Concilianet permite una interacción en tiempo real entre consumidor, proveedor y Profeco de manera rápida, eficiente, segura y transparente. Se puede acceder a Concilianet desde cualquier computadora con acceso a Internet, y funciona las 24 horas del día, los 7 días de la semana, pues no existen horarios preestablecidos para la presentación de quejas, promociones o documentos por esta vía.

La audiencia de conciliación se desarrolla completamente en línea, participan en ella y se comunican —como en una sesión de chat o mensajería instantánea— el consumidor, el

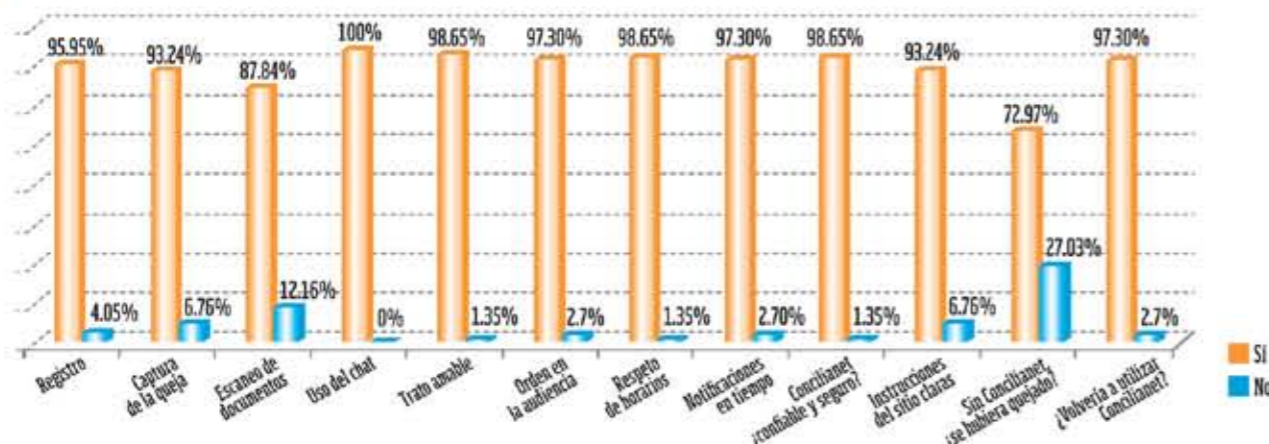


97% de los usuarios entrevistados señalaron que volverían a utilizar el servicio de Concilianet en futuras ocasiones.

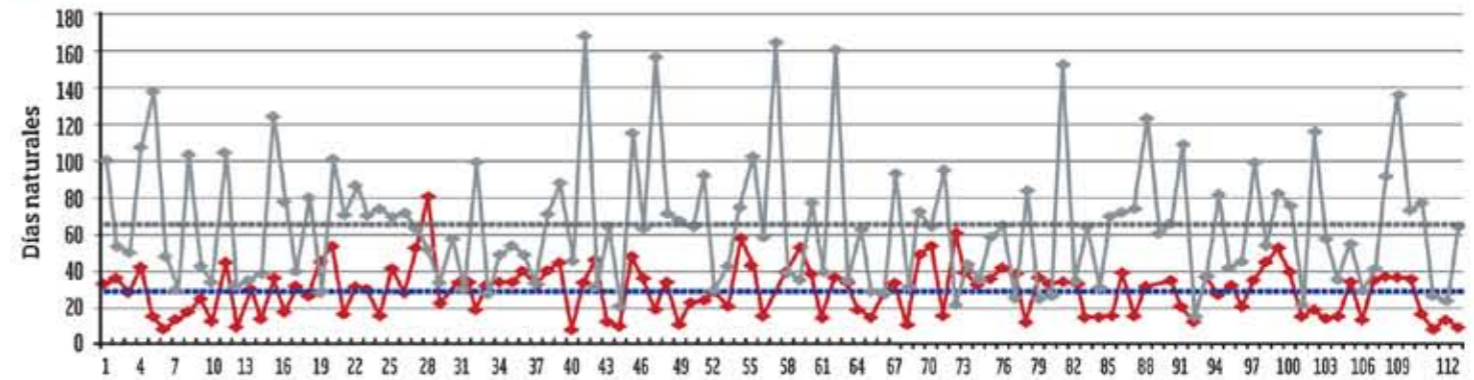
proveedor y el conciliador de la Procuraduría Federal del Consumidor, con el fin de encontrar la mejor solución a la reclamación.

A nivel nacional, Concilianet es el primer procedimiento administrativo seguido en forma de juicio que se realiza completamente por medios electrónicos, lo que también convierte a Profeco en la primera agencia de protección al consumidor en América Latina que desarrolla un módulo de solución de controversias mediante Internet.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN EN CONCILIANET



DISMINUCIÓN DEL TIEMPO DEL PROCEDIMIENTO CONCILIATORIO



Expedientes finalizados

Comparativo de una muestra de 112 expedientes para los proveedores incluidos en el programa piloto de Concilianet y el procedimiento conciliatorio personal.

PROCEDIMIENTO	CLAVE	PROMEDIO DE DURACIÓN
En Concilianet	—●—	-
Promedio en Concilianet	—●—	28.78 días
En conciliación personal	—●—	-
Promedio en conciliación personal	—●—	64.37 días

La implementación de Concilianet se dividió en tres etapas: piloto, lanzamiento controlado y despliegue nacional. La primera inició el 3 de junio de 2008 y concluyó el 8 de diciembre del mismo año; el lanzamiento controlado arrancó el 9 de diciembre de 2008, y el despliegue nacional se llevará a cabo a partir de diciembre de 2009.

PILOTO

Arrancó con la participación de dos proveedores: Aeroméxico y Hewlett-Packard (HP). Los principales resultados de Concilianet en esta etapa fueron la disminución significativa en la duración del procedimiento conciliatorio y el aumento en el porcentaje de conciliación de los proveedores participantes. La duración del procedimiento conciliatorio disminuyó de 64 días naturales en la conciliación personal a 29 días naturales en Concilianet —en un comparativo de expedientes de los mismos proveedores—, mientras que el porcentaje de conciliación de los proveedores aumentó, en el

caso de HP, de 79% en conciliación personal a 100% en Concilianet y, en el de Aeroméxico, de 75 a 88%.

LANZAMIENTO CONTROLADO

Dio inicio con la participación de tres proveedores más. A partir de esa fecha, los consumidores pudieron presentar quejas en contra de Aeroméxico, Gas Natural México, HP, Volaris y Office Depot. Esta segunda etapa estará vigente hasta noviembre de 2009.

Del 3 de junio al 31 de diciembre de 2008, se recibieron 169 quejas y se recuperaron 1,514,927 pesos a favor de los consumidores, lo que representa un porcentaje de 96.8% de conciliación. Una de las metas propuestas con Concilianet era disminuir la duración del procedimiento conciliatorio —es decir, eficientar la gestión pública al reducir el tiempo que tarda el consumidor en resolver su queja—, y lo hemos logrado al reducir en 45% el tiempo requerido para la conciliación por medio de Internet.

En la Procuraduría Federal del Consumidor nos preocupamos por saber lo que opinan los consumidores sobre la atención que brindamos porque eso, sin duda, nos permite realizar acciones de mejora continua a nuestros procesos. En ese ánimo realizamos encuestas a los usuarios para averiguar el grado de satisfacción en Concilianet.

De los usuarios entrevistados, 98% opinó que su uso es confiable y seguro, y 97% señaló que si volvería a utilizar el servicio de Concilianet en futuras ocasiones.

Del 3 de junio al 31 de diciembre de 2008, Concilianet recibió **169 quejas** y se recuperaron **1,514,927 pesos** en favor de los consumidores





453,271
pesos se recuperaron a favor
de los consumidores durante
2008 gracias a la novedosa
figura jurídica del dictamen.

3.3 Dictamen

Desde 2004, la LFPC incluye una novedosa figura jurídica llamada dictamen, que es un título ejecutivo no negociable a favor del consumidor para que éste lo pueda hacer valer ante un juez de forma más ágil en aquellos casos donde no exista voluntad del proveedor de conciliar la controversia.

En el dictamen se incluye el monto de la obligación incumplida a fin de que el consumidor pueda hacerlo valer en el juicio. Adicionalmente, se considera una bonificación que podrá ser desde un 20% hasta un 30% del 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, conforme a las siguientes reglas:

- a) **En los casos** en que el consumidor haya entregado la totalidad del monto de la operación al proveedor, la bonificación será del 30% del monto de la obligación que se determine en el dictamen.
- b) **Cuando el consumidor** hubiere entregado más del 50% de la totalidad del monto de la operación al proveedor, la bonificación será del 25% del monto de la obligación.
- c) **En los supuestos** en los que el consumidor hubiere entregado hasta el 50% de la totalidad del monto de la operación al proveedor, la bonificación será del 20% del monto de la obligación.
- d) **En todos los demás casos**, la bonificación correspondiente será del 20% del monto de la obligación.

Lo anteriormente expuesto es independiente a que nuestra institución pueda tramitar el procedimiento correspondiente por infracciones a la ley, e imponga sanciones al proveedor en los casos en que su conducta resulte violatoria de la LFPC.

En 2008 se implementó un programa para la emisión de dictámenes que incluyó la participación de diez delegaciones de Profeco y que implicó la capacitación e instrucción técnica de 81 servidores públicos, así como el análisis de 2,637 expedientes de conciliación para determinar la viabilidad de emisión de dictámenes.

Por primera vez en la historia de Profeco, en 2008 se comenzó a utilizar esta figura. Del 18 de septiembre al 31 de diciembre de este año, dentro de la fase piloto, se emitieron

13 dictámenes (nueve de oficinas centrales, uno de la delegación Oriente, dos de la delegación Nuevo León y uno de la delegación Nezahualcóyotl) en los cuales se determinó la suma total de 453,271 pesos a favor de los consumidores.

Al acudir ante Profeco en los casos en que se ha emitido dictamen, los consumidores dispusieron de un documento con valor probatorio ejecutable ante los tribunales, lo cual ha generado confiabilidad en la Procuraduría y es un reflejo de eficacia administrativa.

Con el fin de detectar expedientes de conciliación viables para emitir dictámenes, durante 2008 se analizaron 2,637 expedientes. Lo realizado en el año constituye un primer esfuerzo en la emisión de dictámenes, con el objetivo de utilizar todas las herramientas que nos otorga nuestra ley para una mejor defensa de los derechos de los consumidores.

El dictamen es una novedosa figura jurídica que emite Profeco a través de la Dirección General de Procedimientos, adscrita a la Subprocuraduría de Servicios, que consiste en un **título ejecutivo no negociable a favor del consumidor** para que éste lo haga valer ante un juez de forma más ágil.

3.4 Acciones de verificación

3.4.1 Combustibles

Profeco verifica los establecimientos que expenden combustible al público en general, principalmente las estaciones de servicio o gasolineras. Mediante un programa permanente de verificación, con presencia en toda la república mexicana, se vigila el cumplimiento por parte de los proveedores de las disposiciones jurídicas vigentes aplicables, principalmente la LFPC, la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, y la NOM-005-SCFI-2005 sobre sistemas de despacho de combustible.

En este programa se promueve el buen comportamiento de los proveedores de combustible para que cumplan con la normatividad vigente y realicen periódicamente una revisión a los instrumentos de medición que utilizan para las transacciones comerciales. Asimismo, se contempla la participación en la revisión y creación del marco jurídico correspondiente por parte de Profeco, cuya principal aportación en el tema de combustibles, es la experiencia diaria en la revisión del cumplimiento del marco regulatorio.

De acuerdo con el marco jurídico aplicable, se pueden generalizar de forma práctica algunos aspectos que son verificados mediante este programa. Se comprueban aspectos comerciales, teniendo como ejemplo la revisión del precio del combustible; aspectos documentales, como la aprobación del modelo o prototipo de los instrumentos de medición; aspectos volumétricos, para constatar físicamente las cantidades de despacho de acuerdo a lo solicitado; aspectos electrónicos, principalmente para revisar que no haya sido alterada la constitución de la electrónica del instrumento de medición; aspectos de calidad de producto y aspectos de seguridad, para constatar que no se ponga en riesgo la vida o la salud de los consumidores.

En 2008, se realizaron 11,408 visitas de verificación en estaciones de servicio, lo que implica un incremento de 4.6% respecto del año anterior, y de las cuales en más de 32% se aplicaron medidas precautorias de inmovilización. Se verificaron 127,305 instrumentos de medición, de los cuales se aplicó la medida precautoria de inmovilización en 12,687. Del total de gasolineras existentes en el país, se verificó alrededor de 97%.

Más de 10% de las inmovilizaciones se realizaron a causa de anomalías volumétricas —se detectó que se despachaba menos de la cantidad solicitada— y en más de 18% de los casos el motivo fueron anomalías o alteraciones a las partes electrónicas de los instrumentos de medición.



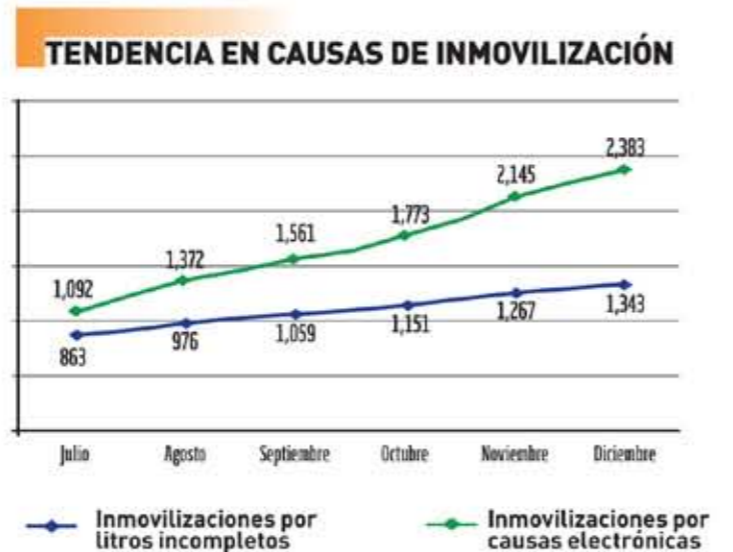
Más de 10% de las inmovilizaciones se realizaron porque se detectó que las estaciones de servicio despachaban menos de la cantidad solicitada.

En el marco del esquema de la evaluación de la conformidad, en este caso para sistemas de despacho de combustibles y de acuerdo con la aplicación de la NOM-005-SCFI-2005, se



constató en visitas de verificación que al menos 97.7% de las estaciones de servicio cuentan con instrumentos adecuados a la normatividad vigente.

También se capacitó y dotó de herramientas al personal de verificación para la realización de visitas de mayor integridad, instruyéndolos



específicamente sobre los métodos de prueba para la constatación de que los instrumentos de medición no estén alterados en sus partes electrónicas, de acuerdo con lo especificado en la NOM-005-SCFI-2005.

Asimismo, se fortalecieron los mecanismos de supervisión al personal de Profeco que practica las verificaciones, para constatar la



En 2008 se verificaron 13,045 vehículos repartidores de cilindros portátiles de gas LP en la vía pública, de los cuales 1,036 fueron inmovilizados.

correcta aplicación de los procedimientos definidos, así como para eficiente y hacer de las visitas de verificación un instrumento de mayor impacto en la vigilancia del cumplimiento de las disposiciones jurídicas aplicables a este mercado. Para 2008, la actividad de supervisión en campo aumentó 79% respecto de 2007.

Para ofrecer información que sirva de referencia para la toma de decisiones de consumo, se continuó con la actualización constante del "Quién es quién en las gasolineras" en www.profeco.gob.mx y se perfeccionó el diseño para lograr una mejor apreciación de datos y ofrecer más opciones de búsqueda de proveedores. En esta publicación se puede consultar el resultado de las visitas de verificación hechas a estaciones de servicio, lo que ofrece al consumidor una forma de obtener información acerca del comportamiento de las empresas que comercializan gasolina y diesel.

3.4.2 Gas LP

De acuerdo con los objetivos y la planeación institucionales, Profeco se enfoca en sectores estratégicos para la verificación, como en el caso del gas LP, con el fin de contribuir a los esfuerzos por proteger la economía de los consumidores, vigilando que los proveedores se apeguen a la normatividad.

El gas LP es uno de los principales motores de la economía de nuestro país ya que, a través de la red nacional de distribuidores y mediante las más de 1,300 plantas de almacenamiento y distribución del energético, aproximadamente 80 millones de mexicanos satisfacen sus necesidades de este recurso, ya sea para uso residencial, industrial, comercial o de servicios.

Los principales objetivos del programa permanente de verificación del gas LP que se expende a los consumidores, son:

a) Garantizar que las transacciones comerciales entre los proveedores de productos, los prestadores de servicios y los consumidores se ajusten a los principios básicos establecidos en la LFPC, evitando que se vulneren los intereses y derechos de los consumidores, y que se afecte o pueda afectar la vida, la salud, la seguridad y la economía de los mismos.

b) Dar certidumbre a la población para que al momento de la adquisición del hidrocarburo se suministre la cantidad exacta por la que el consumidor paga —que reciba "kilos de a kilo" y "litros de a litro"—; que todo proveedor cumpla con las especificaciones de comportamiento comercial en la entrega de notas, comprobantes o facturas; que se tengan a la vista del consumidor los precios vigentes en cilindros o tanques estacionarios, y que no se niegue o condicione al consumidor el servicio o producto que desea adquirir.

673 vehículos repartidores de cilindros portátiles de gas LP en la vía pública fueron inmovilizados.

Así pues, el programa de verificación de gas LP de Profeco comprende la realización de las siguientes actividades:

- Visitas integrales de verificación a plantas de almacenamiento y distribución de gas LP.
- Verificación en vía pública a vehículos repartidores de cilindros de gas LP.
- Verificación de autotanques.
- Verificación de básculas.

Para 2008, como consecuencia de las verificaciones realizadas por la atención de denuncias o por programación de Profeco, se cumplió la verificación de plantas de almacenamiento y distribución de gas LP con un total de 1,213 visitas realizadas —es decir, un punto porcentual por arriba de lo programado. De estas visitas de verificación, se detectaron irregularidades de algún tipo en 603, casi el 50% de los casos. Además, se verificaron 13,045 vehículos repartidores de cilindros portátiles de gas LP en la vía pública, de los cuales 1,036 fueron inmovilizados.



En el año se verificaron un total de 1,728 autotanques, de los cuales se inmovilizaron 315. También se verificaron 129,657 cilindros portátiles de gas LP y, en este caso, se realizaron 43,288 inmovilizaciones, principalmente por faltantes en el contenido. A su vez, se verificaron 8,668 básculas utilizadas por los proveedores para el llenado de recipientes portátiles y 859 de éstas se inmovilizaron por alguna irregularidad.

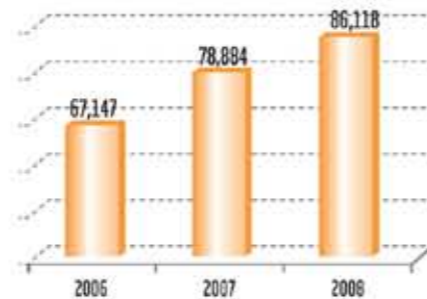
Se colaboró también en los grupos de trabajo para la revisión de la normatividad aplicable en la comercialización del gas LP, principalmente de la NOM-002-SCFI-1993, la cual sirve de base para la verificación del contenido neto de los recipientes portátiles de gas LP.

Para ofrecer al consumidor información que sirva como referencia para sus decisiones de adquisición de bienes y servicios, en el sitio web de Profeco (www.profeco.gob.mx) se continuó con la actualización del "Quién es quién en el gas LP", en donde el público puede consultar el resultado de las visitas de verificación realizadas a través de la Dirección General de Verificación de Combustibles. Lo anterior ofrece al consumidor una forma de búsqueda de las empresas que comercializan este producto, identificando la ubicación de la planta o bien la marca o razón social del proveedor.

3.4.3 Verificación a establecimientos comerciales

Para evitar que se cometan prácticas abusivas en perjuicio de los intereses y derechos de los consumidores por parte de los proveedores de bienes, productos y servicios, durante 2008 se incrementaron las visitas de verificación en 9.2%, al pasar de 78,884 en 2007 a 86,118 en 2008.

VISITAS DE VERIFICACIÓN REALIZADAS A ESCALA NACIONAL



> PROGRAMAS NACIONALES DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA

Para alcanzar una mayor cobertura y focalización se pusieron en marcha Programas Nacionales de Verificación y Vigilancia de carácter anual y con cobertura nacional. Los principales resultados se enuncian a continuación:

• Productos básicos

A fin de evitar prácticas que pudieran afectar la economía de los consumidores, particularmente de aquellos de los sectores con menores



Durante 2008, Profeco realizó **21,673 visitas de verificación** a establecimientos con venta de **productos básicos**, tales como: pollerías, panaderías, carnicerías, abarrotes y expendios de huevo, entre otros.

ingresos, durante 2008 Profeco realizó 21,173 visitas de verificación a establecimientos con venta de productos básicos, tales como: pollerías, panaderías, carnicerías, abarrotes y expendios de huevo, entre otros. A partir de estas verificaciones se emplazaron 6,685 establecimientos a procedimiento administrativo por infracciones a la ley o a la normatividad de metrología, y como consecuencia de esto se emitieron 3,184 resoluciones administrativas, mediante las cuales se han impuesto sanciones económicas por más de 4.7 millones de pesos.

• 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 Guelagueta. Además, se realizaron 4,244 visitas de verificación a giros como agencias de viajes, hoteles, tiempos compartidos, balnearios, restaurantes y discotecas, derivado de

las cuales se emplazó a 921 establecimientos a procedimiento administrativo por infracciones a la ley.

• Casas de empeño

Con la entrada en vigor de la NOM-179-SCFI-2007, referente a los servicios de mutuo con interés y garantía prendaria, Profeco instrumentó el Programa Nacional para vigilar y verificar un sector al que acuden consumidores que, de manera regular, no tienen acceso al financiamiento del sistema bancario y que veían vulnerados sus derechos, particularmente el de información.

Destaca que de las 1,534 visitas de verificación realizadas, se emplazó a procedimiento administrativo a 521 establecimientos por diversos incumplimientos a la ley y a la normatividad citada, tales como: no informar el procedimiento para el desempeño de las prendas, no informar al consumidor las condiciones ni el porcentaje del préstamo conforme al avalúo de la prenda o no tener registrado su contrato de adhesión ante Profeco. A partir de los procedimientos administrativos, en 2008 se emitieron 159 resoluciones administrativas, mediante las cuales se impusieron en su conjunto sanciones económicas por más de 2.3 millones de pesos.

• Comercialización de autos usados

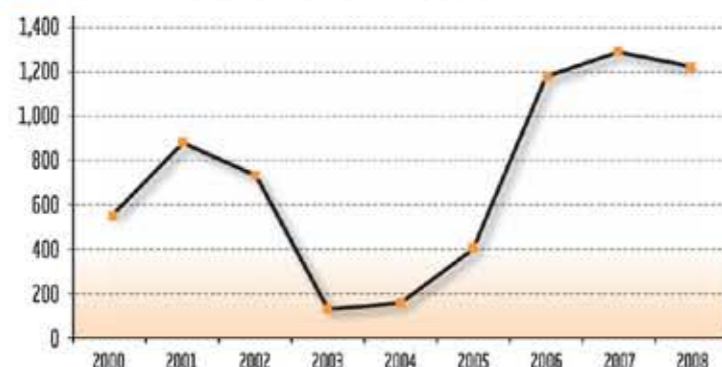
En un intento por evitar que se afecte la economía y, sobre todo, el patrimonio de los consumidores por parte de los comerciantes conocidos como "loteros de autos usados", se realizaron 1,174 visitas de verificación a establecimientos con venta y/o consignación de vehículos usados. Como consecuencia, se emplazó a procedimiento administrativo a 544 establecimientos por infracciones a la LPPC y a la NOM-122-SCFI-2005, referente a las prácticas comerciales y los elementos normativos para la comercialización y/o consignación de autos usados.

• Prestadores de servicios

Con la entrada en vigor el 1 de enero de 2008 de la NOM-174-SCFI-2007, sobre prácticas comerciales y elementos de información para la prestación de servicios en general, la cual es aplicable a 11 giros comerciales, como lavanderías, taller mecánico, salones de eventos infantiles y reparación de electrodomésticos, entre otros, al 31 de diciembre de 2008 Profeco realizó 1,600 visitas de verificación, emplazando a 947 establecimientos a procedimientos por infracciones a la ley, pues carecían del registro de contrato de adhesión y no exhibían sus tarifas a los consumidores. De hecho, a 43 de esos establecimientos se les

544 negocios de autos usados se emplazaron a procedimientos administrativos por infracciones a la ley.

PLANTAS DE GAS LP VERIFICADAS



43 sellos de advertencia se colocaron en diversos giros comerciales por persistir en prácticas abusivas.

colocaron sellos de advertencia por persistir en la comisión de prácticas abusivas en perjuicio de los consumidores.

> VERIFICACIÓN DE MERCADOS

Como parte de las estrategias de verificación que instrumenta Profeco, durante 2008 se realizaron acciones de control de mercados a efecto de inhibir la competencia desleal que pudiera suscitarse por algunas empresas, fomentando y verificando así el cumplimiento de las NOM vigentes aplicables. De enero a diciembre de 2008, Profeco enfocó sus acciones de verificación y vigilancia en los siguientes mercados.

• Bebidas alcohólicas

Profeco instrumentó acciones de verificación a escala nacional dirigidas al mercado de bebidas alcohólicas para garantizar que éstas cumplan con los requisitos de información comercial y especificaciones de calidad establecidas en las NOM, evitando la comercialización de aquellas bebidas que ponían en riesgo la salud, e incluso la vida de los consumidores.

Para Profeco, este mercado tiene importancia particular porque además del posible daño a la economía de los consumidores a causa del engaño —cuando se venden bebidas que no corresponden a la denominación con la que se ostentan—, se puede afectar la salud e incluso poner en peligro la vida de los consumidores que ingieran bebidas alcohólicas que no cumplan con las especificaciones establecidas por la normatividad.

De enero a septiembre de 2008, se llevaron a cabo 1,488 visitas mediante las cuales se verificaron más de 6.3 millones de productos de bebidas alcohólicas, de los cuales más de 1.7 millones fueron envases; y más de 4.5 millones de litros de tequila, mezcal, destilado de agave, aguardiente, licor, cremas, vodka, ron y brandy. Se inmovilizaron 209 mil envases y más de 36 mil litros de bebidas alcohólicas por incumplir con los requisitos de información

comercial establecidos en la normatividad. En el caso particular de sidras, se prohibió su comercialización por incumplimiento de las especificaciones y parámetros para ostentarse con dicha denominación. Se emplazó a procedimiento administrativo a 427 establecimientos, respecto de los cuales se han emitido 102 resoluciones con sanciones económicas que suman alrededor de 404 mil pesos.

Las acciones que instrumentó la institución en 2008 con respecto al mercado de bebidas alcohólicas se reforzaron con el envío de brigadas de verificación a diversas entidades del país, lo que ha permitido focalizar las verificaciones en zonas geográficas que poseen denominación de origen y que concentran un mayor número de productores, envasadores y comercializadores de bebidas alcohólicas. En este sentido, destaca la instrumentación de dos operativos a estados de la república que disponen de la denominación de origen de tequila y mezcal, a partir de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

Tequila

Entre el 30 de agosto y el 12 de septiembre de 2008, se realizaron 179 visitas de verificación en municipios y poblaciones del estado de Jalisco, a partir de las cuales se emplazó a procedimiento administrativo a 125 establecimientos por incumplir con las especificaciones de información comercial obligatoria establecidas en las NOM correspondientes. Dentro de este operativo se verificaron más de 172,000 envases de tequila, de los cuales se inmovilizaron 1,750, principalmente por carecer de certificación vigente por parte del Consejo Regulador del Tequila. En conjunto con autoridades de la Comisión Nacional para la Comisión Contra Riesgos Sanitarios, el Servicio de Administración Tributaria (SAT), el Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI), la Agencia Federal de Investigación y la Policía Federal Preventiva (PFP), también se verificaron 25 establecimientos, iniciando Procedimiento por Infracciones a la Ley (FIL) a 13 de ellos, en los que se inmovilizaron un total de 342 productos.



Entre el 30 de agosto y el 12 de septiembre de 2008, se verificaron **172,000 envases de tequila**, de los cuales se inmovilizaron **1,750**.

Mezcal

Del 31 de marzo al 16 de mayo de 2008, en los estados de Oaxaca, San Luis Potosí, Tamaulipas y Zacatecas, considerados dentro de las zonas geográficas con protección para la denominación de origen del mezcal, se practicaron 118 visitas de verificación, emplazando a procedimiento administrativo a 60 establecimientos. Así pues, se prohibió la comercialización a escala nacional de 35 productos de 25 empresas diferentes, por no cumplir con el contenido neto y las especificaciones de contenido para ser un mezcal. Algunas de las faltas fueron exceder los porcentajes de metanol, etanol y aldehídos; no cumplir con el volumen de alcohol declarado, y no disponer del certificado expedido por el Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal. Este operativo no se había instrumentado desde 1998 y estuvo encaminado a eliminar distorsiones en materia de competencia que permitieran erradicar prácticas desleales y contra la salud de los consumidores.

> LECHE Y SUCEDÁNEOS

Del 19 junio al 23 de agosto de 2008, se llevó a cabo la verificación del mercado de leches y sucedáneos que se comercializan en México, a fin de constatar el cumplimiento de la NOM-155-SCFI-2003, referente a leche, fórmula láctea y producto lácteo combinado, y denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba.

El operativo se centró en plantas pasteurizadoras, autoservicios y centros de abasto del país. Se atendieron las denuncias presentadas ante Profeco, y se recolectaron muestras para un análisis y dictamen técnico por parte del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor (LNPC) para verificar la información. Así, se verificaron 116 establecimientos en 24 entidades federativas del país, y casi nueve millones de envases, de los cuales se inmovilizaron más de dos millones. En otras palabras, de acuerdo a los dictámenes emitidos por el LNPC, de las 206 marcas o variedades de estos productos que se verificaron, en 63% se detectaron incumplimientos a la normatividad con respecto de la información comercial (etiquetado) en sus especificaciones. Entre los principales incumplimientos a la normatividad constatados en el mercado de la leche, en materia de información comercial, están: ostentar la denominación de leche en la marca y utilizar imágenes de vaca cuando se trata de una fórmula, "leche de soya" o alimento lácteo; hacer declaraciones prohibidas de propiedades, nutrimentales y designaciones de calidad sin indicar en qué consisten; ostentar la designación "orgánica" sin acreditar que cuenta con certificación; comercializar con fecha de caducidad vencida y hacer declaraciones que inducen a miedo, error o que carecen de significado.



Con respecto a las verificaciones de leche y sucedáneos, el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor de Profeco emitió 337 dictámenes en 2008, entre los cuales destacaron las siguientes infracciones: no cumplir con los valores de proteína y calcio declarados en las tablas nutrimentales, adulteración de leche con grasa vegetal, contenido de lactosa menor al especificado, no cumplir con el contenido de sólidos no grasos, contener grasa vegetal no declarada y registrar un contenido de grasa superior al declarado.



•Farmacias

Profeco realizó 662 visitas de verificación a farmacias ubicadas en tiendas de autoservicio y asociadas a otros establecimientos, así como a aquellas clasificadas como independientes o de cadena, a partir de las cuales emplazó a 227 a procedimiento administrativo por incumplimientos a la ley, tales como: no exhibir el precio de venta, carecer de la leyenda Precio Máximo al Público y expender medicamentos con caducidad vencida. Además se procedió a la inmovilización de 750 medicamentos por incumplimiento a la NOM-072-SSA1-1993, referente al etiquetado de medicamentos, y otros 33 por caducidad vencida o por comercialización de muestras médicas.

662 visitas de verificación a farmacias ubicadas en tiendas de autoservicio y asociadas a otros establecimientos.



720 mil

pesos se impusieron como sanción económica a Taxistas Agremiados para el Servicio de Transportación Terrestre Sitio 300, A.C., del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.

•Taxis del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México

En atención a la denuncia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (sct) por el incremento de las tarifas de los servicios que proporciona la asociación Taxistas Agremiados para el Servicio de Transportación Terrestre Sitio 300, A.C., el 22 de agosto de 2008 Profeco llevó a cabo la verificación correspondiente, constatando diversas irregularidades, tales como: exhibición y cobro de tarifas por montos superiores entre 12 y 20% a las autorizadas por la sct; no se respetaban las tarifas que Sitio 300 difundía en su página web; no se informaba a los consumidores del procedimiento, los cargos y las condiciones para la expedición de facturas, y no se respetaban las formas de pago anunciadas.

Posteriormente, el día 27 de agosto de 2008, Profeco —en coordinación con la sct, el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, la PFP, la Procuraduría General de la República y la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal— llevó a cabo una segunda visita de verificación en la que, tras constatar que no se habían subsanado las irregularidades anteriores, procedió a la colocación de sellos de advertencia. Así, analizadas las irregularidades, Profeco concluyó el procedimiento administrativo por infracciones a la ley, imponiendo una sanción económica de 720,000 pesos.

►VERIFICACIÓN DE SEGMENTOS DE MERCADO

Se trata de otra estrategia que instrumenta Profeco en sus acciones de verificación y vigilancia, mediante la cual se monitorea previamente el segmento de mercado para enfocar las acciones que realiza. Esta estrategia se aplica en dos vertientes, la del sector alimenticio y la de seguridad de productos. Los resultados han sido los siguientes:

•Sector alimentos

A partir de las verificaciones realizadas a los cereales, atunes, ensaladas y aceites de oliva, nacionales e importados, se constataron irregularidades como: uso de leyendas prohibidas en la información comercial, menor contenido neto o masa drenada (en atún y ensaladas), o contenido y características que no corresponden a lo declarado (en aceites de oliva), por lo que, después de los dictámenes del LNPC, se prohibió la comercialización de lotes de una presentación de atún, tres de ensaladas y siete de aceite de oliva.

En 2008, destaca la recolección y destrucción de ventiladores inseguros iniciadas en el mes de junio de ese año.



•Sector productos

Sin lugar a dudas, la protección de la seguridad de los consumidores es una de las labores relevantes de Profeco en materia de verificación y vigilancia, pues al verificar segmentos de mercado —como las series de luces navideñas y los ventiladores— no sólo se protegen los derechos de los consumidores, sino su seguridad e incluso su vida. Se trata de un trabajo coordinado con el LNPC que ha derivado en procesos de retiro y recolección de productos que representan un riesgo para los consumidores.

En 2008, destaca la recolección y destrucción de ventiladores inseguros iniciadas en el mes de junio de ese año. Profeco realizó la verificación de los ventiladores de uso doméstico que se comercializan en México, recolectando muestras de 91 modelos correspondientes a 40 diferentes marcas y aplicando diversos métodos de prueba por parte del LNPC. Se dictaminó que 32 modelos de 23 marcas (cinco nacionales y 18 de procedencia extranjera: dos de Estados Unidos y 16 de China) presentaban fallas graves, por lo que Profeco prohibió su comercialización. El 2 de diciembre de 2008, esta procuraduría llevó a cabo la destrucción de casi 11 mil ventiladores que representaban un riesgo para la seguridad de los consumidores, así como el reacondicionamiento de más de 100 mil ventiladores y la devolución de aproximadamente 180 mil piezas a sus países de origen por parte de las empresas responsables.

PROGRAMAS ESPECIALES DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA 2008

	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	733	84	68,769	13,166	52
Cuaresma	Febrero y marzo	3,350	315	4,190,540	448,951	1,602
Día del Niño	25-30 de abril	888	91	77,223	5,527	85
Día de la Madre	6-10 de mayo	1,216	163	55,913	2,448	103
Regreso a clases y escuelas particulares	25 de junio-29 de agosto	3,428	449	908,819	13,943	706
Fiestas patrias	8-15 septiembre	1,240	177	70,783	2,013	188
Día de muertos	27 de octubre-2 de noviembre	1,752	180	145,286	5,949	157
Basilica	8-12 de diciembre	188	16	1,586	19	38
Fiestas decembrinas	5 de diciembre-6 de enero (2009)	3,112	380	472,222	35,417	331

3.4.4 Programas especiales

Profeco intensifica sus acciones de verificación y vigilancia de acuerdo a la dinámica del mercado. Por ello, y consciente de que es en las fechas y periodos de alto consumo cuando ingresan al mercado un mayor número de nuevos productos, instrumenta Programas Especiales de Verificación y Vigilancia, cuyos resultados se clasifican de acuerdo con las festividades o celebraciones, en orden cronológico de enero a noviembre de 2008, en la tabla anterior.

3.4.5 Política pública preventiva de verificación y vigilancia

Del 1 de enero al 31 de mayo de cada año, Profeco realiza la verificación para ajuste por calibración anual de instrumentos de medición, con la finalidad de que los establecimientos provean las mercancías con las medidas y pesos exactos para proteger los derechos de los consumidores en las transacciones comerciales. Al respecto, en 2008 se atendieron más de 84 mil solicitudes —3% más que en 2007—, calibrando cerca de 230 mil instrumentos de medición.

Profeco ofrece a los proveedores el trámite denominado "Solicitud de análisis y/o asesoría y/o capacitación en información comercial", que facilita el cumplimiento de la obligación de darle a conocer al consumidor la información relativa a los productos, bienes o servicios que se comercializan mediante etiquetas, manuales, garantías o instructivos, según lo estipulado en las NOM aplicables en cada caso. En 2008 se atendieron 2,436 solicitudes relacionadas.

3.4.6 Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor

El LNPC realizó 212,458 pruebas a 11,635 productos, elaboró 25 estudios a productos de consumo generalizado y de impacto en la nutrición, seguridad y economía, que se difundieron en la Revista del Consumidor, donde se presentó información para ayudar a hacer mejores elecciones de compra y se advirtió sobre los productos riesgosos. En el caso específico de la identificación de riesgos de seguridad en ventiladores y luces navideñas, se iniciaron trabajos coordinados con los laboratorios del sistema de la evaluación de la conformidad en México y de la Administración General de Aduanas para impedir la entrada de este tipo de productos.



Estudios de calidad 2008

- Enero** Pilas alcalinas • Ensaladas enlatadas
- Febrero** Cafeteras • Aceite de oliva
- Marzo** Secadoras de ropa • Camisas de vestir para caballero
- Abril** Ventiladores • Caldos y consomés (pollo, res, pescado, camarón y verduras)
- Mayo** Útiles escolares • Golosinas congeladas
- Junio** Computadoras de escritorio • Papas fritas
- Julio** Taladros y destornilladores • Detergente líquido para ropa
- Agosto** Reproductores MP3 y MP4 • Sábanas
- Septiembre** Sartenes y parrillas eléctricas • Tintes permanentes para el cabello
- Octubre** Calentadores de ambiente • Frutas en almibar
- Noviembre** Toallas para baño • Planchas alaciadoras para cabello
- Diciembre** Enjuagues bucales • Bases y minisistemas de audio para iPod y reproductores MP3

CONTRIBUCIÓN CON LAS POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE LOS RIESGOS RELACIONADOS CON EL SOBREPESO Y OBESIDAD

El LNPC realizó cuatro estudios a artículos de alto consumo: productos light, palomitas para microondas, papas fritas y frutas en almibar, informando su aporte calórico y el efecto de su consumo cotidiano.

APOYO EN LA VERIFICACIÓN

El LNPC participó en los programas institucionales, analizando productos de temporada de Cuaresma, regreso a clases, vacaciones y Navidad, además de verificar el cumplimiento de la normatividad en productos del sector alimentario, electrodoméstico, eléctrico, textil, de juguetes y de bebidas alcohólicas. En total, realizó 63,166 pruebas.

COMPETENCIA TÉCNICA Y TRASCENDENCIA INTERNACIONAL

Se continuó con la certificación y acreditación del LNPC para garantizar la conformidad de los resultados y su competencia técnica, lo cual ha llevado a que autoridades de consumo de otros países, como Egipto, realicen visitas al LNPC.

CONTRIBUCIÓN A LA NORMATIVIDAD

El LNPC participa en comités de normalización y certificación, vigilando y representando los intereses de los consumidores tanto en foros nacionales como en internacionales.

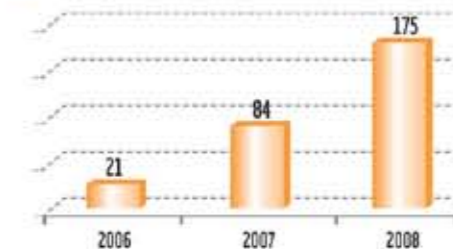
3.5 Procedimientos por Infracciones a la Ley

El PIL es un instrumento jurídico a través del cual Profeco sanciona a los proveedores que realizan conductas contrarias a la LFPC.

3.5.1 Relacionados al área de Verificación

A partir 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 concluye con la imposición de una sanción; es decir, se generan resoluciones con multa o, en su caso, con clausura. En 2008 se emitieron 1,557 sanciones, lo que significó un incremento de 52.2% respecto del año anterior. En cuanto a las sanciones impuestas, crecieron un 106%, sumando más de 175 millones de pesos. Con relación a la imposición de clausuras a plantas que a gas LP, ésta se elevó en aproximadamente 91%, registrándose la imposición de 23 clausuras durante 2008.

MONTO DE SANCIONES APROXIMADO EN MILLONES



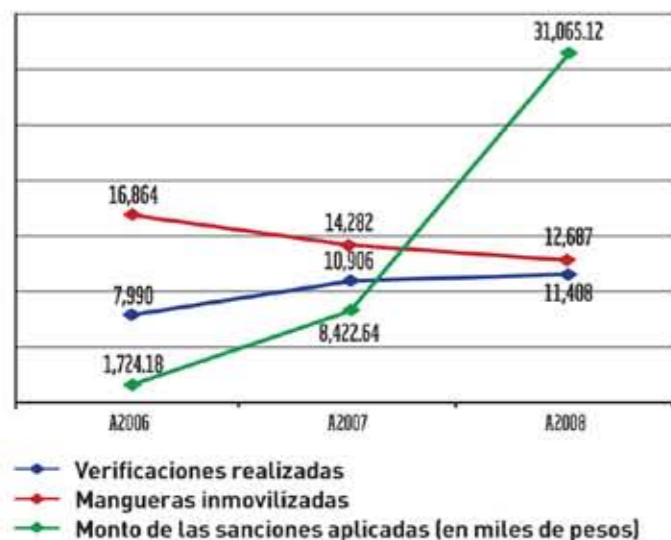
Sobre la cobertura anual de verificación que se ha tenido en los últimos años en el mercado de combustibles, específicamente en las estaciones de servicio que expenden combustible líquido al público en general, es importante mencionar el aumento respecto al total de gasolineras en todo el país, no obstante que se ha registrado un incremento constante de estaciones registradas en los padrones de establecimientos. En comparación con 2005, cuando se contaba con 6,988 gasolineras y se efectuaron 4,689 verificaciones, en 2008 el número de gasolineras ascendió a 8,057 y se realizaron 11,408 verificaciones, lo que representa un incremento considerable.

PROPORCIÓN DE VERIFICACIONES A ESTACIONES DE SERVICIO



Para el proceso de verificación a estaciones de servicio, es importante resaltar que, a medida que ha aumentado la cantidad de verificaciones realizadas y el monto de las sanciones impuestas en los casos en los que se detectan irregularidades, ha disminuido el número de instrumentos de medición en los que se aplica la medida precautoria de inmovilización por detección de anomalías.

**VERIFICACIÓN A GASOLINERAS:
COMPARATIVO DE ACTIVIDADES**



De las 86,118 visitas de verificación a establecimientos comerciales en el periodo de enero a diciembre de 2008, se emplazaron 20,836 establecimientos a procedimiento administrativo por infracciones a la ley. Asimismo, destaca la emisión de 9,335 resoluciones administrativas con sanción económica por más de 60 millones de pesos por la comisión de prácticas abusivas, la comercialización de productos y servicios que incumplían con las disposiciones legales, así como por el uso de instrumentos de medición que operaban en perjuicio de los consumidores.

3.5.2 Relacionados al área de Servicios

Una de las violaciones a la LFPC consiste en el incumplimiento de convenios, transacciones o laudos, así como la difusión de publicidad engañosa. En estos casos, el IPI persigue que se cumplan los principios básicos en las relaciones de consumo, ya que tiene como propósito sancionar las conductas que afectan directamente los derechos de los consumidores o, mejor aún, inhibirlas. En 2008, mediante este procedimiento se emitieron a escala nacional 10,624 resoluciones, imponiéndose multas por un total de 490.2 millones de pesos, lo que representa un incremento de 33.4% con respecto a 2007. Asimismo, se logró recuperar a favor del consumidor, fuera de la etapa conciliatoria, la cantidad de 36.4 millones de pesos.

3.5.3 Casos destacados

Durante el año que se reporta, podemos destacar tres en contra de los siguientes proveedores:

• **CORPORACIÓN NOVAVISIÓN, S. DE R.L. DE C.V.** Se le impusieron dos multas por un total de 442,340 pesos, debido a la violación de los artículos 32 y 42 de la LFPC, en razón de que su publicidad no era veraz sino engañosa, pues contenía textos que inducían a error y por no suministrar el servicio ofrecido de acuerdo con los términos y condiciones establecidos en su publicidad.



• **AERO CALIFORNIA, S.A. DE C.V.** Se le impuso una multa de 2.9 millones de pesos por violar el artículo 7 de la LFPC, toda vez que durante la suspensión del servicio de transportación aérea que presta no respetó los términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a las cuales ofreció, se obligó o convino con los consumidores.

• **LÍNEAS AÉREAS AZTECA, S.A. DE C.V.** Se le impusieron dos multas por un monto total de 4.6 millones de pesos por transgredir los artículos 7 y 42 de la LFPC, en razón de que no cumplió en su conjunto con los precios, tarifas, garantías, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones ofrecidas originalmente a los consumidores, ni les prestó el servicio de transportación aérea en los términos y condiciones establecidos.

3.6 Arbitraje

El procedimiento arbitral constituye una oportunidad adicional de solución de controversias entre consumidores y proveedores, posterior a la conclusión del procedimiento



conciliatorio o a solicitud directa de los interesados. A nivel nacional, se formalizaron 97 arbitrajes en 2008, gracias a los cuales se logró recuperar a favor de los consumidores más de 385 mil pesos, que representan 56% del monto de lo reclamado en los procedimientos formalizados. Asimismo, se celebraron 89 transacciones, que representan 92% de los arbitrajes formalizados a escala nacional.

3.7 Publicidad

Los proveedores se valen de estrategias diseñadas para que al momento de decidir su compra el consumidor se incline por su producto o servicio. Por ello, Profeco efectúa monitoreos de la información desplegada en los medios masivos de comunicación, además de recibir y analizar denuncias que presentan tanto consumidores como proveedores con la finalidad de hacer un análisis de la publicidad que pueda ser lesiva de los derechos a los consumidores que señala la ley.

Uno de los propósitos de Profeco es que, a través de la sustanciación de procedimientos en materia de publicidad, el proveedor que haya emitido publicidad engañosa o abusiva lleve a cabo su modificación, corrección o suspensión,

y que, en su caso, se le aplique alguna de las sanciones, tales como multas, clausura del establecimiento o arresto del infractor.

Durante 2008, se monitorearon 2,294 anuncios publicitarios, principalmente de entidades comerciales que publicitan el otorgamiento de créditos, préstamos o financiamientos, así como de hoteles de bajo costo y aerolíneas. Mediante esta actividad, se detectaron 71 casos en los que la publicidad contenía información que podría ser engañosa para los consumidores y, en 100% de estos, Profeco logró que tal publicidad fuera corregida o suspendida de manera inmediata.

➤ CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN DE PUBLICIDAD DE ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS DIRIGIDA AL PÚBLICO INFANTIL

El también llamado Código Pabi es el resultado del esfuerzo de diversas entidades privadas y contiene principios, lineamientos y mecanismos de verificación y cumplimiento sobre la publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida al público infantil. El Código Pabi establece las reglas y principios básicos para la autorregulación de la industria en un intento por fomentar la alimentación correcta y la

100%
de las entidades
comerciales
exhortadas por
Profeco
corrigieron su
publicidad.

práctica habitual de actividades físicas, así como el apoyo en la prevención del sobrepeso y la obesidad. Por otra parte, el Código Pabi se alinea con los objetivos y principios de la Procuraduría Federal del Consumidor en cuanto a la prevención y el combate a la publicidad engañosa o abusiva, por lo que constituye un instrumento privado que puede coadyuvar adecuadamente con la autoridad en la consecución de esta tarea.

LEY PARA LA TRANSPARENCIA Y ORDENAMIENTO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

El 27 de mayo de 2008, el Procurador Federal del Consumidor publicó en el Diario Oficial de la Federación las disposiciones de carácter general a las que se refiere la LRFSE en materia de contratos de adhesión, publicidad, estados de cuenta y comprobantes de operación, que tienen por objeto regular lo relativo al otorgamiento de créditos, préstamos o financiamientos que ofrecen las entidades comerciales a los consumidores (descripción de sus beneficios en la p. 18).

3.8 Monitoreo de tiendas virtuales

Con el fin de evaluar el grado de cumplimiento a los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas en medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, se realizaron monitoreos a sitios de comercio electrónico de empresas radicadas en México, las cuales se encuentran sujetas a la aplicación de la LFPCC. De esta forma, durante 2008 se revisaron 283 tiendas virtuales, de las cuales 157 se determinaron confiables. Por otro lado, excluyendo los 92 sitios que suspendieron sus operaciones comerciales o salieron de línea, el resto se clasificó de la siguiente manera:

CATEGORÍA	NÚMERO DE SITIOS
No confiable para hacer compras en línea/No cuentan con seguridad en datos financieros o carecen de domicilio físico o número telefónico	7
Poco confiable para hacer compras en línea/Si bien cuentan con seguridad en datos financieros, no protegen los datos personales u omiten información al consumidor	27

Esta información puede consultarse en la sección "Brújula de compra" de nuestro sitio de Internet: www.profeco.gob.mx.



Durante 2008 se revisaron 283 tiendas virtuales, de las cuales 157 se determinaron confiables.

04

PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO

4.1 El consumo inteligente

Una de las tareas más importantes de Profeco es la prevención de abusos hacia el consumidor mediante tres vertientes: la educación para formar consumidores inteligentes, la difusión de temas sobre consumo y derechos de los consumidores, y el impulso y fortalecimiento de los consumidores mismos, así como la promoción organizada, para facilitar su interlocución con el Estado.

4.2 Educación para el consumo

La educación para el consumo es un proceso personal y colectivo por el que adquirimos valores, conocimientos y habilidades útiles que nos permiten detectar nuestras necesidades y decidir de manera consciente y responsable frente al consumo para mejorar nuestra calidad de vida. Este proceso educativo gira en torno a los seis ejes de educación para el consumo: derechos del consumidor; consumo, alimentación y salud; consumo sustentable; consumo, medios de comunicación y publicidad; consumidores organizados, y consumo y consumidores. En su conjunto, estos conocimientos permiten que los ciudadanos adquieran los atributos del consumo inteligente, definido como aquel que es consciente, informado, crítico, saludable, sustentable, solidario y activo.

4.2.1 Educación y organización de consumidores

Para desarrollar estas actividades educativas de forma personal, Profeco cuenta con 48 departamentos de educación y divulgación en sus delegaciones y subdelegaciones a escala nacional, en donde existe una red de 121 promotores de educación para el consumo que atienden de manera cotidiana a la población mediante 2,201 organizaciones de consumidores. Éstas se encuentran integradas por 68,485 miembros, entre quienes se fomenta la observación y el análisis para tener una actitud crítica, se favorece el trabajo en equipo y se incentiva el uso de la información para comparar calidad y precio antes de adquirir un bien o un servicio, fortaleciendo así la toma de conciencia frente a los actos de consumo.



Durante 2008, hubo un ligero incremento (3.72%) en el número de organizaciones de consumidores con respecto al año anterior.

Con el fin de homogeneizar este trabajo educativo en todo el país, se elaboraron y entregaron a los promotores en el año un total de 12 carteles de educación para el consumo, 12 paquetes didácticos y 12 antologías, donde se abunda en los temas relevantes con respecto a las fechas de alto consumo de cada mes y que corresponden a los ejes de educación para el consumo. También se trabajó intensamente en precisar las características de los perfiles de población atendida con el fin de adecuar los materiales a sus necesidades.

4.2.2 Diplomado de Educación para el Consumo en línea

En noviembre de 2008 dio inicio el nuevo Diplomado de Educación para el Consumo en línea, desarrollado con apoyo de la Universidad de Colima, y dirigido inicialmente a jefes y promotores del área de educación y divulgación de las delegaciones y subdelegaciones Profeco de todo el país. Este diplomado permite educar en materia de consumo a cualquier persona con acceso a Internet, lo que representa un sustancial ahorro de tiempo y

642
talleres de
educación
para el
consumo se
realizaron
en 2008.

recursos. Este diplomado es uno de los pocos de su tipo en el mundo. El temario aborda los seis ejes de educación para el consumo ya mencionados, no sólo en sus aspectos teóricos sino con dinámicas y ejercicios interactivos bajo la supervisión del tutor de cada módulo. Al concluir, los alumnos recibirán un reconocimiento oficial por parte de la Universidad de Colima. En años anteriores, el diplomado, al ser presencial, capacitaba a un menor número de personas. Evidentemente, el alcance de este nuevo proyecto será mucho mayor.

4.2.3 Programas especiales

• Cuaresma 2008

Se brindó información a la población sobre las diferentes alternativas que existen para observar esta tradición, las características que deben considerar al adquirir pescados y mariscos, la constatación del peso justo y la reiteración para comparar precio y calidad antes de comprar. Los resultados obtenidos fueron: 2,933 visitas a las organizaciones de consumidores, en donde se atendió a 75,609 personas; 573 promociones en las que se capacitó a 12,099 personas y 1,317 acciones de difusión.

• Ferias de Regreso a Clases

Uno de los eventos más relevantes del año es el regreso a clases de niños y jóvenes. Por este motivo, Profeco apoya a la economía familiar organizando anualmente las Ferias de Regreso a Clases que convocan en un solo lugar a proveedores establecidos que ofrecen productos escolares de alta calidad y precios bajos.

En 2008, se llevaron a cabo 69 ferias en todo el país, con la participación de 1,921 proveedores y una afluencia de más de un millón de visitantes. En ellas se realizaron 642 talleres de educación para el consumo en los que se abordaron temas de alimentación, salud, consumo sustentable, derechos del consumidor, reciclaje y confección de uniformes escolares. Además, se ofrecieron 208 servicios gratuitos, como exámenes médicos y de la vista, revisiones odontológicas y ortopédicas, y cortes de cabello.

En total, se llevaron a cabo 2,192 acciones de difusión relativas a las Ferias de Regreso a Clases 2008.



• Fin de año

Las fiestas de fin de año incentivan a la población a consumir más que en otras temporadas, por eso Profeco puso en marcha programas educativos para saber administrar el aguinaldo y la prima vacacional, además de ofrecer diferentes alternativas para celebrar las fiestas. Se realizaron 3,501 visitas a organizaciones de consumidores, en donde se atendió a 108,529 integrantes, y se llevaron a cabo 1,175 acciones de difusión y 571 de promoción.

4.2.4 CONTENIDOS PARA LA SEP

EN AGOSTO DE 2008 se incluyeron contenidos de educación para el consumo en el "Fichero para el Maestro", el cual forma parte del Programa de Formación Económica y Financiera para Educación Primaria de la Secretaría de Educación Pública (SEP). Este material fue utilizado por los maestros de educación básica en todo el país para el ciclo escolar 2008-2009, y fue resultado de una convocatoria de la SEP a instituciones bancarias y gubernamentales relacionadas con la formación económica y financiera.



4.3 Estudios sobre consumo

Profeco desarrolla diferentes herramientas que apoyan al consumidor en la toma de decisiones, entre ellas el programa "Quién es Quién en los Precios", "Quién es Quién en el envío de dinero", "Quién es Quién en créditos a pagos fijos" y el boletín electrónico "Brújula de compra".

► QUIÉN ES QUIÉN EN LOS PRECIOS

Para llevar a cabo el programa, de forma semanal se visitaron en promedio 319 supermercados, 101 mercados y pescaderías, 162 farmacias, 149 papelerías, 161 tiendas especializadas en electrodomésticos y tiendas departamentales, y 303 tortillerías. Además, durante la temporada de regreso a clases, se visitaron 85 librerías, 72 tiendas de uniformes, 37 zapaterías y, en la temporada

Quién es Quién en los precios

En el periodo comprendido entre enero y diciembre de 2008, se captaron 9,743,914 precios de productos contenidos en catálogos oficiales, lo que generó un promedio semanal de 183,847.

navideña, 36 jugueterías y 38 vinaterías. Esto permitió captar en el año 9,743,914 precios de productos contenidos en catálogos oficiales, lo que generó un promedio semanal de 183,847.

El "Quién es Quién en los Precios" recopila información adicional en fechas de alto consumo, como Cuaresma, el regreso a clases y la temporada decembrina. Para la temporada de Cuaresma, del 28 de enero al 21 de marzo se captaron 24,606 precios de pescados y mariscos. Durante el periodo del 16 de junio y hasta el 29 de agosto, se llevó a cabo el levantamiento correspondiente a la temporada de regreso a clases, en la cual se captaron 375,336 precios del catálogo de artículos escolares en las 26 ciudades donde operó el programa. Del 27 de octubre al 31 de diciembre, se hizo el levantamiento correspondiente a la temporada de juguetes y productos navideños, en el cual se captaron 344,176 precios de juguetes y 44,389 de productos navideños en las 27 ciudades donde opera el programa.

De manera adicional, se realizaron siete levantamientos especiales de precios para productos sujetos a estudios de calidad por parte del INPC, mismos que fueron publicados en la Revista del Consumidor. Por otra parte, en conjunto con la Dirección General de Difusión, se imprimieron y distribuyeron 85 mil ejemplares de los folletos Especial de precios de regreso a clases 2008 y otros tantos de Especial de precios de juguetes 2008.

El sitio en línea de la institución pone a disposición del público la herramienta "Canasta inteligente", la cual permite elaborar diferentes listas de productos que el consumidor puede guardar y retomar, para así conocer su costo total e identificar el establecimiento donde se obtiene el mejor precio. Durante 2008, se registraron 11,127 nuevos suscriptores, que al final de año acumularon un total de 23,764 usuarios.

Quién es Quién En créditos a pagos fijos

Durante 2008, se realizaron cinco levantamientos en 615 establecimientos de 23 ciudades, lo que se tradujo en la recopilación de 2,768 precios, condiciones de pago y su CAT respectivo.

► QUIÉN ES QUIÉN EN EL ENVÍO DE DINERO

Difunde información que proporcionan empresas y bancos dedicados al servicio de envío de dinero de Estados Unidos a México, y actualmente cubre nueve ciudades del país vecino. En 2008, se elaboraron 156 reportes con información semanal sobre el costo de enviar 300 dólares de Estados Unidos a México, acumulando un total de 7,399 precios de servicios de 28 empresas.

Destaca el programa "Directo a México", mediante el cual se difunde información de 351 instituciones —242 bancos y 109 uniones de crédito— que representan una opción a buen costo para el envío de dinero. En colaboración con la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, se elaboraron 120,000 dípticos en el envío de dinero de Estados Unidos a México... la información es tu derecho, con una distribución compartida por Profeco y Diconsa.

► QUIÉN ES QUIÉN EN CRÉDITOS A PAGOS FIJOS

Este programa monitorea el CAT de créditos a pagos fijos en establecimientos comerciales. Esta información permite al consumidor comparar las condiciones de financiamiento de aparatos electrodomésticos y de línea blanca que se comercializan bajo este esquema y el CAT resultante de comprar a crédito. De esta manera, el consumidor puede usar sus ingresos en forma más eficiente. Durante 2008, se realizaron cinco levantamientos en 615 establecimientos de 23 ciudades, lo que se tradujo en la recopilación de 2,768 precios, condiciones de financiamiento y el CAT respectivo, lo cual se publicó en el sitio en Internet de Profeco.

Quién es Quién en el envío de dinero

En 2008, se elaboraron 156 reportes con información semanal sobre el costo de enviar 300 dólares de Estados Unidos a México, y se acumularon un total de 7,399 precios de servicios de 28 empresas.



La **Revista del Consumidor** es el medio de difusión más reconocido de Profeco, con un tiraje de **483,000** ejemplares **durante 2008**, y distribución a escala nacional en puestos de revistas y locales cerrados.



> BOLETÍN ELECTRÓNICO BRÚJULA DE COMPRA

Este semanario electrónico presenta información de análisis de precios, estudios comparativos y artículos relacionados con el consumo. Se publica en el portal de Profeco en Internet. Durante 2008, se publicaron 47 boletines, que incluyeron 84 artículos. Un total de 5,972 nuevos receptores se registraron durante el año, sumando 22,751 hasta el 31 de diciembre.

> ELABORACIÓN DE ENCUESTAS Y SONDEOS SOBRE HÁBITOS DE CONSUMO
En el año se diseñaron y aplicaron 40 encuestas y sondeos en línea con un total de 9,526 cuestionarios aplicados, lo que permitió conocer los hábitos de consumo de la población. Esta información se difunde a través de "Brújula de Compra" y la Revista del Consumidor.

4.4 Eco-Vehículos

En septiembre de 2008 comenzó a funcionar Eco-Vehículos (www.ecovehiculos.gob.mx), resultado de la colaboración entre el Instituto Nacional de Ecología, la Comisión Nacional para el Ahorro de Energía y Profeco. Este microsítio, al que se puede acceder desde nuestra página institucional, es una valiosa herramienta para que los consumidores interesados en adquirir un vehículo nuevo puedan elegir el más eficiente en cuanto a su consumo de energía, ya que informa de manera práctica, clara, fácil de consultar y totalmente orientada al público acerca del gasto anual en gasolina que representa un auto en particular y qué tan contaminante resulta. También permite comparar vehículos según las características que busca el usuario para saber cuál es más amigable con el medio ambiente antes de adquirirlo.

4.5 Radio, televisión y publicaciones

Profeco siempre se ha destacado por su profusa labor de divulgación, y 2008 no fue la excepción. La Revista del Consumidor es el medio de difusión más reconocido de nuestra institución. A lo largo de poco más de tres décadas, se ha ganado la confianza de los lectores con temas que educan y orientan en torno al consumo inteligente. Con un tiraje de 483,000 ejemplares en 2008, la Revista del Consumidor cumplió 32 años de historia y su distribución se realizó en puestos de periódicos y locales cerrados de todo el país, además del envío regular a suscriptores.

En materia de difusión, otro tema importante en 2008 fue el inicio de la colección de libros "Temas selectos de consumo" con el título Políticas públicas de consumo. Tendencias internacionales. El tiraje total de los impresos diversos de la Dirección General de Difusión —entre libros, la Revista del Consumidor, folletería y publicaciones periódicas— superó los 23 millones de ejemplares. También se realizaron 52 programas de radio y 52 de televisión.

4.5.1 La Revista del Consumidor

2008 fue un año diverso para la Revista del Consumidor. Las portadas incluyeron los populares estudios de calidad del LNPC —como el de productos light en la edición de enero, y tintes para el cabello en la de noviembre— y otros temas de interés para el consumidor, como "Instrucciones para acampar" en junio, y "En busca del juguete ideal" para la temporada navideña (listado completo de estudios de calidad del LNPC publicados en la revista, en la p. 30).



4.5.2 Otros impresos

Además de la Revista del Consumidor, dentro de la larga trayectoria de divulgación de Profeco destaca la publicación de impresos diversos como folletos, periódicos y libros para educación en el consumo.

> EL MANDADO

Publicación mensual con un tiraje de 100 mil ejemplares durante 2008. El Mandado, que se distribuyó en las delegaciones y subdelegaciones de Profeco en el país, se enfoca con sus temas a los sectores con menores ingresos.

> IMPRESOS DIVERSOS

En 2008, se elaboraron 80 impresos diversos, entre folletos, guías, artículos para el diario Trato Directo de El Sol de México, carteles, trípticos y dípticos. Entre ellos, destacan: las seis actualizaciones del folleto "Quién es Quién en el envío de dinero de Estados Unidos a México" (tiraje: 20,000 ejemplares cada uno), "Qué es Profeco" (dos impresiones de 20,000 ejemplares cada una), la reimpression de "Qué hacer en caso de desastres naturales" (100,000 ejemplares), el diseño del cuadernillo "Cómo ahorrar energía en todos lados" (dos impresiones, la primera de 50,000 ejemplares y la segunda de 20,000), "Cómo comprar

un tiempo compartido" (tiraje: 200,000 ejemplares), folletos con los siete derechos del consumidor en español y en las lenguas maya, huichol, zapoteco, mixteco, mazahua, náhuatl, totonaca, triqui, tzotzil y tzeltal (tiraje combinado de 65,000 ejemplares). Además, se produjeron materiales gráficos para apoyar las Ferias de Regreso a Clases, el tema de la portabilidad numérica, servicios de la institución como Concilianet, Procitel y el RPC, así como materiales informativos para los peregrinos que visitan a la Virgen de Guadalupe el 12 de diciembre. Asimismo, se retomó la impresión del póster-calendario de consumo 2009 (tiraje: 200,000 ejemplares) que incluye los siete pasos para un consumo inteligente.

> LIBROS

Durante 2008, Profeco participó en el Foro Global de Competencia, efectuado en febrero en París, Francia, por lo que obtuvo textos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) que sirvieron para la publicación de un libro en materia jurídica. Por lo mismo, la edición de Políticas públicas de consumo. Tendencias internacionales, el primero de la colección "Temas selectos de consumo", representa un hito para Profeco. Este libro constituye un medio de introducción al estudio y análisis del funcionamiento de los mercados, así como de la influencia de los consumidores en los mismos y en el impulso de la competencia.



Detrás de cámaras de TV Revista del Consumidor.



4.5.3 Radio y televisión

En 2008, se realizaron 52 programas de radio con el título El cuarto del consumo —conducido afinadamente por Fernanda Tapia y Humberto Vélez— y otros tantos de televisión en sus cuatro modalidades: TV Revista del Consumidor, Platillo Sabio Profeco, Tecnología Doméstica Profeco y Reportaje Especial, los cuales se transmitieron a lo largo del año, en todo el país, durante los tiempos oficiales en televisiones y radiodifusoras concesionadas. Cabe mencionar que este importante esfuerzo de difusión en medios electrónicos masivos se llevó a cabo con equipo, personal e instalaciones propias de la institución.

La Cofac tiene como misión fomentar la constitución de grupos representantes de la sociedad civil y su participación como interlocutores del Estado en la toma de decisiones sobre el consumo y el ejercicio de los derechos de los consumidores.

Encuentro Iberoamericano de Asociaciones de Consumidores y Usuarios "Espejo Atlántico" del mes de mayo en Madrid, España, una reunión que propició la interrelación y el intercambio de información con organismos de protección al consumidor de España y Latinoamérica, y la colaboración en el seminario "Los beneficios del TLC entre México y la Unión Europea" —realizado de agosto a diciembre en Veracruz, Mérida, Monterrey y Guadalajara, y organizado por la oficina del programa del Proyecto de Facilitación del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (PROFELCOM), de la Secretaría de Economía— con el tema "El bienestar de los consumidores". Asimismo, se enviaron opiniones y propuestas en materia de asociaciones de consumidores al "III Foro de Diálogo entre las Sociedades Civiles y las Instituciones de México y de la Unión Europea", celebrado en Bruselas, Bélgica, el 13 y 14 de noviembre de 2008.

4.5.2 Vinculación con organizaciones sociales

Durante 2008, se mantuvo contacto con 1,185 organizaciones sociales que periódicamente recibieron materiales institucionales con temas de consumo inteligente. Para ellas, Profeco organizó el 14 de marzo, en el marco del Día Mundial del Consumidor, la mesa redonda "La obesidad y el consumo", un foro que reunió a 46 organizaciones. El 10 de julio, se realizó el foro "Género y consumo", en el que participaron 56 organizaciones y, el 13 de noviembre, la mesa redonda "Los derechos humanos y la protección al consumidor", que reunió 33 organizaciones. Por otra parte, se representó a la procuraduría en el Consejo Consultivo del Comité Nacional Mixto de Protección al Salario, donde convergen instituciones públicas y organizaciones sindicales.

4.5.3 Consejo Consultivo del Consumo

El 18 de noviembre de 2008, se llevó a cabo la séptima sesión ordinaria del Consejo Consultivo del Consumo, cuyos integrantes —reconocidos representantes de la sociedad civil— analizaron las propuestas que han recibido desde el momento de su creación en 2005, mismas que se vinculan al Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 y a las líneas estratégicas del Programa Sectorial de Economía para definir los campos de acción e integrar equipos de trabajo para 2009 y fortalecer así su presencia y participación.

4.6 Coordinación de Fomento de Asociaciones de Consumidores

La misión de la Coordinación de Fomento de Asociaciones de Consumidores (Cofac) es promover la constitución de grupos representantes de la sociedad civil y su participación como interlocutores del Estado en la toma de decisiones sobre el consumo y el ejercicio de los derechos de los consumidores. Con este fin, se trabaja para apoyar y acompañar a las asociaciones de consumidores y organizaciones de la sociedad civil en la normalización y aplicación de estrategias en materia de consumo, y para vincular a la Procuraduría Federal del Consumidor y a la sociedad civil para trabajar y dar cauce a estrategias que fortalezcan la responsabilidad social de proveedores y consumidores.

4.6.1 Fomento de asociaciones de consumidores

De enero a diciembre de 2008, se realizaron un total de 94 acciones de fomento. Destacan la participación en el III



REPRESENTACIÓN JURÍDICA

5.1 Acciones de grupo

En 2008, Profeco continuó desahogando los procesos derivados de las acciones de grupo que había iniciado en 2007 y promovió otra demanda conforme a la legitimación que le otorga la LFPC en su artículo 26. A continuación, se indica brevemente el estado procesal de dichas acciones.

➤ LÍNEAS AÉREAS AZTECA

El 6 de julio de 2007, Profeco presentó ante el Juzgado Sexto de Distrito en Materia Civil en el Distrito Federal una demanda en contra de Líneas Aéreas Azteca, S.A. de C.V., por incumplimiento del contrato de prestación de servicios de transporte aéreo de pasajeros. En esta demanda, acompañada de 620 formatos de queja, Profeco reclamaba la reparación de daños y perjuicios a favor de los consumidores afectados por un monto de 2,213,534.06 pesos.

El 28 de diciembre de 2007 se dictó sentencia definitiva, la cual fue apelada el 10 de enero de 2008 a fin de que se precisaran sus alcances y las cantidades a considerarse para el resarcimiento del daño. La apelación referida fue resuelta por ejecutoria del 25 de junio de 2008, por el Tercer Tribunal Unitario del Primer Circuito en Materias Civil y Administrativa, condenando a la demandada al cumplimiento de todas y cada una de las prestaciones reclamadas.

El 14 de octubre de 2008, Profeco presentó ante el juez la primera demanda incidental, representando a 51 consumidores (algunos de ellos no incluidos en la demanda inicial), en la que al 31 de diciembre de 2008 se habían admitido y desahogado las pruebas ofrecidas y se estaba en espera de que el juzgador dictara resolución.

➤ CORPORACIÓN TÉCNICA DE URBANISMO

El 26 de marzo de 2008, se presentó ante el Juzgado Segundo de Distrito en el Estado de Chihuahua una demanda en contra de Corporación Técnica de Urbanismo, S.A. de C.V., por daños estructurales en un conjunto habitacional de 800 viviendas de interés social que vendió a partir del año 2005. Esta demanda, exhibiendo copia certificada de 84 expedientes de quejas recibidas en la Subdelegación Chihuahua, reclamaba la reparación de daños y perjuicios a favor de los consumidores afectados por un monto de 18,975,619.52 pesos.

El juez del conocimiento, con fecha del 10 de noviembre de 2008, dictó sentencia definitiva absolviendo a la demandada; inconforme, Profeco promovió recurso de apelación, radicado ante el Segundo Tribunal Unitario del Decimoséptimo Circuito, con residencia en Chihuahua. Al 31 de diciembre de 2008 se había fijado fecha para audiencia de alegatos el 13 de enero de 2009 y, consecuentemente, la resolución se encontraba pendiente de emitir.



5.2 Caso Neoskin

Toda vez que la empresa Neoskin, que prestaba servicios de depilación láser en distintas ciudades del país, no reintegró a los consumidores las cantidades cubiertas, ni proporcionó el servicio contratado (ver p. 15), Profeco formuló por la vía penal 30 denuncias de hechos en su contra, las cuales se sustentaron en la gravedad de la conducta del proveedor de los servicios y la afectación patrimonial a un grupo importante de consumidores.

Al 31 de diciembre se habían ratificado 23 de las denuncias presentadas. Asimismo, fueron remitidos 25 escritos de ampliación de denuncias a igual número de delegaciones de Profeco para ser promovidas ante la procuraduría general de justicia del estado correspondiente. Para esa misma fecha, estaban presentadas seis ampliaciones.

5.3 Apoyo legal

El ejercicio de las atribuciones que le confiere la ley a la Procuraduría Federal del Consumidor, a través de los actos de autoridad que emite, en la mayoría de los casos ha tenido como resultado una mejor protección de los derechos e intereses de los consumidores. Sin embargo, en otros casos los particulares se han sentido afectados por las resoluciones emitidas por esta institución y han ejercido los medios de impugnación que la ley les otorga, como lo son el recurso de revisión, el juicio de nulidad y el juicio de amparo indirecto. En este orden de ideas, se ha sostenido la defensa de los actos impugnados, tanto en la vía administrativa como en la judicial.

Asimismo, a través del área jurídica se ha dotado a las diversas unidades administrativas de la información y herramientas necesarias para que los actos de autoridad que emitan se ajusten a las disposiciones legales aplicables; así, se les informa sobre los criterios emitidos por los distintos tribunales o respecto de los agravios que hacen valer los particulares y son declarados fundados, a fin de que los tomen en cuenta al momento de emitir sus actos.

Por otro lado, a través del área jurídica se desahogaron 144 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, con lo que se continuó coadyuvando al cumplimiento de la normatividad en materia de protección al consumidor, o bien, en los casos en que no era competente esta Procuraduría, se proporcionó la orientación correspondiente.

El apoyo a las distintas unidades administrativas se extiende no sólo a la participación en diversos comités y consejos institucionales, sino a la revisión de la normatividad interna que se elabora para hacer más eficiente la gestión de Profeco: manuales, guías, instructivos, además de la elaboración o revisión de diversos acuerdos emitidos por el titular de la institución y la coordinación de los trabajos para la revisión y reformas del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor.

5.4 Convenios, contratos y documentos de carácter internacional

En virtud del papel que han tenido la promoción, la protección y la defensa de los derechos de los consumidores, se ha fortalecido la coordinación y la colaboración con diversas dependencias y entidades de la administración pública federal, así como con los gobiernos estatales y municipales, instituciones y organismos internacionales o gobiernos extranjeros. En este

rubro, el área jurídica dictaminó 206 proyectos de convenios y 321 proyectos de contratos; además, revisó y opinó respecto de diversos documentos de índole internacional y elaboró el proyecto de Estatutos del Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FLAGC), mismos que fueron suscritos el día 9 de octubre de 2008. Asimismo, tuvo una participación en reuniones de trabajo de la OCDE y en el organismo multilateral de agencias gubernamentales denominado International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN).

5.5 Propiedad intelectual

La protección de la propiedad intelectual e industrial de Profeco tomó mayor relevancia durante 2008. Así, se obtuvo el registro ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor de dos obras literarias; la reserva del uso exclusivo del título de dos programas de televisión y se renovó la reserva correspondiente a tres publicaciones periódicas, un programa de radio, uno de televisión y uno de Internet. Asimismo, se registró ante el IMPI la denominación "Concilianet" como marca registrada y se iniciaron los trámites de registro de la denominación "RPC Registro Público de Consumidores".

5.6 Derechos humanos

Además de promover que sus actos se apeguen a derecho, Profeco mantiene una posición de irrestricto respeto a los derechos humanos. En este rubro, se atendieron 85 solicitudes de información de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos. De ellas, 75 fueron concluidas sin que se acreditara la posible violación a derechos humanos, uno de los casos se resolvió mediante conciliación y, al 31 de diciembre, quedaron nueve asuntos pendientes de resolución por parte del organismo nacional. En este mismo marco, se atendieron solicitudes de información del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (Conapred) respecto de dos quejas recibidas en contra de servidores públicos de esta procuraduría. Una vez concluidas las investigaciones y trámites correspondientes, el Conapred resolvió que no existían elementos que le permitieran determinar la existencia de actos discriminatorios por parte del personal de esta institución.

5.7 Enlace legislativo

Profeco tiene un papel importante en la dinámica del quehacer legislativo del Congreso de la Unión ya que, a través de la Secretaría de Gobernación o de la Secretaría de Economía, es requerida para emitir su opinión en los casos



en que los temas legislativos están relacionados con los derechos del consumidor o las relaciones de consumo.

Este año se emitieron 29 opiniones respecto de distintas iniciativas de reformas o adiciones en relación con 17 leyes diversas, además de formular comentarios a cuatro puntos de acuerdo de la Cámara de Diputados. Todo esto sin perjuicio de la participación en distintas reuniones de trabajo en donde se discuten y analizan algunas de esas iniciativas.

De manera particular, cabe señalar la participación en cuatro reuniones para revisar y analizar la iniciativa de reformas y adiciones a la LFPC derivada de las observaciones del Ejecutivo Federal a la aprobación de las reformas y adiciones a la misma, del 26 de abril de 2007 por parte de la Cámara de Senadores. Dichas reuniones se llevaron a cabo tanto en la Oficina de la Consejería Jurídica de la Presidencia de la República como en el seno de la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados.

Por otro lado, debe señalarse la participación de Profeco en 10 reuniones de trabajo para analizar tanto la iniciativa para adicionar la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, como el anteproyecto de una iniciativa para reformar y adicionar el Código Federal de Procedimientos Civiles, respecto

del tema de "acciones colectivas" en la Cámara de Senadores.

5.8 Participación en foros jurídicos y académicos

Nuestra institución participó en diversos foros de carácter académico relativos a los temas de acciones colectivas y derecho del consumo. De ellos, sin duda cabe destacar el Seminario sobre Acciones Colectivas, organizado por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, y una conferencia impartida en la Universidad Autónoma Metropolitana sobre derechos del consumidor.



29

opiniones respecto de distintas iniciativas de reformas o adiciones en relación con 17 leyes emitió Profeco en 2008.

Profeco tiene un papel importante en la dinámica del quehacer legislativo

del Congreso de la Unión ya que, a través de la Secretaría de Gobernación o de la Secretaría de Economía, es requerida para emitir su opinión en los casos en que los temas legislativos están relacionados con los derechos del consumidor o las relaciones de consumo.

06

PRESENCIA NACIONAL

6.1 Profeco en la república mexicana

☉ Al cierre de 2008, Profeco cuenta con un total de 39 delegaciones, 18 subdelegaciones y 83 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.

Durante 2008, se amplió la cobertura con 10 nuevas unidades de servicios, localizadas en San Juan de Sabinas, Coahuila; Ciudad de Cuauhtémoc, Chihuahua; Timilpan y Jilotzingo, en Naucalpan; Valle de Chalco Solidaridad, en Nezahualcóyotl; Tultitlán, Tepotzotlán y Coacalco, en Tlalnepantla; Tlapacoyan, Veracruz, y Huatulco, Oaxaca.

39
Delegaciones

18
Subdelegaciones

83
Unidades de servicio

140
Total de unidades



DELEGADOS*

Y SUBDELEGADOS

Para poder atender a los consumidores de todo el país, Profeco cuenta con un total de 57 delegados y subdelegados.



JOSÉ ANTONIO Sánchez Gómez Delegado en Aguascalientes



ENRIQUE Salas Paniagua Delegado en Colima



OSCAR Gómez Ramírez Subdelegado en Durango



SALVADOR Varela Nogal Subdelegado en Ecatepec



JOSÉ FRANCISCO Becerra López Delegado en Guanajuato



ENRIQUE JOSÉ Castro Solo Delegado en Guerrero



CÉSAR LEONEL Oregón Bernardino Subdelegado en Iguala



ADRIANA García Aguayo Subdelegada en Irapuato



LILIA Bejarano Casarez Delegada en Jalisco



JOSUÉ EULALIO Vergara Santana Subdelegado en Manzanillo



HÉCTOR LEÓN Pérez Guajardo Subdelegado en Matamoros



MARIO Osuna Jiménez Encargado en Baja California



HERMINIO Cortal Estrada Delegado en Baja California Sur



FRANCISCO EUSTAQUIO Portela Chaparro Delegado en Campeche



HIGINIO Madrigal Montaño Delegado en Nayarit



RUTH Olvera Nieto Delegada en Naucalpan

83

unidades de servicio repartidas en los 32 estados de la República atienden las quejas y consultas de los mexicanos.



MARÍA CRISTINA Salido Castro Delegada en Michoacán



MIRNA LUCRECIA Carrascillo Pedraro Delegada en Chiapas



OSCAR GERARDO Ostos Castillo Delegado en Chihuahua



FERNANDO VÍCTOR Arriente Holguín Subdelegado en Chihuahua



RODOLFO Montero Montero Delegado en Norte DF



JUAN DE SANTIAGO Vázquez Delegado en Nezahualcóyotl



PEDRO HELADIO Peña Guzmán Delegado en Oaxaca



JUAN ALEJANDRO Navarrete Ortega Delegado en Oriente DF



HUMBERTO Souza Chávez Subdelegado en Ciudad Obregón



ROBERTO García Capistrán Delegado en Centro DF



JOSÉ ANTONIO Barrón Aguilar Subdelegado en Chetumal



CARLOS de Lara McGrath Delegado en Coahuila



MOISÉS Zarco Larunza Subdelegado en Coahuila



GILBERTO Barberena Morales Subdelegado en Nuevo Laredo



PEDRO Salgado Almaguer Delegado en Nuevo León



MARÍA DE LOS ÁNGELES Moreno Alvarado Delegada en Poniente DF



BERNARDO Hinojosa Polo Delegado en Puebla



VÍCTOR MANUEL Sosa Santoyo Subdelegado en Playa del Carmen





6.2 Parque vehicular y equipo de cómputo arrendado

Como parte del recuento de las actividades de 2008, presentamos la relación del parque vehicular arrendado. Derivado del convenio modificatorio, donde se hace ampliación al contrato original de 2007, fue posible reutar seis vehículos nuevos más, que se asignaron de la siguiente manera: camionetas pickup Nissan modelo 2009 para las siguientes oficinas: subdelegación Chihuahua (Chihuahua), subdelegación Sonora (Ciudad Obregón), delegación Sonora (Hermosillo) y delegación Jalisco (Guadalajara). Asimismo, dos automóviles Nissan Tsuru modelo 2009 para la delegación Nuevo León (Monterrey).

Por otro lado, como parte de la renovación del equipo informático, se llevaron a cabo importantes arrendamientos de PC de escritorio, servidores de red y multifuncionales, tal como se detalla en la tabla anexa.



EQUIPO DE CÓMPUTO Y MULTIFUNCIONALES ARRENDADOS



DELEGACIONES	EQUIPOS DE CÓMPUTO (PC)	EQUIPOS DE MULTIFUNCIONALES	SERVIDORES DE RED	DELEGACIONES	EQUIPOS DE CÓMPUTO (PC)	EQUIPOS DE MULTIFUNCIONALES	SERVIDORES DE RED
Acapulco	15	2		Nezahualcóyotl	20	3	
Aguascalientes	17	2		Norte (DF)	25	3	1
Campeche	15	2		Nuevo Laredo	8	1	1
Cancún	18	2	1	Oaxaca	16	2	1
Ciudad del Carmen	5	0		Oriente (DF)	25	3	
Ciudad Juárez	14	2	1	Pachuca	19	1	1
Ciudad Obregón	6	1		Playa del Carmen	5	1	
Ciudad Victoria	15	1		Poniente (DF)	30	2	
Centro (DF)	32	6	1	Puebla	19	2	1
Chetumal	4	1		Querétaro	21	2	
Chihuahua	18	1		Reynosa	12	1	
Coahuila de Zaragoza	7	1	1	Saltillo	15	2	1
Colima	18	2	1	San Luis Potosí	15	2	
Cuernavaca	15	2	1	San Juan del Río	8	1	
Culiacán	17	2	1	Sur (DF)	32	2	1
Durango	20	2	1	Tampico	10	1	
Guadalajara	40	4	1	Tapachula	8	0	
León	15	2	1	Tepic	15	2	
Hermosillo	22	2	1	Tijuana	20	2	1
Iguala	9	1		Tlalneantla	20	2	1
Irapuato	8	1		Tlaxcala	15	2	
La Paz	14	1		Toluca	16	2	
Manzanillo	5	1		Torreón	12	2	
Matamoros	7	1		Tuxtla Gutiérrez	15	2	
Mérida	20	2	1	Veracruz	23	2	1
Mexicali	11	1		Villahermosa	14	2	
Monterrey	30	4	1	Xalapa	12	2	
Morelia	17	2	1	Zacatecas	14	2	
Naucalpan	20	2		TOTAL	918	104	24

PROFECO EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL

7.1 Profeco en el mundo

☉ Hoy día, el sistema internacional está experimentando cambios profundos y significativos. Todos los países y regiones del mundo enfrentan acontecimientos económicos, políticos y sociales sin precedentes. No quedan exentos de ello los consumidores, tanto en nuestro país como en el resto del mundo. Ante esta perspectiva, Profeco ha impulsado una presencia internacional cada vez más activa —tanto en el ámbito multilateral como en el bilateral—, privilegiando el intercambio de información y experiencias a fin de favorecer la construcción de una política pública de protección al consumidor más eficaz y moderna. A continuación, las principales actividades internacionales durante 2008.

7.2 II Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor

☉ Uno de los logros más significativos fue la celebración del II Foro, reunión multilateral que se llevó a cabo en la Ciudad de México en el mes de octubre de 2008. En el marco de este encuentro, Profeco asumió la Presidencia pro tempore para el periodo 2008-2009.

Más de 25 funcionarios representantes de las agencias de protección al consumidor de 15 países de la región iberoamericana participaron en la reunión. Así, se dieron cita los representantes de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Perú, Portugal y República Dominicana, así como de Estados Unidos y de la organización Consumers International, para abordar algunos de los temas con más incidencia en las relaciones del consumo. En esta edición, en la que México fungió como anfitrión, el tema central del foro fue la publicidad engañosa.

Dicho tópico fue abordado por distinguidos expertos nacionales y extranjeros, lo que permitió revisar puntualmente algunos de los matices más interesantes de la publicidad, como las innovaciones de este sector en Internet, la incidencia de la publicidad comercial en la obesidad y el consumo, la publicidad de los llamados “alimentos funcionales”, los casos de publicidad de alto impacto y la educación al consumidor para un efectivo combate a la publicidad engañosa.



25
funcionarios
de organismos
de 15 países
participaron
en el II Foro
Iberoamericano
de Agencias Gu-
bernamentales
de Protección al
Consumidor.

Asimismo, se presentaron los resultados de un año de acciones llevadas a cabo dentro de los distintos grupos de trabajo del FIAGC, en temas que son de interés común para las agencias de protección al consumidor de la región. Los representantes de las diversas agencias abordaron temas como la participación ciudadana, los intereses colectivos y difusos, el transporte aéreo, la educación al consumidor, la publicidad engañosa y las tarjetas de crédito (como medios de pago).

Tal vez uno de los momentos más significativos y emotivos del encuentro multilateral fue la adopción de los Estatutos del Foro FIAGC por parte de los estados miembros. Este documento busca institucionalizar el mecanismo multilateral a fin de avanzar hacia la consolidación de los objetivos del FIAGC. Profeco tuvo un papel determinante en la obtención de este logro, en virtud de que estuvo a su cargo la coordinación de las diversas negociaciones y acciones instrumentadas para este fin.

Finalmente, y después de unas jornadas de trabajo fructíferas, los representantes de las agencias iberoamericanas firmaron la Declaración de la Ciudad de México, en la ☺



Participantes del II Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor.



cual se estipularon los objetivos y compromisos que los integrantes del foro han marcado como apremiantes. Este documento presenta las líneas de acción que se estarán desarrollando en la región iberoamericana durante el periodo 2008-2009, en el que la Procuraduría Federal del Consumidor será titular de la Presidencia pro tempore del FLAGC.

La celebración del II Foro demuestra, por una parte, la firme voluntad de las naciones de la región de Iberoamérica por fortalecer los lazos de cooperación en materia de protección al consumidor, en busca de intercambiar las mejores prácticas internacionales y beneficiar a todos los consumidores de la región a partir de la instrumentación de los planes y proyectos adoptados en el seno del foro; y, por otra, el liderazgo y convicción de Profeco por ser un participante y referente en la construcción de la política pública internacional de protección al consumidor.

7.3 Ámbito multilateral

Participamos activamente en la elaboración de políticas públicas de protección al consumidor en el marco de diversos mecanismos y foros donde se discuten con profundidad las mejores prácticas al respecto. Entre ellos, en las 75ª y 76ª Sesiones del Comité de Políticas del Consumidor de la OCDE, celebradas en París, Francia, en febrero y octubre de 2008, respectivamente. Así, se logró intercambiar información con los diferentes

países participantes en diversos temas como "Robo de identidad en línea", "Comercio móvil", "Empoderamiento de los consumidores", "Educación al consumidor", "Seguridad de los productos", "Racionalidad económica en la política del consumidor", "Mercados energéticos", "Prácticas y competencia" y "Falsificación y piratería".

De la misma manera, en febrero de 2008, Profeco asistió al Foro Global de Competencia de la OCDE, que también se llevó a cabo en la ciudad de París, Francia. Como resultado, se publicó el material intitulado Políticas Públicas de Consumo. Tendencias internacionales, que reúne algunos de los documentos presentados por especialistas en el foro donde se analizan con profundidad las políticas públicas del consumidor y su interrelación con la de competencia. El tiraje fue de 3,000 ejemplares (más información en la p. 39).

Profeco también participó en las reuniones semestrales de la ICPIEN, llevadas a cabo en Puerto Varas, Chile, y en París, Francia, en abril y en octubre de 2008, respectivamente. Como miembro de esta red, Profeco realizó la campaña internacional denominada Mes de la Prevención del Fraude 2008, del 25 de febrero al 7 de marzo de 2008. El objetivo de esta actividad fue informar a los consumidores sobre las mejores prácticas al realizar una compra en línea, qué aspectos se deben cuidar y cuáles son sus derechos para prevenir abusos o engaños en Internet.

Profeco **participó activamente** en la elaboración de políticas públicas de **protección al consumidor** en el marco de diversos mecanismos y foros donde se discuten con profundidad las mejores prácticas internacionales en materia de protección al consumidor.

Asimismo, en septiembre de 2008, esta institución llevó a cabo el ejercicio internacional denominado Día de Limpieza o Sweep Day, a fin de identificar prácticas comerciales, productos y servicios fraudulentos que se ofrecen en el comercio electrónico y que no respetan los derechos de los eiberusuarios. En febrero de 2008, Profeco también asistió al Congreso Internacional de Protección al Consumidor organizado por la International Consumer Product Health and Safety Organization y a la Reunión del Grupo Técnico sobre Envasado, Etiquetado y Normas Alimentarias del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, ambos celebrados en Washington D.C., Estados Unidos. Y, en abril de ese mismo año, participó en la reunión del Grupo de Trabajo México-United States-Canada Health del Mecanismo de Cooperación Trilateral, celebrada en Mérida, Yucatán, con objeto de fortalecer el diálogo en materia de salud y proteger la seguridad de los consumidores de la región.

7.4 Ámbito bilateral

Nuestra institución ha velado por mantener estrechos lazos de cooperación con las autoridades de protección al consumidor de diversas zonas geográficas. Dentro de las principales acciones que realizó en 2008 están las Visitas Consultivas por parte de autoridades de protección al consumidor de diversos países, lo que sin duda representa

un reconocimiento al trabajo y el posicionamiento de la institución en la comunidad internacional.

En julio de este año, funcionarios de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor del Ministerio de Economía de Guatemala realizaron una pasantía como parte de la segunda etapa del proyecto Asesoría de Atención al Consumidor del Programa de Cooperación Técnica y Científica México-Guatemala 2007-2009.

En noviembre de 2008, Profeco recibió a una delegación de 17 funcionarios de la Agencia de Protección al Consumidor de Egipto (ECPA, por sus siglas en inglés). El objetivo de la visita fue compartir con este organismo la experiencia, los procedimientos y las estrategias de la institución en materia de protección al consumidor, buscando con ello mejorar los mecanismos de regulación y operación de la ECPA. De igual manera, en diciembre de 2008 se contó con una visita de trabajo por parte de las autoridades de la Dirección de Apoyo al Consumidor del Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica.

Finalmente, Profeco participó en el curso "Consumidor-Empresa: nuevos retos, nuevas relaciones", organizado por la Agencia Española de Cooperación Internacional en colaboración con el Instituto Nacional del Consumo de España, que se realizó en la Universidad Complutense de Madrid, España, en julio de 2008.

MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (OCDE)

24

delegados de Profeco participaron en los talleres del Proyecto de Facilitación del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea.

PAÍSES MIEMBROS*

- Alemania
- Australia
- Austria
- Bélgica
- Canadá
- Corea del Sur
- Dinamarca
- España
- Estados Unidos
- Finlandia
- Francia
- Grecia
- Hungría
- Irlanda
- Islandia
- Italia
- Japón
- Luxemburgo
- México
- Noruega
- Nueva Zelanda
- Países Bajos
- Polonia
- Portugal
- Reino Unido
- República Checa
- República Eslovaca
- Suecia
- Suiza
- Turquía

* en color naranja los miembros fundadores.

Actualmente existen 30 miembros plenos, 27 de los cuales son considerados de alto ingreso según el Banco Mundial. Los países restantes, México, Polonia y Turquía, son considerados de ingreso medio alto.

7.5 PROTLCEUM

Durante 2008, Profeco realizó, al amparo del PROTLCEUM y con base en el Programa Operativo Anual III 2008, 16 actividades distintas, como seminarios de capacitación, asistencias técnicas, visitas de estudio y talleres. Los beneficiarios directos de dichas actividades fueron los funcionarios de las diferentes áreas de la institución, así como miembros de asociaciones de consumidores y representantes de la industria y de las cámaras de comercio. Tanto aquellas actividades desarrolladas en México (14 en total) como las dos realizadas en la Unión Europea,

tuvieron entre sus logros fortalecer y fomentar el diálogo con instituciones públicas y privadas europeas dedicadas a las labores de la promoción y la defensa de los derechos de los consumidores (más información en la p. 41). Dichas actividades fueron las siguientes:

- 1) Capacitación en técnicas de comunicación y cómo influir en los medios de comunicación.
- 2) Taller sobre la colaboración de las asociaciones de consumidores y de asociaciones de fabricantes en la Unión Europea como medio para potenciar el control de mercado y la detección de productos peligrosos.

- 3) Talleres de trabajo sobre las mejores prácticas aplicadas en las delegaciones de Profeco en temas de protección al consumidor.
- 4) Capacitación en sistemas de control de mercado aplicados en los Estados Miembros de la UE que disponen de sistemas de control descentralizados.
- 5) Capacitación en la Unión Europea y estados miembros para el conocimiento de derechos novedosos del consumidor previstos en la legislación europea, para su posible incorporación en la legislación mexicana.
- 6) Seminario de capacitación sobre los modelos de vigilancia de mercado en la Unión Europea, incluyendo su financiación.

- 7) Capacitación para el aprovechamiento de Internet en la difusión de información a los consumidores.
- 8) Seminario en el ámbito de la protección al consumidor y los servicios.
- 9) Seminarios sobre la Directiva de Seguridad General de los Productos y las Directivas de Nuevo Enfoque de la Unión Europea.
- 10) Capacitación anti las nuevas técnicas de comercialización (comercio electrónico, comercio móvil) y protección al consumidor.
- 11) Capacitación en técnicas de gestión de asociaciones de consumidores.
- 12) Capacitación en el ámbito de la protección al consumidor transfronteriza, especialmente

- en casos de nuevas formas de comercialización o de productos o servicios novedosos.
- 13) Capacitación sobre protección de datos personales.
 - 14) Capacitación sobre análisis de publicidad e información de los productos.
 - 15) Asistencia técnica para el diseño funcional de una red de alerta rápida para autoridades y otros agentes económicos y sociales mexicanos que permita la transmisión de información entre la Unión Europea, México y otros países.
 - 16) Taller sobre el uso de sistemas de información como herramienta para la vigilancia del mercado y la protección al consumidor.



**TRANSPARENCIA
Y RENDICIÓN
DE CUENTAS**

8.1 Acceso a la información pública

De acuerdo con la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, Profeco ha atendido las siguientes solicitudes de acceso a información en los últimos años:

AÑO		AÑO	
2003	201	2006	425
2004	346	2007	644
2005	414	2008	423

Puede observarse que en 2008 hubo una disminución en el número de solicitudes de acceso a la información de Profeco, marcándose así la primera tendencia a la baja desde 2001. Esta cifra es muestra de que han tenido respuesta positiva los esfuerzos específicos que la institución ha realizado desde 2006 para poner a disposición del público dos herramientas de acceso electrónico con información acerca de temas sensibles: las verificaciones a gasolineras y el comportamiento comercial de las empresas. Las solicitudes relacionadas con este último tema, sin embargo, pasaron de un 7.7% respecto del total de solicitudes en 2007 a 19.38% en 2008. Otro tema que mostró incremento fue el de multas impuestas a empresas, que pasó de 2.6% en 2007 a un 4.72% en 2008.

Los temas de las solicitudes de acceso a información en 2008 se distribuyeron de la manera siguiente:

TEMAS DE SOLICITUDES EN 2008

Comportamiento comercial de empresas	19.38%
Otros temas administrativos	18.20%
Consulta jurídica/ marco jurídico	13.94%
Información sobre quejas o denuncias	11.58%
Información general sobre Profeco	11.58%
Información sobre verificaciones	11.11%
Información sobre otras instituciones	4.96%
Multas y sanciones impuestas a empresas	4.72%
Análisis del Laboratorio	1.89%
Información del Órgano Interno de Control	0.94%
Presupuesto y ejercicio	0.70%
Manuales	0.47%
Educación e información para el consumo	0.23%
Grupos y organizaciones de consumidores	0.23%

Con respecto a las actividades tendientes al mejoramiento de los archivos de esta procuraduría, en 2008 la Coordinación de Archivos llevó a cabo las siguientes acciones principales, con los resultados respectivos:



Al igual que en 2007, Profeco se mantuvo constante en el cumplimiento de las acciones para cada uno de los temas de solicitudes, por lo que **la calificación que se obtuvo en el Indicador de Seguimiento de Transparencia** fue idéntica a la del año anterior: **9.9**

- **Revisión y actualización de los instrumentos de control y consulta archivística** exigibles por los lineamientos generales para la organización y conservación de los archivos de las dependencias y entidades de la administración pública federal.
- **Continuación del programa de baja documental**, con 62 solicitudes de prevaloración de archivos presentadas a consideración del Archivo General de la Nación y 37 autorizaciones de baja recibidas de ese órgano, por casi 115 mil expedientes obsoletos de diferentes series documentales, con peso aproximado de 12.45 toneladas.
- **Continuación del programa de organización de los archivos de las delegaciones y**

subdelegaciones, con 12 unidades administrativas diagnosticadas y un total de 83 personas capacitadas en la materia, incluyendo a sus titulares.

8.2 Programa de Transparencia y Rendición de Cuentas

Los temas que integraron el Programa de Transparencia y Rendición de Cuentas 2008 en la institución fueron 12: transparencia focalizada, blindaje electoral, participación ciudadana, ética y responsabilidad pública, no discriminación y equidad de género, mejora de los sitios web de las instituciones de la administración pública federal, abatimiento del rezago educativo de los servidores públicos, programa cero observaciones, normas de control interno, compras claras, acciones para prevenir la corrupción y análisis de índices, y promoción de la cultura física y del deporte entre los servidores públicos de la administración pública federal.

Como en 2007, 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 idéntica a la del año anterior: 9.9.



En 2008 se brindaron **105,553 asesorías**, logrando promedios superiores a **95% de satisfacción** en todos los atributos comprometidos.

8.3 Carta Compromiso al Ciudadano

Con el objeto de dar respuesta con calidad y calidez al público que acude a las oficinas de Profeco, en 2005 el Centro de Trámites y Servicios Empresariales se transformó en el CIS, de acuerdo con el modelo implantado por la Secretaría de la Función Pública (SFP), que desde esa fecha lo monitorea para garantizar la calidad de los servicios.

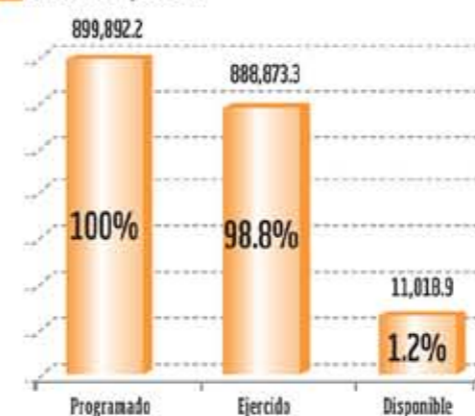
La Carta Compromiso al Ciudadano (CCC) es una herramienta implementada por la Secretaría de la Función Pública con el fin de transparentar ante los ciudadanos los servicios que proporciona la APF, en tanto que las dependencias públicas comprometen ciertos atributos en la prestación de sus servicios. Profeco suscribió la CCC denominada "Asesoría jurídica telefónica y personal", mediante la cual se comprometió a brindar servicios de asesoría jurídica a consumidores vía telefónica (Teléfono del Consumidor) o presencial (en el CIS), cuidando los atributos de oportunidad, confiabilidad, honestidad y amabilidad. En 2008, se brindaron 105,553 asesorías, logrando promedios superiores a 95% de satisfacción en todos los atributos comprometidos.

Indicador de Seguimiento de Transparencia 2008

TEMA	RESULTADO REPORTADO	
1 Transparencia focalizada	10	✓
2 Blindaje electoral	10	✓
4 Participación ciudadana	10	✓
6A Cultura de la legalidad. Ética y responsabilidad pública	10	✓
6B Cultura de la legalidad. No discriminación y equidad de género	10	✓
7A Ordenar la imagen de la admon. pública federal ante el ciudadano y mejora de los sitios web de las instituciones de la admon. pública federal	9	✓
8 Abatimiento del rezago educativo de los servidores públicos	10	✓
9A Control de la gestión pública/ Programa cero observaciones	10	✓
9C Control de la gestión pública/ Normas de control interno	10	✓
10 Compras claras	10	✓
13 Acciones para prevenir la corrupción y análisis de índices	9.4	✓
14 Promoción de la cultura física y el deporte entre los servidores públicos de la admon. pública federal	10	✓
CALIFICACIÓN TOTAL PARA EL PERIODO	9.9	

DESARROLLO
INSTITUCIONAL9.1 Programación
y presupuesto

Para el cumplimiento de los objetivos de Profeco, durante 2008 se ejercieron 888.9 millones de pesos de un presupuesto autorizado de 899.9 millones de pesos, lo que demuestra una eficiencia de 99% en el ejercicio y aplicación de los recursos económicos.

PRESUPUESTO DE ENERO
A DICIEMBRE DE 2008
(miles de pesos)

Dicha eficiencia permitió el logro de las metas planteadas para 2008, obteniéndose así resultados de cumplimiento del orden de 105% en los indicadores estratégicos. Asimismo, fue posible impulsar proyectos prioritarios en materia de arrendamiento puro con la finalidad de modernizar la infraestructura de las unidades administrativas de Profeco.

► TARIFAS DE CALIBRACIÓN,
REVISTAS Y LIBROS 2008

Se obtuvo la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) para actualizar las tarifas de calibración y NOM conforme al costo real de operación, lo que permitió recuperar un promedio de costos de hasta 71.4%. Así, Profeco logró disponer de mayores recursos propios

y fortalecer la operación de los programas en las delegaciones hasta en 50% de los ingresos generados. También se diseñó un sistema informático para su óptima administración.

De igual forma, la SHCP autorizó la metodología para determinar los precios de los libros editados por la institución conforme al costo real de producción, y se obtuvo la autorización de esta entidad para la actualización del precio de la Revista del Consumidor, lo que representó un incremento de 50% en el precio de venta al público. Sin embargo, con la finalidad de contribuir al bienestar de la economía familiar en el contexto económico mundial, así como para cumplir con el objetivo de educar al consumidor, Profeco optó por reducir dicho aumento al 25%, lo que de todas formas permitió hacer frente a los compromisos y actos celebrados durante el ejercicio fiscal 2008. Con respecto a las tarifas publicitarias de la Revista del Consumidor, se autorizó un incremento promedio de 30% en el costo de venta al anunciante.

► MÓDULO DE INGRESOS DEL SISTEMA
INTEGRAL DE INFORMACIÓN
Y PROCESOS

En 2008, se puso en marcha a escala nacional el Módulo de Ingresos del Sistema Integral de Información y Procesos, mediante el cual se estableció el proceso de facturación, así como el seguimiento y control de los ingresos propios de la institución. Esto permite manejar de manera eficiente las finanzas institucionales y mejorar los tiempos de respuesta en la gestión de los trámites y servicios que proporciona Profeco a los particulares.

Con el Módulo, fue posible normalizar el registro y seguimiento de clientes de la institución, la administración de pedidos y el establecimiento de un sistema de depósitos referenciados, así como la impresión y el control de facturas y demás valores, lo que hace posible la identificación y distribución de los recursos generados a las unidades administrativas de manera oportuna. ➔

105%
fue el resultado de cumplimiento que obtuvo Profeco en los indicadores estratégicos de 2008

Montos ejercidos de enero a diciembre de 2008

CAPÍTULO	MODIFICADO	EJERCIDO	COMPROMISO	DISPONIBLE	%EJERCIDO/MODIFICADO
Servicios personales	643,270.9	643,139.6	0	131.3	100.0
Materiales y suministros	28,779.4	27,087.0	0	1,692.4	94.1
Servicios generales	227,614.0	218,497.3	0	9,116.7	96.0
Obras públicas	0.0	0.0	0	0.0	0.0
Otras erogaciones	227.9	149.4	0	78.5	65.6
Suma	899,892.2	888,873.3	0	11,018.9	98.8



Profeco disminuyó **1% de su presupuesto** aprobado, con calendarios de mayo a diciembre, por un importe de **3.7 millones de pesos** en servicios personales y **0.9 millones de pesos** para gasto de operación.

Con la capacitación a distancia, se obtuvieron los siguientes resultados:

- 20 cursos
- 943 participantes
- 215 horas de capacitación

9.2 Programa de Ahorro 2008

Con las Medidas de Austeridad y Ahorro emitidas por el Ejecutivo Federal para el ejercicio fiscal 2008, Profeco disminuyó el 1% de su presupuesto aprobado de mayo a diciembre, cuyo importe fue de 3.7 millones de pesos en servicios personales y 0.9 millones de pesos para gasto de operación. Asimismo, se redujo el ejercicio de recursos provenientes de las vacantes generadas en el ejercicio por 3.9 millones de pesos.

9.3 Recursos Humanos

PROGRAMA ANUAL DE CAPACITACIÓN

Con el propósito de impulsar el desarrollo de las capacidades individuales y la profesionalización de sus trabajadores, así como para mantener un proceso sistematizado de capacitación del personal de la institución acorde a las necesidades de modernización de la administración pública federal y la calidad en los servicios que demanda la sociedad, se impartieron un total de 95 cursos de capacitación equivalentes a 2,479 horas, lo que dio cobertura a 1,867 participantes. Mediante la plataforma tecnológica para la capacitación a distancia e-learning se impartieron los siguientes cursos en línea:

- Aprendiendo en línea
- Conociendo el SIP
- Procitel
- Inducción a Profeco
- Diplomado de Educación para el Consumo

9.4 Recursos Materiales

PROGRAMA DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS

Con el propósito de disponer de los insumos y servicios necesarios para la adecuada operación de Profeco, durante el ejercicio de 2008 se formalizaron contratos y pedidos por un monto total de 140.3 millones de pesos de un Presupuesto Modificado Autorizado Anual de 162.1 millones de pesos destinados al Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios. Para esto, se atendieron en tiempo y forma 124 solicitudes de bienes, contratación de servicios y arrendamiento de bienes muebles, mediante la celebración de 18 licitaciones públicas, 12 invitaciones a cuando menos tres personas y 14 casos de excepción de licitación pública, lo que se traduce en 371 pedidos y contratos formalizados. Para lograr mejores condiciones, se realizaron contrataciones plurianuales de los siguientes servicios:

- SERVICIO de limpieza (2008–2010)
- SERVICIOS de vigilancia (2008–2010)
- SERVICIOS de red integral de voz y datos (2008–2010)
- SERVICIOS de mensajería y paquetería (2008–2010)
- SERVICIO integral de impresión (2008–2010)
- TELCON 01 800 (2009–2011)

Con la contratación plurianual de estos servicios, la institución logró mejores condiciones de precio y calidad, ya que su costo anual es fijo durante la vigencia de los contratos.

95 cursos de capacitación equivalentes a 2,479 horas impartió Profeco en 2008



Por otra parte, se elaboraron y formalizaron 53 contratos de arrendamiento de inmuebles para las delegaciones y subdelegaciones de Profeco, y se obtuvo la exención del impuesto predial 2008 de los inmuebles propiedad de esta Procuraduría en la Ciudad de México (José Vasconcelos 202 y 208, Alemania 14 y Tólcacas 23).

También se llevó a cabo el arrendamiento por cinco años de mobiliario y equipo de oficina a través de un contrato plurianual de 2008 a 2013 por 1,473 bienes y, a finales de 2008, se logró formalizar un convenio de ampliación por 20% de este contrato, lo que representó 268 bienes adicionales.

OBRAS PÚBLICAS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LAS MISMAS

En 2008 se llevó a cabo la tercera etapa de rehabilitación y actualización de la infraestructura eléctrica principal del edificio sede de la Procuraduría. Esta etapa incluyó la sustitución de la planta de emergencia, con un monto ejecutado de 1.08 millones de pesos. De esta manera, además de actualizar la infraestructura de la sede, se mejoran la eficiencia eléctrica del inmueble y la seguridad de sus instalaciones.

9.5 Simplificación regulatoria

Durante 2008, Profeco mantuvo la calificación de 100 en la evaluación del avance en la implantación de las Herramientas de Simplificación Regulatoria que realiza la SFR conforme a la Política de Mejora Regulatoria (PMR). Así, se estableció la Normateca Interna

como el único medio de consulta del marco normativo interno a través de Internet y de la Intranet, lo que generó beneficios como la disminución en el consumo de papel, la difusión al personal responsable de su aplicación, la simplificación de procesos y formatos, el establecimiento de documentos interactivos, la difusión de los procesos con alcance en las delegaciones y la contribución a la certeza jurídica institucional.

Conforme a la PMR establecida por la SFR, la meta de actualización del marco normativo interno de Profeco para el periodo de 2007 a 2008 era de 66%. Al cierre de 2008, se cuenta con un inventario de 86 documentos normativos, a 15 de los cuales les falta revisión y mejora, lo que arroja un nivel de actualización de 83% lo que supera en 25% la meta establecida.

9.6 Tecnologías de la información y comunicaciones

ARRENDAMIENTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO

Con el propósito de renovar la infraestructura de cómputo en la institución y para contribuir a mejorar la prestación del servicio que se brinda, se logró un arrendamiento puro de equipo de cómputo. De éste, 80% fue destinado a las delegaciones y subdelegaciones de Profeco (más información en la p. 51), y 20% a sus oficinas centrales.

SERVICIO DE EQUIPOS MULTIFUNCIONALES

Durante 2008, se llevó a cabo la contratación plurianual del servicio de equipos multifuncionales (impresión, fotocopiado, escaneo y envío de documentos), de los cuales 104 se destinaron a delegaciones y subdelegaciones (más información en la p. 51) y 63 a las oficinas centrales. Con esto se mejoró la eficiencia administrativa, permitiendo la gestión e intercambio de documentos en forma electrónica, así como obtener una mayor calidad en la impresión y digitalización de documentos.

SERVIDORES PARA EL SISTEMA CENTRAL DE INFORMACIÓN

En el año que se reporta, se incrementó considerablemente la infraestructura tecnológica para mejorar el desempeño del Sistema Integral de Información y Procesos (SIP):

25%
de memoria para procesar

44%
de espacio para almacenamiento

25%
de velocidad de procesamiento

83% fue el nivel de actualización que alcanzó Profeco en 2008, superando en 25% la meta establecida.

> COMUNICACIONES

En apego al decreto que establece las medidas de austeridad y disciplina del gasto de la administración pública federal —publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 4 de diciembre de 2006—, se lograron los siguientes ahorros significativos en los consumos de telefonía:



Además, se logró la portabilidad numérica del número 01 800 468 8772, correspondiente al Teléfono del Consumidor, lo que permitió contratar la tarifa más económica y lograr un ahorro aproximado de 50% en el precio por minuto para los próximos tres años.

9.7 Control Interno Institucional

Como parte del Control Interno Institucional y toda vez que en 2007 se identificaron los procesos sustantivos y de apoyo que lleva a cabo la Procuraduría Federal del Consumidor, así como los riesgos que podían afectar su cumplimiento, una de las actividades esenciales en 2008 fue sin duda la Administración de los Riesgos.

A través de las sesiones efectuadas por el Comité Institucional de Control Interno en 2008, se dio puntual seguimiento al Programa de Administración de Riesgos determinado por cada unidad administrativa de Profeco. Al concluir el ejercicio anual, el cumplimiento al Programa alcanzó un 99%. También se dio cumplimiento a las acciones de mejora comprometidas en el Informe Anual del Estado que guarda el Control Interno Institucional 2007, tanto de la encuesta de evaluación global como de la encuesta del proceso sustantivo de "Quejas y conciliación".

En septiembre de 2008 se seleccionaron ocho delegaciones para integrar la primera etapa en la implementación del Control Interno Institucional en Delegaciones y Subdelegaciones: Centro, Norte, Veracruz, Jalisco, Nuevo León, Quintana Roo, Guanajuato y Michoacán. Este primer grupo servirá como modelo para establecer el Control Interno Institucional en todas las delegaciones y subdelegaciones en el 2009.

9.8 Programa de Mejora de la Gestión

En atención al "Decreto por el que se aprueba el Programa Especial de Mejora de la Gestión Pública en la Administración Pública Federal 2008-2012", publicado el 10 de septiembre de 2008 en el Diario Oficial de la Federación, la Procuraduría Federal del Consumidor inició las actividades relativas para proceder a su atención.

Así, en diciembre de 2008, se envió a la SEP la versión preliminar del Proyecto Integral de Mejora de la Gestión, el cual está integrado por siete sistemas:

- 1) Atención y participación ciudadana.
- 2) Procesos eficientes.
- 3) Trámites y servicios públicos de calidad.
- 4) Desregulación.
- 5) Mejora regulatoria interna.
- 6) Gobierno digital.
- 7) Racionalización de estructuras.

Cabe destacar que dentro del Proyecto Integral de Mejora de la Gestión de Profeco se incluyeron los siguientes proyectos institucionales:

- 1) Procitel.
- 2) Macroproceso de verificación.
- 3) Concilianet.
- 4) Red de alerta.
- 5) Podcast de la *Revista del Consumidor*.
- 6) Canal de Profeco en YouTube.

50%
de ahorro en el precio por minuto para los próximos tres años obtuvo Profeco en el servicio de telefonía.

10

RETOS 2009



Para nuestra institución, 2009 será el año de la educación y la divulgación. Por ello, se relanzarán todos los productos informativos elaborados por la Dirección General de Difusión, se crearán nuevos formatos para alcanzar un mayor número de consumidores y se optimizará el acceso a los contenidos por Internet con la puesta en línea del sitio web de la Revista del Consumidor.

B rindar **educación y divulgación** en temas de consumo inteligente nunca había sido tan importante para Profeco. Por eso, en 2009 se relanzarán todos los productos informativos elaborados por la Dirección General de Difusión y se crearán nuevos contenidos para alcanzar un mayor número de consumidores. En este sentido, destaca el rediseño a gran escala de la Revista del Consumidor, que será la punta de lanza de una estrategia integral de comunicación con el público, y que también implicará replantear el formato de las emisiones de radio y televisión. Además, se rediseñará la imagen de la folletería y de El Mandado, periódico mensual y gratuito dirigido a amas de casa de bajos ingresos; y se reactivará la publicación de libros con la edición de títulos nuevos.

Entre las innovaciones estará Consumán, una historieta mensual dirigida a audiencias juveniles que se repartirá gratuitamente en las delegaciones Profeco de todo el país, así como la Revista del Consumidor Webcast y la Revista del Consumidor Podcast (contenido en video y audio respectivamente), los primeros productos informativos de Profeco creados expresamente para Internet y pensados para los jóvenes que día a día están sumergidos en la cascada de información de la red.

Otro proyecto fundamental para 2009 es la creación del micrositio de la Revista del Consumidor, una página abierta al público que empleará las nuevas tecnologías de acceso a la información de la llamada "Web 2.0" y que no sólo fomentará la participación de los usuarios con una bitácora en línea (blog) que se actualizará diariamente, sino que centralizará los

esfuerzos de difusión de la institución, pues allí se podrán descargar todos los programas de televisión, radio, wecast y podcast, así como la folletería y los artículos de la propia revista. Paralelamente, el contenido educativo institucional se pondrá a disposición del público en populares sitios de redes sociales como YouTube, Facebook, Hi5 y Twitter.

2009 es un año de retos de cara al futuro: crearemos una nueva gama de productos informativos que se acercan a una generación de consumidores que nutre sus necesidades de contenido a través de los medios digitales, que tienen un nuevo sentido crítico y están acostumbrados a participar activamente en comunidades virtuales y redes sociales. Todo esto sin olvidarnos de los medios tradicionales, cuya permanencia e importancia aún pesa y continúa siendo vital en el desempeño de la labor de educación y divulgación.

La Dirección General de Educación y Organización de Consumidores se abocará a realizar cambios innovadores que permitan ampliar y mejorar el número de ciudadanos que reciben nuestros programas de educación para el consumo. Conscientes del impacto y la importancia que la educación tiene en los niños, también diseñaremos materiales didácticos novedosos y atractivos, además de continuar desarrollando contenidos sobre temas de consumo, para ser incluidos en los libros de texto gratuitos elaborados por la Secretaría de Educación Pública (SEP) que llegan a millones de estudiantes.

Disponemos ya del Diplomado en Educación para el Consumo en línea, reconocido por la Universidad de Colima, quien otorgará un diploma con valor curricular a quien lo concluya. Nuestro reto es continuar impartiendo a los jefes de departamento y a los promotores del Departamento de Educación y Divulgación en las delegaciones y subdelegaciones, hasta completar la plantilla, así como a mandos medios y superiores de la institución. Asimismo, nos proponemos abrir el diplomado a profesores de educación primaria pertenecientes a la SEP en todo el país y a los alumnos de la carrera de nutrición en la Universidad de Colima.

Finalmente, seguiremos fortaleciendo el vínculo entre instituciones para realizar alianzas que hagan presente el tema de consumo inteligente en diferentes ámbitos. Por ejemplo, se tiene proyectado participar por primera vez en un comité coordinado por la Universidad Nacional Autónoma de México que tendrá a su cargo la elaboración del estado del conocimiento de la educación ambiental para la sustentabilidad, lo que dará a nuestro país un estatus de reconocimiento a escala nacional e internacional.



En materia de servicios, en 2009 se consolidarán **Procitel, Concilianet y Buró Comercial**. Como consecuencia de los buenos resultados de los proyectos desarrollados mediante tecnologías de la información, este año se incluirá uno nuevo: **contratos de adhesión en línea**.

En cuanto a la Cofac, en México no hay un marco normativo específico que regule a las organizaciones de la sociedad civil dedicadas al consumo, y en la Ley Federal de Fomento a las Actividades Realizadas por las Organizaciones de la Sociedad Civil no existe la figura de "asociaciones de consumidores", lo que impide a estas asociaciones participar en procesos regulatorios (por ejemplo, la emisión de normas) y llevar a ellos las inquietudes de la ciudadanía. Esto también les dificulta acceder a fuentes de financiamiento que les permitan realizar su trabajo. Por tanto, un reto fundamental para 2009 consiste en apoyar a las asociaciones en la búsqueda de los cambios jurídicos que modifiquen esta situación, lo que les permitirá crecer y transparentar su actuación y, a su vez, fomentará que existan más asociaciones de consumidores y que sean más eficaces. Al mismo tiempo, contar con asociaciones de consumidores más fuertes fortalece a la institución en su tarea de defensa de los derechos del consumidor.

En materia de **servicios**, 2009 se plantea como el año de la consolidación de los grandes proyectos de Profeco en beneficio de los consumidores: Procitel, Concilianet y Buró Comercial. Así, se dará seguimiento al programa Procitel y se analizará la forma en la que éste puede permitir no sólo la recepción de la queja, sino realizar en esa misma cita el procedimiento de conciliación inmediata. Por otra parte, se llevará a cabo la consolidación de Concilianet como un medio alternativo confiable, seguro y accesible para la resolución de controversias entre proveedores y consumidores, fortalecido con una etapa de despliegue nacional con 10 proveedores en diciembre de 2009. En cuanto al Buró Comercial, concluirá su cuarta etapa incluyendo información referente a todos los establecimientos comerciales que existen en el país. De esta forma, cada queja, sanción o incumplimiento podrá ser consultado mediante este servicio, y los consumidores podrán tomar mejores decisiones de compra.

Además, a raíz de los buenos resultados obtenidos con tecnologías de la información, este año se incluirá un proyecto nuevo: contratos de adhesión en línea. Estamos conscientes de la necesidad de contribuir con las empresas a cumplir —no sólo en tiempo y forma, sino de la manera más eficaz y expedita posible— sus obligaciones como proveedores de bienes y servicios. El desarrollo de una herramienta que permita el registro de contratos de adhesión en línea, impactará principalmente en los tiempos de atención del trámite, eliminando por completo los costos de traslados y la entrega de documentación en papel. Además, permitirá una mayor cobertura geográfica y un fácil seguimiento de su proceso de dictamen y registro mediante su consulta en Internet.

En el terreno **jurídico**, uno de los retos para 2009 es continuar con la promoción de acciones colectivas en defensa de los derechos e intereses de los consumidores que se vean afectados por conductas de los proveedores que les causen daños o perjuicios. Así, se pretende seguir obteniendo sentencias y criterios favorables en esta clase de acciones por parte de las autoridades judiciales, no sólo en beneficio de los consumidores sino del propio sistema jurídico, a fin de consolidar la eficacia de dichos procedimientos para que resulten en una mejor herramienta en la tutela de los intereses colectivos y difusos.

Asimismo, se continuará con la defensa de los actos y las resoluciones emitidas por las distintas unidades administrativas de Profeco, con el propósito de sostener su legalidad e

intervenir en los procedimientos administrativos o judiciales de los que esta Procuraduría sea parte.

Dentro del marco estratégico para la verificación del cumplimiento de las disposiciones jurídicas aplicables a la comercialización de combustibles líquidos y gas LP, es importante seguir participando en la revisión de las NOM que inciden directamente en los mecanismos establecidos para la verificación de instrumentos de medición, así como de contenido neto en el despacho de combustibles, con el objetivo de reforzar el marco normativo, proporcionando a su vez una mayor certidumbre a los actos jurídicos, lo que redundará en una mayor protección de los derechos de los consumidores.

Como parte de la estrategia del Gobierno Federal para evitar prácticas abusivas en perjuicio de los consumidores, se fortalecerán las acciones de **verificación y vigilancia** a establecimientos con venta de productos básicos, tales como tortillerías, abarrotes y pollerías, entre otros. De igual manera, se instrumentará la verificación de segmentos de mercado y los operativos especiales con otras instituciones para reforzar la protección de los derechos del consumidor.

El LNPC tiene como reto incrementar su capacidad de análisis para disponer de los medios suficientes en la verificación de productos y, en su caso, evitar engaños al consumidor. A su vez, el aumento en la capacidad de análisis del Laboratorio deberá traducirse en un mayor ingreso para la institución como parte del servicio que se ofrece a clientes externos,

manteniendo un sistema de calidad certificado y acreditado que garantice resultados de prueba confiables.

A fin de reducir los tiempos de espera para atender en ventanilla y canalizar a las áreas correspondientes todas las solicitudes de trámites y servicios que ingresan al cis dentro de los plazos que establece la normatividad vigente, será necesario implementar medidas como mejorar las condiciones de las instalaciones de atención, solicitar la modernización del equipo de cómputo, colaborar con las áreas administrativas involucradas en los trabajos para instrumentar y operar una herramienta tecnológica que agilice el pago de tarifas (Multipagos), y mejorar los mecanismos de orientación y difusión de los requisitos necesarios para la atención de trámites y servicios.

Finalmente, entre los **asuntos internacionales** destaca, en el marco del ProTILCUEM, que durante este periodo se impulsará la formación de una red nacional de organizaciones de la sociedad civil vinculadas al consumo en la que interactúen e intercambien experiencias las asociaciones de consumidores ya existentes, así como otras organizaciones sociales que realizan acciones de promoción del consumo inteligente y la protección de los derechos del consumidor.

El reto es grande, pero estamos preparados para enfrentarlo. Tenemos las herramientas y la voluntad. Creemos que 2009 será un año complejo, pero también lleno de esperanza; para Profeco, un paso más en la incansable pero apasionante lucha por la defensa de los derechos del consumidor.



2008 en retrospectiva

Un año de retos, un año de logros. Qué mejor que cerrar la presente edición con el recuento de portadas de la Revista del Consumidor.



● Enero #371



● Febrero #372



● Marzo #373



● Abril #374



● Mayo #375



● Junio #376



● Julio #377



● Agosto #378



● Septiembre #379



● Octubre #380



● Noviembre #381



● Diciembre #382

GLOSARIO

- AFI** Agencia Federal de Investigación
- APF** Administración Pública Federal
- CAT** Costo Anual Total
- CCC** Carta Compromiso al Ciudadano
- CIS** Centro Integral de Servicios
- Código Publ** Código de autorregulación de publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida al público infantil
- Cofac** Coordinación de Fomento de Asociaciones de Consumidores
- Cofecel** Comisión Federal de Telecomunicaciones
- FIAGC** Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor
- HP** Hewlett-Packard
- ICPEN** International Consumer Protection and Enforcement Network (Red Internacional de Protección al Consumidor y Aplicación de la Ley)
- IMPI** Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual
- LFPC** Ley Federal de Protección al Consumidor
- LTOSF** Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros
- LNPC** Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor
- NOM** Norma Oficial Mexicana
- OCDE** Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
- PFP** Policía Federal Preventiva
- PGR** Procuraduría General de la República
- PII** Procedimiento por Infracciones a la Ley
- Procitel** Programa de Citas por Teléfono
- Promocables** Programa de Mejoramiento de la Calidad de Bienes y Servicios
- ProTLCUEM** Proyecto de Facilitación del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea
- SAT** Servicio de Administración Tributaria
- SCT** Secretaría de Comunicaciones y Transportes
- SEP** Secretaría de Educación Pública
- SFP** Secretaría de la Función Pública
- SHCP** Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- SSP** Secretaría de Seguridad Pública



OTRO AÑO HACIA UNA CULTURA DE CONSUMO INTELIGENTE

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 de Contenidos
Miguel Ángel Padilla Chávez

Compilación, revisión y elaboración de textos
Jessica Juárez Gamiz

Diseño gráfico de interiores
Noé García Gutiérrez

Impreso en Impresora y Encuadernadora Progreso, S.A. de C.V. (San Lorenzo 244, Col. Paraje San Juan, Iztapalapa, México DF)

Tiraje: 500 ejemplares

