

INFORME ANUAL

Procuraduría Federal
del Consumidor

2007



Procuraduría Federal del Consumidor
Av. José Vasconcelos 208, Col. Condesa, México D.F. 06140
Teléfonos: 5568-8722 y 01800-4688722



SE

SECRETARÍA
DE ECONOMÍA



INDICE

PRESENTACIÓN

UN RUMBO RENOVADO

- 1.1 Visión
- 1.2 Misión
- 1.3 Objetivos
- 1.4 Valores

1

NUESTRA COBERTURA

2

ATENCIÓN A CONSUMIDORES

- 3.1 Orientación y asesorías
 - 3.1.1 Teléfono del consumidor
 - 3.1.2 Módulos
- 3.2 Registro público de consumidores
- 3.3 Buró comercial
- 3.4 Programa de citas por teléfono

3

ATENCIÓN A PROVEEDORES

- 4.1 Promecabise
- 4.2 Contratos de adhesión
- 4.3 Centro integral de servicios
- 4.4 Normas oficiales mexicanas relacionadas con servicios

4

NUESTRA COBERTURA

- 5.1 Quejas y conciliaciones
- 5.2 Acciones de verificación
 - 5.2.1 Combustibles
 - 5.2.2 Gas LP
 - 5.2.3 Verificación a establecimientos comerciales
 - 5.2.4 Programas especiales
 - 5.2.5 Laboratorio nacional de protección al consumidor
- 5.3 Procedimientos por infracciones a la ley
 - 5.3.1 Relacionados al área de verificación
 - 5.3.2 Relacionados al área de servicios
 - 5.3.3 Casos destacados
- 5.4 Arbitraje
- 5.5 Publicidad
- 5.6 Monitoreo de tiendas virtuales

5

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

- 6.1 El consumo inteligente
 - 6.1.1 Educación para el consumo

6

- 6.1.2 Formación y capacitación
- 6.1.3 Estudios sobre consumo
- 6.2 Educación y organización de consumidores
- 6.3 Radio, televisión y publicaciones
 - 6.3.1 Radio y televisión
 - 6.3.2 La revista del consumidor
 - 6.3.3 El mandado
 - 6.3.4 Folletos
 - 6.3.5 Libros
- 6.4 Fomento de asociaciones de consumidores, vinculación y consejo consultivo
 - 6.4.1 Fomento a asociaciones
 - 6.4.2 Vinculación con organizaciones sociales
 - 6.4.3 Consejo consultivo del consumo

6

REPRESENTACIÓN JURÍDICA

- 7.1 Acciones de grupo
- 7.2 Observaciones a la reforma LPFC 2007
- 7.3 Apoyo legal
- 7.4 Contradicción de tesis
- 7.5 Convenios y contratos
- 7.6 Derechos humanos
- 7.7 Enlace legislativo

7

PROFECO EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL

- 8.1 Ámbito multilateral
- 8.2 Ámbito bilateral
- 8.3 Proficuem

8

TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

- 9.1 Acceso a la información pública
- 9.2 Programa de transparencia y rendición de cuentas
- 9.3 Carta compromiso al ciudadano

9

DESARROLLO INSTITUCIONAL

- 10.1 Programa de ahorro 2007
- 10.2 Recursos humanos
- 10.3 Recursos materiales
- 10.4 Protección civil
- 10.5 Simplificación regulatoria
- 10.6 Control interno institucional

10

RETOS 2008

11

PRESENTACIÓN

Hace 32 años que la política pública de protección al consumidor cobró vigencia con la creación de dos instituciones: el Instituto Nacional del Consumidor (INCO) y la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco). Éstas fueron creadas para atender un fenómeno que requirió de la atención del Estado: la asimetría existente en las relaciones entre proveedores y consumidores y, en consecuencia, la necesidad de proteger a la parte más débil.

El paradigma que pusieron en marcha Profeco y el INCO significaba que el gobierno apoyara a los consumidores mediante herramientas cuya aplicación hoy resultaría anacrónica, como el control generalizado de precios.

En la actualidad, la autoridad ha actualizado sus objetivos y prioridades y Profeco es una sola entidad. Uno de los mayores desafíos que enfrenta el gobierno del Presidente Felipe Calderón es la coexistencia de situaciones extremas. Por un lado, es preciso reconocer la presencia creciente de modernos sistemas de mercadeo sin fronteras, instantáneos, fugaces, aunque llenos de alternativas valiosas que amplían la libertad de elección de los consumidores. Por el otro, persiste la ignorancia que va de la mano de la pobreza, las prácticas ilegales y la existencia de algunos proveedores que aún pretenden obtener beneficios desmedidos en detrimento de los consumidores.

Para responder a ello, Profeco es hoy la institución que procura la aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor, asegura a la población que los bienes y servicios no representen riesgos a la salud o a la integridad mediante el cumplimiento de la normatividad vigente, y permanece como el mecanismo de justicia expedita a disposición del consumidor para obtener resarcimiento cuando un proveedor lo agravia.

Así, durante 2007 pusimos en marcha mecanismos novedosos de protección a los derechos de los consumidores. En este esfuerzo, destaca el Registro Público de Consumidores, que resguarda su derecho a la privacidad poniendo en sus manos la decisión de recibir o no llamadas con fines publicitarios o mercadotécnicos en sus teléfonos fijos o celulares.

Asimismo, en este año y por primera vez en la historia, ejercimos nuestra atribución de presentar ante el Poder Judicial y en representación de varios consumidores acciones de grupo, figura jurídica novedosa en nuestro país que hace posible el justo reclamo colectivo ante un abuso o un incumplimiento y coloca a los consumidores mexicanos ante la posibilidad real de equilibrar las relaciones entre proveedor y consumidor.

Para facilitar a los consumidores la presentación de quejas, a finales de 2007 pusimos en marcha el plan piloto del Programa de Citas por Teléfono (Procitel), con el cual se evitan filas y largos tiempos de espera. Con una sola llamada, el consumidor acuerda el día y hora para ser atendido en la Delegación Profeco que le corresponda.

Por otro lado, resalta nuestra participación activa durante 2007 en la estabilización del precio de la tortilla, que amenazaba con rebasar los límites de la racionalidad, y también nuestra presencia para prevenir abusos en las localidades que fueron afectadas por el huracán Dean y el desbordamiento del río Grijalva.

Además de ejercer plenamente nuestro papel de autoridad, continuamos con nuestra labor educativa y de prevención, la cual consiste en formar consumidores más conscientes no sólo de sus derechos, sino también de que consumir puede ser una vía para mejorar la calidad de vida, por lo que cada acto de consumo requiere reflexión y sentido crítico. Desde este punto de vista, en Profeco aplicamos la ley, pero también formamos a la ciudadanía. Porque el consumo inteligente es un vehículo para la construcción cotidiana de la misma, ya que supone una conciencia crítica, activa e informada, la libre elección, la organización solidaria y el acceso a la educación para ejercitarlo.

En el consumo inteligente está la herramienta más eficaz para transformar hábitos personales y familiares que devienen en patrones sociales, causantes del deterioro del medio ambiente, de la salud, de la convivencia y las relaciones sociales. Al impulsarlo, promovemos una sociedad más libre, más equitativa y más solidaria.

Nuestra vocación social es irrenunciable, pero ya no tiene sentido bajo el esquema paternalista que consideró a los consumidores como menores de edad. Hoy la dimensión social de nuestro trabajo parte del reconocimiento pleno de la dignidad e inteligencia personal de cada una y cada uno de los consumidores de México.

Este documento deja constancia del trabajo que Profeco desarrolló en su conjunto a lo largo de 2007, siempre fiel a su misión de proteger y promover los derechos del consumidor, fomentar el consumo inteligente y procurar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Éste es el reflejo del esfuerzo y la dedicación de un gran equipo de mexicanos y mexicanas que, comprometidos en todos los rincones del territorio nacional, servimos desde Profeco con orgullo y empeño a los consumidores de México.

Antonio Morales de la Peña
Procurador Federal del Consumidor

consumo



UN RUMBO RENOVADO

El desarrollo humano sustentable es el principio rector del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, donde se considera a la persona, sus derechos y la ampliación de sus capacidades como la columna vertebral para la toma de decisiones y la definición de las políticas públicas. Este principio rector parte del precepto de que el bien común es producto del esfuerzo solidario de los integrantes de la sociedad y del apoyo subsidiario del Estado, siempre que el objeto de la acción pública sea propiciar el perfeccionamiento de las capacidades humanas, así como su realización libre y responsable.

*Un año
definiendo
un camino*

En este contexto, la acción de Profeco se define como la generación de condiciones que aseguren un clima de negocios favorable en el cual los consumidores tengan la facilidad de acceder a bienes y servicios bajo condiciones de equidad, donde se fomente la normalización de productos y servicios y se genere una cultura de consumo inteligente en la que los consumidores resulten los principales beneficiados.

En consecuencia, con el propósito de coordinar nuestras actividades, en 2007 se llevó a cabo una redefinición institucional que permitiera la consolidación de nuestros servicios y que, al mismo tiempo, facilitara la adaptación a un entorno cada vez más cambiante sin perder nuestra esencia de institución con vocación social.

Una de las tareas fundamentales fue construir una visión colectiva que fuera compartida por todos los integrantes de la Institución y que expresara nuestro rumbo; un ideal alcanzable por Profeco a largo plazo, que quedó definida de la siguiente manera:

1.1 VISIÓN

Ser una institución efectiva en la promoción de una cultura de consumo inteligente y en la aplicación de la ley.

*La persona
es la columna
vertebral de este
proyecto.*

Para alcanzar esta visión es necesario enfocar nuestros esfuerzos diarios a los propósitos fundamentales, mismos que quedaron definidos en nuestra misión:

1.2 MISIÓN

Promover y proteger los derechos del consumidor, fomentar el consumo inteligente y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

1.3 OBJETIVOS

Los objetivos son las condiciones necesarias para cumplir nuestra misión y estar en el camino correcto para lograr nuestra visión. Para ello se definieron seis objetivos institucionales:

- Proteger los derechos del consumidor.
- Promover los derechos del consumidor.
- Fomentar una cultura de consumo inteligente.
- Procurar la equidad en las relaciones de consumo.
- Procurar la seguridad jurídica en las relaciones de consumo.
- Eficientar el desempeño institucional.

1.4 VALORES

Para lograr lo anterior, es necesario reconocer que el desempeño institucional es el resultado de la suma del comportamiento individual y que éste debe regirse bajo criterios de ética personal, desempeño profesional y responsabilidad. Ésto se concreta en los siguientes valores:

a) Generosidad

Consiste en ofrecer a los ciudadanos y a nuestros compañeros de trabajo más de lo que esperan de nosotros.

b) Trabajo en equipo

Es la suma de esfuerzos y voluntades para alcanzar juntos metas comunes y cumplir con nuestros objetivos.

c) Eficiencia

Hacer las cosas bien y a tiempo para ser más productivos y dar mejores resultados.

d) Compromiso

Significa asumir la trascendencia social de nuestra labor y llevarla a cabo con una vocación de servicio.

e) Transparencia

Se traduce en la organización de nuestro trabajo y documentación para facilitar el acceso a la información y la rendición de cuentas.

f) Creatividad

Tener iniciativa para desarrollar nuestras funciones con ingenio, enriqueciendo y mejorando el trabajo con nuestras aportaciones.

g) Responsabilidad

Desempeñar bien nuestras funciones y asumir las consecuencias de nuestros actos, cuidando siempre los intereses ciudadanos.

h) Honestidad

Actuar con congruencia y administrar rigurosamente los recursos públicos, anteponiendo la verdad a nuestro beneficio propio.

Construcción de una cultura del consumo inteligente.

Como resultado de este ejercicio de planeación, todos los que laboramos en Profeco hemos refrendado nuestro compromiso con los valores que nos dan identidad, compartimos una visión clara y una misión irrenunciable.

NUESTRA COBERTURA

El rostro permanente y cotidiano de Profeco está delineado por las diversas oficinas de nuestra Institución, divididas en Delegaciones, Subdelegaciones y unidades de servicio. En las dos primeras reside el peso más significativo, pues constituyen una red de atención cuya eficacia y fortaleza se ponen a prueba diariamente a través de acciones que permiten a los ciudadanos acceder de manera ágil a la justicia, a la vigilancia del comportamiento comercial, la educación, la capacitación y la información que contribuyen a dar vigencia a su poder como consumidores.

Éstos esperan de nosotros una presencia cada día más amplia, pero también más eficaz y más firme. Con el propósito de brindar una respuesta oportuna a sus necesidades, durante 2007 abrimos seis nuevas Subdelegaciones: Ecatepec, Playa del Carmen, Chetumal, Tapachula, Ciudad Obregón y Manzanillo. Para ello, tuvimos en cuenta criterios como población total, población económicamente activa ocupada, unidades económicas y dispersión territorial. Al cierre de 2007 contamos con 39 Delegaciones, 18 Subdelegaciones y 73 unidades de servicio que nos permiten estar más cerca de los consumidores y brindarles un mejor servicio.

Procuramos estar cerca

Una red de atención que permite a los ciudadanos acceder de manera ágil a la vigilancia del comportamiento comercial, para mantener vigente el poder de los consumidores.

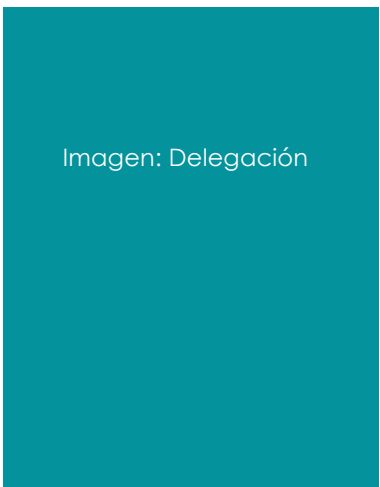


Imagen: Delegación

ATENCIÓN A CONSUMIDORES

3.1 ORIENTACIÓN Y ASESORÍAS

Una de las principales acciones que permiten la defensa de los derechos de los consumidores y fomentan una cultura de consumo inteligente es la de brindar orientación y asesoría respecto a temas relacionados con el consumo con la finalidad de que las decisiones de compra se realicen con un mayor nivel de conocimiento.

El valor de escuchar

En este sentido, Profeco opera diversos servicios que incluyen la información, orientación, recepción de denuncias y, en su caso, asesoría jurídica directa a cualquier persona que lo solicite.

En 2007 se atendieron un total de 822,859 usuarios a través de los diversos servicios que ofrece la Institución, lo que significa un promedio de más de 2,200 personas atendidas por día.

Servicio	Usuarios atendidos
Teléfono del Consumidor (información, asesoría y denuncia)	385,454
Buró Comercial	248,480
Asesoría (correo electrónico, fax y escritos)	37,122
Módulos de Asesoría e Información (cuaresma, vacaciones, regreso a clases y temporada decembrina)	20,426
Comportamiento comercial	11,992
Centro Integral de Servicios (asesoría y recepción de trámites)	5,107
Quejas recibidas	114,278
Total	822,859

3.1.1 TELÉFONO DEL CONSUMIDOR

El Teléfono del Consumidor se consolida como el servicio más reconocido de Profeco, además de ser uno de los más modernos con la reciente actualización de su equipo de cómputo y la implementación de un CRM de Oracle, un CTI-Genesys y un módulo de Inteligencia de Negocios.

En respuesta a la confianza depositada en nuestros servicios, se ha desarrollado el uso de mejores prácticas que permiten ofrecer un servicio de mayor calidad a los usuarios. Por ejemplo, la industria de Centros de Contacto recomienda, para el sector gobierno, atender el 85% de las llamadas dentro de los primeros 50 segundos, así como mantener el porcentaje de abandono de las mismas en un 3.5%.

El Teléfono del Consumidor atiende el 85% de las llamadas que recibe en menos de 20 segundos y mantiene un porcentaje de abandono menor al 2% de llamadas recibidas, es decir, por debajo de los estándares recomendados como mejores prácticas a nivel internacional por la citada industria de Centros de Contacto.

Adicionalmente, los servicios de información del Buró Comercial de Profeco y las solicitudes de comportamiento comercial de proveedores de bienes y servicios permiten que los consumidores lleven a cabo mejores decisiones de compra en el mercado, y alientan una sana competencia entre los proveedores.

3.1.2 MÓDULOS

Profeco acerca a los usuarios sus servicios de información, asesoría y conciliación inmediata durante las temporadas del año en las que se registran mayores niveles de consumo, como la cuaresma, el regreso a clases y la temporada decembrina. Esto se lleva a cabo a través de módulos que, durante 2007, atendieron a 20,426 usuarios en las ubicaciones del aeropuerto internacional y las cuatro centrales camioneras, logrando recuperar un millón 915 mil pesos a favor de los consumidores, tan sólo en la Ciudad de México.

3.2 REGISTRO PÚBLICO DE CONSUMIDORES

Tu privacidad es tu derecho

El Registro Público de Consumidores (RPC) es un instrumento que permite a los consumidores registrar su número telefónico cuando no deseen que su información sea utilizada para fines mercadotécnicos o publicitarios o que no quieran recibir publicidad comercial en sus números telefónicos fijos, de celular o de fax. Este programa fue puesto en marcha por el Procurador Federal del Consumidor el 26 de noviembre de 2007.

Para la elaboración y definición del proyecto se realizaron diversos estudios en el ámbito internacional. Se evaluaron casos similares en Gran Bretaña, Estados Unidos, España y Australia, y se tomaron en cuenta sus experiencias. Asimismo, Profeco trabajó con la Asociación Mexicana de Mercadotecnia Directa para sumar esfuerzos en acciones que benefician a los consumidores y que generan mejores prácticas por parte de la industria. Con ello, se logró que el Registro Público de Consumidores fuera el primer mecanismo en su tipo en América Latina.

El RPC es gratuito para el consumidor, quien puede realizar sus trámites de inscripción y cancelación de manera muy rápida y sencilla, las 24 horas del día, los 7 días de la semana, marcando desde el número que quiera inscribir a los teléfonos



9628-0000 para las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey y 01-800-962-8000 para el resto del país. Funciona mediante un procedimiento automatizado de inscripción: un Sistema Interactivo de Voz (IVR) detecta automáticamente el número telefónico desde el cual el consumidor llama, evitando así cualquier riesgo de error humano al momento de la inscripción o cancelación.

El RPC permite que el consumidor seleccione aquellos sectores comerciales de los que no desea recibir publicidad, por lo que tiene la opción de continuar recibiendo llamadas publicitarias de las empresas que pertenecen a sectores que no impliquen una molestia para él. Si después de 30 días de su inscripción sigue recibiendo llamadas publicitarias no deseadas, puede denunciarlo al Teléfono del Consumidor.

Por su parte, cualquier proveedor o empresa que envíe publicidad o que utilice información sobre consumidores con fines mercadotécnicos puede consultar los números telefónicos inscritos en el RPC. Profeco se encarga de actualizar semanalmente la lista de teléfonos inscritos en el RPC, lo que permite al proveedor o empresa de telemarketing depurar su base de datos. La solicitud de consulta se realiza a través del sitio <http://rpc.profeco.gob.mx>

Al 31 de diciembre, 56,700 consumidores se dieron de alta en el RPC para evitar ser molestados por proveedores y telemarcaderes. Desde su entrada en operación, el promedio diario de registros fue de 1,500, principalmente de las ciudades de México, Monterrey, Guadalajara y Guanajuato. La inscripción al RPC tiene una duración de tres años, luego de los cuales se podrá renovar, lo que tiene como fin evitar que la base de datos se vuelva obsoleta.

De esta forma, con el RPC, Profeco logró en el 2007 un avance sin precedentes en la instrumentación del derecho fundamental de los consumidores a su privacidad, al poder solicitar no ser importunados en sus números telefónicos con publicidad comercial.

3.3 BURÓ COMERCIAL

El Buró Comercial es un apoyo invaluable para la toma de decisiones de los consumidores. En la página de Internet de Profeco se publica regularmente información sobre número de quejas recibidas, principales motivos de reclamación, porcentaje de resolución de quejas, proveedores que cuentan con contratos de adhesión registrados ante Profeco, número de Procedimientos por Infracciones a la Ley, número y monto de multas, número de arbitrajes, de laudos y transacciones. En 2007 se implementó una segunda etapa, en la cual se hizo posible pasar de 250 a 450 proveedores, lo que representa 60% de las quejas atendidas por la Institución.

Asimismo, este año dio inicio la tercera etapa, que consistió en publicar, el número de Procedimientos por Infracciones a la Ley, número y monto de multas, número de arbitrajes, de laudos y transacciones de los 450 proveedores relevantes, así como 13,084 contratos registrados para consulta.



Una red de apoyo al consumidor que pasa por la atención personalizada, telefónica o por medios digitales.

Justicia

La consulta del Buró Comercial permite conocer el comportamiento comercial de los proveedores sin necesidad de realizar un trámite formal ante la Institución. Por tal motivo se erige como una herramienta de apoyo a los consumidores, ya que provee información útil para mejores decisiones de compra. El Buró registró 248,480 consultas durante 2007.

3.4 PROGRAMA DE CITAS POR TELÉFONO

Eficientar nuestros servicios fue un reto que asumimos durante 2007. El Programa de Citas por Teléfono (Procitel) permite al consumidor concertar por teléfono la fecha, hora y Delegación Profeco a la cual debe acudir para la presentación formal de su queja, lo que disminuye considerablemente los tiempos y filas de espera. El consumidor se presenta a la hora acordada con la información y documentos necesarios para la presentación de su queja, evitando visitas innecesarias a las Delegaciones. Este proyecto eleva la calidad y satisfacción del consumidor con respecto a la atención de Profeco.

El plan piloto de este programa inició en octubre de 2007 y finalizó el 31 de diciembre; se registraron un total de 500 citas con la participación de las Delegaciones Aguascalientes, Querétaro y Colima.

Asimismo, se realizó una encuesta de calidad del servicio brindado a los consumidores obteniendo resultados favorables.

*Orientación
y asesoría
en todos
los temas
relacionados
con el
consumo.*

Profeco

PROCITEL
Tu tiempo vale oro

Profeco tiene una buena noticia, a partir del mes de junio iniciamos la segunda etapa de **Procitel**, con lo que se incorporan a este servicio las delegaciones **Durango, Jalisco, Nayarit, San Luis Potosí, Sonora y Zacatecas**.

¿Qué funciona el Procitel?
• Marca el teléfono del consumidor desde la zona metropolitana de la C.A. de México al 55 66 07 22 y del resto del país al 01 800 66 07 22.
• Se recibe una cita para presentar la queja en la delegación correspondiente.
• Se recibe la información de fecha, hora y delegación a la cual debe acudir para presentar su queja.
• Se recibe en la delegación correspondiente el día y hora de la cita.
• El consumidor debe acudir en persona y con copia impresa de la posibilidad de recibir la información adicional por procedimientos electrónicos.

Al hacer presente la queja en Profeco se recibe más rápido y fácil, todo gracias al teléfono del consumidor para solicitar una cita y acudir de las horas libres.

Estados que operan con Procitel:
Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Colima, Coahuila, Durango, Jalisco, Nayarit, San Luis Potosí, Sonora y Zacatecas.

Votar Mejor

ATENCIÓN A PROVEEDORES

4.1 PROMECABISE

El Programa de Mejoramiento de la Calidad de Bienes y Servicios (Promecabise) ejecuta las acciones institucionales que consisten en el trabajo conjunto con proveedores en busca de los principales motivos de quejas para el establecimiento de acciones preventivas que propicien la solución de las mismas.

Calidad: nuestra materia prima

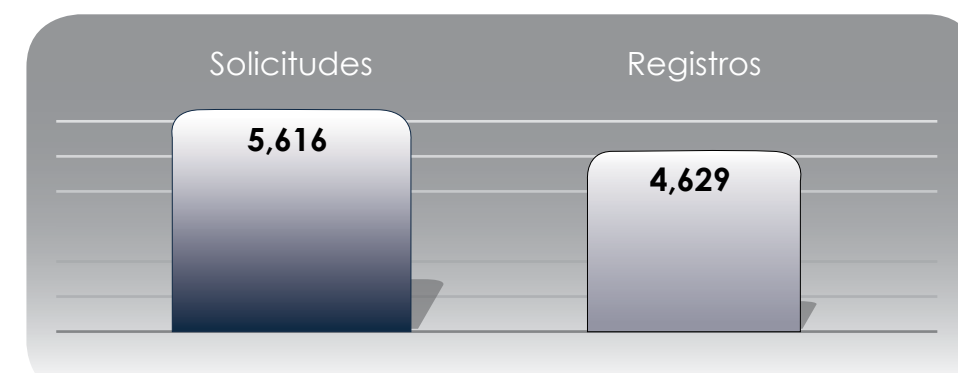
De esta forma, se permite la focalización de esfuerzos en problemáticas específicas que afectan a grupos numerosos de consumidores, como fue, en 2007, la atención de quejas de usuarios afectados por Air Madrid y Líneas Aéreas Azteca. En ambos casos la acción institucional permitió sentar un precedente de un procedimiento de acción colectiva de protección y defensa de consumidores afectados en una situación específica.

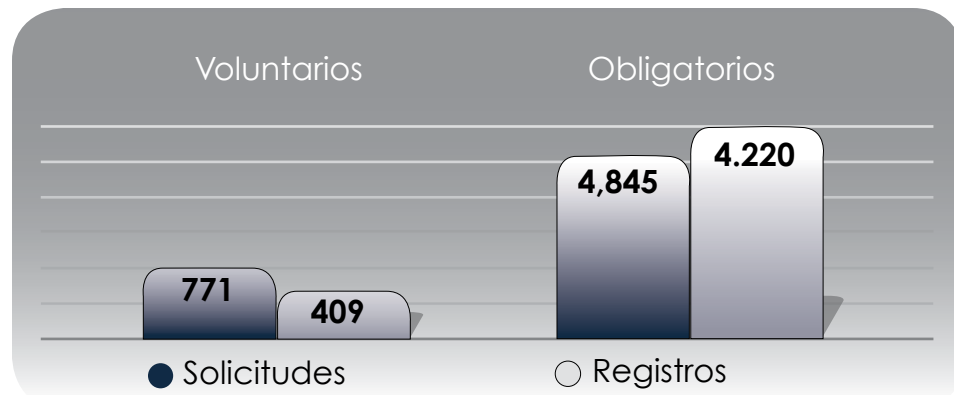
4.2 CONTRATOS DE ADHESIÓN

Con la finalidad de continuar con las actividades encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores, se prosiguió con la revisión y registro de los modelos de Contratos de Adhesión presentados por los proveedores, los cuales son analizados por Profeco para que no contengan cláusulas abusivas o lesivas.

En 2007 el total de solicitudes fue de 5,616 y el de registros de 4,629, de los cuales 4,220 fueron de carácter obligatorio y 409 de carácter voluntario.

Solicitudes y Registros de Contratos de Adhesión 2007





Fuente: Dirección General de Contratos de Adhesión, Registro y Autofinanciamiento.

Entre los contratos registrados de carácter obligatorio resaltan los de compra-venta de vehículos usados (825), reparación de automóvil (768) y lavado y planchado de ropa (462).

En el caso de los contratos de registro voluntario sobresalen los de seguridad y vigilancia (215), servicios diversos (71) y educativos (40).

4.3 CENTRO INTEGRAL DE SERVICIOS

La atención brindada a los usuarios de nuestros servicios es muy importante para Profeco. Nuestro Centro Integral de Servicios (CIS) es un modelo de atención que busca garantizar a los ciudadanos que los servicios que en él se brindan se realicen de manera transparente y con calidad, mediante la atención personalizada para la resolución de los trámites del usuario, cuyas opiniones y necesidades son tomadas en cuenta para guiar los procesos de mejora continua.

Entre los resultados alcanzados por el CIS en 2007 destacan los siguientes:

- Se recibieron 5,825 solicitudes de calibración y 1,191 solicitudes de desinmovilización.
- Se atendieron 1,618 solicitudes de análisis de información comercial.
- Se recibieron y gestionaron 19 solicitudes de asesoría en información comercial y 15 de capacitación en la misma materia.
- Se recibieron 1,352 solicitudes de levantamiento de medidas precautorias y 316 recursos de revisión.
- Se recibieron 1,047 avisos de promoción y 375 avisos de control a distancia en estaciones de servicio.
- Se recibieron 64 denuncias.
- Se atendieron 400 solicitudes de venta de hologramas a unidades de verificación autorizadas.

Trabajo en conjunto con los proveedores para garantizar la satisfacción del consumidor.

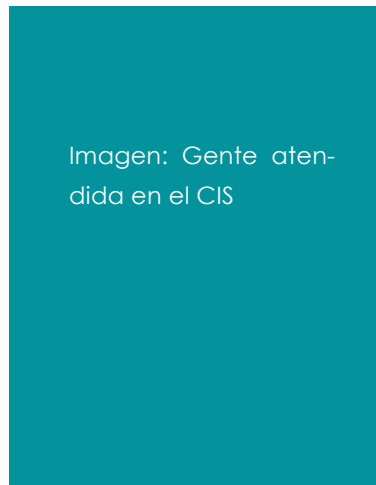


Imagen: Gente atendida en el CIS

4.4 NORMAS OFICIALES MEXICANAS RELACIONADAS CON SERVICIOS

Profeco ha mantenido una participación activa en torno al análisis de diversas Normas Oficiales Mexicanas (NOM) de información al usuario y prácticas comerciales relacionadas con servicios, asistiendo, además, a mesas de trabajo convocadas por la Secretaría de Economía con el objeto de procurar la equidad en las relaciones entre proveedores de bienes y servicios y consumidores.

Las NOM representan una herramienta fundamental ya que son una vía para imponer obligaciones de información clara y adecuada sobre los bienes, productos o servicios que se ofrecen al mercado. En su caso, establecen la obligación de registrar el Contrato de Adhesión permitiendo a los consumidores la toma informada de decisiones para un consumo inteligente.

Durante 2007 Profeco participó en diversas mesas de trabajo con el objeto de elaborar, modificar y actualizar ciertas Normas Oficiales Mexicanas, tales como:

- **NOM-036** Prestación de Servicios Funerarios.
- **NOM-174** Prestación de Servicios en General.
- **NOM-148** Comercialización de Animales de Compañía o de Servicio.
- **NOM-029** Comercialización de Tiempo Compartido.
- **NOM-071** Contratación de Servicios de Atención Médica por Cobro Directo.
- **NOM-028** Prácticas Comerciales. Elementos de Información en las Promociones Coleccionables y/o Promociones por Medio de Sorteos y Concursos.

El 1 de noviembre se publicó la Norma Oficial Mexicana NOM-179 Servicios de Mutuo con Interés y Garantía Prendaria, con la que dio inicio una nueva regulación que busca evitar que se afecte la economía de cerca de 40 millones de consumidores que conforman el mercado potencial de las casas de empeño, estableciendo el contrato de adhesión con registro obligatorio ante Profeco.

*Acciones concretas
intransparencia
y calidad.z*

Derechos

5.1 QUEJAS Y CONCILIACIONES

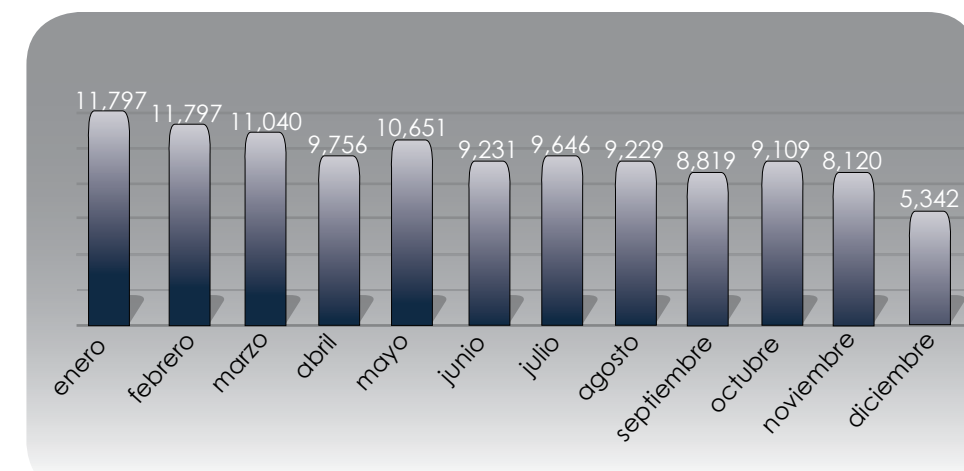
La atención de quejas y reclamaciones es el principal mecanismo por el cual se hacen valer los derechos del consumidor cuando un proveedor o prestador de servicios no respeta precios, cantidades pactadas, garantías, plazos, entregas, condiciones, modalidades, características o promociones, entre otros compromisos derivados de su actividad comercial.

Derecho con los derechos

En el 2007 se recibieron 114,278 quejas, lo que representa más de 9,500 quejas mensuales en promedio. Los usuarios de este servicio, por medio de la intervención de Profeco, recuperaron directamente poco más de 839 millones de pesos, lo que representa el 75.2% del monto total reclamado. Cabe señalar que el monto recuperado a favor de los más de 114 mil consumidores equivale a casi la totalidad de los recursos fiscales recibidos por Profeco en 2007 para el desarrollo de todas las funciones institucionales que tiene a su cargo.

El procedimiento conciliatorio es la herramienta con que cuenta la Institución para que, en un tiempo de ejecución máximo de 110 días naturales, consumidores y proveedores acuerden –en el 64% de los casos, durante 2007– algún tipo de solución a su controversia.

Quejas mensuales 2007



Fuente: Dirección General de Quejas y Conciliación

Las empresas con mayor número de quejas durante 2007 fueron:

Proveedor	Quejas
Teléfonos de México	8,540
Comisión Federal de Electricidad	7,844
Líneas Aéreas Azteca	2,804
Radiomóvil Dipsa (Telcel)	2,681
Luz y Fuerza del Centro	1,961
IFX Networks México	1,927
Comunicaciones Nextel de México	1,601
Elektra	1,531
Iusacell	1,043
Coppel	845

Destaca la labor que se realiza para defender los derechos de los consumidores que residen fuera del país, a través de la Conciliación a Residentes en el Extranjero (CARE), en la que el 95% del procedimiento conciliatorio se realiza vía medios electrónicos (teléfono, fax y correo electrónico). En 2007 se atendieron 649 quejas derivadas de la adquisición de bienes y servicios con proveedores nacionales, lo que representó un total de 24 millones de pesos recuperados a favor de connacionales y extranjeros.

5.2 ACCIONES DE VERIFICACIÓN

5.2.1 COMBUSTIBLES

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 96 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y la Norma Oficial Mexicana NOM-005-SCFI-2005, Profeco cuenta con un programa permanente de verificación a estaciones de servicio. Mediante éste se vigila que las gasolineras despachen correctamente el combustible, tengan sus dispensarios debidamente calibrados y cuenten con la documentación que establece la normatividad, entre otros aspectos.

Durante 2007 Profeco llevó a cabo 10,906 verificaciones a estaciones de servicio (gasolineras), 2,916 más que las realizadas en 2006, alcanzando una cobertura de 1,425 municipios del país.

La atención de quejas y reclamaciones son la principal defensa del consumidor.



Verificaciones a estaciones de servicio

	2006	2007	Crecimiento
Verificaciones	7,990	10,906	36.5%

Fuente: Dirección General de Verificación de Combustibles, diciembre de 2007.

Derivado de las visitas de verificación realizadas, se procedió a la inmovilización de instrumentos que no cumplieran con lo establecido en la normatividad, lo que resultó en un total de 14,282 mangueras inmovilizadas, cuyas principales causas fueron las siguientes: 6,959 por falta o aprobación de modelo o prototipo; 2,805 por error de repetibilidad; 2,173 por "fuera de servicio". Asimismo, 1,906 instrumentos fueron inmovilizados por gasto (despacho incompleto), 1,303 por calibración y 999 por holograma, entre otros.



Estados con mayor número de incidencias en inmovilización de instrumentos

Proveedor	Verificaciones efectuadas	Instrumentos inmovilizados
Estado de México	824	1,246
Jalisco	814	1,113
Distrito Federal	823	978
Chihuahua	700	888
Nuevo León	739	886
Puebla	400	752
Veracruz	583	713
Michoacán de Ocampo	470	709

Fuente: Dirección General de Verificación de Combustibles, diciembre de 2007

Atención a denuncias

Profeco atiende las denuncias de los consumidores en materia de combustibles. Las causas que ocasionan mayor inconformidad en contra de las estaciones de servicio son: el despacho incompleto del combustible, la calidad de la gasolina, la alteración de precios y la negativa de venta.

Las denuncias son captadas por medio del Teléfono del Consumidor, la dirección de correo denunciasgasolina@profeco.gob.mx y a través de la red nacional de Delegaciones y Subdelegaciones de la Institución. En el 2007 se recibieron 2,436 denuncias en materia de combustibles.

calidad

Para dar certeza a los consumidores en cuanto al despacho correcto del combustible, el 27 de septiembre de 2005 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la NOM-005-SCFI-2005: Instrumentos de Medición. Sistema para Medición y Despacho de Gasolina y otros Combustibles Líquidos. Especificaciones, Métodos de Prueba y de Verificación que, a partir de su entrada en vigor, estableció la obligación a las estaciones de servicio que comercializan gasolina y diesel de que los dispensarios con los que realizan el despacho de combustible tengan el documento emitido por la Dirección General de Normas de la Secretaría de Economía, el cual avala que éstos cuentan con la aprobación de modelo o prototipo.

Profeco, consciente de la importancia que representa para el consumidor la certeza de un servicio justo y eficiente, se dio a la tarea de impulsar el cambio de dispensarios que cumplieran con dicha norma, estableciéndose esta actividad como prioritaria en el desarrollo de las facultades de verificación practicadas por la Institución.

Para ello, además de las acciones propias de comprobación, se solicitó la colaboración de las distintas organizaciones que agrupan a las estaciones de servicio existentes en el país y se exhortó a sus propietarios a realizar el cambio de dispensarios.

Al finalizar el 2007 se logró el cambio de dispensarios que cumplen con la Norma Oficial Mexicana NOM-005-SCFI-2005 en un 86.4% de las estaciones de servicio ubicadas en el territorio nacional.

Quién es Quién en las gasolineras

Con el propósito de informar de manera ágil a los consumidores acerca del comportamiento comercial de las gasolineras con respecto a la normatividad aplicable, se publica un listado donde es posible ubicarlas en tres categorías similares a los colores de un semáforo (verde, ámbar y rojo), de acuerdo a la gravedad de las faltas cometidas.

La información sobre Quién es Quién en las gasolineras se encuentra disponible para el público en general en la sección "Quién es Quién" del sitio www.profeco.gob.mx

5.2.2 GAS LP

El gas LP representa uno de los principales motores de la economía de nuestro país, ya que a través de la red nacional de distribuidores y mediante más de mil plantas de almacenamiento y distribución, aproximadamente 80 millones de mexicanos satisfacen sus necesidades diarias de este combustible, ya sea para uso residencial, industrial, comercial o de servicios. Consciente de la importancia de vigilar esta actividad y con el objetivo de prevenir e inhibir prácticas abusivas o desleales en la distribución y comercialización de este energético que impactan negativamente los bolsillos de los consumidores, Profeco lleva a cabo acciones de verificación a los distribuidores de gas LP. Se han establecido, además,



canales de comunicación con los representantes de los distribuidores de gas LP con objeto de prevenir e inhibir dichas prácticas, transparentando la actuación de la autoridad, realizando trabajos preventivos entre consumidores y proveedores y proporcionando información para evitar engaños o abusos.

Los objetivos del programa de verificación de gas LP son:

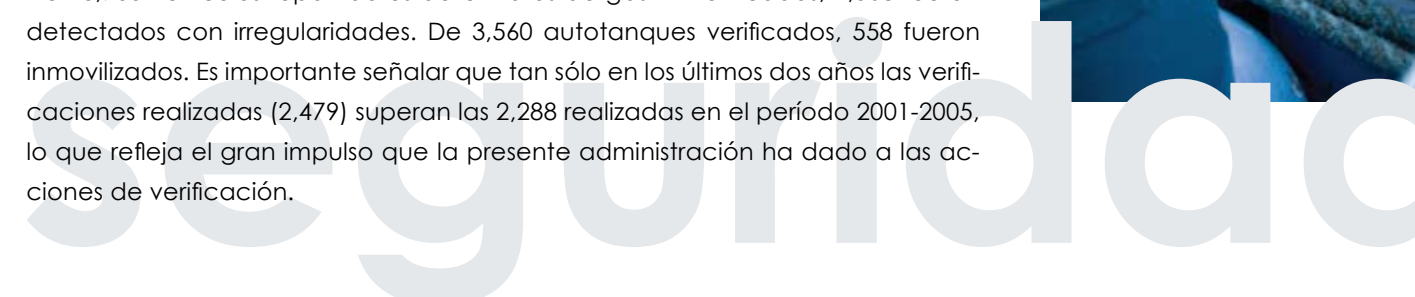
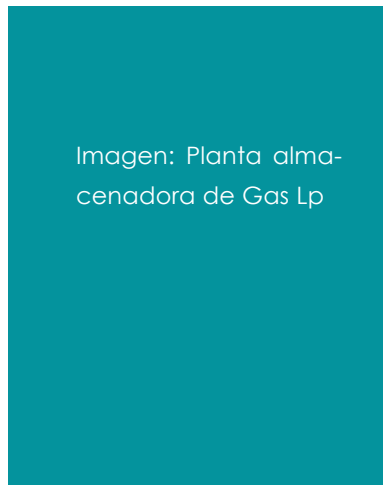
- Garantizar que las transacciones comerciales entre los proveedores de productos y prestadores de servicios y los consumidores se ajusten a los principios básicos establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor, evitando que se vulneren los intereses y derechos de los consumidores y que se afecte o pueda afectar la vida, la salud, la seguridad y la economía de los mismos.
- Dar certidumbre a la población para que en la adquisición del hidrocarburo se garantice la calidad y cantidad exacta que el consumidor paga, es decir 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 de venta, comprobantes o facturas; que se tengan a la vista del consumidor los precios vigentes del gas LP en cilindros o tanques estacionarios; y que al consumidor no se le niegue o condicione el servicio o producto que desea adquirir.

El programa de verificación de gas LP comprende la realización de las siguientes actividades:

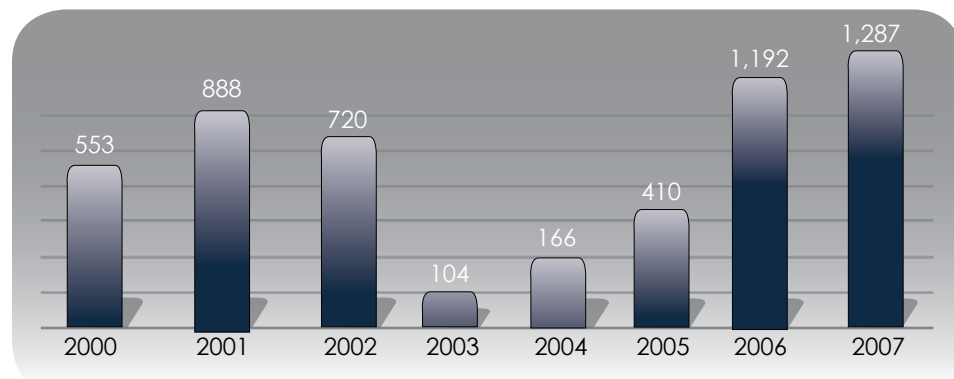
- Visitas integrales de verificación a plantas de almacenamiento y distribución de gas LP.
- Verificación de vehículos de reparto y de recipientes portátiles que contienen gas LP en la vía pública.
- Verificación de autotanques.
- Verificación de básculas.

Las dos primeras actividades consisten en realizar revisiones a las empresas gaseras de todo el territorio nacional y verificar que cumplan con entregar y suministrar al consumidor la calidad y cantidad exacta de gas LP que está pagando, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y las NOM aplicables.

Durante 2007 se llevaron a cabo 1,287 verificaciones a plantas de gas LP, 17% más que la meta programada. De 13,186 básculas verificadas, 813 fueron inmovilizadas. Se verificaron 162,939 cilindros de gas LP, inmovilizándose 73,361. De 15,733 vehículos repartidores de cilindros de gas LP verificados, 1,568 fueron detectados con irregularidades. De 3,560 autotanques verificados, 558 fueron inmovilizados. Es importante señalar que tan sólo en los últimos dos años las verificaciones realizadas (2,479) superan las 2,288 realizadas en el período 2001-2005, lo que refleja el gran impulso que la presente administración ha dado a las acciones de verificación.



Verificaciones a plantas de almacenamiento y distribución de gas LP, 2000-2007



Fuente: Dirección General de Verificación de Combustibles, diciembre de 2007

Entre los resultados más notables en materia de verificación de combustibles destacan los siguientes:

- Abatimiento del "coyotaje" en el levantamiento de las medidas precautorias o desinmovilizaciones, lo que ha redundado en una disminución de los actos de corrupción y una mayor transparencia en la actuación de las brigadas.
- Ampliación de la cobertura de las verificaciones. El padrón fue cubierto al 100%, habiéndose realizado segundas y terceras visitas en las plantas en las que se encontraron irregularidades.
- Cumplimiento y superación de las metas de los indicadores estratégicos, lo que ha permitido que en 2007 se hayan realizado más verificaciones que en todo 2006.

Quién es Quién en el gas LP

En 2007 se inició la publicación en Internet de Quién es Quién en el gas LP, herramienta que permite a los consumidores informarse sobre el comportamiento de las empresas gaseras para elegir la que mejor convenga a su economía. Al igual que en las gasolineras, las empresas se ubican en tres categorías similares a los colores de un semáforo.

La información sobre Quién es Quién en el gas LP se encuentra disponible en la sección "Quién es Quién" del sitio www.profeco.gob.mx

5.2.3 VERIFICACIÓN A ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

En 2007 se verificaron 78 mil 884 establecimientos comerciales, cifra superior en 17.5% a la registrada en 2006. Por tipo, las verificaciones de comportamiento comercial en el período enero-diciembre se ubicaron en 28 mil 44, cifra 33% por arriba de las visitas realizadas en 2006, mientras que las visitas de verificación a Nor-

mas Mexicanas Oficiales crecieron 4.8% a 33 mil 568, y las visitas de verificación de metrología fueron 17 mil 272, un aumento de 23.2% con respecto al año anterior.

Verificación a productos básicos

Durante 2007 se mantuvo un monitoreo constante de precios y se realizaron 14 mil 375 visitas de verificación a establecimientos con giros comerciales de abarrotes, carnicerías, pollerías, panaderías, expendios de huevo, granos y semillas, principalmente.

Los principales incumplimientos identificados dentro del programa de verificación a productos básicos fueron:

- No exhibir precios de los productos a la vista del consumidor.
- Incremento injustificado de precios en pan, leche, pollo y huevo, principalmente.
- Incumplimiento de las ofertas del huevo.
- No entregar kilos completos y usar básculas que no están debidamente ajustadas.

Asimismo se instrumentó el Programa Nacional de Verificación y Vigilancia a Tortillerías 2007, en el cual se realizaron 8,567 visitas de verificación. Esto inhibió el incremento injustificado del precio de la tortilla, que finalmente se estableció en 8.50 pesos por kilogramo.

Adicionalmente, a partir de octubre de 2007, Profeco promovió la campaña "Exige precios a la vista y compara", con el compromiso de orientar al consumidor hacia una nueva cultura de consumo y atender las denuncias que se presentan por prácticas abusivas.

Sector alimentario

Las acciones de verificación y vigilancia de Profeco en este sector tienen por objeto coadyuvar a la eliminación de distorsiones en materia comercial, lo que contribuye a la erradicación de prácticas desleales y abusivas y fomenta la normalización de productos y servicios. Con estas acciones Profeco protege los derechos de los consumidores y promueve la competitividad y el acceso a bienes y servicios bajo condiciones de equidad. Durante 2007 las acciones de verificación de Profeco estuvieron enfocadas a la regulación integral de mercados y segmentos específicos con objeto de contribuir a mejorar la asignación de recursos en la economía y asegurar que los consumidores realicen transacciones comerciales que les permitan satisfacer sus necesidades básicas de consumo.

En el marco de este programa, se contribuyó a la regularización de los mercados de cereales, jugos, yogures, leche y fórmulas lácteas, conservas alimenticias, quesos, pavos, jamones y pan de caja, entre otros.

Imagen: Fachada de Delegación, brigada o camión de Profeco

Imagen: manta



verificación

Bebidas alcohólicas

Una de las prioridades de la Institución es la verificación de bebidas alcohólicas como el mezcal, destilados de agave y tequila para garantizar a los consumidores que los productos que se comercializan en el país cumplan con las NOM y que no se engañe o confunda a los consumidores.

Así, el 4 de diciembre de 2007 se destruyeron más de 300 mil litros de bebidas alcohólicas adulteradas o falsificadas que no satisfacían los requisitos de las NOM. Los principales resultados en materia de verificación a bebidas alcohólicas durante el 2007 fueron los siguientes:

- 2,036 visitas de verificación a fabricantes, importadores y distribuidores de vinos y licores; bares, discotecas, hoteles, cantinas, tiendas de autoservicio y departamentales.
- 736 mil productos con contenido alcohólico verificados, entre los que destacan: aguardientes, destilados y licores de agave, anís, cocteles, bebidas alcohólicas preparadas, brandy, champaña, charanda, ginebra, ron, sidra, rompopo, tequila, mezcal, vodka, whisky y vinos, correspondientes a más de 800 marcas.
- Identificación de 284 mil 768 productos que no satisfacían la normatividad aplicable.

Sector turístico

Profeco desarrolló acciones de verificación a nivel nacional en agencias de viajes, hoteles, tiempos compartidos, balnearios, restaurantes y discotecas, particularmente durante las temporadas vacacionales –semana santa, verano, día de muertos y fin de año–, con los siguientes resultados:

- 4,737 visitas a proveedores de productos y servicios turísticos.
- 550 establecimientos con infracción.
- 4,275 productos inmovilizados.
- 382 establecimientos con colocación de sellos de advertencia.

El 11 de julio de 2007 Profeco y la Secretaría de Turismo (SECTUR) suscribieron un convenio de colaboración a través del cual los proveedores de servicios turísticos son verificados –en el ámbito de competencia de cada autoridad– y en el que se establecen líneas de acción conjunta en destinos de alta afluencia turística, principalmente durante los períodos vacacionales.

5.2.4 PROGRAMAS ESPECIALES

Juguetes bélicos

Derivado de un convenio de colaboración con la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal y la Asamblea Legislativa de esa misma entidad federativa

destinado a realizar el aseguramiento y destrucción de juguetes bélicos a fin de proteger la seguridad e integridad de los consumidores, particularmente de los menores de edad, durante los 2007 Profeco verificó, aseguró y destruyó 3 mil 282 juguetes réplicas de armas de fuego por incumplimiento con lo dispuesto en la NOM-161-SCFI-2003, Juguetes Réplicas de Armas de Fuego.

Regreso a clases y escuelas particulares

Con la finalidad de evitar abusos en la compra de útiles escolares y contratación de servicios educativos, Profeco practicó visitas de verificación a fabricantes, importadores, distribuidores y comercializadores de artículos escolares, así como a colegios y escuelas particulares. Se realizaron 4 mil 958 visitas a establecimientos comerciales, a partir de lo cual 640 fueron sujetos a procedimiento administrativo por infracciones a la ley y a la normatividad aplicables, tales como: condicionamiento de la prestación del servicio a la compra de uniformes y útiles escolares; faltas por no exhibir precios en montos totales; incumplimiento con ofertas anunciadas y faltas por proporcionar información engañosa con respecto a ofertas y restricciones aplicables.

Programa Especial de Verificación y Vigilancia de Luces Navideñas

Consciente de la alta demanda de determinados productos con motivo del fin de año, Profeco puso en marcha el Programa Especial de Verificación y Vigilancia de Luces Navideñas, dentro del cual se procedió a la destrucción de 4 mil 170 luces y series navideñas cuyo principal incumplimiento fue que el espesor del calibre del cable no satisfacía las especificaciones de la NOM correspondiente y, por ende, representaba un riesgo para los consumidores.

Compraventa y/o consignación de autos usados

Se realizaron 779 visitas de verificación a nivel nacional, de las cuales 120 fueron en la Ciudad de México; 12 de ellas practicándose de manera conjunta con personal de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal. Del total de establecimientos visitados, 536 fueron emplazados a procedimiento administrativo por infracciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor y a la NOM-122-SCFI-2005. Destaca la clausura de diez establecimientos como resultado de los procedimientos administrativos iniciados.

Programa especial de reacción inmediata para la atención en desastres naturales

Ante las afectaciones que ocasionaron las contingencias climáticas en 2007, Profeco respondió con oportunidad poniendo en marcha el Programa Especial de Reacción Inmediata para la Atención en Desastres Naturales 2007, cuyo objetivo fue la protección de los derechos de los consumidores en situaciones de contingencia. Gracias a este programa se previnieron prácticas comerciales

Imagen: útiles escolares

Imagen: verificación

abusivas que afectaran o pudieran lesionar los intereses de los consumidores de las zonas afectadas.

En este sentido, Profeco tuvo una actuación destacada en los estados afectados por el paso de los huracanes Félix y Dean y por la tormenta tropical Henriette, ocurridos durante los meses de agosto y septiembre. En octubre y noviembre en Veracruz, por la presencia del frente frío número cuatro; y en Tabasco y Chiapas, ante las inusuales lluvias e inundaciones registradas.

De esta forma, en los estados afectados (Quintana Roo, Chiapas, Veracruz, Hidalgo, Campeche, Oaxaca, Tabasco, Hidalgo y Puebla) se integraron brigadas especiales de verificadores que desarrollaron acciones de monitoreo y verificación a fin de evitar prácticas abusivas en contra de los consumidores, tales como negativa de venta, especulación, acaparamiento e incremento injustificado de precios en productos de la canasta básica (frijol, arroz, leche, tortilla, huevo, agua, pañales, carne).

Como parte de las acciones se instalaron módulos de atención directa a los consumidores y se distribuyeron volantes informativos para proveedores y consumidores, con la finalidad de que ambos conocieran tanto sus derechos como sus obligaciones. Adicionalmente, se colocaron preciadores que permitieron conocer los precios de venta para tomar mejores decisiones de compra.

Como resultado de la verificación se emplazó a procedimiento administrativo a diversos establecimientos por infracciones a la ley, aplicándose medidas precautorias de inmovilización y colocación de sellos de advertencia por incremento injustificado de precios, comercialización de productos con fecha de caducidad vencida, condicionamiento de venta y por no respetar precios anunciados. Gracias a esto se logró evitar e inhibir la especulación, garantizándose precios justos y el abasto de productos básicos en momentos de escasez y urgencia.

5.2.5 LABORATORIO NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Con base en la atribución que le confiere el artículo 24 de Ley Federal de Protección al Consumidor, para “realizar análisis, estudios e investigaciones en materia de protección al consumidor”, en 2007 el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor realizó 150 mil 214 pruebas a 3 mil 899 muestras de diferentes productos.

En ejercicio de las atribuciones de la citada ley en relación a “recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado”, el Laboratorio realizó, en 2007, 25 estudios de calidad a productos de consumo generalizado y de impacto en la nutrición y economía de los consumidores.

Mediante estos estudios se informa objetivamente al consumidor, lo que le permite hacer mejores elecciones de compra. Es importante resaltar que una parte fundamental de dichos estudios es denunciar los productos que no cumplen con



Imagen: Brigada de Profeco

los requisitos que la normatividad exige, identificar aquellos que no son veraces en la información que ostentan y señalar los que representan riesgos a la salud.

En materia de verificación del cumplimiento de la normatividad, el Laboratorio realizó un total de 32,894 pruebas a productos del sector alimentario: leche, cereales, yogures, purés de tomate, catsup, dulces, jugos y miel de abeja, principalmente. Asimismo, para garantizar a los consumidores que los productos que se comercializan en el país satisfacen los requisitos de las NOM y que no se engañe, confunda y ponga en riesgo la salud o los bienes de los consumidores, se analizaron electrodomésticos, luminarias decorativas, textiles, flexómetros, útiles escolares, series navideñas de luces, juguetes y bebidas alcohólicas entre las que destacan los destilados de agave, tequila, brandy, vodka, ron, entre otros.

Certificación, acreditación y aprobación

El Laboratorio cuenta con un sistema de calidad certificado por la Société Générale de Surveillance (SGS) en todos sus procesos técnicos y administrativos, conforme a los criterios de la norma ISO 9001:2000, para garantizar la conformidad de los resultados y su competencia técnica. Asimismo está acreditado ante la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) en las áreas de Química, Eléctrica-Electrónica, Mecánica, Textil y Alimentos bajo la norma NMX-EC-17025-IMNC:2006 y es reconocido como laboratorio tercero autorizado por la Secretaría de Salud.

Trascendencia a nivel internacional

A nivel internacional, el Laboratorio ha dado apertura a autoridades de consumo de América Latina con funciones similares a las de Profeco para que su personal conozca los procedimientos operacionales, –técnicos y administrativos– en vigor en el laboratorio, así como el sistema de calidad que respalda la confianza del servicio que brinda; por tal motivo, se han recibido visitas procedentes de distintos países latinoamericanos.

Por otro lado, en el Foro de Alimentación organizado por la FAO en El Salvador, los estudios de calidad realizados por el Laboratorio de Profeco fueron citados como una referencia que permite identificar a las autoridades y los consumidores la calidad de los productos.

5.3 PROCEDIMIENTOS POR INFRACCIONES A LA LEY

El Procedimiento por Infracciones a la Ley (PIL) debe considerarse como el último recurso de Profeco para inhibir las prácticas comerciales contrarias a la Ley Federal de Protección al Consumidor. A través de él, y respetando sus garantías individuales, se determinan las sanciones contra el proveedor infractor.

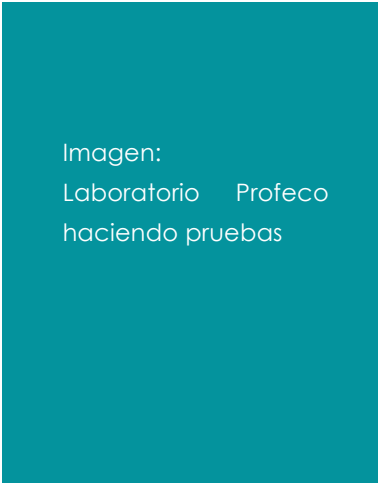


Imagen:
Laboratorio Profeco
haciendo pruebas

equidad

5.3.1 RELACIONADOS AL ÁREA DE VERIFICACIÓN

Si como resultado de las visitas de verificación a establecimientos comerciales, estaciones de servicio y gaseras se detectan posibles irregularidades, Profeco inicia un PIL y durante la sustanciación del mismo se valoran las constancias que obran en los expedientes, incluyendo el acta de verificación, a fin de desahogar las etapas procesales necesarias y emitir las resoluciones administrativas correspondientes.

Si no se detecta incumplimiento o violación a la Ley Federal de Protección al Consumidor, a la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, las NOM y demás disposiciones jurídicas aplicables, dentro del expediente se dicta una resolución sin sanción para el verificado. En caso contrario se aplican las sanciones previstas en las dos leyes citadas.

Para determinar el incumplimiento de lo dispuesto en la ley, y en su caso para la imposición de las sanciones a que se refiere la misma, Profeco notifica al presunto infractor de los hechos que motivaron el procedimiento, otorgándole un plazo de diez días hábiles para que presente pruebas y manifieste por escrito lo que a su derecho convenga.

Asimismo, cuando Profeco detecta violaciones a las NOM e inicia un PIL contra un proveedor por la comercialización de bienes, productos y servicios que no cumplan con dichas normas, notifica también al fabricante, productor, importador o prestador de servicios el inicio del procedimiento.

Por otra parte, se iniciaron 13,694 procedimientos por infracciones a la ley, 17.6% más que en 2006. Se impusieron multas por negativa de verificación y apercibimientos por 49 millones 666 mil 201 pesos, así como 87 millones 884 mil 762 pesos por sanciones.

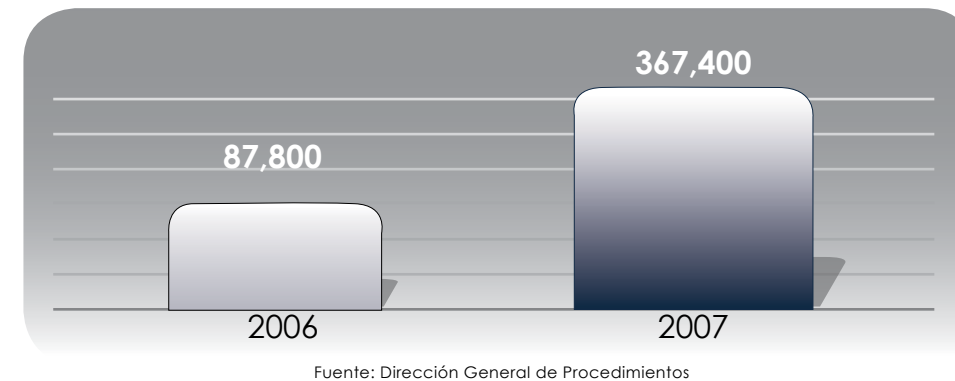
5.3.2 RELACIONADOS AL ÁREA DE SERVICIOS

En el área de Servicios el procedimiento se inicia en aquellos casos en los que el procedimiento conciliatorio haya concluido sin alcanzar la conciliación.

Sin lugar a dudas, 2007 fue un año de consolidación para los PIL que Profeco instaura en esta área. Se logró una tendencia positiva en la emisión de resoluciones en comparación con los procedimientos iniciados: mientras se iniciaron 9,619 procedimientos administrativos a nivel nacional, el número de resoluciones emitidas ascendió a 12,391, lo que implicó la atención y resolución de procedimientos instaurados en años anteriores, reflejándose un claro avance. Así, en 2007 se abatió al 100% el rezago existente en oficinas centrales. Asimismo, en Delegaciones y Subdelegaciones se triplicó el número de asuntos concluidos en el año anterior (3,815).

Imagen:
Establecimiento
clausurado.

Monto de las multas impuestas



5.3.3 CASOS DESTACADOS

Entre los casos más relevantes para 2007 tenemos los siguientes:

Un primer procedimiento fue instaurado en contra de Air Madrid Líneas Aéreas, S.A., en el que se le impusieron tres multas por una cantidad total de 5.5 millones de pesos, por suspender unilateralmente sus operaciones en diciembre de 2006.

Asimismo, se sancionó a Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V. (Telcel), imponiéndole una multa de 975 mil pesos por suspender temporalmente el servicio de telefonía celular al presentar una falla técnica en febrero de 2007.

Y, en contra de Líneas Aéreas Azteca, S.A. de C.V., se instauró un procedimiento por infracciones a la ley que concluyó con la imposición de una multa por 4.5 millones de pesos, por no haber prestado sus servicios a los consumidores agraviados en marzo de 2007, derivado de la suspensión de sus actividades.

5.4 ARBITRAJE

La Procuraduría Federal del Consumidor ha logrado garantizar celeridad y eficacia en cada uno de los actos emitidos en los procedimientos arbitrales, dando seguridad jurídica a los proveedores y consumidores que decidieron en el año 2007 someter su controversia ante esta Institución.

En 2007 se formalizaron 96 arbitrajes, de los cuales el 97% fue resuelto mediante transacciones. Esto se traduce en un incremento del 116% en comparación con cifras del año 2006 para este tipo de arreglo. Se logró recuperar a favor de los consumidores la cantidad de 825 mil pesos.

servicios

5.5 PUBLICIDAD

Algunas empresas de diferentes sectores difunden publicidad que viola lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor y en las Normas Oficiales Mexicanas, por la forma exagerada y tendenciosa en que se presenta, pues induce o puede inducir al consumidor a error o confusión, por las razones siguientes:

- Utiliza recomendaciones, avales o certificaciones de asociaciones de médicos o especialistas, sin que dichos avales estén sustentados con el soporte técnico-científico correspondiente.
- Omite el monto total a pagar con el IVA incluido.
- Anuncios y propaganda de psíquicos, adivinos, horóscopos, lecturas de mano, que no señalaban que era un servicio de entretenimiento y su contenido quedaba bajo estricta responsabilidad del consumidor.
- Las leyendas de restricciones, comúnmente llamadas "legales", no son claras, veraces y sin ambigüedades.
- No menciona claramente las condiciones en que se prestan los servicios.
- Afirma o sugiere que controlan el peso o la disminución corporal.
- Supone propiedades saludables, ingredientes o componentes de reducción de riesgo de enfermedades e indica propiedades terapéuticas, rehabilitantes o preventivas.

Algunas frases utilizadas en dicha publicidad son las siguientes:

- Avalado por o recomendado por la Asociación o Sociedad o Colegio Mexicano de...
- Te llena de energía para ganar.
- "Sin grasa y sin azúcar que no engorda, y como tiene mucha fibra me ayudó a ir al baño desde los primeros días".
- Precios sujetos a cambios sin previo aviso.
- Los precios no incluyen IVA, TUA, gastos por combustible, etc.
- Boletos a \$1.00 más impuestos.

En este contexto, en 2007 se monitorearon más de 1,300 anuncios publicitarios, toda vez que Profeco hizo énfasis en impulsar acciones de regulación voluntaria por parte de compañías de telecomunicaciones, aerolíneas, psíquicos y adivinos, fabricantes de cereales, alimentos, productos para bebés y niños, productos de limpieza, filtros de agua, juguetes, medicamentos, pañales, ropa, calzado, productos eléctricos, productos de higiene personal y agua embotellada, entre otros, logrando que se firmaran 56 compromisos de corrección o suspensión de publicidad, cumpliéndose éstos al 100%.

5.6 MONITOREO DE TIENDAS VIRTUALES

Con el fin de evaluar el grado de cumplimiento al respeto a los derechos de los consumidores en transacciones efectuadas a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, se realizaron monitoreos a sitios de co-

Vigilancia del servicio que ofrecen todas las áreas comerciales.

mercio electrónico de empresas radicadas en México, las cuales se encuentran sujetas a la aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

De esta forma, durante 2007 se revisaron 220 tiendas virtuales, de las cuales 103 se determinaron confiables. Por otro lado, excluyendo aquellos sitios que suspendieron sus operaciones comerciales o ya no estuvieron en línea, el resto se clasificó de la siguiente manera:

No confiable para hacer compras en línea

No cuenta con seguridad en datos financieros o carece de domicilio físico y número telefónico. En esta categoría se identificó a 23 sitios.

Poco confiable para hacer compras en línea

Si bien cuenta con seguridad en datos financieros, no protegen los datos personales u omiten información al consumidor. En este grupo se encontraron 76 sitios.

protección

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



6.1 EL CONSUMO INTELIGENTE

Profeco considera hoy al consumidor como protagonista de un entorno económico complejo y parte de un proceso de globalización que rompe fronteras y deja sin efecto acciones proteccionistas.

**Educar para
prevenir**

La promoción de los derechos del consumidor y el fomento de un consumo inteligente buscan, concretamente, aportar elementos para que distintos segmentos de la población estén conscientes de que en materia de consumo tienen derecho a estar informados, a recibir educación, a elegir libremente, a la seguridad y a la calidad, a no ser discriminado, a la compensación y a la protección.

La formación de consumidores inteligentes significa aportar elementos para que éstos, de cualquier edad y segmento social, dejen de ser rehenes de un consumo automático e irreflexivo.

Profeco busca que los individuos puedan mejorar su calidad de vida mediante un consumo consciente, informado, crítico, saludable, sustentable, solidario y, de ser posible, organizado y activo.

Un consumidor que es consciente de su poder, de sus derechos y obligaciones, que sabe lo que necesita, lo exige y asume las consecuencias de su modo de consumir, es un consumidor inteligente.

Éste compara calidad y precio, piensa en invertir antes que en gastar, valorando qué tanto sus elecciones de consumo satisfacen sus necesidades reales y los beneficios que traerán a su vida, a su familia y a su comunidad.

Considera también los efectos de su consumo en los demás y prefiere productos artesanales o de proveedores socialmente responsables, con políticas laborales justas y procesos de producción limpios, es un consumidor inteligente.

Para que el consumidor tenga mejores elementos para tomar decisiones de consumo que satisfagan adecuadamente sus necesidades, se ha fortalecido el trabajo educativo de la Institución en dos vertientes: la educación para el consumo y la formación y la capacitación.

6.1.1 EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO

La primera vertiente, la educación para el consumo, es un elemento fundamental para un desarrollo humano y sustentable, ya que representa un compromiso colectivo que orienta los programas y los proyectos institucionales.

Profeco contribuye al desarrollo de una educación pertinente y de calidad para todos, partiendo de que todas las personas, en su condición de seres humanos, tienen derecho a beneficiarse de una formación adecuada a sus necesidades.

La educación no concibe al mexicano como un ente homogéneo. Reconoce y valora la diversidad sociocultural y los distintos niveles de desarrollo, así como las prioridades locales de mejora sustentable de la calidad de vida por medio del consumo.

Al promover el fortalecimiento del poder del consumidor, la educación para el consumo busca incidir en la formación de una ciudadanía participativa y responsable, que satisfaga sus necesidades de manera consciente invirtiendo –y no gastando– para así elevar su calidad de vida.

La formación de un consumidor inteligente, consciente y libre de elegir frente a un entorno económico complejo, variado y globalizado, requiere la facilitación de procesos personales y colectivos de “empoderamiento”, el desarrollo de la conciencia y la adquisición de valores, conocimientos y habilidades útiles para detectar necesidades y oportunidades.

6.1.2 FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

La segunda vertiente que Profeco desarrolló en 2007 fue la relativa a programas de formación y capacitación –incluyendo un diplomado y varios cursos y talleres para la consolidación de conocimientos, conceptos y estrategias– en torno a los siguientes ejes temáticos que conforman el fenómeno del consumo:

- Consumo y consumidores
- Derechos del consumidor
- Consumidores organizados
- Consumo, medios de comunicación y publicidad
- Consumo y alimentación y salud
- Consumo sustentable

6.1.3 ESTUDIOS SOBRE CONSUMO

La Procuraduría Federal del Consumidor desarrolla diferentes herramientas que apoyan al consumidor en la toma de decisiones. En este sentido los resultados alcanzados durante 2007 estuvieron relacionados con los siguientes procesos:

Fomentamos, mediante la educación, un consumo consciente, informado, crítico, saludable, sustentable, solidario, organizado y activo.

Herramientas de comparación de precios

Quién es Quién en los precios

En el período comprendido de enero a diciembre del 2007 se recopilaron 13 millones 462 mil 138 precios de productos contenidos en los catálogos oficiales, generando un promedio semanal de 258 mil 887 precios. De este total, el 43.4% corresponden a la Ciudad de México y al área metropolitana y el resto a 25 ciudades en donde opera el programa.

Para llevar a cabo el levantamiento, de forma semanal se visitaron en promedio 404 supermercados, 128 mercados y pescaderías, 183 farmacias, 169 papelerías, 177 tiendas especializadas en electrodomésticos y tiendas departamentales en 26 ciudades del país.

El sitio de Profeco pone a disposición de los consumidores la Canasta Inteligente, la cual permite elaborar diferentes canastas –es decir, listas de productos de interés– que el consumidor puede guardar y retomar en cualquier momento, para así conocer el costo total de la misma e identificar el establecimiento donde se obtiene el mejor precio. Durante 2007 se registraron 8 mil 505 nuevos suscriptores de la Canasta Inteligente, llegando a un total acumulado a fin de año de 12 mil 637 usuarios.

Asimismo, el programa Quién es Quién en los precios recopila información adicional en fechas de alto consumo como cuaresma, regreso a clases y la temporada decembrina. De forma adicional se realizaron nueve levantamientos especiales de precios para productos sujetos a estudios de calidad por parte del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, mismos que fueron publicados en la Revista del Consumidor.

En el mes de septiembre dio inicio el monitoreo de precios de 30 medicamentos de patente, con el propósito de conocer el comportamiento comercial de los mismos.

Quién es Quién en el envío de dinero

Este programa difunde información que proporcionan empresas y bancos que otorgan el servicio de envío de dinero de Estados Unidos a México. Actualmente, el programa cubre nueve ciudades de EEUU y cuenta con información proporcionada por Banco de México con respecto a Transferencias Electrónicas de Fondos Internacionales (TEFI).

En 2007 se elaboraron 156 reportes con información semanal sobre el costo de enviar 300 dólares de EEUU a México, acumulando un total de 6 mil 912 precios correspondientes a 24 empresas.

En colaboración con la Comisión Nacional de los Derechos Humanos se elaboraron 80 mil dísticos Paisano: en el envío de dinero de EEUU a México la elección es tuya, de los cuales se distribuyeron 76 mil ejemplares en 19 Delegaciones, y los 4 mil restantes, en cinco puntos de venta de Diconsa.

productos

Quién es Quién en créditos a pagos fijos

Este programa monitorea el costo de financiamiento de crédito a pagos fijos en establecimientos comerciales. Esta información permite al consumidor comparar las condiciones de pago de productos y el Costo Anual Total (CAT) resultante de pagar a plazos aparatos electrodomésticos y de línea blanca que se comercializan bajo este esquema. De esta manera, el consumidor destina sus ingresos de forma más eficiente.

Durante 2007 se realizaron cinco levantamientos en 791 establecimientos en 22 ciudades del país, lo que se tradujo en la recopilación de 3 mil 357 precios, condiciones de pago y su costo total. La información correspondiente se publicó en el sitio de Profeco, actualizándose bimestralmente.

Boletín electrónico Brújula de compra

Este boletín presenta información de análisis de precios, estudios comparativos y artículos relacionados con el consumo; se elabora y envía cada segundo y cada cuarto lunes de mes vía correo electrónico a suscriptores.

Durante 2007 se publicaron 29 boletines más dos de carácter especial sobre finanzas personales y vacaciones de verano, que incluyeron 74 artículos. Un total de 8 mil 19 nuevos suscriptores se registraron durante el año, acumulando a finales de diciembre un total de 16 mil 779.

Investigación sobre hábitos de consumo y sondeos estadísticos

Elaboración de encuestas y sondeos sobre hábitos de consumo

Durante el periodo de enero a diciembre del 2007 se diseñaron y aplicaron 47 encuestas y sondeos con un total de 14 mil 225 cuestionarios aplicados. El propósito de éstas fue conocer los hábitos de compra de los consumidores con respecto a diferentes temas de interés.

Conocer estos hábitos marca la pauta para poner énfasis a diversos artículos y notas sobre datos que permitan al consumidor realizar compras informadas.

Estos textos forman parte de los contenidos que se difunden en el boletín electrónico Brújula de Compra y en la Revista del Consumidor, que al ser retomados por medios de comunicación electrónicos y escritos llegan a un público más amplio, maximizando su impacto.

Encuesta sobre cultura de las reclamaciones y percepción de riesgos

En 2007 se llevó a cabo una encuesta sobre cultura de reclamaciones y percepción de riesgos. La empresa encargada de realizarla reportó el levantamiento

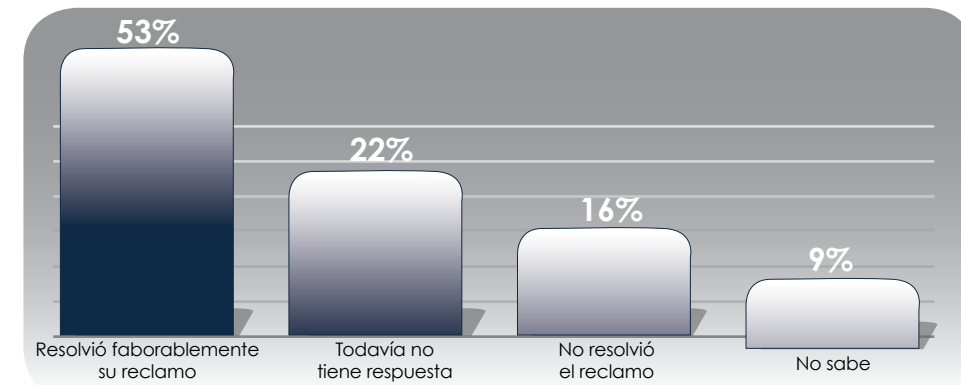
de 4 mil 546 cuestionarios en diversas ciudades seleccionadas. Los resultados obtenidos permitirán orientar las acciones de Profeco en dos campos: brindar servicios a quienes no acuden a la Institución a hacer valer sus derechos y disminuir la percepción de riesgo de los consumidores.

Si bien la encuesta se enfocó a conocer la opinión de los entrevistados sobre su actitud ante posibles reclamos a proveedores derivados de un mal servicio o producto, también fue posible inferir algunas posturas que muestran la opinión que la población consumidora tiene acerca de Profeco.

La información que los encuestados tienen sobre la solución de problemas es mayoritariamente positiva, como se muestra en la siguiente gráfica:

- Consumo y consumidores
- Derechos del consumidor
- Consumidores organizados
- Consumo, medios de comunicación y publicidad
- Consumo y alimentación y salud
- Consumo sustentable

Satisfacción del consumidor



Fuente: Consultores en Investigación y Comunicación S.C

De igual forma se realizó una serie de preguntas relacionadas con el conocimiento de diversos servicios de protección al consumidor a cargo de la Institución. Como se puede observar en la siguiente tabla, los entrevistados señalaron conocer, en su mayoría, el papel que Profeco juega en la defensa y protección de los consumidores del país:

Consideramos al consumidor como el protagonista del entorno económico, en el vive la necesidad de ejercer sus derechos.

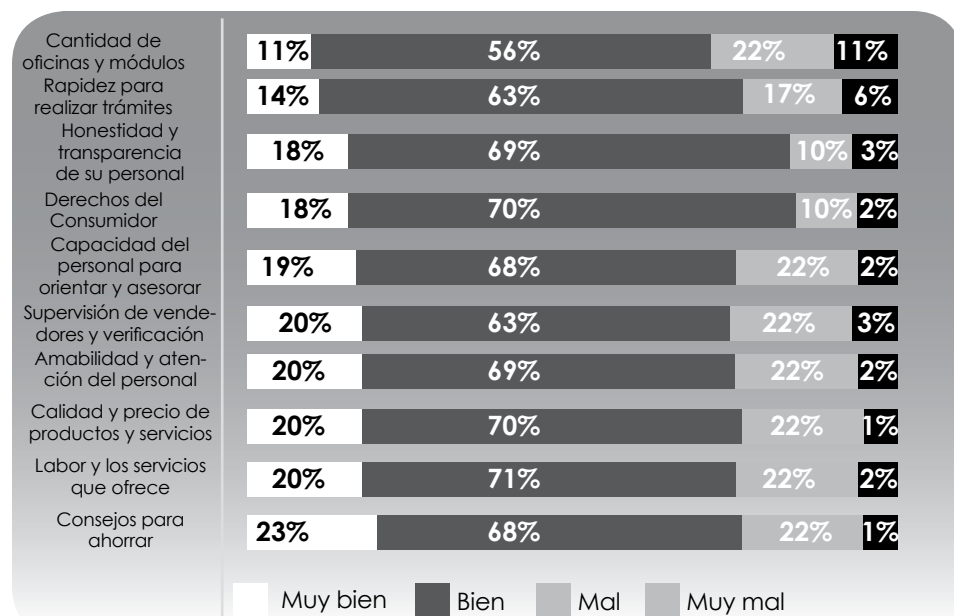
Pregunta	Principal respuesta
¿Sabía que en caso de que tuviera un problema con un vendedor de productos o servicios, Profeco le podría dar orientación o asesoría?	Sí sabía (74%)
¿Está enterado de que puede denunciar en Profeco abusos o malos productos y servicios telefónicamente o por correo electrónico, sin necesidad de realizar otro trámite?	Sí (56%)
¿Sabía que de no llegar a un acuerdo con un vendedor, puede poner una queja ante Profeco para que le resuelvan su problema y le reparen el daño?	Sí (73%)

A fin de contar con evaluaciones que permitieran conocer la opinión con respecto a los principales servicios ofrecidos por Profeco, se preguntó a las personas encuestadas:

“Por lo que ha escuchado, ¿cómo calificaría el desempeño de Profeco en los siguientes aspectos?”

En la gráfica se observa que las calificaciones asignadas a las opciones Muy bien y Bien son las predominantes. El rango de respuestas va de 91% para Información sobre consejos para ahorrar a 67% correspondiente a Cantidad de oficinas y módulos.

Satisfacción del consumidor



A la pregunta “En general, considerando una escala del 1 al 10, ¿Qué calificación le daría al trabajo que realiza Profeco?” se obtuvo una calificación promedio de 7.9.

6.2 EDUCACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES

El centro y razón de la educación para el consumo es la transformación de la persona, mediante un proceso constante en el que se van adquiriendo conocimientos, desarrollando habilidades y fortaleciendo valores que permiten al ciudadano decidir de manera consciente y responsable cómo habrá de satisfacer sus necesidades mediante el consumo, con el propósito de lograr una mejor calidad de vida.

Para difundir estos principios y fortalecer una cultura de consumo entre los ciudadanos, Profeco cuenta con 46 departamentos de Educación y Divulgación en sus Delegaciones y Subdelegaciones, donde existe una red de 131 educadores para el consumo que atienden de manera cotidiana a la población consumidora mediante la formación y desarrollo de 2 mil 122 organizaciones de consumidores.

Durante 2007 se observó un incremento de organizaciones de consumidores de 8.6% con respecto a 2006. Estas organizaciones están integradas por 66 mil 706 miembros, entre quienes se fomenta la concienciación y se incentiva la actitud crítica frente a actos de consumo; se les informan sobre los derechos del consumidor y se abordan asuntos como la alimentación, la salud, el medio ambiente y los medios de comunicación, fortaleciendo el trabajo en equipo, la organización grupal y la manifestación de ideas.

Durante 2007 se diseñaron doce carteles mensuales de “Educación para el Consumo”, con antologías y paquetes didácticos respectivos, buscando, en cada uno de ellos, fortalecer los ejes de educación con temas relativos a fechas de alto consumo. Durante el año se trabajó con mayor insistencia en la adecuación de los temas a las necesidades de la población.

Profeco continuó, en 2007, con la formación y capacitación de sus educadores. Para ello impartió el sexto diplomado de “Educación para el Consumo” en el Centro de Cooperación Regional para la Educación de Adultos en América Latina y el Caribe (CREFAL) en Pátzcuaro, Michoacán, a 18 participantes. Asimismo, se llevó a cabo el tercer “Encuentro Nacional de Promotores en Educación para el Consumo” donde se reunieron 73 promotores y jefes de departamento, fortaleciendo así la red de educadores para el consumo.

Durante 2007 se desarrollaron programas especiales como:

Tus derechos en el antro

La Delegación Profeco Puebla inició este programa, que se extendió posteriormente a todo el país, fomentando entre los jóvenes el reconocimiento de sus derechos para hacerlos valer. Se obtuvieron los siguientes resultados: 423 acuerdos de colaboración, 1,467 acciones de difusión con las que se atendieron a igual número de personas, se entregaron 139,011 tarjetas alusivas al programa y se llevaron a cabo 26 operativos en diversos “antros”.

Cuaresma 2007

Como cada año, se puso en marcha el programa de cuaresma que informó a la población sobre las diferentes maneras de observar esta tradición, aspectos a considerar al comprar pescados y mariscos, la vigilancia de básculas a efecto de que estuvieran bien calibradas y la insistencia en comparar precios para hacer mejores decisiones de compra.

Los resultados obtenidos fueron 2 mil 57 visitas a organizaciones de consumidores, donde se atendieron 56 mil 821 personas; 524 promociones llevadas a cabo, atendiendo a 16 mil 453 personas; mil 801 acciones de difusión puestas en marcha.

Programa Tortilla 2007

Ante la problemática del alza en el precio de la tortilla, Profeco desarrolló acciones precisas para orientar a los consumidores sobre la protección de sus derechos.

Los resultados obtenidos fueron 2 mil 170 visitas a organizaciones de consumidores, atendiendo a 57 mil 696 personas; mil 844 acciones de difusión llevadas a cabo.

Día mundial del consumidor

El 15 de marzo de cada año se celebra el Día Mundial del Consumidor y, con ese motivo, el 43% de las Delegaciones y Subdelegaciones llevaron a cabo actividades educativas tales como: la instalación de módulos de atención ciudadana, ruedas de prensa, distribución de folletos, encuentros con integrantes de organizaciones de consumidores, exposiciones de Tecnologías Domésticas y Platillos Sabios.

Además, en 2007 se llevó a cabo una mesa de trabajo con proveedores de servicios de telefonía donde el propósito fundamental fue la interlocución entre representantes de 13 asociaciones de consumidores y los proveedores de este servicio.

Ferias de regreso a clases 2007

Un apoyo a la economía doméstica de los consumidores son las "Ferias de regreso a clases", las cuales convocan a proveedores establecidos que ofrecen productos escolares para niños que inician el nuevo ciclo escolar. En 2007 se llevaron a cabo 66 ferias en todo el país, con la participación de 2 mil 70 proveedores y la afluencia de más de un millón de personas. En ellas se desarrollaron 161 talleres educativos que abordaron temas de nutrición, derechos del consumidor, ahorro de energía, confección de uniformes escolares y reutilización de útiles escolares.

Se ofrecieron 177 servicios adicionales tales como: exámenes de la vista, revisiones odontológicas, exámenes médicos y cortes de cabello.

Finalmente, cabe destacar que las Delegaciones y Subdelegaciones de Profeco desarrollaron mil 373 acciones de difusión relativas a las ferias de regreso a clase.

6.3 RADIO, TELEVISIÓN Y PUBLICACIONES

6.3.1 RADIO Y TELEVISIÓN

Profeco elaboró 52 programas de televisión con distintos temas en tres versiones: TV Revista del Consumidor, Platillo Sabio a domicilio y Reportajes especiales (nombrados según el tema). De igual manera, Profeco produjo 52 programas de radio semanales llamados El Cuarto del Consumo. Los programas de radio y televisión se transmiten en tiempos oficiales del Estado en las televisoras y radiodifusoras concesionadas del país.

6.3.2 LA REVISTA DEL CONSUMIDOR

La Revista del Consumidor es uno de los productos de Profeco con mayor reconocimiento social. En 2007 cumplió 31 años de historia ininterrumpida.

En ese año, el tiraje total de la Revista del Consumidor fue de 720 mil ejemplares que se distribuyeron en puestos de periódicos (a través de la Unión de Voceadores) y en locales cerrados (a través de Distribuidora Intermex). Asimismo, una parte del tiraje se envió a suscriptores y otra más a Delegaciones Profeco.

Además de la Revista del Consumidor, Profeco elaboró folletos, guías y libros. Los productos –que se distribuyen en Delegaciones y en puntos específicos elegidos pensando en el público objetivo de cada uno–, son los siguientes:

6.3.3 EL MANDADO

Se trata de un periódico-revista mensual que, en 2007, tuvo un tiraje de 35 mil ejemplares. En él se vierten los contenidos más apropiados para un público de menores ingresos, tomados en su mayor parte de la Revista del Consumidor. El Mandado se distribuyó a través de las Delegaciones metropolitanas a lo largo del año.

6.3.4 FOLLETOS

Son herramientas prácticas y accesibles que sirven para acercar a los consumidores a distintos aspectos del trabajo de Profeco. Durante 2007 se elaboraron folletos, guías, carteles, dípticos y trípticos con los siguientes temas: prevención de trampas en Internet, los siete pasos del consumo inteligente, ¿Qué es Profeco?, derechos en telefonía, tiempos compartidos, remesas, Consejo Consultivo del Consumo, prevención y acciones en desastres naturales, derechos en las escuelas particulares, derechos en el consumo de gas, lista oficial de útiles escolares, ahorro de energía eléctrica, información sobre cómo comprar una casa, información sobre el RPC para consumidores y proveedores e información relevante para los peregrinos que visitan a la Virgen de Guadalupe el 12 de diciembre.

fortaleza

6.3.5 LIBROS

Además de materiales gratuitos, se elaboraron durante 2007 tres libros, iniciando de esta manera tres nuevas colecciones para Profeco y regresando a una tradición editorial importante.

Dichos libros son:

Primeros auxilios para el planeta azul – Colección Pequeños Consumidores

Para que los niños se familiaricen de forma efectiva con la conservación del ambiente, se recopiló material dirigido a ellos y se trabajó en profundidad, ilustrándolo profusamente. El resultado es un libro de alta calidad, bien cuidado, que hace hincapié en la forma en que los niños pueden incidir en el ambiente con sus hábitos de consumo.

Confitería y postres – Colección Tecnologías Domésticas Profeco

¿Cómo se hace una mermelada? ¿Cuál es el misterio que convierte a la leche en chongos zamoranos? Con información revisada, verificada y probada, los especialistas de Profeco elaboraron un libro que lleva a los hogares la posibilidad de disfrutar de los mejores postres y la más rica confitería. Desde caramelos macizos hasta calaveritas de azúcar, en este libro el lector encuentra la respuesta a sus dudas de repostería y la clave para realizarlas en su propio hogar.

Hacia una cultura de consumo inteligente – Colección Pensar el Consumo

Es fundamental que se discutan los temas de consumo de forma seria y profunda en los foros adecuados. Para lograrlo, Profeco consideró imprescindible iniciar la discusión: ¿Qué es el consumo?, ¿cuál es el camino que deben seguir las políticas en este sentido?, ¿qué es lo que debemos esperar como ciudadanos y cuáles son nuestras responsabilidades? Una tentativa de respuesta –que abre las puertas a un tema amplio y complejo y que concierne a todos– se ensaya en este primer ejemplar de una colección creada para el debate de ideas sobre consumo.

6.4 FOMENTO DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES, VINCULACIÓN Y CONSEJO CONSULTIVO

Para Profeco fomentar un movimiento de consumidores independiente y reforzar la vinculación con organizaciones sociales constituidas ha permanecido como una tarea en constante desarrollo y como una de sus principales áreas de oportunidad para formar consumidores conscientes, informados y responsables.

6.4.1 FOMENTO A ASOCIACIONES

En 2007 Profeco formalizó la voz de los consumidores a través de asociaciones, a las que ha impulsado y apoyado para su formalización. En el período que se

informa, Profeco mantuvo relación con 21 asociaciones cuyo objetivo principal es el consumo.

En este ejercicio, con el fin de fomentar la formación de asociaciones, se realizó un total de 117 acciones con los siguientes fines: capacitación u orientación –personalizada o en grupo– a fin de conformar o fortalecer asociaciones de consumidores; preparación de estrategias ante diferentes escenarios públicos; asesorías para planear y/o desarrollar estrategias de consumo inteligente o eventos ciudadanos en materia de consumo; y atención a solicitudes sobre problemas de consumidores o temas específicos de asociacionismo para el consumo.

Entre las vertientes que han motivado a la sociedad civil a participar en los problemas de consumo del país se encuentran: la seguridad en el consumo de bienes y servicios –alimentos, telefonía, energéticos–, la protección colectiva de los derechos de los consumidores y la posibilidad de participar en la normalización de bienes y servicios y en las políticas que atañen al consumo responsable. Durante el 2007 Profeco, junto con las asociaciones, invitó a sociedad a participar en el proceso de definición de la Norma Internacional ISO 26000 RS (que emitirá lineamientos materia de Responsabilidad Social), realizando tres foros –en la Ciudad de México, Puebla y Cuernavaca– con la finalidad de integrar las propuestas de los ciudadanos sobre el tema; en estos foros participaron alrededor de 250 consumidores.

Para el fortalecimiento del quehacer y el diálogo entre las asociaciones y las instituciones gubernamentales, en el mes de noviembre, El Poder de los Consumidores A.C., asociación de consumidores mexicana, impartió un taller a los funcionarios de Profeco de nivel central y a las Delegaciones Profeco de la zona metropolitana sobre el tema “Los hábitos del consumo y la pandemia de la obesidad”.

Conjuntamente con Al Consumidor, A.C. y el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), Profeco participó en la realización del Congreso Internacional “El acceso a la justicia para los consumidores a través de acciones colectivas”.

Es importante mencionar que durante 2007, los temas de asociacionismo en materia de defensa de derechos de los consumidores y el consumo inteligente a través de los ciudadanos fueron objeto de disertación en diferentes foros de análisis, como la mesa redonda denominada “Inocuidad Alimentaria en México: retos y perspectivas ante el mundo global”. Este foro se desarrolló en el marco del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá y fue organizado por la Fundación México-Estados Unidos para la Ciencia, junto con la Universidad de Texas A&M, teniendo sede en la Ciudad de México.

En dicho foro 30 representantes del sector alimentario (privado, académico, gubernamental y de la sociedad civil) dialogaron sobre las acciones que deben llevarse a cabo para contribuir a la salud de la población y la competitividad de las empresas productoras de alimentos, desde la perspectiva de los consumidores.

proyectos

6.4.2 VINCULACIÓN CON ORGANIZACIONES SOCIALES

La vinculación con organizaciones sociales ha permitido generar políticas de atención a los ciudadanos sobre sus diferentes expresiones e integrar su participación al movimiento de consumidores organizados. En 2007 se atendió a mil 160 organizaciones sociales entre las que se encuentran, de manera destacada, sindicatos de trabajadores del Estado y de empresas privadas.

Como parte de estas políticas de atención a las organizaciones sociales se desarrolló el foro "La protección del salario a través de la educación y la organización para el consumo", dirigido a organizaciones sindicales. Participaron agremiados de 30 sindicatos nacionales, funcionarios públicos de Profeco, Fonacot, Conampros y representantes del ámbito laboral.

De manera permanente, se continuó formando a las organizaciones sociales para el desarrollo de actividades sobre la protección de los derechos del consumidor y la educación para el consumo inteligente, destacando la participación de la Institución en las siguientes actividades:

- "Expoinformación para los trabajadores", convocada por la Confederación de Trabajadores de México en el marco de su CXXIX Consejo Nacional, con la asistencia de 1,500 representantes sindicales de todo el país.
- Tres sesiones de formación en el tema "Lectura correcta de recibos de luz" con 150 delegados sindicales de la Unión Nacional de Trabajadores de la Industria Alimenticia, Refresquera, Turística, Hotelera y Gastronómica de la CROC.
- El quehacer de Profeco fue difundido en las asambleas de la Federación de Trabajadores del Estado de Coahuila y del Sindicato Industrial de Trabajadores en Plantas Maquiladoras del municipio de Matamoros. Estas reuniones convocaron a aproximadamente 1,500 trabajadores.
- En atención a organizaciones de personas con discapacidad se participó en el "Grupo de trabajo de rehabilitación laboral, capacitación y empleo" del Consejo Promotor para la Integración del Desarrollo de las Personas con Discapacidad, del Gobierno de la Ciudad de México.

6.4.3 CONSEJO CONSULTIVO DEL CONSUMO

En 2007 el Consejo Consultivo del Consumo –integrado por ciudadanos expertos en consumo, académicos y representantes de asociaciones de consumidores y organismos sociales– se consolidó como un espacio de discusión y análisis de los temas prioritarios para los consumidores, como el incremento a los precios de la tortilla y la educación para el consumo inteligente, especialmente en la preservación del medio ambiente.

En el mes de octubre, conforme al Acuerdo de Creación del Consejo Consultivo del Consumo (publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de abril de 2005) se renovó su composición para el período 2007-2009. Derivado de este proceso se fortaleció la presencia en el Consejo de los consumidores organizados.

7.1 ACCIONES DE GRUPO

Con las reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor que entraron en vigor en mayo de 2004, se modificó, entre otras disposiciones, el artículo 26, el cual se refiere a la acción colectiva o de grupo. Este precepto confiere legitimación procesal activa a la Procuraduría Federal del Consumidor, para que, en representación de una colectividad de consumidores, promueva acciones ante las instancias judiciales competentes a fin de que dicten sentencias que declaren que uno o más proveedores con su conducta han ocasionado daños y perjuicios a dichas personas y que, en consecuencia, procede la reparación correspondiente, o bien, mandamientos para impedir, suspender o modificar la realización de conductas que ocasionen daños y perjuicios a consumidores o que previsiblemente puedan ocasionarlos.

Con la reforma mencionada la Institución puede llevar a cabo esta representación sin necesidad de un mandato otorgado por parte de los consumidores, además de que, en la vía incidental, puede promover en nombre de éstos el pago de los daños y perjuicios con base en la sentencia correspondiente.

Así, durante 2007, se constituyó un avance importante en la defensa de los derechos del consumidor, al promover la Procuraduría Federal del Consumidor, por vez primera en su historia y en la del sistema judicial mexicano, dos acciones de grupo. La primera de ellas, en abril, en contra de la empresa "Air Madrid, Líneas Aéreas, S.A.", con base en 342 quejas que se radicaron durante los meses de diciembre de 2006 y enero de 2007, por incumplimiento del contrato de transporte aéreo de personas y de la cual el proveedor fue notificado y emplazado en la ciudad de Madrid, España.

La segunda fue interpuesta en el mes de julio en contra de la empresa "Líneas Aéreas Azteca, S.A. de C.V.", tomando en consideración 620 quejas que se recibieron en los meses de marzo y abril, también por incumplimiento del contrato de transporte aéreo de personas. En este caso, el 28 de diciembre se emitió la sentencia correspondiente declarándose la procedencia de la acción ejercitada, así como que se ocasionaron daños y perjuicios en contra de los consumidores afectados. Cabe señalar que esta sentencia fue recurrida, con objeto de precisar sus alcances y las cantidades que deben considerarse para el resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados.

7.2 OBSERVACIONES A LA REFORMA LFPC 2007

El 26 de abril de 2007 la Cámara de Senadores, en su carácter de cámara revisora, aprobó el decreto por el que se reformaron y adicionaron diversas disposicio-

**Todas las voces,
un rostro**

nes de la Ley Federal de Protección al Consumidor, especialmente en lo referente a medidas precautorias, publicidad y operaciones inmobiliarias. Sin embargo, al considerar que algunas de esas modificaciones afectaban derechos adquiridos previamente por los consumidores, Profeco, por conducto de la Secretaría de Economía, informó lo conducente al Ejecutivo Federal, quien formuló observaciones al mencionado decreto en los rubros indicados, mismas que fueron presentadas el 1 de septiembre ante la Cámara de Diputados y que se encuentran pendientes de dictamen legislativo.

7.3 APOYO LEGAL

Por otra parte, durante 2007, la Institución refrendó su compromiso de cumplir cabalmente con las disposiciones legales que son aplicables a sus actos de autoridad. Sin embargo, ante las impugnaciones presentadas por los particulares en contra de algunas de sus resoluciones, se llevó la defensa correspondiente ante las instancias jurisdiccionales competentes. Asimismo, se mantiene una constante comunicación con las unidades administrativas que emiten dichos actos, dándoles a conocer los agravios que se hacen valer al momento de impugnarlos, así como los criterios que sostienen los tribunales al emitir las sentencias respectivas, a fin de que los actos en cuestión se apeguen a estricto derecho.

De igual modo, Profeco ha procurado dotar a sus unidades administrativas de los elementos que les permitan ajustar su actuación a las disposiciones constitucionales y legales, así como a los criterios de los diversos tribunales. En tal virtud, por considerarla una herramienta de trabajo fundamental para un mejor y más ágil desempeño de las atribuciones que la ley tiene encomendadas a la Institución, se llevó a cabo una importante tarea de recopilación y difusión de las tesis emitidas por la Suprema Corte de Justicia y los Tribunales Colegiados de Circuito, relacionados con la aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor y las atribuciones de Profeco.

Por otro lado, cabe señalar que, a través del área jurídica, se otorgaron 155 asesorías y orientaciones, en atención a consultas de proveedores y consumidores, así como de diversas unidades administrativas de la Institución, con lo que se coadyuvó al cumplimiento de la normatividad en materia de protección al consumidor o bien, en los casos que no eran de su competencia, Profeco proporcionó la orientación correspondiente.

7.4 CONTRADICCIÓN DE TESIS

El 4 de julio de 2007 se denunció ante la Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación la contradicción de tesis existente entre el Tercer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Cuarto Circuito y el Segundo Tribunal Colegiado en Materias Penal y Administrativa del Vigésimo Primer Circuito, a fin de que se definiera el criterio que debía prevalecer en cuanto a la aplicación supletoria de la figura jurídica de la caducidad prevista en el artículo 60 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, ya que el primero de los tribunales mencionados consideraba que sí era aplicable dicha figura, en tanto que el segundo estimaba lo contrario, por no estar contemplada expresamente en la ley a suplir.

La Procuraduría Federal del Consumidor obtiene la legitimación procesal activa.

Lo anterior resultaba trascendente en virtud de que esta figura jurídica incide en los procedimientos administrativos por infracciones a la ley que lleva a cabo esta Institución y, por tanto, era necesario que se definiera por la Suprema Corte el criterio que debería prevalecer. El 26 de septiembre de 2007 la Segunda Sala resolvió la contradicción de tesis denunciada, estableciendo que la citada figura jurídica sí aplica a los procedimientos por infracciones a la ley que se sustancian en esta Institución, cuestión que debe observarse y que permitirá que las resoluciones que emite la Procuraduría Federal del Consumidor tengan mayor eficacia.

7.5 CONVENIOS Y CONTRATOS

La coordinación y colaboración con las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, los gobiernos estatales y municipales y las instituciones de educación superior, así como con organizaciones internacionales u órganos gubernamentales extranjeros, han tenido un papel relevante en la promoción, protección y defensa de los derechos de los consumidores, así como en la educación para el consumo. Con motivo de ello, el área jurídica dictaminó 284 proyectos de convenios y revisó y opinó sobre diversos documentos de índole internacional, al tiempo que elaboró acuerdos de carácter bilateral como los suscritos con los gobiernos de la República de Guatemala y de la República Federativa de Brasil.

Por otra parte, con el propósito de contar con apoyos necesarios que permitieran a la Institución llevar a cabo de la mejor manera sus atribuciones, se realizó la adquisición de bienes, la contratación de servicios y el arrendamiento de bienes muebles e inmuebles a través de la celebración de diversos contratos, por lo cual y con el propósito de que estos instrumentos jurídicos cumplieran con las disposiciones legales y normativas que los rigen, el área jurídica efectuó la revisión y dictamen de 238 proyectos.

7.6 DERECHOS HUMANOS

Profeco mantiene su compromiso al respeto irrestricto a los derechos humanos, así durante 2007 se atendieron 94 solicitudes de información de la Comisión Nacional de Derechos Humanos, motivadas por quejas presentadas por consumidores y proveedores ante ese organismo contra servidores públicos de Profeco. De este número de quejas, en 68 la Comisión Nacional no encontró elementos que permitieran determinar alguna violación a los derechos humanos, quedando 26, al mes de diciembre, pendientes de resolución.

7.7 ENLACE LEGISLATIVO

Durante 2007 Profeco atendió las consultas de opinión de 24 iniciativas, 23 puntos de acuerdo, siete decretos, un exhorto y un dictamen, procedentes del Poder Legislativo de la Federación, así como de algunas legislaturas estatales.

La institución puede promover acciones judiciales en contra de proveedores, que afecten a una colectividad de consumidores, sin la necesidad de un mandato otorgado por ellos.

motivos

A la luz de los grandes problemas que enfrentan los consumidores tanto en nuestro país como en el resto del mundo, resultado de la globalización y el ineludible crecimiento del comercio electrónico, el Gobierno de México, a través de Profeco, ha llevado a cabo una incesante labor de cooperación con diferentes actores extranjeros, con miras a fortalecer la capacidad de acción de nuestra Institución en beneficio de la protección de los consumidores.

8.1 ÁMBITO MULTILATERAL

En el ámbito multilateral Profeco ha participado activamente en la elaboración de políticas públicas de protección al consumidor, permitiendo con ello coadyuvar en la defensa de los intereses y derechos de los consumidores. En este rubro se atendieron las 73 y 74 sesiones del Comité de Políticas del Consumidor (CCP, por sus siglas en inglés), de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), celebradas en París, Francia, en los meses de abril y octubre de 2007, respectivamente.

Profeco participó en las negociaciones internacionales para la elaboración de la "Recomendación de la OCDE sobre Resolución de Disputas y Resarcimiento a los Consumidores" en el marco de sus trabajos en el CCP de la OCDE. Asimismo, y como un mecanismo para lograr la adecuada difusión de este documento entre diversos actores mexicanos y otros en Latinoamérica, Profeco, en estrecha colaboración con la OCDE, realizó la traducción oficial al idioma español de la recomendación señalada, la cual expone los principios comunes para los países de la citada organización sobre los mecanismos para la resolución de disputas y la obtención de resarcimiento por daño económico a los consumidores que resulte de transacciones con proveedores de bienes o servicios, incluyendo transacciones transfronterizas. Este documento fue adoptado en julio de 2007.

Profeco también participó en las reuniones semestrales de la Red Internacional de Protección al Consumidor y Aplicación de la Ley (ICPEN, por sus siglas en inglés) celebradas en Cracovia, Polonia (abril de 2007) y Santiago de Chile (noviembre de 2007).

Como parte de sus trabajos en ICPEN, Profeco instrumentó los proyectos internacionales "Febrero: Mes de la Prevención del Fraude" y "Sweep Days 2007". Ambos buscaron combatir prácticas comerciales abusivas y engañosas en Internet y dotar a los consumidores de información para evitar ser víctimas de estos fraudes.

Por otra parte, dentro de los trabajos que lleva a cabo Profeco en el marco del Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC), se celebró en México, en junio de 2007, la segunda reunión del Grupo de Trabajo sobre los Derechos Básicos de los Usuarios de Servicios de Telefonía, que tuvo como objetivo promover los derechos de los consumidores en el sector de las telecomunicaciones. En dicha ocasión, se adoptó el "Compromiso de las Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor sobre los Derechos Básicos de los Usuarios de Servicios de Telefonía". Los países participantes fueron Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, El Salvador, España, Guatemala y República Dominicana.

Profeco participó activamente en el Primer Foro FIAGC que se llevó a cabo en Lima, Perú, en septiembre de 2007. Puede destacarse que, además de la adopción de la Declaración de Lima, Profeco obtuvo la presidencia pro tempore del citado foro para el período 2008-2009. Cabe señalar que, en dicha ocasión, Profeco presentó a los miembros del FIAGC el sitio web oficial de dicho foro (www.fiagc.org), mismo que fue diseñado e instrumentado por la Institución para beneficio del mismo.

8.2 ÁMBITO BILATERAL

En el ámbito bilateral, Profeco busca mantener estrechos lazos de cooperación bilateral con las autoridades de protección al consumidor de diversas zonas geográficas que abarcan América Latina, América del Norte, Centroamérica, Europa Occidental y algunas economías de Asia, África y Australia.

Durante 2007 Profeco recibió visitas de trabajo por parte de autoridades de protección al consumidor de países como Brasil, Costa Rica, El Salvador, España, Guatemala, Panamá y República Dominicana.

Finalmente, Profeco suscribió, en abril y agosto de 2007, respectivamente, dos "Memoranda de Entendimiento para la Asistencia Mutua en materia de Protección al Consumidor" con las autoridades del consumidor de Guatemala y Brasil.



Profeco reafirmó su compromiso de continuar colaborando con otras instituciones en el ámbito internacional con el objeto de adoptar mejores prácticas fuera de nuestras fronteras en beneficio de la sociedad.

8.3 PROTLCUEM

En el marco del Proyecto de Facilitación del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (PROTLCUEM) y con base en el Programa Operativo Anual II, Profeco llevó a cabo exitosamente 18 actividades durante 2007 con todas las áreas sustantivas de esta Institución.

Dichas actividades contemplaron capacitaciones y asistencias técnicas recibidas en la Ciudad de México, así como tres visitas de estudio de funcionarios de Profeco a instituciones de países miembros de la Unión Europea. Entre los temas que se abordaron a lo largo del año se encuentran: nuevas técnicas de protección al consumidor, legislación europea en materia de protección al consumidor, el trabajo de las asociaciones de consumidores y su fortalecimiento, nuevas técnicas de comercialización, técnicas de gestión de asociaciones, protección de datos personales, análisis de publicidad e información de productos, financiamiento de las actividades de las asociaciones de consumidores, diseño e instrumentación de una red de alerta temprana, entre otros.

Como resultado de lo anterior se ha logrado posicionar a esta Institución a nivel internacional como importante punto de referencia en el tema de la defensa de los derechos e intereses de los consumidores. Por ello, y ante los retos y compromisos de nuestro país en la consolidación de la democracia, la equidad y la igualdad, Profeco reafirma su compromiso de continuar colaborando en el ámbito internacional con el objeto de adoptar mejores prácticas fuera de nuestras fronteras en beneficio de la sociedad.

En el ámbito multilateral, Profeco ha colaborado en la elaboración de políticas públicas de protección al consumidor.

eficacia

9.1 ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

En Profeco se han atendido solicitudes de acceso a información como se muestra en la tabla siguiente:

**Metas claras,
un trabajo
transparente**

2003	201
2004	346
2005	414
2006	425
2007	644

Puede observarse que en 2007 hubo un aumento considerable en el número de solicitudes recibidas. Esta cifra muestra que el interés por la información de Profeco está aumentando de manera notoria, especialmente si se toma en cuenta que, durante 2006, la Institución hizo esfuerzos específicos para poner a disposición del público dos herramientas de acceso electrónico con información de temas que se habían destacado durante años anteriores: el comportamiento comercial de empresas y las verificaciones a gasolineras. Las solicitudes relacionadas con estos últimos temas han disminuido en número, pero han aumentado las que tienen que ver con el estado de los expedientes y asuntos específicos que se llevan en Profeco.

Los temas principales de las solicitudes de acceso a información en 2007 se distribuyeron de la manera siguiente:

Información sobre quejas o denuncias	21.2%
Consulta jurídica/marco jurídico	20.6%
Información sobre verificaciones	11.4%
Otros temas administrativos	10.7%
Información sobre otras instituciones	9.3%
Comportamiento comercial de empresas	7.7%

Temas principales de solicitudes en 2007

Presupuesto y su ejercicio	3.3%
Información sobre precios e históricos	2.9%
Multas y sanciones impuestas a empresas	2.6%
Análisis del Laboratorio Nacional	2.5%
Información general sobre Profeco	2.3%
Información sobre la Unidad de Enlace	2.0%
Otros	3.7%

La Profeco ha atendido todas las solicitudes de acceso a la información.

En materia de organización de archivos y con el propósito de dar cumplimiento a lo estipulado por los Lineamientos Generales para la Organización y Conservación de los Archivos de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal (DOF del 20 de febrero de 2004), Profeco ha implementado desde inicios de ese año diversas acciones, entre las que cabe destacar las siguientes:

- Creación de la Coordinación de Archivos para concentrar todo lo relativo a la organización y administración de los documentos de la Institución.
- Apoyo en materia de archivos al Comité de Información y asesoría sobre el particular a las distintas unidades administrativas.
- Depuración de los archivos de trámite de las distintas unidades administrativas y del archivo de concentración.

Con estas acciones se busca además fortalecer el proceso de atención de solicitudes de información pública, dado que un archivo organizado asegura el acceso expedito a la información relevante.

Entre los principales logros alcanzados se encuentran:

- Emisión de la normatividad aplicable y de los instrumentos de consulta y control archivístico necesarios.
- Capacitación a los responsables de los archivos de trámite de la Institución y personal en general; aproximadamente 300 personas en todo el país, entre 2006 y 2007.
- Revisión y diagnóstico de los archivos de la mayoría de las Delegaciones y Subdelegaciones de Profeco; emisión de recomendaciones de acciones de mejora.
- Aplicación de los procedimientos de baja documental señalados por el Archivo General de la Nación.

9.2 PROGRAMA DE TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

El Programa de Transparencia y Rendición de Cuentas (PTRC) de Profeco para el período 2007 quedó constituido en siete temas: participación ciudadana, blindaje electoral, seguimiento a convenciones internacionales, convenio en contra de la discriminación, mejora de las páginas web de las instituciones de la Administración Pública Federal, normas generales de control interno y reducción de riesgos de corrupción y análisis de índices.

En el año que se informa, la Procuraduría Federal del Consumidor alcanzó una calificación de 9.9 en el Indicador de Seguimiento de Transparencia (IST), logrando un nivel sobresaliente considerando que la meta máxima establecida fue de 10.

9.3 CARTA COMPROMISO AL CIUDADANO

La Carta Compromiso al Ciudadano (CCC) es una herramienta implementada por la Secretaría de la Función Pública con el fin de transparentar hacia los ciudadanos los servicios que proporciona la Administración Pública Federal, en tanto que las dependencias públicas comprometen ciertos atributos en la prestación de sus servicios. Por tal motivo, Profeco suscribió la CCC denominada "Asesoría jurídica telefónica y personal", mediante la cual se comprometió a brindar sus servicios de asesoría jurídica a los consumidores vía telefónica (Teléfono del Consumidor) o presencial (en el CIS) cuidando los atributos de oportunidad, confiabilidad, honestidad y amabilidad.

En seguimiento al cumplimiento de dichas cartas, la Secretaría de la Función Pública implementa monitoreos ciudadanos, mediante los cuales diversas organizaciones de la sociedad civil –tales como universidades, cámaras empresariales u otras– realizaron acciones de auditoría a fin de vigilar que las dependencias cumplieran con los atributos comprometidos. En 2007 correspondió a la Cámara Nacional de la Industria del Vestido la verificación de cumplimiento de esta Institución, obteniéndose excelentes resultados, ya que en su reporte final dicha cámara otorgó una calificación de 10 a cada uno de los atributos comprometidos.

La Profeco ha implementado acciones para garantizar la transparencia y la rendición de cuentas como: la creación de una coordinación de archivos y la depuración de los documentos de trámite de las distintas unidades administrativas.

compromiso

10.1 PROGRAMA DE AHORRO 2007

De conformidad con las medidas de austeridad y disciplina del gasto establecidas por la Presidencia de la República, en el ejercicio fiscal 2007 Profeco llevó a cabo acciones para reducir en un 10% los sueldos y salarios de personal de mando superior, un 2% en el presupuesto de servicios personales (distintos a los sueldos de mandos superiores) y un 5% en el gasto corriente de la Institución, así como el no incremento a sueldos de los servidores públicos de mando.

Adicionalmente, al cierre de 2007 se alcanzaron ahorros por 2 millones 462 mil pesos, que fueron reorientados a programas prioritarios de la Institución.

10.2 RECURSOS HUMANOS

La principal fortaleza de las instituciones públicas son sus recursos humanos, por ello el 15 de marzo de 2007 fue publicado en el Diario Oficial de la Federación, el "Acuerdo por el que se establecen los lineamientos de evaluación de confianza en la Procuraduría Federal del Consumidor", el cual es un mecanismo de control para el ingreso de los servidores públicos, lo que permitió contar con funcionarios confiables y capacitados.

Con el propósito de impulsar el desarrollo de capacidades individuales y la profesionalización de sus trabajadores, así como de mantener un proceso sistemático de capacitación del personal acorde a las necesidades de modernización de la Administración Pública Federal, y de la calidad en los servicios que demanda la sociedad, se impartieron un total de 205 cursos, con una cobertura de 3,526 participantes.

Mediante la adaptación de espacios para proporcionar la formación en un ambiente digno y adecuado para el personal, se creó el Centro de Capacitación y Desarrollo de Profeco (Cecadep).

Con la firma de un convenio con la Universidad de Colima para el uso de la plataforma tecnológica para capacitación a distancia e-learning, se espera que en 2008 se logre capacitar a un número mayor de servidores públicos de la Institución.

**Nuestros
recursos para
el desarrollo**

10.3 RECURSOS MATERIALES

Programa anual de adquisiciones, arrendamientos y servicios

Con el propósito de contar con los insumos y servicios necesarios para la adecuada operación de Profeco, durante el ejercicio 2007 se formalizaron contratos y pedidos por un monto total de 135.9 millones de pesos del Presupuesto Modificado Autorizado Anual.

En el mes de marzo se estableció el uso de medios remotos de comunicación electrónica en la recepción de las propuestas de licitaciones públicas ("licitaciones electrónicas"), lo que otorga total transparencia a los procesos licitatorios y reduce los costos de los mismos. Esto, permite contar con un mecanismo integral, transparente, auditable en todo momento y con una amplia difusión para la rendición de cuentas a la sociedad, ya que toda la información del proceso de contratación se presenta de manera exhaustiva.

En apego a las disposiciones de austeridad, a través de la figura de arrendamiento, Profeco atendió y resolvió la necesidad urgente de contar con los bienes muebles indispensables para fortalecer el logro de sus metas y objetivos institucionales. Así se consiguió dar un mejor servicio a la ciudadanía mediante contrataciones plurianuales, lo que resulta en mejores condiciones de precio y calidad en los servicios contratados.

10.4 PROTECCIÓN CIVIL

En apego a los lineamientos de protección civil establecidos por la Secretaría de Gobernación para las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, se elaboró el Programa Interno de Protección Civil Institucional. Por tal motivo, el 19 de septiembre de 2007 se dio cumplimiento al megasimulacro coordinado por la Secretaría de Protección Civil del Distrito Federal, participando todo el personal que labora en el edificio sede y en los inmuebles que ocupan las Delegaciones del área metropolitana.

Adicionalmente se fortaleció la plantilla de brigadistas voluntarios, a quienes se les impartieron cursos básicos en las especialidades de búsqueda y rescate, evacuación, primeros auxilios y prevención y combate de incendios.

10.5 SIMPLIFICACIÓN REGULATORIA

En 2007 Profeco obtuvo una calificación de 100% en la evaluación de la política de mejora regulatoria por la implementación de las herramientas de simplificación, realizada a través del portal de la Secretaría de la Función Pública.

Se actualizaron, emitieron y abrogaron 60 disposiciones normativas de las unidades responsables (UR), permitiendo el desahogo de observaciones y contribuyendo en la eficientización de los procesos. Al cierre de 2007 se cuentan 139 disposiciones normativas en la Normateca Interna.

Hemos establecido políticas de austeridad y disciplina en el gasto.

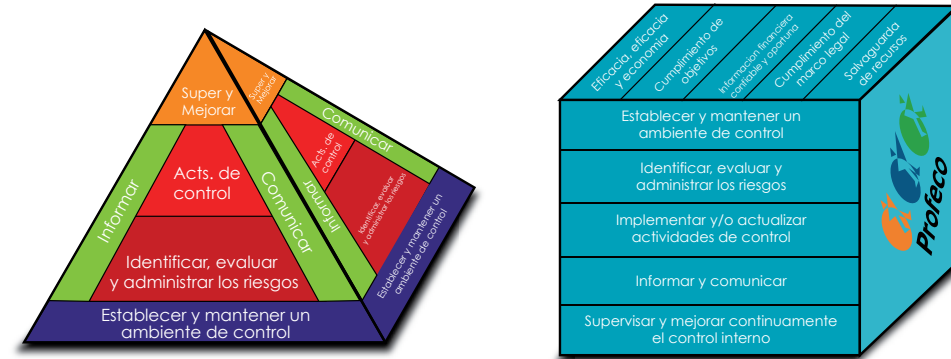


Imagen:
brigadistas

10.6 CONTROL INTERNO INSTITUCIONAL

Por acuerdo del C. Procurador Federal del Consumidor, el 6 de julio de 2007 se constituyó el Comité Institucional de Control Interno, cuyo objetivo es garantizar la implementación y favorecer el fortalecimiento del control interno institucional.

Durante el 2007 dicho comité trabajó en la aplicación de las Normas Generales de Control Interno determinadas en tal acuerdo. Para ello, elaboró y cumplió su programa 2007, llevando a cabo, entre otras actividades, talleres de trabajo con todas las áreas de la Institución. La conclusión de estas actividades permitió a Profeco identificar sus procesos y determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (análisis FODA) de los mismos. Se elaboró también un "Mapa de Riesgos Institucional" a fin de identificar, evaluar y jerarquizar los riesgos que pueden afectar el logro de nuestros objetivos.



Impulsamos el desarrollo de las capacidades individuales y la profesionalización de nuestra gente a través de procesos sistematizados de capacitación individual.

control

11. RETOS 2008

2007 fue un año que puso a prueba la fortaleza institucional de Profeco; el alza en los precios internacionales del maíz se convirtió en un problema que amenazaba seriamente con convertirse en crisis y que, gracias a la oportuna coordinación del gobierno federal y de diversos actores de la cadena maíz-tortilla, pudo mantenerse bajo control.

Aunado a esto, los fenómenos naturales que se presentaron en diversos estados de la República trajeron un importante desafío: continuar brindando servicios de calidad al tiempo que, de manera solidaria, se trabajaba con los consumidores afectados con el propósito de salvaguardar sus derechos. Hoy podemos decir que cumplimos nuestro trabajo con éxito; los logros alcanzados en el cumplimiento de nuestros objetivos durante 2007 son una fuente de orgullo para todos los que laboramos en Profeco.

Por ello, conscientes de que la consolidación de nuestros servicios debe ir acompañada de la innovación aportada por nuevos programas que brinden un mejor servicio a los consumidores, en 2008 Profeco da un paso más en la búsqueda de soluciones institucionales que garanticen el acceso de un mayor número de consumidores a los servicios que presta la Institución.

En materia de servicios, durante 2008 pondremos en marcha dos importantes programas: Procitel y Concilianet.

Iniciado como piloto a finales de 2007 –con excelentes resultados– el reto del 2008 para el Procitel es su implementación escalonada a nivel nacional, teniendo como prioridad la calidad de servicio, evaluada ésta en términos de aceptación y satisfacción de los usuarios.

Las innovaciones tecnológicas obligan a las instituciones públicas a buscar esquemas de atención que cubran las nuevas necesidades de la ciudadanía. En cumplimiento a esta obligación, nace el Concilianet.

Éste es un módulo de resolución de controversias a través de Internet que abarca desde la recepción de la queja hasta el fin del procedimiento conciliatorio, permitiendo la interacción en tiempo real entre consumidor, proveedor y autoridad de manera eficiente, transparente, segura, en cualquier momento y desde cualquier lugar. Constituye un instrumento vanguardista y confiable, basado en el uso de tecnologías de información y accesible vía Internet. Mediante Conci-

**Nuevos
horizontes**

lianet la ciudadanía tendrá a su disposición una nueva forma de atender los procedimientos conciliatorios. Este mecanismo permitirá reducir costos y tiempos, además de transparentar las actuaciones de las partes.

Durante el 2008 y los demás años que corresponden a esta Administración, Profeco seguirá impulsando la protección de los intereses y derechos colectivos de los consumidores, mediante la presentación de las acciones de grupo previstas en la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como a través de su participación en los procesos legislativos y de fortalecimiento de las asociaciones de consumidores que permitan una mayor y más eficaz defensa de los mismos en nuestro país.

En materia de verificación, nuestras acciones buscarán el fortalecimiento de nuestros programas que permitan llevar a cabo más visitas, ampliando la cobertura de sectores comerciales e interviniendo en los procesos de revisión y actualización del marco jurídico que regula nuestra actuación. Nuestra meta consiste en realizar 72,000 visitas a establecimientos comerciales y 12,000 a estaciones de servicio. Asimismo, verificaremos, al menos, 1,200 plantas de gas LP y 10,400 vehículos repartidores de cilindros de gas LP.

Por otra parte, y a fin de garantizar que los consumidores reciban las cantidades exactas de los productos por los que pagan, se intensificará tanto la verificación metrológica como el ajuste por calibración de los instrumentos de medición. En este sentido, se establecerá un programa de verificación inicial para asegurar que las básculas empleadas en las transacciones comerciales se encuentren debidamente calibradas.

En el mediano plazo, se diseñará y desarrollará un Padrón Nacional de Instrumentos de Medición, que comprenda tanto las acciones realizadas por Profeco como las de las Unidades de Verificación Acreditadas.

También reforzaremos el programa de atención de denuncias presentadas por los consumidores por prácticas abusivas que afecten sus derechos y su economía y ampliaremos la cobertura de la campaña "Exige precios a la vista y compara".

En materia de promoción de los derechos del consumidor y para fomentar una cultura de consumo inteligente, Profeco trabajará en segmentar los productos de difusión que elabora y dirigirlos a audiencias más específicas, con el propósito de impactar de una manera más efectiva en la sociedad. Un ejemplo de ello es El Mandado, cuyo tiraje se incrementará de 35 a 100 mil ejemplares mensuales, con contenidos específicos para públicos de menores ingresos por ser un material gratuito de distribución masiva. Entre sus canales de distribución cabe mencionar mercados, centrales de abasto y Delegaciones Profeco.

Para fortalecer la red de educadores para el consumo, Profeco iniciará actividades de capacitación a distancia con la implementación de un Diplomado en Educación para el Consumo y mejorando sustancialmente los materiales didácticos para promotores de educación para el consumo –tanto los de la red propia

*Puesta en
marcha de dos
nuevos
programas:
Procitel y
Concilianet.*

como los integrantes de organizaciones de consumidores que nos acompañan en el cumplimiento de nuestras tareas-, adecuando dichos materiales a fin de que respondan a las necesidades de la población requerida.

Por otra parte, se dará seguimiento y retroalimentación a las Delegaciones y Subdelegaciones del trabajo educativo y de divulgación que se desarrollan constantemente, mediante visitas de apoyo y evaluación, así como con reportes periódicos de valoración del trabajo realizado.

El fortalecimiento del movimiento de consumidores es sin duda un reto y una fuente de oportunidades para Profeco. Los ciudadanos son protagonistas en la dinámica del mercado: además de propiciar relaciones equitativas entre proveedores y consumidores facilitan la libre competencia, el sano desarrollo del mercado y las prácticas responsables con respecto al cuidado del medio ambiente. Para ello, se fortalecerán los ejes de educación para el consumo que se refieran a estos temas.

Sabemos perfectamente el tamaño del desafío. Pero estamos convencidos de que con el esfuerzo conjunto podremos continuar en el rumbo correcto y llevar a buen puerto esta institución que los consumidores nos han confiado.

*Seguiremos
impulsando la
protección de
los intereses y
derechos
colectivos
de los
consumidores.*

equitativo