Informe Anual 2013

PROFECO

PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR

Esta es la nueva Profeco,
la defensora del consumidor

Informe Anual
2013

PROFECO

PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR

ÍNDICE

Presentación 11

1. Alineación con los obejtivos del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018 y al Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018 (PRODEINN) 13

1.1. Misión 14
1.2. Visión 14
1.3. Objetivos 14
1.4. Valores 14

2. Servicios 16

2.1. Teléfono del consumidor 16
2.2. Módulo de asesoría, orientación e información 18
2.3. Procedimiento conciliatorio 18
2.4. Concilianet 19
2.5. Buró comercial 21
2.6. Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento 21
2.7. Registro Público de Consumidores (RPC) 23
2.8. Procedimiento por infracciones a la Ley (PIL) 24
2.9. Arbitraje 25
2.10. Dictamen 25

3. Verificación 27

3.1. Verificación y vigilancia 27
3.2. Verificación de combustibles liquidos y gas licuado de petróleo 39
3.3. Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor 47

4. Jurídico 52

4.1. Procesos de representación colectiva 52
4.2. Jurídico consultivo 54
4.3. Transparencia 57
4.4. Defensa de actos de autoridad 57
4.5. Profeco en el ámbito internacional 61

5. Educación y Divulgación 64

5.1. Difusión 64
5.2. Educación y organización de consumidores 67
5.3. Estudios sobre consumo 80

6. Nuestra Institución 92

6.1. Delegaciones 92
6.2. Planeación y evaluación 94
6.3. Comunicación social 100
6.4. Administración 104

Índice de tablas y gráficos

TABLAS

1 Numeralia del servicio de atención en la Profeco, 2012-2013 16
2 Numeralia del procedimiento conciliatorio 18
3 Numeralia del procedimiento conciliatorio por Conciliane 21
4 Sectores con mayor número de contratos registrados, 2013 22
5 Numeralia por publicidad engañosa 25
6 Numeralia por arbitraje 25
7 Numeralia por dictamen 26
8 Básculas calibradas de alto alcance 2013 31
9 Básculas verificadas de alto alcance 2013 31
10 Desglose de verificaciones por mes (estaciones de servicio) 41
11 Desglose de verificaciones por mes (plantas de gas L.P.) 44
12 Proporción de incumplimientos identificados en las visitas de verificación de Gas L.P. 44
13 Convenios, contratos y memorándum de entendimiento suscritos 55
14 Cuadro de clasificación de las demandas recibidas por vía juicio comparativo 2010 al 2013 59
15 Clasificación por sentido de las sentencias notificadas de enero a diciembre, comparativo 2012-2013 59
16 Demandas de amparo indirecto recibidas y resueltas en el período comprendido de enero a diciembre, comparativo 2012-2013 60

17 Demandas laborales recibidas y resueltas en el periodo comprendido de enero a diciembre comparativo 2012-2013 60
18 Denuncias penales recibidas y resueltas en el periodo comprendido de enero a diciembre, comparativo 2012-2013 61
19 Visitantes y páginas vistas de Profeco 67
20 Cifras mensuales de las actividades de la Dirección de Organización de Consumidores (DOC) 74
21 Numeralia de las Ferias de Regreso a Clases 77
22 Tipos de apoyo otorgado a las OSC por Profeco en 2013 78
23 Precios captados y suscriptoras/es del Quién es Quién en los precios 81
24 Levantamientos especiales de precios para la Revista del Consumidor 2013 85
25 Convenios de colaboración con los tres órdenes de gobierno 93
26 Evaluaciones de Consistencia y Resultados año 2013 98
27 Comparativo 2013-2012 Procedimientos de contratación 107

Gráficos

1 Proveedores con mayor número de quejas, 2013 19
2 Solicitudes para Registro Público de Contratos de Adhesión 22
3 Sectores con mayor número de denuncias en el Repep, 2007-2013 23
4 Histórico de registros en el Repep 2007-2013 23
5 Ingresos por la venta de las listas del repep 24
6 Multas impuestas 2012 y 2013 39
7 Monto de las multas impuestas 2012 y 2013 39

8 Instrumentos inmovilizados 42
9 Principales causas de inmovilización de instrumentos de medición 42
10 Supervisiones a brigadas de verificación realizadas 45
11 Verificación para ajuste por calibración en materia de combustibles 45
12 Resoluciones emitidas 46
13 Monto de las sanciones impuestas 46
14 Comparativo de ingresos por servicio externo 2012-2013 48
15 Comparativo de pruebas realizadas 2012-2013 49
16 Requerimientos de información de la Comisión Nacional de Derechos Humanos a Profeco 57
17 Demandas recibidas de enero a diciembre, comparativo 2012-2013 58
18 Sentencias recibidas de enero a diciembre, comparativo 2012-2013 58
19 Contenido del paquete didáctico para las y los promotores 70
20 Composición del Padrón de las y los consumidores por grupos de edad 75
21 Composición del Padrón de las y los consumidores por tipo de población 75
22 Composición del Padrón por nivel socioeconómico 76
23 Integrantes de los grupos de acuerdo a su sexo. 76
24 Servicios generales del centro de documentación 99
25 Impactos difundidos en 2013 102
26 Tendencia informativa 2013 103

PRESENTACIÓN

La Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Nacional del Consumidor fueron creados en 1976, con el fin de hacer respetar los intereses de la sociedad como población consumidora, e informar y capacitar a las y los consumidores. La Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) entró en vigor el 5 de febrero de 1976, sin embargo el 24 de diciembre de 1992 se expediría una nueva Ley, así como la Ley Federal de Competencia Económica; a partir de esa fecha se fusionan ambas instituciones y la política de protección a las y los consumidores asume una orientación preventiva con la participación activa de la población.

Esta nueva Ley ampliaría las facultades de la Institución y definió la competencia de la Secretaría de Economía, la cual norma y promueve las políticas de protección a la población consumidora; elabora Normas Oficiales Mexicanas (NOM´s) aplicables a la seguridad, medición y etiquetado de productos, así como a prácticas comerciales; promoviendo el uso del arbitraje como mecanismo alternativo para la solución de controversias de consumo.

El objetivo del Informe Anual 2013, es dar cuenta de la labor de la Procuraduría Federal del Consumidor a lo largo de ese año, a partir de la adopción de una estrategia de protección a la población consumidora a través de múltiples acciones institucionalizadas, así como la incorporación de nuevas herramientas y operativos encaminados a enfrentar situaciones contingentes que han afectado a la población en diferentes latitudes del país.

Como resultado de la gestión de la Procuraduría Federal del Consumidor a lo largo de 2013, arrancaron mecanismos novedosos para la protección a los derechos de las y los consumidores como la Aplicación Profeco en 30, que incorpora tecnologías de la información y comunicación a través de un teléfono celular, y el proyecto Amas de casa vigilantes, que involucra a consumidoras que en la cotidianidad testifican un incremento injustificado de productos de alto consumo.

Asimismo, a través del Teléfono del Consumidor se atendieron 436,359 llamadas que solicitaron información, asesoría, citas o denuncias relacionadas con presuntos abusos por parte de personas proveedoras de servicios o productos.

Por otro lado, se mantuvo una participación activa durante 2013 en pro de la estabilización del precio de productos básicos, que amenazaban con rebasar los límites de la tolerancia, y también la activa presencia de esta Procuraduría para prevenir abusos en las localidades del estado de Guerrero que fueron afectadas por las tormentas “Ingrid” y “Emanuel”, evitando así la especulación e incremento injustificado de precios por parte de los proveedores.

Además de ejercer plenamente el papel de autoridad que tiene encomendado, también se continúa con el desarrollo de labores educativas y de prevención para distintos grupos de consumidores, así como en la búsqueda permanente de estrechar la colaboración con organismos homólogos internacionales y con organizaciones de la sociedad civil.

Estas acciones en conjunto han buscado que las personas adquieran un consumo inteligente como herramienta que les disminuya los costos de transacción y que impacten positivamente en el gasto familiar.

Asimismo, se impulsaron 22 acciones de grupo y 3 acciones colectivas, que son acciones legales novedosas en las que una colectividad de personas afectadas por un hecho común y por un mismo proveedor, a través de una herramienta procesal eficiente, solicitan ante los órganos jurisdiccionales el restablecimiento en el goce de sus derechos afectados, así como el ser resarcidos en su patrimonio.

Se practicaron más de 68,578 visitas de verificación a nivel nacional en materia de comportamiento comercial, 1108 Procedimientos administrativos por infracciones a la Ley, derivándose la imposición de 515 sanciones por un monto de $160,155,701.46 pesos.

Este documento, pues, deja constancia del trabajo que la Procuraduría Federal del Consumidor desarrolló en su conjunto a lo largo de 2013, siempre fiel a su misión de proteger y promover los derechos de consumidoras y consumidores, fomentar el consumo inteligente, al igual que procurar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las y los proveedoras/es y la comunidad consumidora.

1. ALINEACIÓN CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO (PND) 2013-2018 Y AL PROGRAMA DE DESARROLLO INNOVADOR 2013-2018 (PRODEINN)

El Plan Nacional de Desarrollo materializa las directrices para incentivar la competencia y a la vez fortalecer la equidad respecto a las relaciones entre consumidoras/es, visualiza la creación de una cultura de consumo responsable, la modernización de las Instituciones encargadas de la protección de los derechos de consumidoras y consumidores, la incorporación de nuevos métodos de atención y servicio a la ciudadanía, el fortalecimiento de la presencia de las Instituciones y la certidumbre en los procesos de controversia y conciliación.

Por primera vez, el PND incluye entre sus líneas de acción las siguientes:

1. **Modernizar los sistemas de atención y procuración de justicia respecto a los derechos del consumidor.**

2. **Desarrollar el Sistema Nacional de Protección al Consumidor, que integre y coordine las acciones de los tres niveles gobiernos, de los Tres Poderes de la Unión y de la sociedad civil, para que el ciudadano cuente con los elementos necesarios y haga valer sus derechos en cualquier circunstancia.**

3. **Fortalecer la Red Inteligente de Atención al Consumidor como un medio para que el Estado responda eficientemente a las demandas de la población.**

4. **Establecer el Acuerdo Nacional para la Protección de los Derechos de los Consumidores, buscando mayor participación y compromiso de los actores económicos en torno a las relaciones comerciales.**

En tal sentido, la Procuraduría Federal del Consumidor alinea su labor a la Meta Nacional de México Próspero contenida en el PND 2013-2018 y al "Objetivo 4.7 Garantizar reglas claras que incentiven el desarrollo de un mercado interno competitivo" y "4.8 Desarrollar los sectores estratégicos del país". Por su parte, la Secretaría de Economía en su Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018, hace suyas las mismas cuatro líneas y adiciona una quinta: "*Desarrollar sistemas informáticos que contribuyan a innovar la atención y los procesos de defensa del consumidor.*"

Profeco, como integrante del Sector Economía, identifica y alinea su Programa Institucional al Programa Sectorial "Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018", con la finalidad de coadyuvar a conciliar la economía de mercado mediante la defensa de los derechos del consumidor.

REDEFINICIÓN INSTITUCIONAL

Hace 38 años, la creación de la Procuraduría Federal del Consumidor respondió a un momento histórico en el que existía un control de precios y era necesaria una Institución que vigilara que estos precios no sobrepasaran dicho control. Así pues, se pasó de una política económica con mayor rectoría gubernamental y un mercado regulado por fabricantes, a una dinámica con visión incluyente, donde la participación social es el eje de la generación estratégica y la evolución del mercado libre, incorporando nuevas tecnologías de la información.

1.1. MISIÓN

Proteger y promover los Derechos de las y los consumidores, garantizando relaciones comerciales equitativas que fortalezcan la cultura de consumo responsable y el acceso en mejores condiciones de mercado a productos y servicios, asegurando certeza, legalidad y seguridad jurídica dentro del marco normativo de los Derechos Humanos reconocidos para consumidoras y consumidores.

1.2. VISIÓN

Ser una Institución cercana a la gente, efectiva en la protección y defensa de las personas consumidoras, reconocida por su estricto apego a la ley, con capacidad de fomentar la participación ciudadana y educar para un consumo responsable.

1.3. OBJETIVOS

- **Proteger y defender los derechos de las y los consumidores.**
- **Generar una cultura de consumo responsable.**
- **Asegurar información adecuada para la toma de decisiones de consumo.**
- **Implementar métodos de atención pronta y accesible a la ciudadanía mediante el uso de tecnología de la información.**

1.4. VALORES

Generosidad: Ofrecer a la población consumidora más de lo que esperan de nosotras/os.

Trabajo en equipo: sumar esfuerzos y voluntades para alcanzar juntos/as las metas comunes y cumplir con los objetivos de la Institución.

Eficiencia: Hacer las cosas bien y a tiempo para ser personas más productivas y dar mejores resultados.

Compromiso: Asumir la trascendencia social de nuestra labor y llevarla a cabo con una vocación de servicio.

Transparencia: Organizar nuestro trabajo y documentación para facilitar el acceso a la información pública y fomentar la rendición de cuentas.

Creatividad: Tener iniciativa para generar propuestas de trabajo innovadoras y así enriquecer y mejorar el trabajo.

Responsabilidad: Desempeñar bien nuestras funciones y asumir las consecuencias de nuestros actos, cuidando siempre los intereses y derechos de las y los consumidores.

Honestidad: Actuar con congruencia y administrar rigurosamente y con apego a la ley los recursos públicos, anteponiendo la verdad y legalidad a nuestro beneficio personal.

Equidad de género: Brindar a las mujeres y a los hombres las mismas oportunidades, condiciones, y trato, tanto en las relaciones laborales como en aquéllas que establezca con las y los consumidores.

Igualdad: Asumir que la igualdad no significa la eliminación de las diferencias, sino la ausencia de discriminación por la existencia de esas diferencias.

Respeto: Reconocer, aprender y valorar a mi persona, como a las/los demás, y a mi entorno.

2. SERVICIOS

Con el objetivo de garantizar relaciones comerciales equitativas y contribuir en la protección de los derechos de la población consumidora, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) cuenta con la Subprocuraduría de Servicios (SS) como un área de atención a las reclamaciones, mediante la cual busca resolver los problemas que enfrentan consumidoras y consumidores ante prácticas comerciales abusivas; pero que también previene posibles afectaciones a sus derechos a través del monitoreo de la publicidad y del registro de los contratos de adhesión, entre otras actividades.

Para cumplir con su objetivo, la Subprocuraduría de Servicios ofrece asesoría gratuita, recibe y desahoga los procedimientos de queja de la población consumidora, emite dictámenes, realiza el monitoreo de la publicidad para evitar engaños, opera el registro de números telefónicos para evitar llamadas publicitarias no deseadas, inicia procedimientos por infracciones a la Ley, supervisa el registro o cancelación de contratos de adhesión obligatorios y voluntarios de los proveedores, entre otras diversas acciones más.

2.1. TELÉFONO DEL CONSUMIDOR

El papel que juega la atención que proporciona el Teléfono del Consumidor (Telcon) es vital para la Procuraduría, debido a que representa el primer punto de contacto entre la Institución y la sociedad necesitada de orientación y defensa para sus derechos. Entre los servicios que ofrece el Telcon se encuentra la atención de llamadas solicitando información respecto a estudios de calidad realizados en el Laboratorio de Profeco, tecnologías domésticas o comportamientos comerciales. Mediante el Programa de Citas por Teléfono (Procitel) se agendan citas para la atención personal en la Delegación, Subdelegación o Unidad de Servicio correspondiente con la finalidad de asesorar a la población consumidora o revisar sus documentos para la recepción de su queja. En la actualidad se atienden solicitudes vía telefónica, correo electrónico o escritos; y de manera presencial a través de la oficina de *Contacto Ciudadano*. Los resultados obtenidos de los servicios proporcionados en el Teléfono del Consumidor durante 2013, se presentan en la tabla 1.

TABLA 1. NUMERALIA DEL SERVICIO DE ATENCIÓN EN LA PROFECO, 2012-2013.

TIPO DE SERVICIO	2012	2013
Teléfono del Consumidor (llamadas de información, asesoría, citas y denuncias).	399,072	436,359
Asesoría (Personal, correo electrónico, fax, escritos y chat).	56,738	66,897
Solicitudes de comportamiento comercial atendidas.	4,708	2,904
Programa de Citas por Teléfono Procitel) (Citas agendadas).	38,987	38,726

Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), Avaya CMS Supervisor, administrado por Profeco.

La atención proporcionada en el Telcon está asociada al indicador "Porcentaje de atención de las consultas recibidas", el cual se reporta mensualmente con una meta a cumplir del 95%; el resultado acumulado de enero a diciembre de 2013 fue de 85.6%. Es importante señalar que las solicitudes de comportamiento comercial, así como las citas agendadas mediante Procitel, están sujetas a la demanda de la población consumidora.

2.1.1. TELÉFONO DEL CONSUMIDOR EN LÍNEA (TELEFONODELCONSUMIDOR.GOB.MX)

Se trata de una plataforma digital que ofrece los mismos servicios que el tradicional Teléfono del Consumidor, pero desde cualquier dispositivo conectado a Internet, con el propósito de ofrecer un servicio alternativo y moderno para la población consumidora que busca la rapidez y comodidad de la atención en línea.

Durante 2013 se atendieron a 17,797 personas vía chat, se programaron 9,639 citas vía Internet y se recibieron 119,527 consultas al portal; mientras que en el ejercicio 2012 se atendieron a 7,026 consumidoras y consumidores vía chat, se programaron 2,771 citas vía Internet y se recibieron 52,849 consultas al portal. De tal suerte, en 2013 los servicios proporcionados en el micrositio tuvieron un crecimiento de 248% en las citas programadas, 153% en chats atendidos y 126% en las visitas a la página, con relación a lo ejecutado en 2012. Lo anterior muestra un incremento significativo de atención a la población consumidora que utiliza las tecnologías de la información en sus relaciones con el gobierno.

Con el Teléfono del Consumidor en Línea, Profeco se integra a la Estrategia Digital Nacional[1] que acelera la inserción de México en la sociedad de la información expedita.

2.1.2. PROGRAMA DE CITAS POR TELÉFONO (PROCITEL)

Para que la población consumidora invierta el menor tiempo posible al solicitar un servicio de la Profeco a nivel nacional, la Subprocuraduría de Servicios pone a disposición el Programa de Citas por Teléfono (Procitel), a través del cual en 2013 se programaron 38,726 citas para acudir a las Delegaciones y Subdelegaciones de Profeco a presentar su queja y, en su caso, a resolverlas por medio de la conciliación inmediata. En este sentido, 39% de las personas que registraron su cita en Procitel acudieron a ella; y 63% de esos casos fueron turnados al área correspondiente para iniciar un procedimiento conciliatorio, mientras que los casos improcedentes recibieron la asesoría correspondiente.

1 La Estrategia Digital Nacional es el plan de acción que el Gobierno de la República implementará durante los próximos cinco años para fomentar la adopción y el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. El propósito fundamental de la Estrategia es lograr un México Digital en el que la adopción y uso de las tecnologías maximicen su impacto económico y social en beneficio de la calidad de vida de todos. **http://www.presidencia.gob.mx/edn/**

2.2. MÓDULO DE ASESORÍA, ORIENTACIÓN E INFORMACIÓN

Con el objetivo de fomentar la resolución de controversias de manera ágil, la Profeco instaló Módulos de Asesoría e Información en temporadas de alto consumo como: cuaresma, vacaciones de verano y decembrina. Los módulos fueron instalados en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), en Centrales Camioneras del Distrito Federal y en la Central de Abasto de la Ciudad de México, brindando asesoría e información a 19,201 consumidores y consumidoras.

2.3. PROCEDIMIENTO CONCILIATORIO

Una parte primordial dentro de nuestros servicios y que incide directamente en el bolsillo de la población consumidora es el procedimiento conciliatorio, es decir, el proceso mediante el cual la Profeco actúa como institución mediadora para buscar la solución de una controversia entre la población consumidora y la proveedora. El procedimiento abarca desde que la comunidad consumidora presenta formalmente su queja ante una oficina de la Profeco o a través de Internet, hasta que se llega a un acuerdo satisfactorio o se dejan a salvo los derechos de ambas partes para continuar la controversia por otra vía.

En 2013, la Procuraduría Federal del Consumidor logró que en 81% de los casos de inconformidad, la población consumidora quedara satisfecha con el resultado de la resolución de su queja. De esta manera se refleja en mayor medida el compromiso de la Institución con la población consumidora.

Asimismo, durante 2013, se recuperó 85% del monto total reclamado por la colectividad consumidora en los procedimientos conciliatorios, arbitral y por infracciones a la Ley, desahogados en las Delegaciones, Subdelegaciones y Unidades de Servicio, así como en la Subprocuraduría de Servicios, superando con 11 puntos porcentuales la meta anual programada (74%).

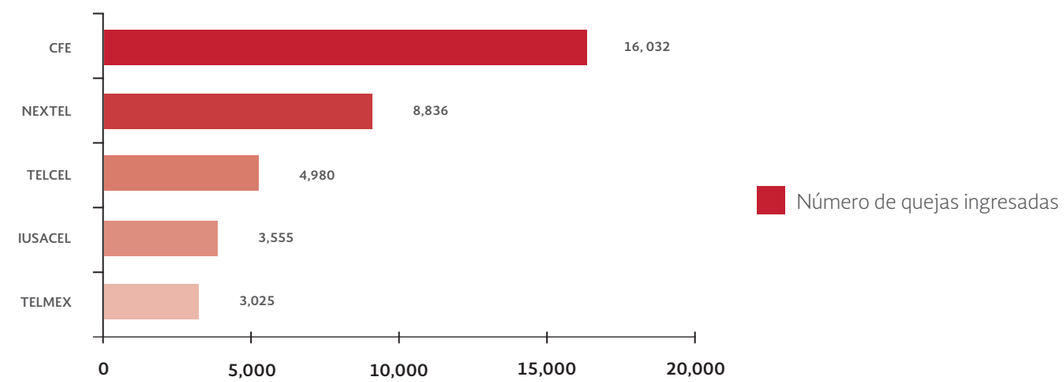
TABLA 2. NUMERALIA DEL PROCEDIMIENTO CONCILIATORIO.

CONCEPTO	2012	2013
Número de quejas	110,219	126,553
Monto de lo reclamado (MDP)	957	839
Monto recuperado (MDP)	834	711
Porcentaje de recuperación (74% meta anual)	87%	85%
Porcentaje de conciliación	82%	81%
Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.		
MDP: Millones de pesos.		

Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.
MDP: Millones de pesos.

Para la Profeco también es relevante conocer los sectores y proveedores con más reclamaciones. Esto ha permitido prestar mayor atención a programas y políticas públicas que inciden en el desarrollo de la cultura del buen proveedor, así como en la consolidación de acciones en defensa de los derechos establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor. Así pues, de las 126,553 quejas ingresadas en 2013 a nivel nacional, destacan cinco proveedores con el mayor número de quejas: Comisión Federal de Electricidad (CFE) con 16,032; Comunicaciones Nextel de México, S.A. de C.V. (Nextel) con 8,836; Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V. (Telcel) con 4,980; Iusacell, S.A. de C.V. (Iusacell) con 3,555; y Teléfonos de México, S.A.B. de C.V. (Telmex) con 3,026, tal como se muestra en la gráfica

GRÁFICA 1. PROVEEDORES CON MAYOR NÚMERO DE QUEJAS, 2013.



Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIP) administrado por Profeco.

2.4 CONCILIANET

Con la finalidad de ampliar los mecanismos de conciliación, la Profeco cuenta con el desahogo del procedimiento conciliatorio a través de la plataforma Concilianet, mediante el uso del chat y la creación de un expediente electrónico visible tanto para el proveedor como para la población consumidora.

En 2013 el número de proveedores incorporados a Concilianet aumentó un 21% respecto de lo registrado en 2012; al cierre de 2013 participaron 98 proveedores, entre los que se encuentran: CFE, Nextel, Telcel, Iusacell, Coppel, Gas Natural de México, Aeroméxico, Walmart, entre otros; a través de este medio se recibieron 3,891 quejas. De las quejas concluidas, se recuperó un monto por más de 8.6 millones de pesos, rebasando en 37% la cifra de 6.3 millones de pesos recuperado en 2012.

El promedio de duración del procedimiento conciliatorio por medios electrónicos y Concilianet, fue de 30 días en 2013, mientras que en 2012 fue de 23 días; esta variación se deriva del incremento de quejas recibidas durante 2013, tal como se muestra en la tabla 3.

TABLA 3. NUMERALIA DEL PROCEDIMIENTO CONCILIATORIO POR CONCILIANET

CONCEPTO	2012	2013
Número de quejas	2,401	3,891
Monto de lo reclamado (MDP)	6,191,104	8,374,051
Monto recuperado (MDP)	6,304,427	8,643,781
Porcentaje de recuperación (74% meta anual)	102%	103%
Porcentaje de conciliación	95%	96%
Promedio Duración Procedimiento Conciliatorio (días)	23	30

Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.

2.5. BURÓ COMERCIAL

El Buró Comercial es la herramienta que apoya la toma de decisiones informadas en la adquisición de bienes y servicios, proporcionando información respecto de los 450 proveedores con más quejas, además de proveedores relacionados a los sectores de telecomunicaciones, inmobiliario, aerolíneas, tienda departamental y de autoservicio, turístico, mueblero, montepío o casa de empeño, compañía de autofinanciamiento, gas natural, gas LP y ventas por Internet. En adición, a través del Buró Comercial los proveedores podrán enterarse sobre sus multas por incumplir la legislación de la materia, así como el porcentaje de conciliación y consultar información respecto de todos los contratos de adhesión registrados ante Profeco.

Para el periodo de 2013, se recibieron 170,004 visitas al portal de la página del Buró Comercial **(http://burocomercial.profeco.gob.mx/BC/faces/inicio.jsp).**

2.6. CONTRATOS DE ADHESIÓN, REGISTROS Y AUTOFINANCIAMIENTO

El contrato de adhesión, de acuerdo a la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), es un documento elaborado unilateralmente por el proveedor a fin de establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o a la prestación de un servicio, aun cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato, las cuales no son susceptibles de ser negociadas por la población consumidora, obligándola al contenido del mismo. De esta manera el proveedor se podrá adherir a un modelo de contrato emitido por la Profeco, o bien presentar uno que sea acorde a la Ley, a las Normas Oficiales Mexicanas o a cualquier otra disposición que proteja los derechos de la población consumidora. En estos casos, la Profeco revisa que los contratos de adhesión no contengan cláusulas abusivas, lesivas o inequitativas para los intereses de la población consumidora.

2.6.1. REGISTRO PÚBLICO DE CONTRATOS DE ADHESIÓN (RPCA)

En el periodo comprendido de enero a diciembre de 2013 se registraron 6,341 modelos de contrato de adhesión. De éstos, 94% corresponden a modelos de contrato de registro obligatorio y el restante a contratos de registro voluntario. Los sectores con mayor número de contratos registrados se presentan en la tabla 4:

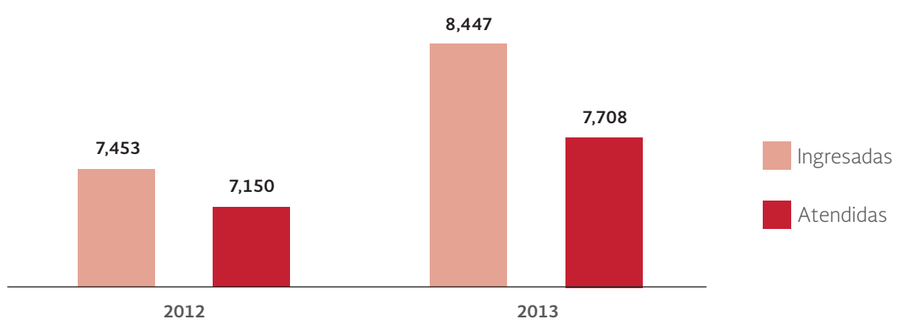
TABLA 4. SECTORES CON MAYOR NÚMERO DE CONTRATOS REGISTRADOS, 2013

NATURALEZA DEL CONTRATO	CONTRATOS REGISTRADOS
Compraventa de bien inmueble	1,216
Compraventa de vehículos usados	661
Compraventa de vehículos nuevos	574
Prestación de servicios de tintorería, lavandería y planchaduría	469
Prestación de servicios de reparación y/o mantenimiento de vehículos	432

Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.

De las 8,447 solicitudes de registro presentadas se obtuvo un ingreso de más de 6.7 millones de pesos. Mientras que el porcentaje de atención de las solicitudes fue de 91%, que si bien es menor a la meta programada del 92%, se atendió 9% más de solicitudes que el año 2012. El comparativo de solicitudes se observa en la gráfica 2.

GRÁFICA 2. SOLICITUDES PARA REGISTRO PÚBLICO DE CONTRATOS DE ADHESIÓN



Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.

2.6.1.1. REGISTRO DE CONTRATOS DE ADHESIÓN EN LÍNEA (RCAL)

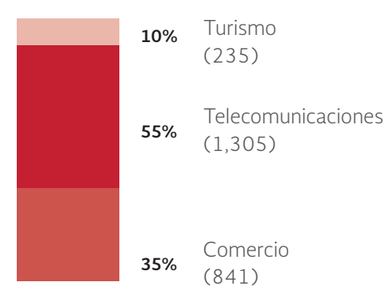
Es el medio electrónico por el cual los proveedores pueden presentar la solicitud de registro del modelo de contrato de adhesión, ya sea del estilo "tipo" emitido por la Profeco o bien el que consideren que se apegue a la normatividad que rige la actividad de esta Procuraduría. De los 6,341 registrados en 2013, el 59% (3,759) fue a través del portal de Contratos de Adhesión en Línea (RCAL).

2.7. REGISTRO PÚBLICO DE CONSUMIDORES (RPC)

El Registro Público de Consumidores (RPC), o también conocido como Registro Público para Evitar Publicidad (Repep), es un instrumento automatizado para registrar números telefónicos de la población consumidora que no desea recibir publicidad de bienes productos o servicios por esa vía, ni que su información sea utilizada con fines mercadotécnicos o publicitarios. El trámite es gratuito y su vigencia es indefinida, opera los 365 días del año, la duración del trámite es de 60 segundos y sólo debe llamarse desde el número que se pretenda registrar al número telefónico 9628 0000. En esta línea también se proporciona atención personalizada referente a la inscripción de números, asesoría para el pago y facturación de acceso a las listas que contiene la relación actualizada de los números telefónicos inscritos en el Repep.

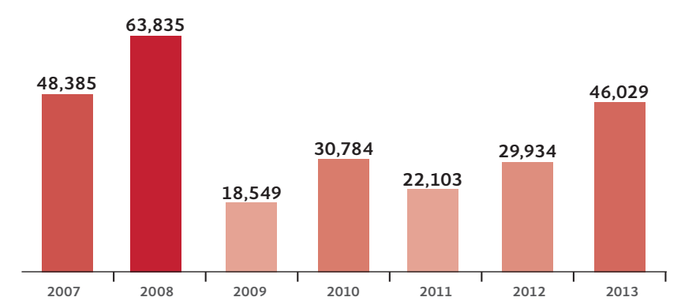
Durante 2013 se registraron 46,209 números telefónicos, así, desde noviembre de 2007, fecha en que inició operaciones el registro, hasta el 31 de diciembre de 2013, existen registrados 259,619 números telefónicos; en este mismo periodo se recibieron 2,381 denuncias en los sectores de telecomunicaciones (1,305) comercial (841) y turístico (235) tal como se observa en las gráficas 3 y 4.

GRÁFICA 3. SECTORES CON MAYOR NÚMERO DE DENUNCIAS EN EL REPEP, 2007-2013



Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.

GRÁFICA 4. HISTÓRICO DE REGISTROS EN EL REPEP 2007-2013

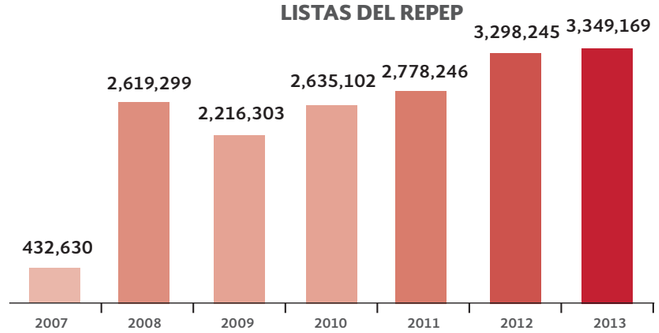


Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.

Durante 2013 el sector con mayor número de denuncias fue el de telecomunicaciones, acumulando un 64% del total de las mismas.

Adicionalmente, Profeco pone a disposición de los proveedores las listas de los números telefónicos de la población consumidora a los que no deberán llamar para ofertar bienes, productos o servicios. Por este concepto, en 2013 ingresó a la Procuraduría un monto de más de 3.3 millones de pesos, rebasando el ingreso registrado en 2012, tal como se muestra en la gráfica 5.

GRÁFICA 5. INGRESOS POR LA VENTA DE LAS LISTAS DEL REPEP



Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.

2.8. PROCEDIMIENTOS POR INFRACCIONES A LA LEY (PIL)

En materia de servicios, los Procedimientos por Infracciones a la Ley (PIL) tienen su origen, principalmente, en las quejas que interpone la población consumidora, denuncias, requerimientos de información para las o los proveedoras/es y en el monitoreo de medios de comunicación.

En lo que respecta a PIL derivados de quejas, en el 2013 se iniciaron 8,616 a nivel nacional; se concluyeron 8,237 de los cuales se impusieron multas por un monto total de 298.3 millones de pesos.

A partir de las acciones de monitoreo de publicidad relativa a bienes, productos o servicios para verificar que ésta sea veraz, comprobable, completa y clara de acuerdo con el artículo 32 de la LFPC; así como de las denuncias recibidas y analizadas, conforme a lo establecido en el artículo 123 de la LFPC, se impusieron 30.6 millones de pesos como sanción derivado de 25 casos. Asimismo, se emitieron 100 requerimientos de información a proveedores por presuntas violaciones al artículo 32 de la LFPC y 51 exhortos. El comparativo respecto a los resultados de 2012, se presenta en la tabla 5.

TABLA 5. NUMERALIA POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA

CONCEPTO	2012	2013
Requerimientos	143	100
Exhortos	56	51
Resoluciones emitidas	27	25
Monto de multas (MDP)	$34’524,201	$30’595,398

Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.

2.9. ARBITRAJE

El procedimiento arbitral es una alternativa eficaz de solución de controversias al establecer reglas claras y sencillas para las partes, en especial a través del arbitraje por amigable composición. Los laudos arbitrales, son la denominación de la resolución que dicta un árbitro y que sirve para resolver un conflicto entre dos o más partes. De dichos procedimientos se obtuvieron los resultados que se muestran en la tabla 6.

TABLA 6. NUMERALIA POR ARBITRAJE

CONCEPTO	2012	2013
Arbitrajes formalizados	98	106
Monto recuperado	$857,459	$1’176,254

Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.

El monto recuperado 2013 superó en 37% la cifra de 2012. Asimismo, se formalizaron 8% más arbitrajes.

2.10. DICTAMEN

El Dictamen es la figura jurídica prevista en la LFPC que la Profeco emite a favor de la población consumidora cuando no existen opciones de conciliación y a través del cual se determina en cantidad cierta, exigible y líquida, el importe de las obligaciones incumplidas por el proveedor, teniendo el carácter de título ejecutivo, no negociable. En el periodo comprendido de enero a diciembre de 2013 se registraron 326 solicitudes para dictaminar, de las cuales se emitieron 111 teniendo como resultado un monto dictaminado por la cantidad de 58.6 millones de pesos. Es importante mencionar que el número de dictámenes depende directamente de la decisión de las consumidoras y consumidores, de solicitar se emita el dictamen, y que de aquellos que fueron solicitados, cumplan con los requisitos que establece la LFPC y, puedan aprobarse. Es importante mencionar que el número de dictámenes depende directamente de la decisión de las consumidoras y consumidores, al solicitar se emita el dictamen y la aprobación de los mismos si cumplen con los requisitos que establece la LFPC.

En contraste, durante el período de enero a diciembre de 2012 se registraron 435 solicitudes para dictaminar, de las cuales se emitieron 176 dictámenes, teniendo como resultado un monto dictaminado por la cantidad de 8.8 millones de pesos tal como se observa en la tabla 7.

TABLA 7. NUMERALIA POR DICTAMEN

CONCEPTO	2012	2013
Dictámenes solicitados	435	326
Dictámenes emitidos	176	111
Monto dictaminado	$ 8’865,098	$ 58’684,862

Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.

3. VERIFICACIÓN

La Subprocuraduría de Verificación lleva a cabo visitas a establecimientos encaminadas a verificar que las prácticas comerciales, los productos y los instrumentos de medición cumplan con lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor y las normas oficiales mexicanas, proporcionando en todo momento a la población consumidora información clara y veraz para una adecuada transacción comercial.

Derivado de las acciones de verificación desarrolladas en 2013, la Profeco inició 12,110 procedimientos por infracciones a la ley en contra de proveedores que incumplían con la ley y normatividad. Asimismo, emitió 9,416 resoluciones administrativas imponiendo las correspondientes multas económicas. Cabe destacar la clausura de 7 sucursales de la mueblería Ingenia Muebles por las múltiples violaciones a la ley y quejas registradas a nivel nacional. En ese año se puso en marcha un esquema de trabajo mediante el que se busca asegurar el pago efectivo de multas a través de la Tesorería de la Federación y de los Gobiernos de las Entidades Federativas, así de $184’994,030.37 pesos impuestos, los proveedores han efectuado el pago inmediato de alrededor de 18 millones de pesos.

3.1. VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA

La Profeco, durante el ejercicio fiscal 2013, por conducto de la Dirección General de Verificación y Vigilancia y las áreas de verificación de las Delegaciones y Subdelegaciones, fortaleció y amplió la cobertura de verificación a nivel nacional, dirigiendo sus acciones a sectores comerciales que impactan de manera sensible en la economía y bienestar de la población, como establecimientos con venta de productos básicos, casas de empeño, telecomunicaciones, agencias de autos, líneas aéreas y camioneras, hoteles, moteles, mueblerías, autoservicios, restaurantes, bares; los que comercializan bienes y servicios de temporada, así como en los que se utilizan básculas de alto alcance; destacando las acciones de verificación realizadas al interior de aduanas y en fronteras por la homologación del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Especial atención merecen las acciones que se instrumentan para mitigar las reacciones de la población ante desastres naturales, así como para evitar las compras de pánico y los posibles abusos que por ellas se generen.

Derivado de la reorientación de las acciones de verificación, motivadas por el cambio de administración en 2013, se implementaron acciones de verificación acordes al entorno de la vida económica del país, como lo fue el envío de personal de verificación a las zonas afectadas por las tormentas “Ingrid” y “Emanuel”; así como el desplazamiento de personal de Oficinas Centrales a 7 aduanas del país; también lo fue la conformación y envío de brigadas de verificación a ciudades fronterizas del norte y sur de la República Mexicana, como parte de acciones preventivas ante el incremento del Impuesto al Valor Agregado del 11% al 16% en esas zonas del país. Resalta el hecho de la creación y puesta en marcha de los programas de participación ciudadana *Profeco en 30 y Amas de Casa Vigilantes*, programas que requirieron de la designación de personal de las áreas de verificación para su operación. Como resultado de las acciones señaladas, se practicaron 68,578 visitas de verificación a nivel nacional, 4.7% menos respecto de la meta programada anual de 72 mil visitas de verificación, así como un 7.9% por debajo de lo alcanzado en 2012.

En materia de verificación de establecimientos comerciales se vigila que las prácticas comerciales sean apegadas a lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor y las Normas Oficiales Mexicanas.

- **De enero a diciembre de 2013, en el marco de los programas y operativos especiales, se realizaron 68,578 visitas de verificación a nivel nacional, destacando la verificación en establecimientos con venta de productos básicos, casas de empeño, telecomunicaciones, agencias de autos, líneas aéreas, camioneras, hoteles, moteles, mueblerías, autoservicios, restaurantes, bares y los que emplean básculas de alto alcance y aquéllos con venta de productos y servicios de temporada; además de verificar diversos productos al interior de aduanas y practicar acciones de vigilancia en poblaciones afectadas por desastres naturales.**

- **Asimismo, se calibraron 170,360 instrumentos de medición, y como acto de autoridad se verificó el cumplimiento a la normatividad de 22,631 básculas y relojes registradores de tiempo, inmovilizando aquéllos que registraron diferencias de peso en perjuicio de las y los consumidores.**

En octubre de 2013 la PROFECO puso en marcha, el programa denominado *Profeco en 30*, cuyo objetivo es la atención inmediata de las denuncias presentadas gratuitamente a través de teléfonos inteligentes. A la fecha se han registrado 7,813 descargas de la aplicación y 1,972 consumidoras (es) presentaron su solicitud como usuarias(os).

En el marco del *Programa Nacional de Verificación de Productos Básicos*, durante 2013 la Profeco llevó a cabo acciones de verificación en establecimientos con venta de productos básicos de primera necesidad, de manera permanente y en atención a las poblaciones afectadas por los desastres naturales.

- **Durante 2013 a nivel nacional se registraron 24,812 visitas de verificación en establecimientos con venta de productos básicos, cifra superior en 2.9% a la registrada en 2012 (24,108 visitas). En el marco de este programa se verificó el cumplimiento de la normatividad de 13,405 básculas, inmovilizando 451 de éstas por presentar incumplimientos.**

Derivado de las verificaciones desarrolladas, de enero a diciembre de 2013, la PROFECO inició 12,110 procedimientos por infracciones a la ley en contra de proveedores, emitió 9,416 resoluciones administrativas imponiendo las correspondientes multas económicas. Durante 2013 se puso en marcha un esquema de trabajo que busca asegurar el pago efectivo de multas a través de la Tesorería de la Federación y de las Entidades Federativas, así de 185 millones de pesos ;impuestos, los proveedores efectuaron el pago inmediato de alrededor de 18 millones de pesos.

3.1.1. LOGROS Y CIFRAS ALCANZADAS EN 2013

Como parte de sus atribuciones, acorde a su objetivo, misión y visión y en atención al Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018, durante 2013 la Profeco llevó a cabo la verificación de establecimientos comerciales para corroborar el apego de las prácticas comerciales a lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor, la comercialización de productos nacionales e importados que cumplan con los requisitos de información comercial, especificaciones de calidad, seguridad y eficiencia establecidos por las Normas Oficiales Mexicanas, y el empleo de instrumentos de medición debidamente ajustados y calibrados. Durante 2013, en el marco de sus programas y operativos especiales de verificación llevó a cabo 68,578 visitas a nivel nacional.

En función a la línea estratégica Gobierno Cercano y Moderno del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, y con la finalidad de fortalecer y simplificar los canales de comunicación y atención de las y los consumidores, la Profeco puso en marcha el programa *Amas de Casa Vigilantes* (desde el 1º de julio) para atender en no más de 5 días las denuncias presentadas por las amas de casa respecto de abusos de proveedores de productos básicos; como resultado 11 proveedores fueron emplazados a procedimiento administrativo y 5 establecimientos fueron sujetos de suspensión. Asimismo, a través del uso de las tecnologías de la información, inició en octubre de 2013 el programa Profeco en 30 cuyo objetivo es la atención inmediata de las denuncias de los consumidores contra restaurantes, el cual opera de jueves a sábado de 17:00 a 24:00 horas en su fase piloto en la Ciudad de México, y es accesible por medio de una aplicación (*app*) gratuita para teléfonos inteligentes (*Smartphone*). A la fecha se han registrado 7,813 descargas de la aplicación y 1,972 consumidoras/es presentaron su solicitud como usuarias/os.

3.1.2. PRODUCTOS BÁSICOS

En el marco del *Programa Nacional de Verificación de Productos Básicos*, durante 2013 la Profeco llevó a cabo acciones de verificación en establecimientos con venta de productos de primera necesidad, de manera permanente y en atención a las poblaciones afectadas por los desastres naturales. Mediante estas acciones buscó que los proveedoras/es no cometieran prácticas comerciales abusivas que pudieran afectar la economía de la comunidad consumidora tales como no exhibir, no respetar o manipular precios; entregar kilogramos de producto incompletos, ocultar, condicionar o negar la venta de producto, registrándose durante el año a nivel nacional 24,812 visitas de verificación a nivel nacional. Esta cifra es superior en 2.9% a la registrada en 2012 (24,108 visitas de verificación a establecimientos con venta de productos básicos). En el marco de este programa se vigiló el cumplimiento de la normatividad de 13,405 básculas, inmovilizando 451 de éstas por presentar incumplimientos. Cabe señalar que se observa un incremento durante el ejercicio fiscal 2013, toda vez que se reforzaron las acciones de verificación a partir de la información difundida sobre el brote de influencia aviar H7N3.

3.1.3. CONTINGENCIAS

En apoyo a la contingencia ocasionada por las tormentas "Ingrid" y "Emanuel", la Profeco activó su *Programa Nacional de Reacción Inmediata en Desastres*, a efecto de mantener presencia en los Estados afectados para evitar la especulación e incremento injustificado de precios por parte de las y los proveedoras/es; además de conciliar los reclamos en contra de hoteles por la no reducción de tarifas; en aerolíneas por no brindar transportación aérea gratuita, y en mercados públicos. Destaca la verificación del servicio de grúas en Acapulco que mantenían retenidos vehículos intentando cobrar injustificadamente sumas elevadas por concepto de arrastre y resguardo no convenido con los particulares, por lo que se aplicó la suspensión de 4 empresas, logrando la liberación de 225 vehículos.

En materia de combustibles de gasolina y gas L.P., en 2013 se iniciaron 1,108 procedimientos administrativos por infracciones la LFPC y la imposición de 515 sanciones por un monto superior a 160 millones de pesos, monto 413.8% superior al impuesto en 2012.

3.1.4. SERVICIOS Y ANÁLISIS DE CALIBRACIÓN

A través de este servicio que presta la institución se calibraron 170,360 instrumentos de medición, y como acto de autoridad, se verificó el cumplimiento a la normatividad de 22,631 básculas y relojes registradores de tiempo, inmovilizando aquéllos que registraron diferencias de peso en perjuicio de las y los consumidores. Además, se amplió la verificación de básculas de más 5 toneladas a los eslabones primarios de la cadena de consumo en los Estados de Tamaulipas, Jalisco, Guanajuato, Jalisco, efectuando la verificación de 147 básculas y la calibración de 487 básculas, destacando para estas acciones la coordinación con SAGARPA a través de su unidad de Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA) y con la Secretaría de Desarrollo Agroalimentario y Rural del Estado de Guanajuato.

3.1.5. VERIFICACIÓN DE BÁSCULAS DE ALTO ALCANCE DE MEDICIÓN

Como parte de sus atribuciones, acorde a su objetivo, misión y visión y en atención al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, durante 2013 la Profeco llevó a cabo la verificación de establecimientos comerciales que utilizan en sus transacciones básculas con capacidades mayores a 5 toneladas, asegurando la entrega de auténticos kilos. Por tal motivo, durante 2013, principalmente en la cadena primaria de distribución de Productos Básicos e insumos para la industria, calibró 487 básculas de este tipo; además de verificar por acto de autoridad 147 básculas a lo largo y ancho del territorio nacional, como se muestra en las siguientes tablas:

TABLA 8. BÁSCULAS CALIBRADAS DE ALTO ALCANCE 2013.

ESTADO	CANTIDAD
Baja California	1
Chihuahua	2
Coahuila de Zaragoza	2
Distrito Federal	72
Guanajuato	31
Hidalgo	12
Jalisco	53
México	115
Michoacán de Ocampo	18
Morelos	5
Nayarit	6
Puebla	2
Querétaro	34
Sinaloa	32
Sonora	5
Tamaulipas	90
Tlaxcala	2
Veracruz	5
Total	487

Fuente: Registros de la Subprocuraduría de Verificación, Profeco, 2013.

TABLA 9. BÁSCULAS VERIFICADAS DE ALTO ALCANCE 2013.

ESTADO	CANTIDAD
Distrito Federal	2
Guanajuato	57
Jalisco	1
México	7
Michoacán de Ocampo	7
Querétaro	10
Sinaloa	35
Tamaulipas	28
Total	147

Fuente: Registros de la Subprocuraduría de Verificación, Profeco, 2013.

3.1.6. SEGURIDAD DE PRODUCTOS

La Profeco, en materia de seguridad de producto, durante 2013 realizó acciones para verificar el cumplimiento de la normatividad vigente relacionada con cuestiones de seguridad, y encaminadas a la protección y seguridad tanto física como económica de las y los consumidores en el territorio nacional, obteniendo los siguientes resultados:

- **3,152 verificaciones fueron practicadas en materia de seguridad. (581 visitas susceptibles de procedimiento administrativo).**
- **638,688 productos verificados, de los que 31,349 fueron inmovilizados por incumplimientos en la información comercial.**
- **312 unidades de producto fueron muestreadas a nivel nacional, para el análisis correspondiente en el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.**

3.1.7. RED DE ALERTA RÁPIDA

La Profeco publicó 22 alertas en su Red de Alerta Rápida (www.alertas.gob.mx), plataforma informática que permite informar a la población consumidora sobre riesgos que atenten contra su seguridad, salud e incluso su vida.

Un caso de éxito transfronterizo registrado en 2013 está relacionado con la Alerta de TEAVANA, emitida en Canadá, EUA y México, por el posible riesgo de que varios modelos de *tumblers* (vasos contenedores térmicos) de vidrio podían romperse con el calor del té o café, causando posibles laceraciones y/o quemaduras a usuarias o usuarios. El éxito de la alerta conjunta deriva de la comunicación previa e intercambio de información entre agencias de vigilancia de seguridad de producto de los tres países, con la finalidad de informar de manera conjunta a la población consumidora sobre el riesgo identificado y notificado de manera voluntaria por la empresa Teavana.

Otras empresas que en colaboración con Profeco emitieron alertas a la población consumidora durante 2013 son: General Motors, Honda, BRP Mexican Distribution, Toyota, Chrysler, Volkswagen, Emerson Process Management, Mead Johnson, Bosch, Audi y Suzuki.

3.1.8. PROHIBICIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DESTRUCCIÓN DE PRODUCTOS A NIVEL NACIONAL

La Profeco, por conducto de la Dirección General de Verificación y Vigilancia, como parte de su Programa de Verificación de Seguridad de Producto, además de realizar la verificación e inmovilización de 11,360 series de luces navideñas que tras ser analizadas por Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, dictaminó incumplimiento a la norma oficial mexicana NOM-003-SCFI-2000, al detectar que consume más energía de la declarada y en su momento podía poner en riesgo la seguridad de las y los consumidores. Por ello, se ordenó la *Prohibición de la comercialización a nivel nacional de la serie de luces navideñas marca Súper*, modelos KQ8026-B, KQ8026-A, KQ8026-D y KQ8028-D, medida que fue notificada a las Cámaras y Asociaciones comerciales, para su retiro inmediato de los puntos de venta y evitar que fuera adquirido por la población consumidora.

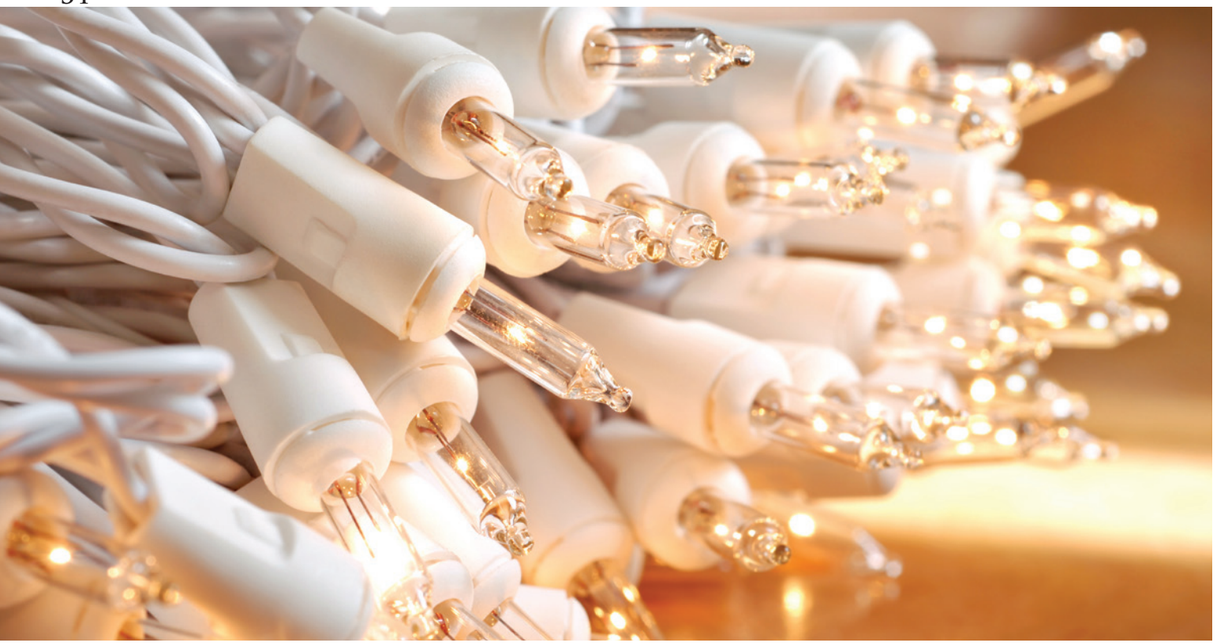
Por otra parte, bajo el esquema de verificación de seguridad de producto y de coordinación con autoridades locales, se logró el aseguramiento en el comercio formal e informal (ambulante) de 7 mil juguetes réplicas de armas de fuego, que además de incumplir especificaciones de seguridad establecidas por la Norma Oficial Mexicana NOM-161-SCFI-2003, eran empleadas en actos delictivos.

Destacan los operativos realizados a comercios semifijos y ambulantes en el Centro Histórico de la Ciudad de México, realizados de manera coordinada con la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal, mediante los que se aseguró e inmovilizó una importante cantidad de este tipo de juguetes. Posteriormente, el 4 de enero de 2014 se llevó a cabo un evento público organizado por la Profeco en el que destruyeron 6,980 juguetes réplicas por representar un riesgo para la ciudadanía. En dicho evento se contó con la asistencia del Jefe de Gobierno y el Secretario de Seguridad Pública del Distrito Federal, así como de representantes de la industria del juguete y del sector comercial, a efecto de enviar un mensaje de articulación entre autoridades y proveedores.

3.1.9. LUCES NAVIDEÑAS

El Programa Nacional de Verificación y Vigilancia de Seguridad de Productos pone especial atención en el sector de luces navideñas, evitando la comercialización de productos que no cumplan con los requisitos mínimos de seguridad. Por tal motivo, durante 2013 la Profeco verificó a los principales importadores de luces, series y figuras navideñas, para que ajusten su comportamiento a lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor, y cumplan con la información comercial mínima requerida para el empaque, instructivos y garantías, y con los requisitos de seguridad establecidos en las normatividad vigente, obteniendo los siguientes resultados:

- **25 verificaciones fueron practicadas a empresas importadoras y distribuidoras de luces navideñas. (6 visitas susceptibles de procedimiento administrativo).**
- **84,787 series navideñas verificadas, de las cuales 45,856 fueron inmovilizadas por incumplimientos a la normatividad.**
- **506 unidades de producto fueron muestreadas a nivel nacional, para ser analizadas en el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.**



3.1.10. JUGUETES RÉPLICAS DE ARMAS DE JUEGO

Como parte de las acciones de verificación y vigilancia que lleva a cabo la Profeco en el marco del Programa Nacional de Verificación y Vigilancia de Seguridad de Productos, y poniendo énfasis en la importancia en el cumplimiento de la NOM-161-SCFI-2003, Seguridad al usuario-Juguetes-Réplica de armas de fuego-Especificaciones de seguridad y métodos de prueba, durante 2013 la Profeco obtuvo los siguientes resultados:

- **12 verificaciones fueron practicadas a comercializadores de juguetes réplicas de armas de fuego. (4 visitas susceptibles de procedimiento administrativo).**

- **673 juguetes réplicas de armas de fuego verificadas, de las cuales 135 fueron inmovilizados por incumplir la NOM-161-SCFI-2003.**

3.1.11. BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Uno de los objetivos de la Profeco en cumplimiento al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, consiste en coadyuvar a la eliminación de las distorsiones en materia comercial que permitan erradicar las prácticas desleales y abusivas, y fomenten la normalización de productos y servicios, mediante la

vigilancia y verificación del mercado, a fin de proteger los derechos de las y los consumidores y promover la competitividad y el acceso a bienes y servicios bajo condiciones de equidad; además de proteger los principios básicos en las relaciones de consumo, como: la protección de la vida, salud y seguridad de la población consumidora contra los riesgos provocados por productos, prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos, así como la información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, o especificación respecto a los riesgos que representen.

Por tal motivo, y considerando que el consumo y comercio de bebidas alcohólicas es de gran relevancia para la salud y economía de la población en el territorio nacional, ante lo cual demanda una vigilancia activa, la Profeco realizó durante 2013 diversos operativos, obteniendo los siguientes resultados:

- **4,198 verificaciones fueron practicadas a productores, distribuidores y comercializadores de bebidas alcohólicas. (207 visitas susceptibles de procedimiento administrativo).**

- **667,058 envases de bebidas alcohólicas fueron verificadas, así como 23.6 millones de litros a granel, de las cuales 2,474 envases fueron inmovilizados por incumplimientos a la normatividad aplicable.**

- **368 unidades de producto fueron muestreadas a nivel nacional, para el análisis correspondiente en el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.**

3.1.12. VENTILADORES

Como parte de las acciones de verificación y vigilancia que lleva a cabo la Profeco en el marco del Programa Nacional de Verificación y Vigilancia de Seguridad de Productos, y sabiendo de la importancia del cumplimiento y buen funcionamiento de los aparatos eléctricos, esta Entidad verificó diversos tipos de ventiladores de uso doméstico durante 2013, obteniendo los siguientes resultados:

- **56 verificaciones fueron practicadas a distribuidores y comercializadores de ventiladores domésticos. (5 visitas susceptibles de procedimiento administrativo).**

- **162,131 ventiladores domésticos fueron verificados, de los cuales 43 ventiladores fueron inmovilizados por incumplimientos a la normatividad vigente.**

3.1.13. JUGOS

Como parte de las acciones de verificación y vigilancia que lleva a cabo la Profeco, y buscando el cumplimiento de la NOM-173-SCFI-2009-jugos de frutas preenvasados-denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba; publicada en el Diario Oficial de la Federación el

28 de agosto de 2009, y su resolución por la que se modifican los numerales 2 ,3.10, 9 y 10; y se adiciona el numeral 5.1.4 de la Norma Oficial Mexicana NOM-173-SCFI-2009, jugos de frutas preenvasados-denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba, publicada el 28 de agosto de 2009, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 9 de marzo de 2011; la Profeco realizó 3 visitas de verificación, verificando 250 productos, sin encontrar alguna irregularidad.

3.1.14. PRODUCTOS LÁCTEOS

En relación con el sector alimenticio del país, la Profeco tiene la capacidad de verificar las siguientes NOM´s.

- **NOM-155-SCFI-2012 Leche-Denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba, publicada en el DOF el 3 de mayo de 2012.**
- **NOM-183-SCFI-2012 Producto lácteo y producto lácteo combinado-Denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba publicada en el DOF el 3 de mayo de 2012.**
- **NOM-190-SCFI-2012 Mezcla de leche con grasa vegetal–Denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba, publicada en el DOF el 31 agosto 2012.**

Dentro de este campo de actuación, Profeco realizó durante 2013:

- **10 verificaciones fueron practicadas a comercializadores.**
- **938 productos verificados**
- **10 unidades de producto fueron muestreadas a nivel nacional, para el análisis correspondiente en el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.**

3.1.15. NORMALIZACIÓN

Se participó en la elaboración y revisión de normas de producto y métodos de pruebas en los sectores: lácteo, del vestido, eléctrico-electrónico, telecomunicaciones, recubrimiento, ropa no tejida para uso médico, equipo a gas, tubería doméstica, inodoros y regaderas, encendedores de cigarrillos, productos infantiles.

Se participa regularmente en los Comités Técnicos de Certificación de los sectores eléctricos y electrónicos, productos infantiles, seguridad personal, equipos a gas, así como en los de evaluación de la competencia técnica de los laboratorios de la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) y de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris).

Conscientes de la necesidad de tener productos regulados, se envió a la Dirección General de Normas el informe técnico de quesos procesados con el objeto de presentar análisis técnicos que den soporte a la elaboración de normas de calidad del producto, de sus variedades, imitaciones, así como de aquellos existentes en el mercado con otras denominaciones.

Asimismo, derivado del creciente mercado de bebidas denominadas “Destilados de agave”, cuya comercialización aumentó rápidamente sin tener un marco jurídico específico que los regulara, dando oportunidad a la venta de productos cuyo análisis frecuentemente ha reflejado sólo la presencia de mezclas de alcohol-agua. Se realizó un trabajo conjunto con el Centro Nacional de Metrología (CENAM) para la implementación del método sobre la determinación de un compuesto marcador de bebidas alcohólicas de agave. El trabajo realizado concluyó que dicho compuesto sería útil como dato que ayude a dilucidar el supuesto origen de las bebidas que ostentan ser provenientes de agave.

3.1.16. VERIFICACIÓN A SECTORES DE MERCADO

La Profeco, como parte de sus estrategias de verificación, estableció programas nacionales de verificación focalizada a sectores que impactan de manera directa y sensible a la población consumidora y en los que destina la mayor parte de su ingreso, como son alimentos y bebidas, ropa, calzado, educación, esparcimiento, transporte y telecomunicaciones, practicando cerca de 70 mil visitas de verificación, de las cuales más de 10 mil fueron motivo de Procedimiento Administrativo por infracciones a la Ley.

Dichas acciones forman parte de las estrategias de verificación dirigidas a proveedores de bienes y servicios, como parte de programas permanentes, entre los que se encuentran los relativos a productos básicos, seguridad del producto, bebidas alcohólicas, casas de empeño y telecomunicaciones, por mencionar algunos; así como otros programas temporales puestos en marcha en función del incremento en la demanda de productos y servicios, ya sea por las celebraciones del niño y la madre, periodos vacacionales y turístico, cuaresma, regreso a clases, escuelas particulares, fiestas patrias, día de muertos, navidad o fin de año; y por la actividad en restaurantes y centros nocturnos, entre otros.

3.1.16.1. COMPAÑÍAS TELEFÓNICAS

Durante 2013 la Profeco en el ámbito de sus atribuciones, tanto de oficio como en atención a denuncias, instrumentó por conducto de la Dirección General de Verificación y Vigilancia acciones de verificación en el sector de telecomunicaciones, para vigilar el cumplimiento de la norma oficial mexicana NOM-184-SCFI-2012 y lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor, a fin de asegurar que se proporcionara información clara sobre los términos y condiciones aplicables, se emplearan contratos de adhesión registrados en Profeco para formalizar las operaciones, y se respetaran las promociones y ofertas anunciadas.

Entre las empresas verificadas se encuentran Telcel, Nextel, Iusacell y Movistar, al igual que aquellas que ofrecen servicios doble y triple *play* (televisión por cable, internet y teléfono), tales como Cablevisión, Dish, Sky y Telmex; derivado de estas acciones algunas empresas se sujetaron a procedimiento administrativo por infracciones a la Ley, aplicándose además la medida precautoria de suspensión del servicio a empresas como Telcel, Nextel, Iusacell, Movistar, Cablevisión, Dish, Sky, Telmex.

Entre las acciones realizadas destaca la atención de 83 denuncias relacionadas al giro comercial de telecomunicaciones.

3.1.16.2. MEJORA REGULATORIA DE TRÁMITES

Se arrancaron los trabajos como parte del Proyecto de Mejora de la Gestión Gubernamental, respecto a procesos que pretenden optimizarse en el marco del Programa para un Gobierno Cercano y Moderno 2013-2018.

3.1.16.3. AUTORREGULACIÓN

Como parte de sus programas y estrategias para una mejor protección de los derechos de las y los consumidores, por conducto de la Dirección General de Verificación y Vigilancia se establecieron y fortalecieron canales de comunicación con proveedores de los sectores industriales, comerciales y de servicios, a efecto de promover e incrementar el nivel de cumplimiento respecto de las disposiciones legales y normativas que son competencia de la Institución. De igual manera, como producto del trabajo conjunto entre la autoridad y los proveedores de bienes y servicios, se impartieron cursos de capacitación y se realizó el análisis de la información comercial contenida en etiquetas, envases, empaques manuales, instructivos y cartas-menú, así como en la publicidad, antes de su puesta a disposición en el comercio.

El acercamiento con proveedores y la focalización de las acciones de autorregulación, se efectúo en función del impacto, temporada y demanda de productos y servicios, a través de Cámaras, asociaciones u organizaciones, tales como la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CANACO-SERVYTUR), Asociación Mexicana de Distribuidores de Automóviles (AMDA), Cámara Nacional de la Industria de Restauranteros y Alimentos Condimentados (CANIRAC), Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), Cámara Nacional del Autotransporte de Pasaje y Turismo (CANAPAT), Cámara Nacional de Aerotransportes (CANAERO), Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (AMDETUR), entre otros.

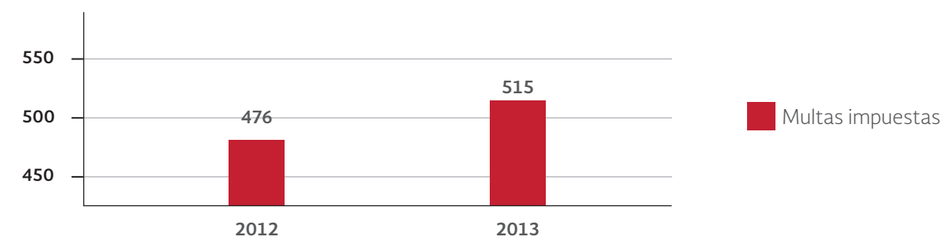
3.1.16.4. PROCEDIMIENTOS POR INFRACCIONES DE LA LEY (PIL)

La Dirección de Procedimientos de la Dirección General de Verificación de Combustibles, tiene como finalidad iniciar y substanciar los procedimientos por infracciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, que como resultado de las visitas de verificación sean detectadas, e imponer la sanción correspondiente a través de una resolución administrativa, para de esta manera, contribuir a generar

un efecto disuasivo en las acciones irregulares u omisiones que realicen en contra de la población consumidora los establecimientos que comercializan combustibles de primera necesidad, como son el Gas L.P. o los combustibles líquidos.

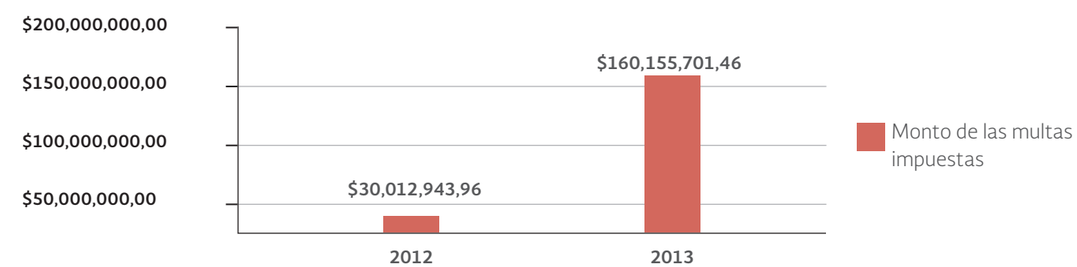
En el año 2013 se iniciaron 1108 procedimientos administrativos por infracciones a la ley de la materia, y la imposición de 515 sanciones por un monto de $160'155,701.46 pesos, 433.62% más en comparación con el 2012 ($30'012,943.96).

GRÁFICA 6. MULTAS IMPUESTAS 2012 Y 2013



Fuente: Registros de la Subprocuraduría de Verificación, Profeco, 2013.

GRÁFICA 7. MONTO DE LAS MULTAS IMPUESTAS 2012 Y 2013



Fuente: Registros de la Subprocuraduría de Verificación, Profeco, 2013.

3.2. VERIFICACIÓN DE COMBUSTIBLES LÍQUIDOS Y GAS LICUADO DE PETRÓLEO

La Procuraduría Federal del Consumidor, a través de la vigilancia del comportamiento comercial de los proveedores de bienes y servicios, contribuye a que se respeten los derechos de las y los consumidores y a que existan relaciones de consumo equitativas; focalizando sus actividades en sectores de mercado

que impactan estratégicamente al desarrollo interno de la economía mexicana, como es el caso de la venta de las gasolinas, el diésel y el gas licuado de petróleo.

Las acciones de verificación en materia de combustibles, están comprendidas por operativos permanentes en toda la República Mexicana, mismos que son implementados a lo largo del año en estaciones de servicio (gasolineras), en plantas de distribución de Gas L.P. y a vehículos comercializadores de este tipo de combustible.

Dicha verificación tiene por objetivo observar que los proveedores respeten los derechos de la población en materia de consumo, establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor y, al tratarse de productos que se otorgan con la ayuda de instrumentos de medición, también se observa el cumplimiento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y de las Normas Oficiales Mexicanas, de acuerdo con las atribuciones institucionales.

En 2013 se realizaron 2,359 verificaciones en estaciones de servicio, 511 en plantas de distribución y almacenamiento de gas L.P. A vehículos de reparto de cilindros transportables de Gas L.P. en la vía pública se les realizaron 4,785 verificaciones; ello implica una cobertura de los padrones de proveedores (gasolineras y plantas de Gas L. P.) de 22.47%, y la focalización de las acciones en más del 75% de los municipios del país con alta concentración poblacional (más de 100 mil habitantes), con el objetivo de dirigir los recursos asignados a la verificación de combustibles para maximizar el impacto y beneficiar con estas actividades a una mayor cantidad de personas.

3.2.1. GASOLINA Y DIÉSEL

El programa de verificación a estaciones de servicio tiene por objeto garantizar los derechos y la economía de la población consumidora; lo anterior verificando:

- ***Aspectos comerciales.*** **Para constatar visualmente entre otros, que se respeten los precios vigentes de acuerdo a la zona de comercialización.**

- ***Aspectos documentales.*** **Las estaciones de servicio deberán exhibir la aprobación de modelo o prototipo de los instrumentos de medición instalados, comprobando que los mismos no han sido alterados o modificados, es decir, que se encuentran en las mismas condiciones con las que fueron aprobados; asimismo, se solicitan los dictámenes de verificación para ajuste por calibración ("calibración de los sistemas de despacho"), para constatar que los instrumentos de medición hayan sido ajustados al menos una vez al año.**

- ***Cualidades metrológicas.*** **Comprenden la verificación de las cantidades de combustible que se otorgan al consumidor, efectuando el muestreo o "Jarreo" de 9 tomas por instrumento de medición, en las tres velocidades del mismo. Lo anterior, para observar la estabilidad de los aparatos, en mediciones recurrentes de la misma magnitud, a afecto de que no se rebasen las tolerancias de error establecidas en la normatividad.**

- ***Aspectos electrónicos.*** **Para revisar principalmente que la constitución electrónica del instrumento de medición (tarjetas, aditamentos de confiabilidad, etiquetas de identificación y firma electrónica del software del dispensario), no sea modificada con respecto a los diseños revisados y aprobados por la autoridad, lo cual, en caso de materializarse, pudiera ser una situación susceptible para un mal despacho a la comunidad consumidora.**

- ***Aspectos de seguridad.*** **Enfocadas principalmente a las condiciones físicas de los dispensarios (fugas de combustible, por ejemplo), para constatar que no se ponga en riesgo la economía, vida o la seguridad de la población consumidora.**

En caso de detectarse irregularidades en tal sentido, se aplican medidas precautorias y las sanciones correspondientes.

En este contexto, como resultado de las acciones del programa de verificación a estaciones de servicio, en 2013 se realizaron un total de 2,359 visitas de verificación a gasolineras.

Se verificaron un total de 32,440 instrumentos de medición utilizados para el despacho de combustibles (gasolina y diesel), de los cuales se aplicó la medida precautoria de inmovilización a 4,525 por incumplir

TABLA 10. DESGLOSE DE VERIFICACIONES POR MES (ESTACIONES DE SERVICIO)

CONCEPTO/ MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Verificaciones a estaciones de servicio	444	548	189	220	163	161	118	198	169	44	75	30	2,359

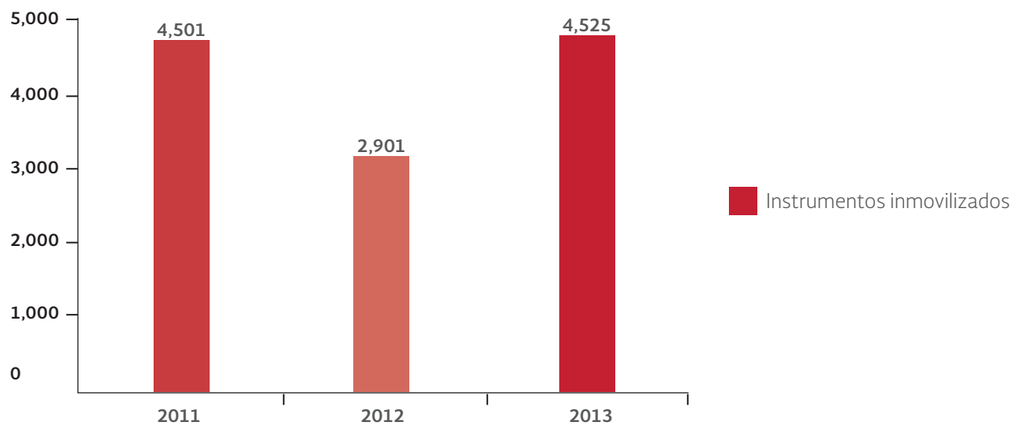
Fuente: Elaborado con base en registros de la Dirección General de Verificación de Combustibles. Profeco, 2013.

con la normatividad vigente; 55.9% más en comparación con el 2012 (2,901). Lo anterior se refleja en el siguiente cuadro, donde se detallan el número de verificaciones realizadas por cada mes del ejercicio 2013.

Como resultado de las acciones de verificación a proveedores de combustible, en 2013 se efectuaron 2,359 verificaciones en estaciones de servicio (gasolineras), lo que implicó la revisión de 32,440 mangueras y la inmovilización de 4,525 de éstas, por incumplir la normatividad vigente en materia

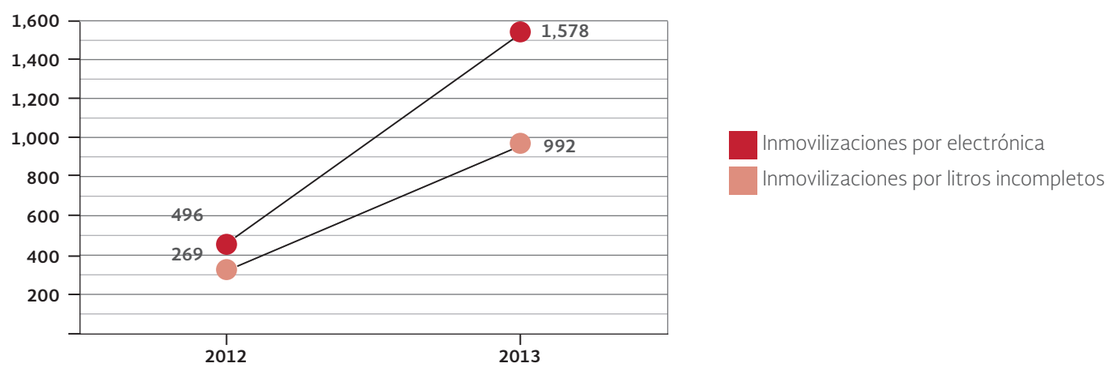
metrológica y de consumo. Del total de mangueras inmovilizadas, 992 fue a causa de la comprobación directa del despacho de litros inexactos (error máximo tolerado de acuerdo con la NOM-005-SCFI-2011) y 1,578 por encontrar alteraciones de tipo electrónico en los instrumentos de medición; siendo estas causas de inmovilización las más representativas en el ejercicio 2013.

GRÁFICA 8. INSTRUMENTOS INMOVILIZADOS



Fuente: Basado en registros de la Dirección General de Verificación de Combustibles. Profeco, 2013.

GRÁFICA 9. PRINCIPALES CAUSAS DE INMOVILIZACIÓN DE INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN



Fuente: Elaborado con base en registros de la Dirección General de Verificación de Combustibles. Profeco, 2013.

En las siguientes gráficas, se muestra la evolución en los últimos ejercicios sobre la cantidad de mangueras que fueron inmovilizadas a raíz de los operativos de verificación en estaciones de servicio y algunas de las causas de inmovilización de mayor representatividad.

3.2.2. GAS LP

El programa de Verificación a Plantas de Gas L.P., tiene por objeto regular el mercado mediante la supervisión del cumplimiento de la normatividad vigente, con la finalidad de garantizar la comercialización en cantidades correctas de este combustible, en masa, volumen y precio. Lo anterior, a través de actividades de verificación que comprenden la revisión de:

- ***Aspectos comerciales:*** **se observan precios, rótulos del proveedor, sellos de garantía, etiquetado, entrega de comprobantes que avalen la transacción de la compraventa realizada y hologramas en las básculas utilizadas para el pesado de cilindros dentro de las Plantas.**

- ***Contenido neto:*** **se "pesan" los cilindros a comercializar de conformidad con la NOM-002- SCFI-2011 para medir el contenido neto de los mismos y constatar que cumplan con la tolerancia permitida.**

- ***Prueba de suministro:*** **se efectúa a los medidores instalados en los auto-tanques, mediante una prueba que consta de 4 corridas de suministro de 100 litros, siendo la primera de ambientación y las 3 restantes se promedian para observar que el resultado no sea menor a 99.4 litros.**

- ***Hologramas:*** **se verifica que las básculas que se encuentran en los andenes de llenado y repeso, cuenten con el holograma de ajuste por calibración vigente.**

En caso de detectarse irregularidades que pongan en riesgo la vida, la seguridad, la salud o la economía de consumidoras y consumidores, se aplican las medidas precautorias y sanciones correspondientes.

La Dirección de Verificación de Gas, en 2013 ejecutó 511 visitas de verificación a Plantas de Distribución de Gas L.P., de ellas en 294 plantas negaron el acceso, en 105 no se encontraron irregularidades y en 112 se aplicó al menos una medida precautoria (sello de inmovilizado) en algún instrumento verificado. Dentro de dichas plantas se verificaron en total 2,837 básculas, inmovilizando 310; se verificaron además 660 auto-tanques (pipas), inmovilizando 34; se verificaron, asimismo, 327 vehículos de reparto de recipientes transportables (vehículos), inmovilizando 98; se verificó por muestreo 1,933 recipientes transportables para contener gas L.P. (cilindros), resultando la inmovilización de lotes completos de cilindros o cargas totales de los camiones, por un total de 4,216 recipientes.

En vía pública, la Dirección de Verificación de Gas, ejecutó 124 visitas de verificación a vehículos de reparto de recipientes transportables (vehículos), de ellos 88 no otorgaron las facilidades para el desahogo de la visita de verificación, en 14 no se encontraron irregularidades y en 22 se aplicó al menos una medida precautoria (sello de inmovilizado). Dentro de dichos vehículos se verificó por muestreo un total de 164 recipientes transportables para contener gas L.P. (cilindros), resultando la inmovilización de la totalidad de la carga de los vehículos por un total de 588 recipientes. En lo que respecta a la verificación de auto-tanques en vía pública, se verificaron 39 vehículos, de los cuales 3 fueron inmovilizados. En la siguiente tabla, se desglosan las actividades en planta, por mes.

TABLA 11. DESGLOSE DE VERIFICACIONES POR MES (PLANTAS DE GAS L. P.)

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Verificaciones a plantas de gas L.P.	65	161	8	0	4	34	51	36	20	66	47	19	511

Fuente: Elaborado con base en registros de la Dirección General de Verificación de Combustibles. Profeco, 2013.

Derivado del análisis de los hallazgos de las visitas de verificación practicadas en plantas de almacenamiento y distribución de gas L.P., se muestra el siguiente cuadro que describe la proporción de irregularidades detectadas, respecto los aspectos verificados.

TABLA 12. PROPORCIÓN DE INCUMPLIMIENTOS IDENTIFICADOS EN LAS VISITAS DE VERIFICACIÓN DE GAS L.P.

TIPO DE ELEMENTO VERIFICADO	VERIFICADOS	INMOVILIZADOS	% DE INMOVILIZACIÓN RESPECTO LO VERIFICADO
Vehículos repartidores de cilindros en planta	327	98	29.9%
Auto-tanques (planta)	660	34	5.1%
Básculas	2,837	310	10.9%

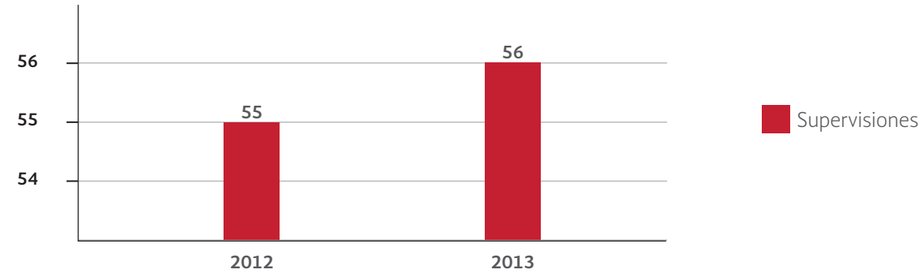
Fuente: Elaborado con base en registros de la Dirección General de Verificación de Combustibles. Profeco, 2013.

3.2.3. SUPERVISIÓN AL PERSONAL DE VERIFICACIÓN

Anualmente se ejecutan actividades de supervisión al personal que realiza las verificaciones en campo y sobre las actas resultantes, como un mecanismo para observar posibles incidencias que llegasen a afectar la efectividad de los actos, así como para detectar áreas de oportunidad para estimular una mayor eficacia y eficiencia en la ejecución de las visitas de verificación.

En 2013 se realizaron 56 supervisiones en campo a las brigadas de verificación de la Dirección de Verificación de Combustibles 1.8% más en comparación con el 2012 (55), lo que se muestra en la siguiente gráfica comparativa.

GRÁFICO 10. SUPERVISIONES A BRIGADAS DE VERIFICACIÓN REALIZADAS



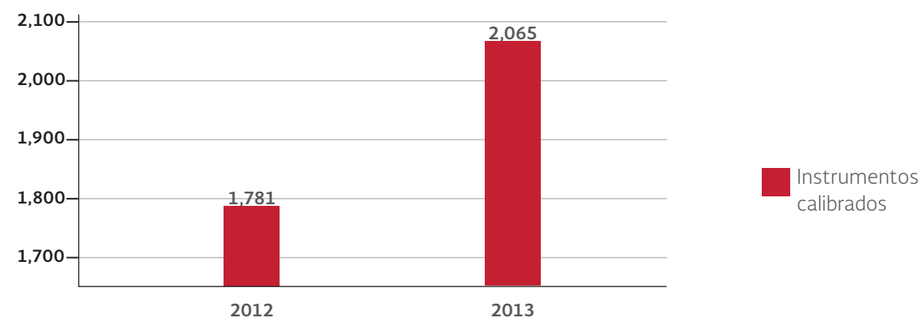
Fuente: Elaborado con base en registros de la Dirección General de Verificación de Combustibles. Profeco, 2013.

3.2.4. SERVICIO DE AJUSTE POR CALIBRACIÓN EN MATERIA DE COMBUSTIBLES

Adicional a la verificación como un acto de autoridad, para observar el buen comportamiento de los proveedores, la Profeco instrumenta permanentemente el servicio de ajuste de instrumentos de medición como política preventiva, para que aquellos proveedores interesados ajusten sus dispensarios y medidores de gas, con el objetivo de entregar a la comunidad consumidora las cantidades correctas de producto por las que pagan.

En 2013, se atendieron un total de 199 solicitudes de proveedores para la calibración de sus sistemas de medición y se ajustaron un total de 2,065 instrumentos de medición, 15.9% más en comparación con lo realizado en 2012 (1,781), situación que se refleja en la siguiente gráfica.

GRÁFICO 11. VERIFICACIÓN PARA AJUSTE POR CALIBRACIÓN EN MATERIA DE COMBUSTIBLES



Fuente: Elaborado con base en registros de la Dirección General de Verificación de Combustibles. Profeco, 2013.

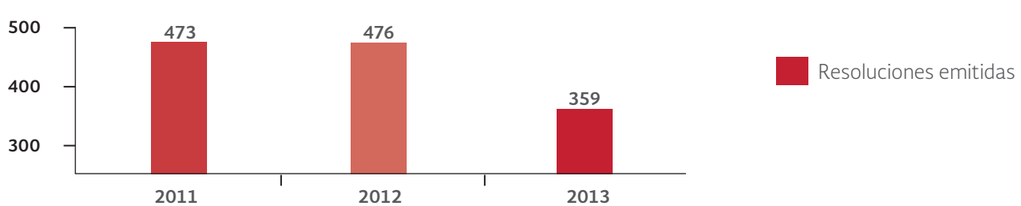
3.2.5. PROCEDIMIENTOS POR INFRACCIONES A LA LEY EN MATERIA DE COMBUSTIBLES

La Dirección de Procedimientos de la Dirección General de Verificación de Combustibles, tiene como finalidad iniciar y substanciar, los procedimientos por infracciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, como resultado de las visitas de verificación en las que se detectan presuntas irregularidades, para en su caso, imponer las sanciones correspondientes a través de una resolución administrativa y, de esta manera, contribuir a un efecto disuasivo en las acciones irregulares u omisiones que realicen los establecimientos que comercializan combustibles al público en general.

Como resultado de las acciones de verificación, la Dirección General de Verificación de Combustibles inició 1,108 expedientes administrativos en materia de gas L.P. y gasolina. Asimismo, de enero a diciembre de 2013, se impusieron un total de 359 sanciones por un monto total de $109,925,441.55 pesos. Lo que implica que, no obstante que en 2013 hubo menos casos sancionables (en razón del tipo y cantidad de las presuntas irregularidades detectadas durante las verificaciones) respecto 2012, el monto de las sanciones aumentó considerablemente como medida persuasiva para influir en la corrección del comportamiento comercial de personas proveedoras de combustibles.

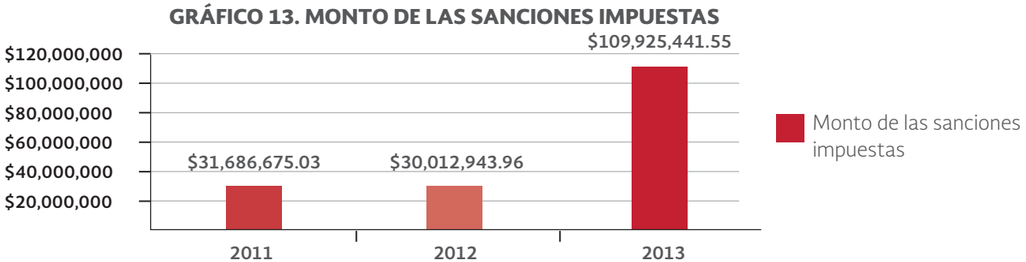
En las siguientes gráficas, se hace un comparativo histórico de los ejercicios recientes para observar la evolución en la imposición de sanciones.

GRÁFICO 12. RESOLUCIONES EMITIDAS



Fuente: Elaborado con base en registros de la Dirección General de Verificación de Combustibles. Profeco, 2013.

GRÁFICO 13. MONTO DE LAS SANCIONES IMPUESTAS



Fuente: Elaborado con base en registros de la Dirección General de Verificación de Combustibles. Profeco, 2013.

3.3. LABORATORIO NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

El Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, con el objeto de promover y proteger los derechos del consumidor, realizó análisis, estudios e investigaciones. Asimismo, verificó el cumplimiento de especificaciones establecidas por las Normas Oficiales Mexicanas y Normas Mexicanas, y realizó acciones de apoyo técnico en el rubro de la evaluación de la publicidad engañosa.

Con el fin de garantizar su servicio, mantiene un sistema de gestión certificado en todos sus procesos y actividades acorde normas NMX-CC-9001-IMNC-2008 y ha demostrado su competencia técnica en cumplimiento con la NMX-EC-17025-IMNC-2006.

3.3.1. LOS ESTUDIOS

Durante 2013, el laboratorio realizó 25 estudios de calidad superando la meta programada de elaborar 24 de ellos. Se analizaron un total de 10,120 productos derivados de tales estudios, actos de verificación y de servicio externo a los que se les aplicaron 158,764 pruebas un 8.1% menos de la meta programada anual de 172,903 pruebas y 8.8% por debajo de lo alcanzado en 2012. Entre las principales causas podemos señalar los cambios de operatividad en materia de verificación de productos derivado de las emergencias sucedidas en el país (tormentas “Ingrid” y “Emanuel).

El Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor presenta sus acciones en cumplimiento a diversas políticas públicas gubernamentales. En esos términos, realizó análisis donde informó sobre el costo y calidad de los productos. En este rubro destacaron los estudios de equipos electrodomésticos y de computación que representan una considerable inversión en el gasto de los consumidores. También conscientes de los efectos que produce el sobrepeso y la obesidad se evaluaron los alimentos para orientar al consumidor a elegir el mejor producto, no sólo en calidad, sino también en nutrición, ayudando al bienestar de mexicanas y mexicanos. Se realizaron recomendaciones generales para impulsar una cultura de hábitos alimentarios que favorezcan a la adopción de una dieta correcta. Es importante señalar que estos estudios compararon la calidad entre las diversas marcas del mercado, con lo cual se impulsa la competitividad entre fabricantes.

En el período de Enero a diciembre 2013, se realizaron 25 estudios. Los productos analizados fueron: jeans, secadoras de cabello, carriolas, chocolate, lavadoras, seguridad en inflables, queso amarillo, útiles escolares, tabletas electrónicas, computadoras de escritorio, laptops, memorias USB, mezcal, pastelitos, alimentos mexicanos envasados (mole, pozole, taquitos, enchiladas), pulsómetros deportivos, alimentos funcionales (adicionados de calcio, zinc, hierro y magnesio), cámaras fotográficas, sopas instantáneas, rompope, televisores, básculas personales, alimentos funcionales con vitamina C, aderezos y sillas altas.

Se resaltó el hallazgo del estudio de calidad de útiles escolares donde 17 tijeras no cumplieron con en la norma NOM-140-SCFI-1999.- Seguridad en tijeras escolares, lo cual derivó en un operativo de verificación impidiéndose la comercialización de productos fuera de la norma.

3.3.2. VERIFICACIÓN

A raíz de los actos de verificación se evaluaron varios productos, y acerca de ellos el Laboratorio dictaminó técnicamente lo conducente respecto al cumplimiento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, de las Normas Oficiales Mexicanas y demás normas aplicables a los productos. Con los exámenes se pudo comprobar la seguridad, veracidad de su información y/o la publicidad de los mismos, impulsando en las y los proveedoras/es una cultura de calidad. Dentro de los productos verificados resalta la verificación de aquellos de la canasta básica; asimismo, se verificaron 286 correspondientes a 65 marcas y se corroboró el cumplimiento respecto al etiquetado, contenido neto y/o masa drenada en los artículos que la ostentan.

Se realizó el análisis de 317 muestras de tortilla obtenidas de 17 diferentes ciudades del país. Se informó su aporte nutrimental señalando que el producto muestra variación en el contenido de calcio, derivado de los procesos de nixtamalización.

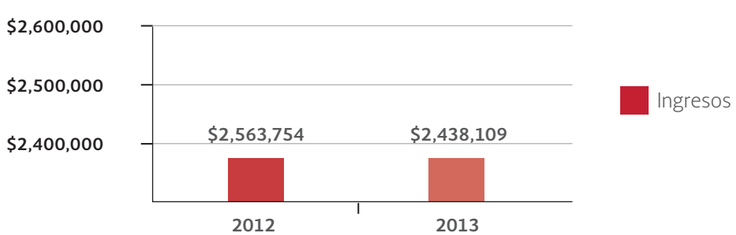
Se analizaron también los denominados bebidas o néctares de granada y arándano, productos cuya comercialización creció en el 2013 y sus etiquetas mostraban incumplimientos sobre los ingredientes que contienen.

De igual forma, se examinaron bebidas alcohólicas y luces navideñas; sobre estas últimas se entregaron informes en menos de 48 horas para que la Profeco pudiera actuar. Se realizaron testificaciones de prueba y el personal participó como perito técnico en las áreas de textil y química.

3.3.3. SERVICIO EXTERNO

El laboratorio utiliza su capacidad instalada apoyando a las empresas públicas (federal, estatal y municipal) y privadas que desean una evaluación imparcial de los productos que adquieren o proveen, el Laboratorio proporciona el servicio externo a quién lo solicite, generando además, ingresos adicionales para la institución.

GRÁFICO 14. COMPARATIVO DE INGRESOS POR EXTERNO 2012-2013

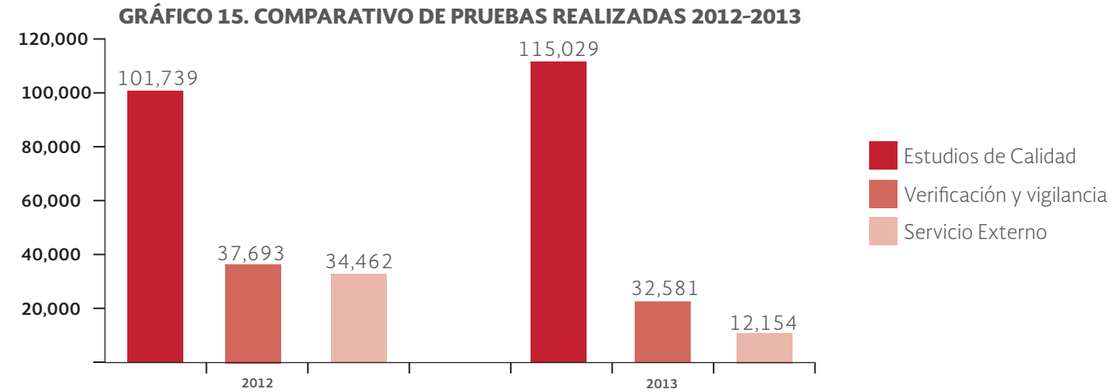


Fuente: Elaborado con base en registros de la Subprocuraduría de Verificación. Profeco, 2013.

3.3.4. VARIABILIDAD EN EL VOLUMEN DE TRABAJO

El volumen de trabajo en el laboratorio depende de los Programas de Verificación, número de productos que involucran un estudio de calidad, cambios de normatividad donde se adicionan o modifican los criterios y métodos de evaluación, solicitudes de Profeco para análisis de información de la etiqueta o frases publicitarias, solicitudes de servicio externo. La siguiente gráfica muestra esta variabilidad en los años 2012 y 2013.

GRÁFICO 15. COMPARATIVO DE PRUEBAS REALIZADAS 2012-2013



Fuente: Elaborado con base en registros de la Subprocuraduría de Verificación. Profeco, 2013.

Vale la pena señalar la labor del laboratorio en materia de calibración. En 2013, se evaluaron 5,823 pesas de las Delegaciones y Subdelegaciones así como a la Dirección General de Verificación y Vigilancia y la de Combustibles. Lo anterior para dar a la Procuraduría mayor trazabilidad y control de los resultados de las calibraciones de instrumentos de medición en el mercado nacional bajo la norma NOM-038-SCFI-2000. Además se hizo lo propio para obtener un ahorro de los gastos que se generaban en esta materia al contratar un laboratorio externo.

3.3.5. CONTRIBUCIÓN A LA NORMATIVIDAD

Siendo las normas y el proceso de certificación los elementos preventivos con los que cuentan la autoridad en el propósito de coadyuvar para que lleguen a la población consumidora productos seguros, el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor dedica un tiempo considerable a los trabajos en materia de normalización y evaluación de la conformidad.

Como parte del esfuerzo para contar con normas modernas y eficientes, se ha buscado que criterios internacionales sean la base de las regulaciones mexicanas, ya que en el desarrollo de las mismas se considera la participación de expertas y expertos internacionales de muchos países que dan confiabilidad en este aspecto. La Profeco participa en los comités espejo que envían el consenso nacional, lo cual debe hacer más fácil la adopción parcial o total de estas disposiciones para el uso nacional.

Con base en la experiencia del Laboratorio en el análisis de productos se participó en la elaboración y revisión de normas de producto y métodos de pruebas en los sectores: lácteo, del vestido, eléctrico-electrónico, telecomunicaciones, recubrimiento, ropa no tejida para uso médico, equipo a gas, tubería doméstica, inodoros y regaderas, encendedores de cigarrillos, productos infantiles.

3.3.6. EVITANDO EL ENGAÑO A LAS Y LOS CONSUMIDORES

Dado que a la Profeco le compete velar por el respeto al derecho a la información veraz sobre productos de nueva incorporación en el mercado que buscan posicionarse en las preferencias de consumidoras y consumidores, se realizó un análisis conjunto con el área de publicidad en el combate de frases publicitarias engañosas o exageradas, y se detectó que los mensajes incluyen expresiones ambiguas; que estimulan a comprar a través de una decisión rápida productos que no cumplen con lo ofrecido; que existe publicidad exaltando los beneficios del producto para curar o prevenir un sinnúmero de enfermedades, y en las que se incluyen testimoniales sin fundamento científico o pretendidas recomendaciones de asociaciones, entre otras anomalías.

3.3.7. SEGURIDAD, TEMA PRIORITARIO

Alineado al Plan Nacional de Desarrollo y como parte de las estrategias de operación y bases de cooperación internacional, durante 2013 la Profeco participó en foros internacionales aportando su experiencia en materia de seguridad de producto, vigilancia de mercado y protección a las y los consumidores.

- **En Canadá se participó en la Cumbre sobre Seguridad de Productos de Consumo, estableciendo compromisos operación conjunta con agencias de vigilancia de mercado en materia de seguridad de productos de Estados Unidos de América (*Consumer Product Safety Commission, CPSC*) y de Canadá (*Health Canada*), para emisión de alertas conjuntas, vigilancia de mercado y retiro de producto.**

- **Se asistió a la Segunda Sesión Ordinaria del Consejo Nacional de Producción, en Guadalajara, relativo a la certificación de la calidad de los productos orgánicos los cuales, en caso de incumplimiento, deberán ser retirados del mercado y comercializados como productos convencionales.**

4. JURÍDICO

Corresponde a la Subprocuraduría Jurídica, la defensa del interés jurídico y actos de autoridad de la Procuraduría, así como también representarla en todos los procedimientos jurídicos. De igual forma, esta Subprocuraduría elabora y presenta a consideración la persona titular de la Procuraduría los proyectos de iniciativas de leyes y otros ordenamientos jurídicos. Otra de sus atribuciones es la de representar individualmente o en grupo a las personas consumidoras ante los proveedores/as y autoridades administrativas, esto en materia de acciones colectivas, de grupo y concursos mercantiles.

En ejercicio de sus atribuciones, y para la defensa de los intereses de la población consumidora, se interpusieron acciones colectivas en el sector de telecomunicaciones, así también se impulsaron 3 reformas de la Ley Federal de Protección al Consumidor y a distintos ordenamientos jurídicos, emitiendo en otros casos opiniones respecto a las iniciativas formuladas.

En el marco de la coordinación institucional se autorizaron 230 contratos y 238 convenios, mismos que se suscribieron con el sector público y privado, así como con autoridades extranjeras, y que permiten a la institución tener mayor eficiencia y efectividad en su actuación.

Durante 2013 la Unidad de Enlace atendió a las 680 solicitudes de información presentadas a través del Sistema de Solicitudes de Información (Infomex).

Es pertinente mencionar que el Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa notificó a la Dirección General de lo Contencioso y Recursos un total de 8,757 sentencias en el 2013, de las cuales 5,157 resultaron en contra de los intereses de Profeco, mientras que un total de 3,600 fueron a favor.

4.1. PROCESOS DE REPRESENTACIÓN COLECTIVA

A partir de las reformas al Código Federal de Procedimientos Civiles, que entraron en vigor el 29 de febrero de 2012, se adicionó el libro Quinto mediante el cual se implementó en nuestro sistema jurídico mexicano la figura legal de las *Acciones Colectivas*, mismas que se ejercen para defender y proteger intereses colectivos en materia de relaciones de consumo, de bienes o servicios públicos o privados y medio ambiente ante los Tribunales del Poder Judicial.

Las Acciones Colectivas son figuras jurídicas novedosas que tienen como finalidad el que una colectividad de personas cuyos derechos son afectados por un hecho común y una o un mismo/a proveedor/a, a través de una herramienta procesal eficiente, soliciten ante los órganos jurisdiccionales el restablecimiento en el goce de sus derechos afectados y sean resarcidos patrimonialmente.

Cabe señalar que antes de la reforma mencionada, la Procuraduría Federal del Consumidor contaba con facultades para ejercitar *acciones de grupo*, por lo cual, independientemente de las reformas al Código de Procedimientos Civiles, estas acciones promovidas antes de la vigencia del Libro Quinto del Código Federal de Procedimientos Civiles, continuaron su proceso como tales hasta su resolución definitiva.

Por su parte, el ejercicio de las Acciones Colectivas conserva el beneficio para las y los consumidores de obtener una sentencia con efectos ultra-partes, lo que significa que consumidoras y consumidores pueden exigir la reparación de daños y perjuicios, sin encontrarse supeditados a que hayan tenido que participar en la demanda, pues el único requisito es que se compruebe la calidad de afectado(a) por la misma conducta anómala y por el mismo proveedor(a).

Con el ejercicio de estas acciones, la Procuraduría Federal del Consumidor se constituye en cuadyuvante para contribuir a que detengan las prácticas abusivas y lesivas de los proveedores (as) en contra de la población consumidora.

4.1.1. ACCIONES COLECTIVAS

Uno de los logros de esta Procuraduría en cuanto a las Acciones Colectivas en el año 2013, es el conseguir que la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) ejerciera la *facultad de atracción*, en dos de las demandas de grupo iniciadas con anterioridad a las reformas al Código Federal de Procedimientos Civiles, en el cual se adhiere el Libro Quinto de Acciones Colectivas, y el cual abarca del artículo 578 al 626 del mismo ordenamiento legal. Asimismo, dos acciones colectivas más interpuestas en dicho lapso por el área correspondiente a esta Procuraduría se encuentran en espera de ser atraídas por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, lo que significa el *principio de la creación de precedentes* en cuanto al estudio de futuros litigios en materia de consumo y derechos humanos, habida cuenta de que los requisitos para que el Máximo Tribunal del país ejerza la facultad de atracción, es que los litigios en los cuales haga su estudio legal contengan relevancia jurídica e importancia para un amplio sector de la sociedad; requisitos que cumplen las acciones de grupo promovidas anteriormente por esta Institución, además de ser áreas poco estudiadas y reguladas, ya que constituyen lagunas legales que deben solventarse, por lo cual se considera un logro de esta entidad gubernamental la defensa de los derechos de la colectividad de la población consumidora.

A lo largo de 2013, se impulsaron 22 acciones de grupo en diferentes sectores, como telecomunicaciones, aeronáutico, mueblero, inmobiliario, manufactura y de publicidad engañosa.

Además, por primera vez la Procuraduría Federal del Consumidor obtuvo el resarcimiento de los daños y perjuicios de manera inmediata y con efectos generales sobre todo consumidor/a o usuaria/o que mantenga una relación con la empresa o proveedor/a en turno, lo cual dio sustento para que se establecieran convenios suscritos entre las partes.

En virtud de lo anterior, y con los parámetros establecidos por el Código Federal de Procedimientos Civiles, la Procuraduría Federal del Consumidor promovió en el año 2013 **tres** nuevas acciones colectivas en contra de empresas del sector de telecomunicaciones, como a continuación se expone:

1. **Con fecha 12 de febrero de 2013, se presentó Acción Colectiva en contra de "Radiomóvil DIPSA, S.A. de C.V." comercialmente conocida como "TELCEL", debido a las fallas en el servicio de telefonía móvil ocurridas el día 26 de enero de 2013, al considerarse como daños y perjuicios para la población consumidora.**

2. **En fecha 26 de marzo de 2013 se presentó acción colectiva en contra de "Teléfonos de México, S.A.B. de C.V." comercialmente conocida como "Telmex", por conductas que ocasionaron daños y perjuicios a consumidores/as con los que tiene una relación de consumo por el servicio de telefonía fija, en virtud de haberles cobrado indebidamente y de manera indistinta la cantidad de $10.40 pesos por "Privacidad en directorio y 040" a partir del año 2008 hasta septiembre de 2012, que válido es mencionar que se trata de un derecho humano por el cual no puede cobrarse ningún tipo de remuneración; así como $10.40 pesos por "Detalle de llamadas entrantes y salientes" a partir de noviembre de 2012 hasta el día de presentación de la demanda.**

3. **En fecha 07 de octubre de 2013 se presentó acción colectiva en contra de Inversiones Nextel de México, S.A. de C.V. y otras, comercialmente conocidas como "Nextel", debido a que ha realizado conductas u omisiones que han ocasionado daños y perjuicios a consumidores/as por el servicio de radiocomunicación móvil especializada de flotillas, transmisión bidireccional de datos en cualquiera de sus modalidades y de acceso inalámbrico fijo o móvil, ya que la empresa realizó cobros indebidos a las y los usuarios sin aceptación expresa, disminución de servicios originalmente contratados, siendo radicado dicho juicio en el Juzgado Segundo de Distrito en Materia Civil en el Distrito Federal. En lo que respecta al 2013 únicamente se promovieron tres acciones colectivas en términos del Libro Quinto del Código Federal de Procedimientos Civiles.**

4.2. JURÍDICO CONSULTIVO

La Dirección General Jurídico Consultivo tiene como atribuciones, entre otras, revisar los proyectos de iniciativa de ley y fungir como unidad de enlace en materia de transparencia.

Durante 2013, se brindó asesoría jurídica a la población consumidora, proveedores/as y unidades administrativas de la Institución que así lo requirieron, con el objetivo de garantizar la legalidad en las actividades de Profeco y de terceras personas. En este sentido, se atendieron 92 consultas jurídicas realizadas vía telefónica, por Internet, por escrito o de manera personal, y se asesoró a diversos comités y consejos institucionales.

4.2.1. ENLACE LEGISLATIVO

En el año 2013, la Profeco revisó y emitió 118 opiniones respecto de iniciativas de leyes y de reglamentos, decretos, minutas, dictámenes, acuerdos y demás ordenamientos jurídico-normativos relacionados con las actividades de la Procuraduría, 42 de las cuales corresponden a iniciativas relacionadas con reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Se emitieron opiniones en relación a la adición de la fracción XXIII del artículo 24 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, a la reforma al artículo 52 de la ley de Aviación Civil, a la reforma al artículo 66 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y al 44 de la ley de Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros.

4.2.2. REFORMAS A LA LFPC Y OTROS INSTRUMENTOS ASOCIADOS

Durante 2013, la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) fue reformada en tres ocasiones; la primera corresponde a la reglamentación de las casas de empeño, la segunda a la libertad de constituir grupos u otras organizaciones de consumidores/as y la tercera relativa a las medidas de apremio y multas que este organismo puede imponer.

Se reformaron los artículos 25, 65 bis, 99, 117, 126, 127, 128, 128 bis y 133 y se adicionaron la fracción XI al artículo 1, del 65 bis 1 al 65 bis 7, todos de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Asimismo, se reformó el Estatuto Orgánico de la Procuraduría del Consumidor por acuerdo publicado el 18 de octubre de 2013.

4.2.3. CONTRATOS Y CONVENCIONES INSTITUCIONALES

Asimismo, la Dirección General Jurídica Consultiva tiene como atribución dar seguimiento a la formalización de los convenios y contratos en los que la Procuraduría es parte, y lleva el registro institucional de los instrumentos jurídicos celebrados.

En el 2013 fueron autorizados 230 contratos y 238 convenios, mismos que se suscribieron con el sector público y privado, así como con autoridades extranjeras:

TABLA 13. CONVENIOS, CONTRATOS Y MEMORÁNDUM DE ENTENDIMIENTO SUSCRITOS.

CONTRATOS	230
Convenios	238
Memorándum de Entendimiento	2
Total	470

Fuente: Dirección General Jurídico Consultivo, Profeco, 2013.

Dentro de los diversos acuerdos de colaboración que se celebraron con distintos entes destacan los siguientes: Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (Cofepris), El Colegio de México, A.C., Conferencia de las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo para la Promoción de los Derechos de las Personas Consumidoras, Procuraduría General de la República, Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, Nueva Wal Mart de México, S. de R.L., Banco de México, Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), S.A. de C.V., Cámara Nacional de Aerotransportes, Consejo Regulador del Tequila, A.C., Cámara Nacional de la Industria Tequilera, Comisión Nacional de los Derechos Humanos y Comisión Federal de Electricidad, los cuales, tienen como objeto aplicar el programa permanente de verificación y vigilancia en relación a la Cruzada Contra el Hambre; implementar acciones de detección, prevención y combate a las prácticas ilegales en relación a la introducción y distribución de mercancías, así como el conjuntar esfuerzos para diseñar mecanismos eficientes y expeditos para la atención de usuarios del servicio público de energía eléctrica, respectivamente.

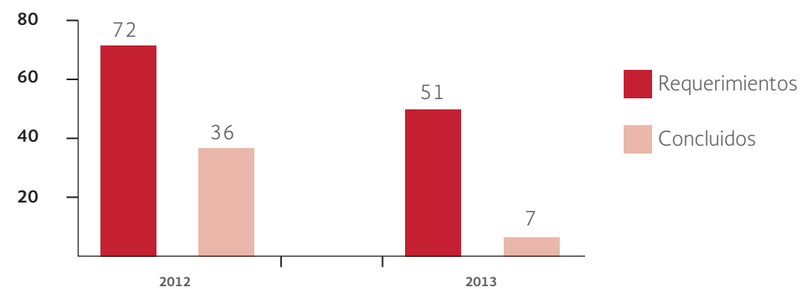
4.2.4. DERECHOS HUMANOS

A través del informe que debe rendirse ante la Comisión Nacional de los Derechos Humanos se da cumplimiento a lo ordenado por el artículo 38 de la Ley de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos y, en el mismo, se hacen constar los antecedentes, fundamentos y motivaciones de los actos u omisiones impugnados. También si efectivamente éstos existieron, así como los elementos de información que consideren necesarios para la dilucidación y documentación del asunto.
En 2013 se recibieron 51 requerimientos de información, de los que se proporcionó documentación necesaria en tiempo y forma; de este total, 7 fueron requerimientos infundados.

En 2012, se recibieron 72 requerimientos y se concluyeron 36, es decir, en 2013 se recibieron 21 solicitudes menos.

COMISION NACIONAL DE LOS
DERECHOS HUMANOS

GRÁFICO 16. REQUERIMIENTOS DE LA COMISIÓN NACIONAL DE DERECHOS HUMANOS A PROFECO



Fuente: Elaboración propia, con base en la información de la Dirección General Jurídico Consultivo, Profeco, 2013.

La disminución en el número de requerimientos en 2013 realizados por la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH), respecto de 2012, obedece a dos factores primordialmente: el primero, al número de quejas que presentan las y los particulares contra la actuación de las autoridades de esta Procuraduría, es decir que el número de quejas presentadas es igual al número de solicitudes de información, lo cual evidentemente, es un factor par el cual este descentralizado no puede influir. En segundo factor, es que la actuación de las autoridades de esta Procuraduría se apega al respeto a la legalidad y el respeto a los derechos humanos, lo que propicia una disminución de requerimientos por parte de la CNDH.

Es importante señalar que en 2013 no hubo recomendaciones de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos a la Procuraduría Federal del Consumidor.

4.3. TRANSPARENCIA

Para dar cumplimiento a la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, a su Reglamento y demás disposiciones aplicables, así como para garantizar el acceso a la información pública en posesión de la Procuraduría Federal del Consumidor, durante 2013 la Unidad de Enlace atendió a las 680 solicitudes de información presentadas a través del Sistema de Solicitudes de Información INFOMEX.

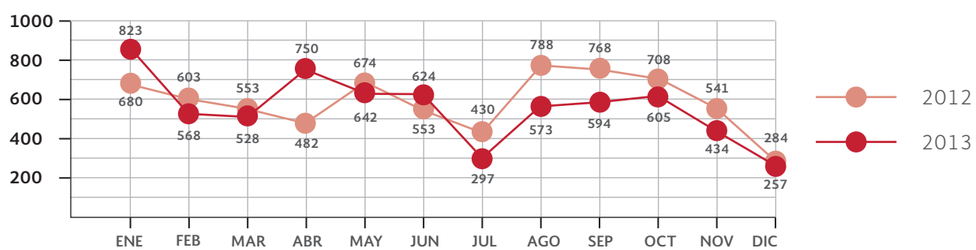
4.4. DEFENSA DE ACTOS AUTORIDAD

La Dirección General de lo Contencioso y de Recursos, como unidad administrativa adscrita a la Subprocuraduría Jurídica de la Procuraduría Federal del Consumidor, es la encargada de representar legalmente a las unidades administrativas de la Procuraduría, e interviene en los procedimientos administrativos, judiciales, laborales, penales y contencioso administrativos en los que ésta sea parte; ejerce las acciones judiciales y contenciosas que correspondan a las unidades administrativas de la Procuraduría.

4.4.1. DEMANDAS Y SENTENCIAS

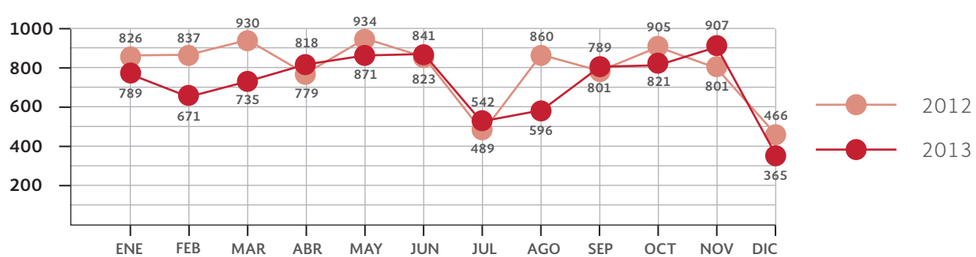
El Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa notificó en el 2013 a esta Procuraduría 6,695 demandas promovidas e interpuestas en contra de diversas resoluciones emitidas por esta Institución, mientras que en el año 2012 notificó 7,064 demandas. Asimismo notificó en el año 2013, 8,757 sentencias, mientras que en 2012 notificó 9,439. Lo que representa una disminución de demandas y sentencias recibidas por esta institución, así como de los sentidos en los que fueron emitidas dichas resoluciones.

GRÁFICO 17. DEMANDAS RECIBIDAS DE ENERO A DICIEMBRE, COMPARATIVO 2012-2013



Fuente: Base de datos de la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos, 2013.

GRÁFICO 18. SENTENCIAS RECIBIDAS DE ENERO A DICIEMBRE, COMPARATIVO 2012-2013



Fuente: Base de datos de la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos, 2013.

4.4.2. JUICIOS DE NULIDAD

Las reformas a la Ley Federal del Procedimiento Contencioso Administrativo de 2011, determinaron cuatro vías para tramitar el Juicio de Nulidad, siendo éstas en la ordinaria y la sumaria, a su vez dichas vías pueden ser en línea o en forma tradicional. El trámite de juicio en línea disminuye los costos de acceso a la justicia administrativa y tiende a incrementar los juicios de nulidad que se han interpuesto, comparativamente con años anteriores en la cuerda sumaria. Sin embargo, en la vida práctica no son un número considerable en razón del total de juicios que se tramitan por esa Dirección General.

TABLA 14. CUADRO DE CLASIFICACIÓN DE LAS DEMANDAS RECIBIDAS POR VÍA DE JUICIO COMPARATIVO 2010 AL 2013

AÑO	RECIBIDO	ORDINARIO	VIA EN LA QUE SE RECIBIO		
			Ordinario en línea	Sumario	Sumario en línea
2010	6,760	6,760	NA	NA	NA
2011	7,329	6,346	18	929	36
2012	7,064	1,778	14	5,198	74
2013	6,695	1,231	19	5,355	90

Fuente: Base de datos de la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos.

En 2013 las demandas sumarias representan el 81.33%, mientras que en el 2012 representan el 74.63%.

Es pertinente mencionar que el Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa notificó a esta Dirección General un total de 8,757 sentencias en el 2013, mientras que en 2012 fueron 9,439, lo cual ha sucedido en los siguientes sentidos:

TABLA 15. CLASIFICACIÓN POR SENTIDO DE LAS SENTENCIAS NOTIFICADAS DE ENERO A DICIEMBRE, COMPARATIVO 2012-2013.

SENTIDO	ENERO-DICIEMBRE 2012	ENERO-DICIEMBRE 2013
Nulidad lisa y llana	5911	5157
Nulidad para efectos	721	585
Sobreseimiento	1133	1481
Validez	1674	1534

Fuente: Base de datos de la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos.

Ello se puede entender en que las resoluciones administrativas dictadas por las diversas áreas de la Procuraduría susceptibles de impugnación para el año 2013, en comparación con las impugnadas en 2012, se dictaron con mayor apego a la legalidad, debidamente fundadas y motivadas y atendiendo los criterios emitidos por el Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, lo que conllevó a que las y los proveedores encontraran menores oportunidades de impugnar los actos administrativos emitidos por la Profeco, a través del juicio de nulidad.

Respecto a las resoluciones notificadas por el Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, se clasifican como desfavorables a las emitidas como nulidad lisa y llana, y como favorables a las emitidas como nulidad para efectos, validez y sobreseimiento.

4.4.3. JUICIOS DE AMPARO INDIRECTO

Durante 2013 se recibieron por parte de Juzgados de Distrito, 194 demandas más de Amparo Indirecto más en comparación con 2012, lo que representa un incremento del 84.72%. En dichos juicios se rindieron los informes previos y justificados correspondientes dentro de los términos señalados en la Ley de Amparo para tal efecto (24 horas y 5 días).

TABLA 16. DEMANDAS DE AMPARO INDIRECTO RECIBIDAS Y RESUELTAS EN EL PERIODO COMPRENDIDO DE ENERO A DICIEMBRE COMPARATIVO 2012-2013

AMPARO	ENERO-DICIEMBRE 2012	ENERO-DICIEMBRE 2013
Recibidos	229	423
Resueltos	116	268

Fuente: Base de datos de la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos.

4.4.4. JUICIOS LABORALES

Respecto a los conflictos laborales que se tramitan en contra de esta Institución por los trabajadores, como consecuencia de la terminación de la relación laboral en el periodo de 2013 se recibieron 84 juicios más que en el año 2012, lo que representa un incremento de un 144.83%.

TABLA 17. DEMANDAS LABORALES RECIBIDAS Y RESUELTAS EN EL PERIODO COMPRENDIDO DE ENERO A DICIEMBRE COMPARATIVO 2012-2013

LABORAL	ENERO-DICIEMBRE 2012	ENERO-DICIEMBRE 2013
Recibidos	58	142
Resueltos	42	75

Fuente: Base de datos de la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos.

4.4.5. DENUNCIAS PENALES

En materia penal se formularon denuncias por hechos o actos que pueden constituir delitos cometidos en agravio de la presente Institución; en el periodo 2013 se interpusieron 29 denuncias, 93.33% más que en 2012 ya que en ese periodo sólo se presentaron 15.

TABLA 18. DENUNCIAS PENALES RECIBIDAS Y RESUELTAS EN EL PERIODO COMPRENDIDO DE ENERO A DICIEMBRE COMPARATIVO 2012-2013

PENAL	ENERO-DICIEMBRE 2012	ENERO-DICIEMBRE 2013
Recibidos	15	29
Resueltos	10	17

Fuente: Base de datos de la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos.

4.5. PROFECO EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL

La Dirección General Adjunta de Asuntos Internacionales apoya y asesora a la Procuraduría en la atención de asuntos de tal carácter internacional en materia de protección a la población consumidora. Asimismo, promueve y fortalece la presencia y participación de la Procuraduría en reuniones, foros bilaterales y multilaterales en donde se analizan y proponen lineamientos, políticas y acciones de protección a las y los consumidores.

4.5.1. ASUNTOS INTERNACIONALES

Como parte de las actividades que desarrolló la Procuraduría Federal del Consumidor, dentro de las acciones institucionales de cooperación se llevaron a cabo intercambios de información y reuniones en el ámbito bilateral y multilateral, contribuyendo así en la construcción de la agenda internacional en materia de protección a la población consumidora.

4.5.1.1. ASUNTOS MULTILATERALES

Se fortaleció la presencia de México en foros internacionales especializados en protección a las y los consumidores. En ellos, la Profeco intervino y contribuyó activamente en las actividades y proyectos internacionales para la definición de una agenda internacional en materia de protección a los derechos del consumidor.

Se colaboró de manera activa con:

- **La Conferencia de las Naciones Unidas Sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), para la revisión de las directrices de las Naciones Unidas para la protección al consumidor.**

- **La Cumbre de Norte América sobre Seguridad de Productos de Consumo de la Alianza para la Seguridad y Prosperidad de América del Norte.**

- **La Red Internacional de Protección al Consumidor y Aplicación de la Ley (ICPEN, por sus siglas en inglés), mediante el intercambio de actividades en áreas de interés mutuo, donde también se hicieron diversas propuestas para fortalecer la seguridad en el comercio electrónico.**

De igual manera, se atendió de manera presencial:

- **A las Reuniones Semestrales de la Red Internacional de Protección al Consumidor y Aplicación de la Ley (ICPEN).**

- **A la VIII Reunión del Grupo Técnico Asesor (GTA) de la Red Consumo Seguro y Salud (RCSS) de la Organización de Estados Americanos (OEA).**

- **A la XXXVI Asamblea General del ISO.**

- **A la XLVII Sesión del Comité para Países en Desarrollo de la Organización Internacional de Normalización.**

Asimismo, la Procuraduría asumió la Presidencia Pro-témpore 2013- 2014 del Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor en el marco del *VII Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC)* celebrado en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, en donde la institución expuso su experiencia en los temas de seguridad de productos de consumo y comercio electrónico.

4.5.1.2. ASUNTOS BILATERALES

Se iniciaron y consolidaron los lazos de cooperación con otros países en materia de protección al consumidor, lo que permite el intercambio de información y la elaboración de proyectos conjuntos que proporcionen herramientas específicas para una mejor defensa de los derechos de las y los consumidores.

También en el ámbito de las relaciones bilaterales, la Profeco concursó en el Fondo de Cooperación México-Chile con el proyecto: "Cooperación Técnica para la Vigilancia de la Seguridad de Productos en el Mercado Mexicano y Chileno", contando con la visita de funcionarios de la Dirección General del Consumo de Portugal y de la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia, para conocer la estructura orgánica de la Profeco, donde en ambos casos se presentaron los programas de Concilianet, Procitel, Conciliaciones Foráneas los relativos al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor. De igual manera, asistieron tres funcionarios de esta Procuraduría a realizar una pasantía en República Dominicana con el objeto de intercambiar experiencias y proporcionar asistencia técnica para la instalación de una comisión regulatoria de prácticas desleales de comercio y medidas de salvaguarda, así como la implantación de la Unidad de análisis en el departamento de inspección y vigilancia de Proconsumidor.

De igual modo, se llevaron a cabo reuniones de trabajo con la empresa Match Services a fin de crear lineamientos relativos a una campaña de protección al consumidor para evitar actividades fraudulentas en la compra no autorizada de boletos para la Copa Mundial de Futbol de Brasil 2014.

5. EDUCACIÓN Y DIVULGACIÓN

5.1. DIFUSIÓN

La Profeco diseña programas y acciones para hacer llegar a las y los consumidores materiales informativos, ya sean impresos o audiovisuales, tendientes a desarrollar una cultura inteligente de consumo. Para cumplir con este objetivo se vale de los canales de comunicación tradicionales, destacándose entre los principales a la Revista del consumidor y a las redes sociales.

5.1.1. REVISTA DEL CONSUMIDOR

En la Revista del Consumidor se da prioridad al enfoque pro consumidor/ra, por lo que se ofrece a las y los lectores información y datos que les permitan ejercer sus derechos y hacer uso de sus ingresos de una forma consciente en beneficio de su familia, al mismo tiempo que enfocando sus programas y actividades dentro de un marco de respeto para con el medio ambiente.

Con el fin de mantener a esta publicación dentro de las preferencias de lectoras y lectores, y al mismo tiempo acceder a un mayor número de consumidoras (es), se logró incrementar el tiraje de 40 mil a 50 mil ejemplares a partir de la edición correspondiente a mayo de 2013.

Cabe destacar la publicación de la primera edición especializada en el sector aéreo. Dicha edición publicada en junio de 2013 tiene como objetivo brindar información oportuna que permita a ciudadanas y ciudadanos tomar mejores decisiones de consumo, comparar precios y servicios, conocer sus derechos y las vías para exigir los mismos; promoviendo con ello a una población consumidora empoderada, informada y responsable.

De las 12 ediciones de 2013, el tiraje acumulado fue de 560 mil ejemplares impresos, que constituye en tal sentido el mayor de esta publicación en los últimos seis años. Por su parte, el porcentaje de distribución superó el 99% en cada una de las ediciones mensuales.

Para fortalecer esta estrategia de difusión del consumo responsable, cabe destacar también, la impresión de 900 mil ejemplares del folleto Con lo mejor de la Revista del Consumidor fueron distribuidos a nivel nacional.

5.1.2. RADIO Y TELEVISIÓN

Con el fin de ofrecer una programación con contenidos de calidad que contribuyan a generar una cultura de consumo inteligente en la población mexicana, la Dirección de Radio y Televisión produjo en el 2013, principalmente:

- **52 programas de Revista del Consumidor TV.**
- **52 programas de Revista del Consumidor TV Express.**
- **52 programas de Revista del Consumidor Radio.**
- **52 programas de Revista del Consumidor Radio Express.**
- **26 Revista del Consumidor Podcast.**
- **12 spots de la Revista del Consumidor.**
- **52 mensajes para líneas de espera telefónica.**

Revista del Consumidor TV: es un programa semanal de 15 minutos con diferentes secciones entre ellas los *Platillos Sabios Profeco* y las *Tecnologías Domésticas Profeco*.

Revista del Consumidor TV Express: es una cápsula de 5 minutos y que contiene temas relevantes derivados de las secciones del programa de 15 minutos como son: el Platillo Sabio, la Tecnología Doméstica Profeco, los estudios de calidad o tópicos sobre consumo en materias de salud, seguridad o finanzas.

Revista de Consumidor Radio: la conforma la *Tecnología Doméstica* y tiene una duración de 15 minutos. Se transmite de manera semanal en los tiempos oficiales del Estado y por Internet en el sitio de la Revista del Consumidor en Línea.

Revista del Consumidor Radio Express: que tiene una duración de 5 minutos y que desarrolla un tema de actualidad, también se transmite de manera semanal en los tiempos oficiales del Estado y por Internet en el sitio de la Revista del Consumidor en Línea.

Revista del Consumidor Podcast: es una producción dirigida a las y los jóvenes consumidores, con una duración de 15 minutos que es escuchado a través de Itunes® y tiene como base los contenidos de la Revista del Consumidor.

Los programas de radio y televisión de la Profeco tienen como meta difundir información veraz y con temas interesantes para las y los consumidores, así como dar a conocer las acciones de Profeco en beneficio de la sociedad mexicana; dichos aspectos responden a las metas y lineamientos que rigen a la institución como promotora de bienestar y cultura del consumo responsable.

5.1.3. INTERNET Y REDES SOCIALES

Uno de los objetivos en la nueva estrategia del uso institucional de redes sociales es el contacto permanente con consumidoras y consumidores, especialmente con quienes buscan recibir orientación o asesoría, presentar una queja o denuncia, o bien para tener información sobre sus derechos y las acciones que realiza la institución en su defensa. En dicho tenor, las redes sociales no sólo son un espacio de difusión para la Procuraduría, sino también un medio para atender a la población consumidora.

Al respecto, una estrategia para fortalecer la presencia de la Procuraduría en las redes sociales y la difusión de los mensajes institucionales, fue la creación del perfil oficial de la Profeco en Facebook, que opera desde marzo de 2013. Al cierre del año, este perfil ya contaba con más de 9,600 seguidores/as y se suman a las 36,200 personas usuarias del perfil *Consumidor Inteligente*, así como a los 5,700 integrantes de los otros grupos y perfiles institucionales en Facebook, dando un total de 51,720.

Por su parte, considerando la presencia institucional de Profeco en Facebook, Twitter y Youtube, los resultados han sido alentadores, con una tasa de crecimiento promedio de 2,500 seguidores/as semanales, destacando la respuesta diaria a 200 usuarias y usuarios aproximadamente. En el periodo reportado la Procuraduría cuenta con más de 547 mil personas usuarias combinadas en las tres redes sociales mencionadas, lo que representa una tasa de crecimiento del 41%, y sobresaliendo la cuenta de *Twitter @profeco* que se consolidó como la tercera con mayor número de seguidores/as de todas las instituciones del Gobierno Federal, sumando casi 457,758 seguidoras/es.

Youtube, la red social de videos altamente reconocida por usuarias y usuarios de Internet se ha convertido en un espacio muy eficaz para difundir los productos audiovisuales de la Procuraduría. En 2013 el canal de ProfecoTV superó los 9,483,509 de reproducciones de sus contenidos. Destaca también que de manera combinada los canales de Profeco TV y Profeco Noticias acumulan más de 23,962 personas suscritas, lo que representa un incremento del 110% de usuarias y usuarios, confirmando con ello el éxito de ambos canales como medios de difusión de contenidos más útiles para consumidoras y consumidores.

Adicionalmente, el Portal del Consumidor es un sitio que brinda a consumidoras y consumidores las herramientas necesarias para realizar un consumo informado, además de permitirle a Profeco dar a conocer información en formatos accesibles, dando así pasos firmes hacia el Gobierno Abierto[2]. En 2013 el Portal del Consumidor superó un millón de visitantes de los cuales casi 743,719 son visitantes exclusivos, y duplicó el número de páginas vistas para llegar a un acumulado de 2,551,715 desde su creación.

Además se produjeron 49 webcasts[3] de Revista del Consumidor.

TABLA 19. VISITANTES Y PÁGINAS VISTAS DE PROFECO.

PORTAL DEL CONSUMIDOR	VISITANTES	PÁGINAS VISTAS
2012	212,287	1,191,736
2013	743,719	2,551,715

Fuente: Coordinación General de Educación y Divulgación, Profeco, 2013.

5.2. EDUCACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES

5.2.1. EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO

A fin de empoderar a la población consumidora, proporcionándole elementos necesarios para tomar decisiones de consumo responsable y fomentar hábitos que contribuyan a su bienestar, en 2013 se trabajó en la reestructuración del Programa de Educación para el Consumo, vigente a partir de 2014. Éste contiene doce temas, divididos en cinco unidades, que comprende la desagregación del consumo responsable –en función a la interdependencia del consumo saludable, el solidario y el sustentable–, y fundamentados cada uno en la decisión ética de buscar que las y los consumidores ejerzan sus decisiones de consumo en base al conocimiento de sus derechos.

2 Las directrices del Gobierno Abierto son la transparencia, la rendición de cuentas, el acceso a la información pública, la colaboración interinstitucional e internacional y la participación ciudadana, lo que permite una mayor interacción entre la Administración Pública y los ciudadanos.

3 Webcast: Es un audiovisual animado y sonorizado para su transmisión por internet. Sus contenidos se basan en la Revista del Consumidor y se transmiten para su reproducción permanente en el canal de YouTube ProfecoTV

Unidad I. La sociedad de consumo
- **Tema 1.** Consumo y consumismo
- **Tema 2.** Publicidad, moda y diseño

Unidad II. Consumo responsable
- **Tema 3.** Esfera individual, el consumidor
- **Tema 4.** Esfera social, la sociedad
- **Tema 5.** Esfera medioambiental, el medio ambiente

Unidad III. La Profeco, la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) y los Derechos del Consumidor
- **Tema 6.** Ley Federal de Protección al Consumidor y Derechos del Consumidor
- **Tema 7.** Profeco y sus servicios

Unidad IV. Antes de una compra: la prevención
- **Tema 8.** La información
- **Tema 9.** Los riesgos
- **Tema 10.** Los contratos

Unidad V. Después de una compra: reacción.
- **Tema 11.** El resarcimiento
- **Tema 12.** Organización y acciones colectivas

Para complementar el programa mencionado, y como parte de la labor preventiva y educativa de la Profeco, la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores también elabora documentos didácticos con el objetivo de generar cambios de conducta y modificar hábitos de consumo a nivel personal y colectivo. Entre dichos documentos se encuentran las *Guías didácticas*, las cuales durante 2013 fueron complementadas con antologías de lecturas especializadas y material audiovisual.

Estas guías se enviaron mensualmente a las Delegaciones y Subdelegaciones de Profeco para apoyar el trabajo del Departamento de Educación y Divulgación con los grupos de consumidores/as. En ellas se tienen contempladas actividades específicas para atender a la población dividida en los siguientes perfiles: Preescolar y Primaria, Nivel medio y Medio superior, Personas Adultas Mayores, Personas Internas (reclusas), Indígenas y Amas de casa. En general, los temas que se abordan son los siguientes:

1. **Conceptos de consumo.** El consumo como un fenómeno complejo que no sólo se reduce al uso de bienes y servicios para satisfacer necesidades.

2. **Qué y cómo consumimos.** Qué más hay detrás de los objetos, además de su apariencia agradable, que nos hace adquirirlos a como dé lugar.

3. **Por qué consumimos.** Qué elementos influyen en las decisiones de consumo (publicidad, moda, las dinámicas del deseo).

4. **Tipos de consumo.** El colaborativo, como una forma de consumo basada en el uso de los productos y no en su posesión.

5. **Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC).** Introducción a la LFPC, considerando que la mejor vía de actuar en caso de enfrentar un problema es el conocimiento de nuestros derechos.

Asimismo, otras publicaciones que se elaboraron durante 2013 son las siguientes:

- *Cuadernillo 27 derechos básicos del consumidor (2013)*. Folleto que presenta de manera entretenida los derechos básicos para que las y los consumidores los conozcan y puedan ejercerlos. Tiraje de 3 mil ejemplares y disponible en versión electrónica.

- *Díptico ¿Eres un consumidor responsable? (2013)*. Test para que las personas consumidoras lo respondan y se reconozcan como consumidores responsables o no. También se difundió en su versión electrónica a través del portal consejos.profeco.gob.mx. Se imprimieron 3 mil ejemplares

- Folleto *El 1, 2, 3, para conocer y respetar la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) (2013)*. Información de Profeco para quienes deseen cumplir con la LFPC y convertirse en proveedores y proveedoras responsables. Se elaboró para la Semana Nacional del Emprendedor 2013, organizada por el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). Tiraje de 3 mil ejemplares que también está disponible en su versión electrónica en el Portal del Consumidor.

- *Cuadernillo Guía de Regreso a clases, 2013*. Incluye recomendaciones para que los padres de familia hagan compras conscientes, comparando calidad y precio, eligiendo útiles escolares seguros, y ejerciendo sus derechos al solicitar sus notas de compra. Esta Guía abre la Colección "Guías familiares para temporadas de alto consumo", y está diseñada para chicos y grandes. Su tiraje fue de 5 mil ejemplares.

- *Guía de Educación financiera para el consumo responsable (2013)*. Dirigida a las y los promotoras/es para su aplicación durante el mes de septiembre en el marco de la Semana Nacional de la Educación Financiera, con colaboración de la Comisión Nacional de Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef) y publicada en archivo electrónico en el portal dirigido a promotoras/es de educación.

- ***Folleto ¿Qué es Profeco?*** **Consiste en un primer acercamiento a la Institución, sus áreas y algunos servicios que ofrece. Su tiraje fue de 50 mil ejemplares.**

- ***Tríptico para población infantil.*** **Se desarrollaron 5 temas: Consumo Saludable, Derecho a la Seguridad, etiquetado de alimentos, publicidad engañosa y aspectos sobre el consumo de manera clara y de fácil comprensión para este perfil.**

Las primeras 5 publicaciones mencionadas fueron enviadas a las delegaciones y subdelegaciones, a fin de utilizarse con los grupos de las y los consumidores que se tienen. Por su parte, el tríptico para la población infantil se difundirá durante 2014 en las oficinas de la Institución.

Además, se elaboraron las siguientes publicaciones que únicamente se difundieron en su versión electrónica, a través del Portal del Consumidor:

- ***Guía para terminar bien el año.*** **Tiene el objetivo de brindar información a la población consumidora sobre la seguridad y calidad que debe tomarse en cuenta al comprar productos de la temporada, como series navideñas, árboles de navidad y juguetes; así como una serie de consejos para el aprovechamiento del aguinaldo a fin de consumir responsablemente.**

- ***Guía para que no te consuma el consumo.*** **Busca fortalecer los derechos de las y los consumidores durante el mes de noviembre, en el marco del *Buen fin*.**

Además, en 2013 se preparó un paquete didáctico para que las y los promotores tuvieran más materiales a fin de atender, de la manera más adecuada, a los grupos interesados en recibir información sobre el consumo, que se compone por lo siguiente:

GRÁFICO 19. CONTENIDO DEL PAQUETE DIDÁCTICO PARA LAS Y LOS PROMOTORES

- Manual de educación para el Consumo Responsable
- Guía del Promotor
- Cursos Especializados
- Manual para la Organización de Consumidores
- Bitácora del promotor
- Agenda y organizador de sesiones

- ***Manual de Educación para el consumo responsable:*** **incluye 12 temas de consumo, con sesiones didácticas, información y actividades para lograr el aprendizaje significativo en grupos de personas consumidoras pertenecientes al padrón de Profeco.**

- ***Guía del promotor:*** **con temas que permitan desarrollar las habilidades de las y los promotores de educación para el consumo.**

- ***Cursos especializados:*** **con 7 temas específicos dirigidos a población abierta.**

- ***Manual para la Organización de Consumidores/as:*** **incluye información para fomentar las asociaciones de consumidores y consumidoras.**

- ***Agenda del consumo, Organizador de sesiones y Bitácora del Promotor:*** **son herramientas que permitirán a las y los promotores planear, organizar, analizar y dar seguimiento a sus labores de educación para el consumo.**

Complementando las actividades de capacitación a las y los consumidores, y para que la sociedad pueda orientarse directamente a través del portal de Profeco, se diseñó un curso en línea dirigido a población abierta, el cual hará posible que desde cualquier lugar puedan cursarlo y adquirir conocimientos básicos sobre consumo responsable y sus derechos al consumir. El curso comenzará a implementarse durante el 2014.

5.2.2. COLABORACIÓN CON OTRAS DEPENDENCIAS

Durante 2013 se colaboró con otras instituciones como: la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el Centro de Capacitación para el Desarrollo Sustentable (Cecadesu) de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, y la Comisión Nacional de Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef).

- **UNAM: se desarrolló la segunda edición del diplomado en línea "Temas contemporáneos de los Derechos del Consumidor", con un grupo de 30 alumnos/as.**

- **CECADESU: se trabajó en la coedición de la publicación *"Consumo saludable: Hacia nuevos hábitos de consumo"* (SEMARNAT imprimió 10 mil ejemplares y Profeco, 6 mil), como parte de la serie "Cuadernos de divulgación ambiental"; además se reimprimió el cuaderno "Consumo Sustentable: un enfoque integral", con 10 mil ejemplares, editado en 2012.**

Asimismo, se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- **Se organizó el Ciclo de Cine Tour Cinema Planeta, proyectado en el cine Lido, sede alterna de la Cineteca Nacional, y en las Delegaciones Profeco Centro, Sur, Oriente y Nezahualcóyotl. Se contó con un total de 2,967 asistentes. Para su difusión se diseñaron carteles e invitaciones.**

- **Se desarrollaron los materiales para la exposición itinerante "Consumo responsable y medio ambiente", que se llevará a cabo en 2014 por parte de Cecadesu en las 32 Entidades Federativas de la República.**

- **Se recibieron 1,500 ejemplares del cuadernillo "Para cuidar el medio ambiente, tu salud y tus bolsillos", en la que se colaboró mediante la revisión de contenidos.**

- **Condusef: Se colaboró con un módulo de atención a consumidores en la Feria de la Semana Nacional de la Educación Financiera 2013, en la que se entregaron publicaciones de la Profeco como la Revista del Consumidor, "Con lo mejor de", así como cuadernillos y folletos diversos.**

5.2.3. OTROS PROYECTOS

Durante enero de 2013, continuó la exposición temporal "Espacio Lúdico de Pequeños Consumidores" en el Museo Interactivo de Economía (MIDE) de la Ciudad de México, misma que se montó desde septiembre del año anterior.

Por otro lado, en el marco del Convenio de Colaboración firmado entre la LXII Legislatura de la H. Cámara de Diputados del Congreso de la Unión y la Profeco, en diciembre de 2013 se llevó a cabo el *Foro sobre Obesidad Infantil y Consumo* que fue organizado en colaboración con la Comisión Especial de Asuntos Alimentarios de la H. Cámara de Diputados del Congreso de la Unión. Se contó con la participación de representantes de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Organización Panamericana de la Salud, la Secretaría de Salud, así como de organizaciones de la sociedad civil.

5.2.3.1. CONFERENCIAS

Las conferencias que se impartieron durante 2013 permitieron que más personas tuvieran acceso a algunos temas que se desarrollan en la Institución. Además, cuando se trató de la participación en eventos organizados por la industria, los temas abordados por la conferencia se ajustaron a las necesidades y problemas que ellos presentan, con relación a los derechos de las y los consumidores.

- **"Acciones Colectivas": Ponencia impartida en el Centro de Investigación para el Desarrollo (CIDAC). 30 de septiembre de 2013.**

- **"Proveedor responsable", impartida en el marco de la Expo Ingenio 2013, con invitación del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). 18 de octubre de 2013.**

- **"Consumo Responsable": El papel de la sociedad para un consumo sustentable; ponencia impartida a la Cámara Nacional de Fabricantes de Envases Metálicos (CANAFEM), en el marco del VIII Congreso Nacional de Ecología y Sustentabilidad. 25 de octubre de 2013.**

- **"Taller de Ejercicio de Derechos del Consumidor", dirigido a la Cámara de Diputados. 21 de noviembre de 2013.**

5.2.4. ORGANIZACIÓN DE LAS Y LOS CONSUMIDORES

En cumplimiento con el objetivo de la Dirección de Organización de Consumidores de promover la organización espontánea, permanente y efectiva de las y los consumidores a través de los 51 Departamentos de Educación y Divulgación en las delegaciones y subdelegaciones Profeco, se llevaron a cabo actividades como: promoción de los servicios de la institución con la población consumidora y constitución de grupos de consumidores (GC). Éstos se reúnen una vez al mes para recibir orientación de una promotora o promotor de Profeco por medio de sesiones educativas que tienen el fin de ayudar a las y los consumidores para identificar y reorientar sus hábitos de consumo, así como reconocer y defender sus derechos.

De enero a diciembre de 2013 se llevaron a cabo 3,301 acciones de promoción para 72,516 personas de población abierta y se constituyeron 2,038 grupos de consumidores/as en promedio durante 2013, los cuales están integrados por 50,196 personas en promedio. Asimismo, se brindaron 21,794 sesiones educativas para las y los integrantes de dichos grupos.

Los esfuerzos realizados para fomentar a través de la promoción, la organización espontánea, permanente y efectiva de las y los consumidores, dio como resultado que durante el 2013 se incrementara sustantivamente el número de grupos de consumidores/as. Así entonces, al cierre del 2013 y en comparación con el 2012, hubo un incremento de un 10% en el Padrón Nacional.

En cuanto al número de integrantes que conforman estos grupos, durante el 2013 hubo una disminución en comparación con el registrado en el año anterior. Sin embargo, al contar con grupos de consumidores constituidos por menos integrantes, se favoreció que la atención fuese de mejor calidad durante el desarrollo de las sesiones realizadas durante el año.

5.2.4.1 RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE EDUCACIÓN REALIZADAS EN 2013

A continuación, se presenta una tabla con el desglose de las actividades de educación realizadas durante el 2013. En la tabla se observa que septiembre es el mes en donde más promociones se llevaron a cabo y cuando se atiende a una mayor cantidad de personas en las acciones de este tipo. Por su parte, en lo relacionado con los grupos de consumidoras/es se observa que hay meses en donde la variación de integrantes es muy grande (por ejemplo, en junio se tenían 54,725 integrantes, y en julio bajó a 38,585).

TABLA 20. CIFRAS MENSUALES DE LAS ACTIVIDADES DE LA DIRECCIÓN DE ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES (DOC)

2013	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Promociones realizadas	228	252	306	226	198	229	209	271	487	403	298	194	3,301
Población atendida en acciones de promoción	4,676	5,122	7,984	4,617	4,145	5,024	4,079	5,642	11,767	9,120	6,462	3,878	72,516
Grupos de Consumidores (Padrón)	2,193	2,191	2,224	2,261	2,111	2,134	1,624	1,471	1,725	2,005	2,219	2,284	2,284
Integrantes de los Grupos de Consumidores (Padrón)	56,675	56,575	57,096	57,758	53,750	54,725	38,585	32,874	40,094	47,598	52,643	53,977	53,977
Grupos de consumidores atendidos en sesiones educativas	2,018	2,064	1,996	1,871	1,906	1,975	1,267	889	1,637	1,955	2,172	2,044	21,794

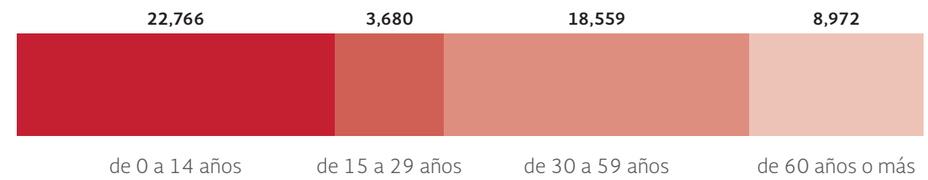
Fuente: Elaboración propia. Datos de la Dirección de Organización de Consumidores, 2013

En total, el impacto que tuvieron todas las acciones educativas y de promoción a población abierta llevadas a cabo durante el año, fue de 1 millón 688 mil 045 personas aproximadamente.

Al cierre de 2013, el padrón de grupos de consumidoras y consumidores vigente se encontraba constituido de la siguiente manera:

a) **Edad: el 42.18% por personas de entre 0 a 14 años de edad, lo que muestra que el padrón de grupos de las y los consumidores está casi en su mayoría compuesto por niñas y niños.**

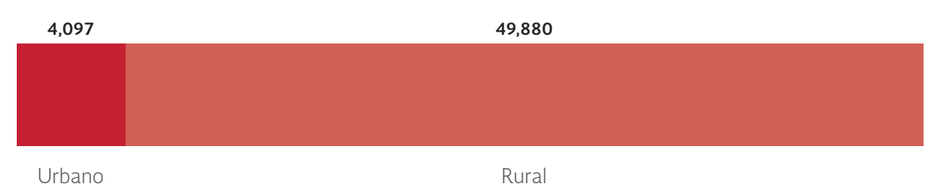
GRÁFICO 20. COMPOSICIÓN DEL PADRÓN DE LAS Y LOS CONSUMIDORES POR GRUPOS DE EDAD



Fuente: Elaboración propia. Datos de la Dirección de Organización de Consumidores, 2013

b) **Tipo de población: el 92.4% de los integrantes del Padrón corresponde a población urbana, es decir, los grupos de las y los consumidores que la Profeco atiende viven en ciudades y únicamente el 7.6% vive en zonas rurales.**

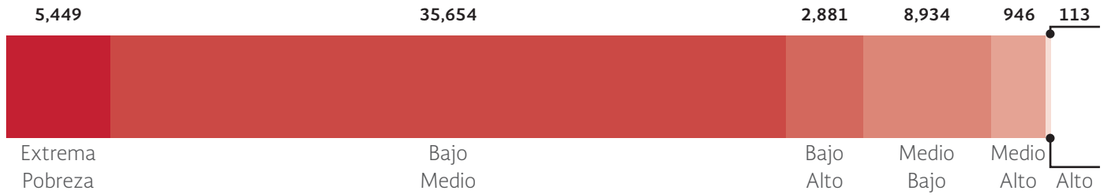
GRÁFICA 21. COMPOSICIÓN DEL PADRÓN DE LAS Y LOS CONSUMIDORES POR TIPO DE POBLACIÓN



Fuente: Elaboración propia. Datos de la Dirección de Organización de Consumidores. 2013

c) **Nivel socioeconómico: las y los integrantes de los grupos que se atienden pertenecen, en su mayoría, a un nivel socioeconómico Bajo Medio (66.05%). Por su parte, se atiende únicamente a 1.75% de personas provenientes de la clase media alta y a un 5.34% proveniente de la clase Bajo Alta. Con esta información es posible inferir que la mayoría de las actividades realizadas con los grupos de las y los consumidores están enfocadas en personas que no tienen muchos recursos.**

GRÁFICA 22. COMPOSICIÓN DEL PADRÓN POR NIVEL SOCIOECONÓMICO



Fuente: Elaboración propia. Datos de la Dirección de Organización de Consumidores. 2013

d) **Sexo: El 70% de las personas que comprenden los grupos de consumidoras/es son mujeres.**

GRÁFICA 23. INTEGRANTES DE LOS GRUPOS DE ACUERDO A SU SEXO.

Fuente: Elaboración propia. Datos de la Dirección de Organización de Consumidores. 2013

5.2.5. FERIAS DE REGRESO A CLASES 2013

Una de las actividades de mayor difusión e impacto entre las y los consumidores es la Feria de Regreso a Clases de Profeco. Dicha Feria es un evento institucional, sin fines de lucro, que se realiza una vez al año a través de las Delegaciones y Subdelegaciones, en el que se invita a participar a empresas proveedoras de bienes y servicios, instituciones públicas y privadas, y a la población en general.

El objetivo que tiene es el de fomentar el consumo responsable y apoyar la economía familiar de las y los consumidores, a través de un ejercicio concreto por parte de la Institución, en el que directamente las y los proveedores ofrecen útiles escolares y servicios de calidad, para el nuevo ciclo escolar, a precios competitivos.

Asimismo, se ofrecen servicios gratuitos para la población asistente, tales como exámenes de la vista y médicos, cortes de cabello, limpieza dental y orientación nutricional.

TABLA 21. NUMERALIA DE LAS FERIAS DE REGRESO A CLASES

DESCRIPCIÓN	NUMERALIA 2012	NUMERALIA 2013
Ferias realizadas	68	69
Número aproximado de asistentes	1,087,876	1,032,848
Número de proveedoras/es	2,022	2,091
Porcentaje de descuento otorgado a las y los consumidores	5 al 50%	5 al 70%
Pláticas y talleres impartidos en las Ferias	746	1,137

Fuente: Elaboración propia. Datos de la Dirección de Organización de Consumidores. 2013

Durante 2013 se realizaron 69 Ferias, se atendieron a más de un millón de consumidoras y consumidores, y se contó con la participación de más de 2 mil proveedores/as que proporcionaron descuentos de hasta 70% en algunos productos ofrecidos.

En relación con el año 2012, durante el 2013 se logró incluir a 69 proveedoras/es más que ofertaron bienes y servicios a las y los consumidores; se consiguió que los descuentos llegaran hasta el 70%, en vez del 50 como el año anterior, y se impartieron 391 talleres más.

A continuación, se presenta una breve galería fotográfica de la Feria de Regreso a Clases 2013:

Feria en la Delegación Política Iztapalapa.
Delegación Oriente de Profeco.

Feria en Mérida, Yucatán.
Delegación Yucatán Profeco.

Feria en la Delegación Política Gustavo A. Madero.
Delegación Centro Profeco.

Feria en la Delegación Iztacalco Profeco.

5.2.6 APOYO A ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL

A lo largo de 2013, las 800 organizaciones de la sociedad civil que se encuentran registradas en el Padrón (dentro de las cuales 35 son consideradas asociaciones de consumidoras/es) recibieron 106 apoyos de difusión, es decir, se les enviaron noticias relevantes, convocatorias para el financiamiento de sus actividades, entre otros materiales. Por otro lado, se hicieron 71 envíos de "La Revista del Consumidor" y "Con lo mejor de la Revista de Consumidor" que se encuentran clasificados como apoyos en especie

TABLA 22. TIPOS DE APOYO OTORGADO A LAS OSC POR PROFECO EN 2013

ENTIDAD	BENEFICIARIOS	ECONÓMICO	ESPECIE (FÍSICO)	DIFUSIÓN (ELECTRÓNICO)	TOTAL
Profeco	Organizaciones de la sociedad civil	0	24 envíos con un total de 16,700 materiales	53	77
	Asociaciones de consumidoras/es	0	47 envíos de un total de 11,492 materiales	53	100
	TOTAL	0	71 envíos de 28,192 materiales	106	177

Fuente: Elaboración propia. Dirección de Capacitación. 2013

5.2.7. CAPACITACIÓN

La Dirección de Capacitación es la encargada del diseño de programas para impulsar el desarrollo de las asociaciones de consumidoras/es existentes, además de establecer vínculos con las organizaciones de la sociedad civil para que incluyan, en su objeto social o programa de trabajo, temas relacionados con la defensa y protección de los derechos de las y los consumidores.

En el periodo referido se mantuvo contacto con 800 organizaciones de la sociedad civil (OSC), entre las que destacan 18 asociaciones de consumidores/as, 15 asociaciones de personas consumidoras y 2 colectivos de trabajo que atienden prioritariamente temas del consumo, protección y defensa de los derechos de las y los consumidores.

Por otro lado, se realizaron capacitaciones en el marco del programa *Profeco en 30*, así como relativos a la cultura de proveedor/a responsable, a través de las cuales se busca que las y los proveedores adopten mejores prácticas, accedan voluntariamente a mecanismos que favorezcan una mejor percepción de las y los consumidores sobre la calidad de la atención y sus servicios. Durante 2013 se realizaron 4 eventos de capacitación a empresas proveedoras como McDonald's, socios de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados y la Asociación Mexicana de Restaurantes, dando un total de 229 personas capacitadas.

Por otro lado, en el mes de noviembre, se llevó a cabo el taller "Ejerciendo los derechos del consumidor" dirigido a representantes de las oficinas de gestión y atención a la ciudadanía de la Cámara de Diputados, con una asistencia de 46 personas.

5.2.8. CONSEJO CONSULTIVO DE CONSUMO (CCC)

El 19 de marzo de 2013 se llevó a cabo la XX Sesión Ordinaria del CCC, en la que se abordaron los siguientes temas:

- **Aprobación de calendario de sesiones para el 2013.**
- **Presentación del CCC 2005-2013.**
- **Propuesta de integración de nuevos grupos de trabajo.**

Después de dicha sesión, se implementaron 4 grupos de trabajo: Publicidad engañosa; Reformas al marco jurídico de protección al consumidor; Participación ciudadana, y Verificación.

El 18 de julio se llevó a cabo la II Sesión Extraordinaria del CCC. Los temas que se abordaron fueron los siguientes:

- **Integración de los grupos de trabajo aprobados.**

- **Publicación sobre empresas de telefonía que han y no han cumplido con los lineamientos de la NOM 184.**

- **Posible participación de Profeco en la elaboración del nuevo marco jurídico del Instituto Federal de Telecomunicaciones.**

- **Buscar colaboración entre la Secretaría de Salud, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) y Profeco para trabajar en temas de publicidad engañosa de alimentos "chatarra" dirigida a las y los niños.**

- **Impulsar la participación de las Organizaciones de la Sociedad Civil en los Consejos Consultivos que toman las decisiones para la elaboración de las Normas Oficiales Mexicanas.**

- **Posibilidad de llevar a cabo verificaciones en aduanas.**

El 22 de noviembre se efectuó la XXI Sesión Ordinaria del CCC, en la que se discutieron los siguientes temas:

- **Dar seguimiento a los trabajos de los Consejos Consultivos de Consumo Estatales y, llevar a cabo una reunión nacional del Consejo Consultivo del Consumo.**

- **Buscar un Convenio de colaboración entre la Procuraduría Federal del Consumidor y la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), para que Profeco lleve a cabo verificaciones de productos primarios.**
- **Con base en los resultados de evaluación de los proyectos de la convocatoria de Coinversión Social del 2012, editar un manual de buenas prácticas realizadas por Organizaciones de la Sociedad Civil en materia de cultura de consumo.**

- **Participación de Profeco en la campaña de dignificación de los sellos NOM y NMX que se está desarrollando entre COMENOR y la Secretaría de Economía.**

- **Mejorar la relación entre Profeco y el CONAPRED.**

- **Seguimiento de información sobre los precios de los refrescos, sobre todo tras la implementación de la Reforma Fiscal.**

5.3. ESTUDIOS SOBRE CONSUMO

Para cumplir con los objetivos institucionales de generar una cultura de consumo responsable y asegurar información adecuada para la toma de decisiones de las y los consumidores sobre sus compras y consumo, la Profeco cuenta con los programas Quién es Quién en los Precios y Quién es Quién en el Envío de Dinero, así como el boletín electrónico Brújula de Compra, Monitoreo de Tiendas Virtuales, y la elaboración de encuestas y sondeos.

Los resultados de estos programas y trabajos de investigación documental y en campo, son publicados en el sitio institucional de la Profeco (en la sección de Educación y Divulgación), donde la población puede consultarlos y con base en ello realizar compras responsables.

De igual manera, se desarrollan artículos de investigación y cuadros comparativos de precios para las secciones de Radiografía, Finanzas personales y Estudios de calidad de la Revista del Consumidor. Además, en 2013 se inició con el programa Amas de Casa Vigilantes para fomentar la participación ciudadana y obtener información de precios y denuncias sobre proveedores que incumplan con la ley.

5.3.1. QUIÉN ES QUIÉN EN LOS PRECIOS (QQP)

Es un programa que recaba y difunde, de forma sistematizada, información de precios al menudeo de diversos productos de consumo generalizado, recopilados diariamente en los principales establecimientos de los diferentes giros comerciales para que los y las consumidoras puedan comparar precios y tomar decisiones de compra informada.

Además, el programa Quién es Quién en los Precios recopila información adicional en fechas de alto consumo, como cuaresma, el regreso a clases y la temporada decembrina.

Durante 2013 se captaron y difundieron 9'989,553 precios de productos de consumo generalizado, lo cual representó un incremento del 5.77% respecto al año anterior, resultado de visitas semanales a 299 supermercados, 86 mercados y pescaderías, 146 farmacias, 123 papelerías, 137 tiendas especializadas en electrodomésticos y departamentales, así como 514 tortillerías en 23 ciudades del país.

El número de suscriptores/as que se registran en la herramienta del Quién es Quién en los Precios, disponible en Internet, alcanzó la cifra acumulada de 95,552 durante 2013, 41.47% más que en 2012.

TABLA 23. PRECIOS CAPTADOS Y SUSCRIPTORAS/ES DEL QUIÉN ES QUIÉN EN LOS PRECIOS

PRECIOS CAPTADOS Y SUSCRIPTORES/AS DEL QUIÉN ES QUIÉN EN LOS PRECIOS		
CONCEPTO	2012	2013
Precios captados	9'444,495	9'989,553
Suscriptoras/es	67,539	95,552

Fuente: Información de las bases de datos del programa QQP

En abril de 2013 se realizó la Revista del Consumidor Radio Express #15 sobre el programa Quién es Quién en los Precios, en donde se detalló a las y los radioescuchas, para qué sirve, cómo funciona y cuál es la importancia del QQP para el público consumidor.

El 15 de junio de 2013, la aplicación ganó el reconocimiento a la App de la semana por la página www.unocero.com. Por otro lado, fue la aplicación número 1 en descargas gratuitas para la categoría "Estilo de vida" en App Store de Apple en el mes de junio de 2013.

Finalmente, el QQP aporta información importante para el comparativo de precios de productos básicos que se publica, a partir de 2013, todas las semanas en las cuentas de Twitter y Facebook de Profeco, con la finalidad de dar información de calidad a las y los consumidores.

5.3.2. QUIÉN ES QUIÉN EN EL ENVÍO DE DINERO (QQED)

Es una herramienta que ofrece información a las y los usuarios de servicios de envío de dinero desde Estados Unidos a México. Consiste en tablas comparativas que muestran la comisión que cada empresa cobra por enviar 300 dólares, el tipo de cambio, el tiempo de entrega y la cantidad en pesos que serán finalmente recibidos en México. Asimismo, detalla para cada una de las empresas participantes, cuáles son las sucursales bancarias, tiendas de autoservicios y departamentales y otros puntos de pago en donde puede ser cobrado el envío.

Datos correspondientes al lunes 16 de diciembre de 2013

PROFECO

En el envío de dinero de San José a México
Ejemplo de un envío de 300 dólares

Al enviar 300 dólares considere los siguientes elementos:					Usted puede cobrar el dinero en México en los siguientes puntos:				
Empresas	Tiempo de entrega	Comisión (Dólares)	Tipo de cambio (Pesos por dólar)	Pesos recibidos	Sucursales bancarias	Casas de cambio	Tiendas de autoservicio y departamentales	Otros puntos de pago	Sucursales propias
Western Union Dinero día siguiente	Día siguiente	8.00	12.86	3,858.00	Banamex, Corresponsales Banamex, HSBC, Banco Azteca, AMEX		Bodega de remates, Elektra, Salinas y Rocha, HEB, Farmacias Guadalajara, Famsa	Oficinas Telecomm	
Western Union Dinero en minutos	Minutos	8.00	12.86	3,858.00	Banamex, Corresponsales Banamex, HSBC, Banco Azteca, AMEX		Bodega de remates, Elektra, Salinas y Rocha, HEB, Farmacias Guadalajara, Famsa	Oficinas Telecomm	
United States Postal Service Dinero seguro	Minutos	10.00	12.67	3,802.29	Bancomer				
DolEx Dollar Express	Minutos	3.00	12.50	3,750.00	Bancomer, Banamex, Santander, Banorte, Bansefi, Scotiabank, Banco Azteca, Citibanco y Bancoppel		Famsa, Elektra, Soriana y Chadraui	Oficinas Telecomm, Caja Popular Mexicana y La Red de la Gente	
Ria Envia	Minutos	10.00	12.44	3,732.00	Todos los bancos	✓		Oficinas Telecomm	✓

Fuente: PROFECO, con información proporcionada por las empresas mencionadas.

Fuente: Sección Quién es Quién en el Envío de Dinero del portal institucional de la Profeco. http://www.profeco.gob.mx/envio/envio.asp

Dicha información está disponible en la página de Internet institucional para 9 ciudades de Estados Unidos (Chicago, Dallas, Houston, Indianápolis, Los Ángeles, Miami, Nueva York, Sacramento y San José) y se actualiza cada semana. Con ello la población tiene elementos necesarios para elegir la opción que mejor se adapte a sus necesidades.

En 2013 se realizaron 53 actualizaciones en el portal institucional, en donde se reportaron 4,559 precios de 20 tipos de servicios en promedio. Comparado con 2012, hubo una disminución de 44.5% debido a que dos empresas dejaron de participar en el programa y otra más redujo su catálogo de servicios.

El trabajo realizado por QQED cubre dos de las acciones propuestas por el Banco Mundial para disminuir los costos del envío de dinero: 1) proveer acceso a la información al publicar los costos y características de los servicios de envío de dinero y 2) incrementar la competencia.

Finalmente, en 2013 se colaboró en la Semana de Educación Financiera del Instituto de los Mexicanos en el Exterior al proporcionar un folleto informativo para que la población migrante conozca el alcance del programa.

5.3.3. MONITOREO DE TIENDAS VIRTUALES

Consiste en evaluar que las tiendas que comercializan en México sus productos y/o servicios a través de Internet, cumplan con lo estipulado en el artículo 76 bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Esta actividad tiene la finalidad de informar previamente a las y los usuarios del comercio electrónico del cumplimiento de diversos sitios. Además, funge como una herramienta de asesoría para las empresas que deseen conocer los lineamientos del producto en cuestión.

El resultado del monitoreo se actualiza dos veces al mes y se publica en el sitio de Profeco. Se muestra la fecha de revisión, el nombre del sitio, dirección de Internet y giro de la tienda. Posteriormente, se detalla si cumplió o no con presentar al público información sobre políticas de privacidad, seguridad en datos personales y financieros, datos generales como domicilio físico, número telefónico, correo electrónico, descripción detallada de los bienes o servicios, costos totales e impuestos, y condiciones de entrega, de cancelación o cambio de mercancía.

Al finalizar 2013, se tiene un registro de 740 tiendas virtuales monitoreadas, 44.5% más que 2012.

5.3.4. BRÚJULA DE COMPRA

En el boletín electrónico Brújula de Compra se publican artículos que abordan diversos temas, como son: recomendaciones en fechas de alto consumo, comparativo de precios, descripción y costos de diversos servicios, resultados de encuestas, recomendaciones sobre finanzas personales, entre otros.

Dichos artículos, disponibles en el sitio de la Profeco, contribuyen a la toma informada de decisiones de los y las consumidoras. Además, en el mismo sitio, los consumidores y consumidoras se pueden suscribir para recibir las actualizaciones en su correo electrónico.

En el año 2013, se publicaron 30 artículos, 18.9% menos que en 2012, debido a la reestructuración del boletín, es decir, al ajuste en las fechas de publicación para ofrecer a las y los lectores contenidos con una regularidad fija. Los temas que se abordaron fueron los siguientes:

- **Comparativo de precios de productos: rosca de reyes, botanas, alimentos congelados, pescados y mariscos, electrodomésticos, flores, chocolates, útiles escolares, frutas y verduras, medicamentos.**
- **Recomendaciones de temporada: 14 de febrero, Día de las Madres, 15 de septiembre, Día de Muertos, época decembrina.**
- **Finanzas personales: Rueda de la fortuna, descuentos, Afores, productos financieros para mujeres, aguinaldo.**
- **Resultados de encuestas: tiendas de autoservicio y departamentales.**
- **Información de servicios: apagón analógico, cómo comprar un automóvil, mensajería y paquetería.**

Se alcanzó una cifra acumulada de 31,386 suscriptoras/es, lo cual representa un incremento de 22.7% respecto a 2012. Finalmente, se gestionaron las acciones para retomar el envío por correo electrónico de las actualizaciones del boletín a los suscriptores/as.

5.3.5. ARTÍCULOS PARA LA REVISTA DEL CONSUMIDOR

Generalmente, el área editorial de la Revista del Consumidor cada mes colabora en la elaboración de artículos de acuerdo con la temática programada.

De esta manera, en 2013 se realizaron 12 artículos, destacando: Afores para principiantes, Las finanzas sí son cosa de niños, Aerolíneas, Testamentos, Seguros de vida, Servicios funerarios, Películas y series a través de Internet.

Por otro lado, se realizaron encuestas y levantamientos especiales de precios para la Revista del Consumidor utilizando datos del programa Quién es Quién en los Precios, relativos a los siguientes productos:

TABLA 24. LEVANTAMIENTOS ESPECIALES DE PRECIOS PARA LA REVISTA DEL CONSUMIDOR 2013.

ENE	MAR	ABR	MAY	JUL	AGO	SEP	NOV	DIC
Aspiradoras	Secadoras de cabello	Carriolas	Lavadoras y Televisores	Útiles escolares	Computadoras	Mezcales	Cámaras	Televisores

Fuente: Programación interna de la Dirección General de Estudios sobre Consumo

5.3.6. ENCUESTAS Y SONDEOS

Con el objeto de conocer los hábitos de consumo de la población, las características de los servicios ofrecidos por diferentes empresas y la percepción tienen las personas consumidoras cuando entablan una relación de consumo con éstas, en 2013 se realizaron 23 encuestas y sondeos. Esto significó un reducción de 28.1%, con respecto a los realizados en 2012. Dicha reducción se debió las siguientes causas:

a) **Se dejaron de realizar los sondeos para la portada de la Revista del Consumidor, toda vez que el área a cargo realizaba la reestructuración de la revista.**

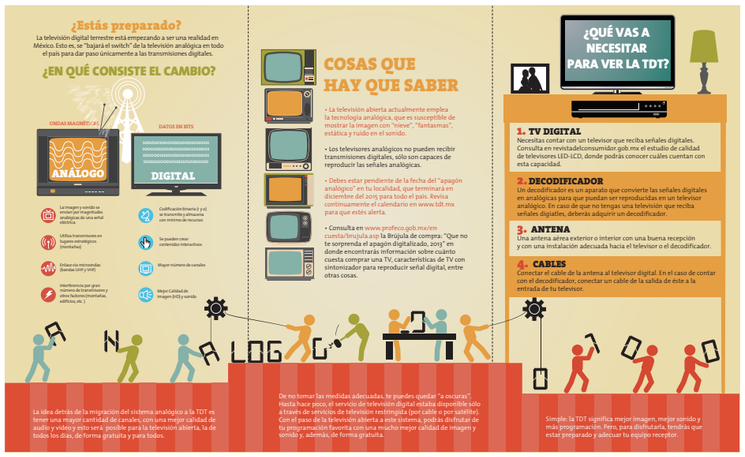
b) **Se efectuaron levantamientos sobre casas de empeño, telefonía móvil y funerarias, cuya operatividad demandó mayor tiempo de aplicación, en comparación con otros estudios.**

Finalmente, cabe señalar que la prioridad de realización de estudios ha sido la ejecución de aquellos que arrojen resultados estadísticamente representativos y con metodologías rigurosas, por encima de sondeos de opinión, que consisten en cuestionarios cortos y demandan poco tiempo para su operación. Esta línea de trabajo se mantuvo durante 2013.

5.3.6.1 EL BUEN FIN 2013

Con motivo de la iniciativa "El Buen Fin" 2013, que se llevó a cabo del 15 al 18 de noviembre, la Dirección General de Estudios sobre Consumo realizó un sondeo en línea y una encuesta de campo para conocer la percepción de la población sobre los descuentos y promociones ofrecidos en ese fin de semana.

De tal forma, en la aplicación en campo se entrevistaron a 3,394 personas mayores de 18 años que realizaron compras en dicho fin de semana como residentes del Distrito Federal. Algunos resultados relevantes fueron:



El 42.5% de las personas entrevistadas efectuaron compras motivadas por "El Buen Fin", lo cual representó una reducción con respecto a resultados de años anteriores. Los productos más comprados serían ropa y calzado (42.6%), aparatos electrónicos (29.3%) y alimentos y bebidas (12.4%).

De las personas entrevistadas, únicamente el 55.23% recibió alguna oferta o promoción con motivo de El Buen Fin. Éstas consistieron principalmente en descuentos sobre el precio del producto (42.3%), pagos a meses sin intereses (11.14%) y abonos a monedero electrónico (3.63%).

De acuerdo a los resultados obtenidos, a 3.75% de las y los encuestados no le fueron respetados las promociones ofrecidas tal como se habían prometido en anuncios. Por otra parte, 48.67% de quienes recibieron promociones y/o descuentos con motivo de la iniciativa consideraron que las promociones fueron iguales a las de otros días de ofertas (ventas nocturnas, gran barata, etc.)

Por otro lado, 22% de las personas entrevistadas efectuó compras que no tenía planeadas realizar en ese momento. De éstas, 68.85% se realizaron motivadas por las promociones, ofertas y descuentos y 27.75% porque recordaron que los necesitaban. Finalmente, en comparación con la edición de "El Buen Fin 2012", 24.8% de las personas entrevistadas consideró que las promociones de 2013 eran mejores, 54.43% que eran iguales y 19.5% que eran menores.

5.3.6.2 CASAS DE EMPEÑO

Derivado de un cambio de la Norma Oficial Mexicana NOM-179-SCFI-2007, Servicios de mutuo con interés y garantía prendaria, se realizaron dos estudios sobre el servicio que prestan estas empresas:

Guía de observación a proveedores/as del servicio

Su objetivo fue recabar información como consumidor/a encubierto/a para detectar posibles incumplimientos a la NOM-179 en perjuicio de los derechos de los y las consumidoras. Para ello se visitaron establecimientos ubicados en el Distrito Federal del 21 al 29 de enero de 2013.

Se aplicaron 148 guías de observación en 115 casas de empeño comerciales y 33 instituciones de asistencia privada, seleccionadas al azar en las 16 Delegaciones Políticas del Distrito Federal.

Entre los tópicos que se evaluaron están: observar que se mostrara el porcentaje del avalúo, el tipo de prendas que aceptan, horarios de atención, entre otros.

Encuesta a consumidoras/es sobre el servicio que prestan las casas de empeño

Adicionalmente, se realizó un estudio en el Distrito Federal, para conocer la percepción de las y los consumidores respecto a las características y el servicio del crédito prendario que ofrecen las casas de empeño.

Este estudio se realizó del 21 de enero al 19 de febrero, con una aplicación de 801 cuestionarios.

Entre los resultados de dicha encuesta, destaca que de las personas que participaron en el estudio, la mayor parte empeña joyería, lo hace a finales de año y el dinero obtenido es utilizado para adquirir alimentos o bien, para liquidar deudas.

5.3.6.3 TELEFONÍA CELULAR

En los meses de mayo y julio, la Dirección General de Estudios sobre Consumo realizó dos estudios sobre telefonía móvil:

1) Guía de observación a proveedores del servicio

Con el objetivo de verificar que en los establecimientos donde se comercializan los servicios de telefonía celular se proporcione la información que están obligados a brindar a las y los consumidoras/es, en atención a la NOM-184-SCFI-2012 Prácticas comerciales-Elementos normativos para la comercialización y/o prestación de los servicios de telecomunicaciones, se visitaron distintos Centros de Atención a Clientes de las 5 compañías que brindan el servicio en México. Del 17 de junio al 31 de julio de 2013 se visitaron 127 establecimientos del Distrito Federal como usuario/a simulado/a y finalmente se logró obtener información en 108 de ellos.

Entre los temas que nos ocuparon en este estudio podemos mencionar: contenido de algunos paquetes, información sobre servicios adicionales, horario de atención, etcétera.

2) Encuesta a consumidoras/es.

Adicionalmente se realizó un estudio en el Distrito Federal para conocer los hábitos de consumo del servicio de telefonía móvil de personas que utilizan su teléfono para fines personales y no de trabajo, así como el nivel de satisfacción que tienen éstas del servicio.

El estudio se realizó del 9 al 29 de mayo, se aplicaron 1,143 cuestionarios a personas mayores de 18 años residentes en el Distrito Federal.

5.3.6.4 SERVICIOS FUNERARIOS

El Hospital Infantil de México "Federico Gómez", solicitó a la Profeco una lista de agencias funerarias en donde se detallaran los servicios que éstas ofrecen y sus respectivos costos, a fin de orientar a las y los familiares de sus pacientes residentes del Distrito Federal, Estado de México, Hidalgo, Guerrero y Veracruz.

Para atender dicha solicitud se aplicaron cuestionarios a funerarias ubicadas en el D.F. del 5 al 25 de septiembre. En cuanto a las que se localizan en los estados, el cuestionario se aplicó del 5 de septiembre al 15 de noviembre.

Con la finalidad de incluir esta información en la Revista del Consumidor, se amplió el rango de servicios investigados, a fin de incluir a personas adultas y ofrecer información útil a un público más amplio. El objetivo de la encuesta fue:

- **Conocer los precios y características de un servicio funerario inmediato en algunas agencias del Distrito Federal y en las Entidades Federativas de México, Hidalgo, Guerrero y Veracruz, considerando que si se contrata el servicio en estos estados es para trasladar el cuerpo desde el D.F.**

Se obtuvo respuesta de 104 proveedores en el Distrito Federal y 198 en el resto de los estados.

5.3.7 AMAS DE CASA VIGILANTES

Amas de Casa Vigilantes inició en julio del 2013 como un programa piloto de la Procuraduría Federal del Consumidor, que incentiva la participación ciudadana a través de dos actividades fundamentales: el monitoreo de precios de productos básicos y la denuncia a los comercios que cometan abusos hacia las y los consumidores. El programa inició con 500 amas de casa participantes a nivel nacional. En el mes de septiembre del mismo año, al término de la etapa piloto, se habían recibido 25,932 precios y 27 denuncias y al 31 de diciembre como parte de su primera etapa de operación definitiva se obtuvieron 38, 760 precios y 33 denuncias por parte de las amas de casa participantes.

5.3.8. LA CANASTA

A partir del convenio firmado con la Cámara de Diputados, se inició la impresión y difusión del material informativo "La Canasta". Este material se distribuye de forma gratuita y tiene un tiraje de 250,000 ejemplares quincenales. Se inició su distribución en diciembre de 2013, a través de los 500 módulos de atención ciudadana de la Cámara de Diputados. La publicación busca orientar a las y los consumidoras/es sobre cuáles son los precios más bajos y dónde conseguir diversos productos de consumo regular, divididos en seis categorías: abarrotes; cereales; cárnicos; frutas y verduras, hogar y panes y galletas.

En 2013, se publicaron dos ediciones de La Canasta, sumando un total de 375,000 ejemplares repartidos a nivel nacional, llevando los productos informativos que elabora la Procuraduría Federal del Consumidor a un mayor número de consumidoras y consumidores.

5.3.9. CONVENIOS DE COLABORACIÓN

5.3.9.1. CONVENIOS CON EL COLEGIO DE MÉXICO

El día 9 de diciembre de 2013 se firmaron dos convenios con El Colegio de México (Colmex): un convenio marco de colaboración y un convenio específico, mediante los cuales, entre otros acuerdos, se brinda el acceso de dicha institución a la base histórica del programa Quién es Quién en los Precios y por su parte, el Colmex se comprometió a desarrollar trabajos de investigación, entre los que destacan temas como los análisis de cómo afecta la entrada de supermercados en un municipio con relación a los precios en ese mismo lugar, y si los precios tienen un efecto temporal, así como el análisis del efecto de impuestos en los precios de los productos. Las investigaciones generadas a partir de este convenio podrán ser publicadas con fines académicos y buscarán analizar el comportamiento de los precios de diversos productos, con la finalidad de generar recomendaciones de política pública para mejorar la competencia y el bienestar de los y las consumidoras.

La vigencia del convenio marco de colaboración es indefinida, mientras que la del acuerdo específico es al 30 de noviembre de 2018, lo cual permitirá que durante el periodo de vigencia de los mismos se generen trabajos de investigación en beneficio de esta Procuraduría y de los y las consumidoras.

5.3.9.2. CONVENIO CON CÁMARA DE DIPUTADOS

El día 18 de julio de 2013, como resultado de las mesas de trabajo entre Profeco y Diputados Federales, la Institución y la LXII legislatura de la Cámara de Diputados, representada por el Diputado Francisco Agustín Arroyo Vieyra, entonces presidente de la mesa directiva de la cámara, firmaron un convenio de colaboración, hecho que tenía su antecedente más reciente en 1995. Las actividades a desarrollar en el marco de este nuevo convenio son, entre otras:

- **El desarrollo y promoción de material informativo para las y los consumidores, así como la difusión de material que Profeco entregue a la Cámara.**
- **Organización e impartición de talleres, cursos, conferencias, diplomados y congresos nacionales.**
- **Capacitar al personal de la Cámara y a las y los Diputados en la promoción y defensa de los derechos de los y las consumidoras.**

5.3.9.3. CONVENIO CON MCDONALD'S

El 5 de agosto de 2013 se firmó un convenio de colaboración con la sociedad Arcos Sercal Inmobiliaria S. de R.L. de C.V. "ARCOS".

Algunas de las acciones que derivan de este convenio son las siguientes:

- **Inclusión en todos los menús "MenuBoard", menús impresos, manteletas, página de internet, así como aplicaciones para dispositivos electrónicos, el contenido calórico de todos los alimentos y bebidas que comercializa ARCOS.**
- **ARCOS se compromete a someter a revisión de Profeco, a través de la Subprocuraduría de Servicios, la publicidad previa a la difusión de la misma a efecto de contar con la opinión de Profeco.**
- **Impartición de cursos o talleres de capacitación de parte de Profeco de forma gratuita en materia de temas de consumo y publicidad engañosa al personal involucrado en la publicidad emitida por ARCOS.**
- **Fomento permanente de una política de consumo saludable de parte de ARCOS.**

5.3.9.4. CONVENIO CON CENTRAL DE ABASTO

El 20 de agosto de 2013 se firmó un convenio de colaboración con el Fideicomiso para la Construcción y Operación de la Central de Abasto de la Ciudad de México "FICEDA".

Entre otras, las acciones a desarrollar en el marco de este convenio son:

- **Elaboración y publicación de parte de FICEDA de comparativos de precios al menudeo de los productos que se ofrecen en la Central de Abasto del Distrito Federal.**
- **Profeco y FICEDA compartirán metodología empleada para la realización de comparativos de precios de productos que se ofrecen en la Central de Abasto del Distrito Federal.**
- **Las partes coadyuvarán en la implementación del programa "Báscula Modelo".**
- **FICEDA realizará las medidas necesarias para apoyar y difundir el programa "Amas de Casa Vigilantes".**

6. NUESTRA INSTITUCIÓN

6.1 DELEGACIONES

La Profeco cuenta con oficinas representativas en cada una de las Entidades Federativas, lo cual le permite ser una institución cercana a la gente, acorde a sus necesidades para ofrecerles servicios que protejan y promuevan los derechos de las y los consumidores en un marco de legalidad y seguridad jurídica.

6.1.1. PRESENCIA NACIONAL DE PROFECO

En apego a sus ejes rectores y a la voluntad de cumplir con los compromisos institucionales, la Profeco acerca sus servicios a la población consumidora a través de sus 38 Delegaciones, 13 Subdelegaciones, 5 unidades de servicio y 65 módulos, ubicados en las principales capitales y ciudades del territorio mexicano.

6.1.2. ENLACE DE LAS DELEGACIONES Y SUBDELEGACIONES CON LAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS DE LA PROFECO

Las Delegaciones y Subdelegaciones están conformadas por los departamentos de: Servicios, Verificación y Vigilancia, Educación y Divulgación y su Titular, los cuales con su equipo de trabajo brindan a las consumidoras y consumidores asesoría e información respecto a sus derechos, fomentan una cultura de consumo inteligente a través de sus grupos de consumidores/as, dan atención a las quejas y reclamaciones, y realizan visitas de verificación para evitar que los proveedores de bienes y servicios cometan prácticas abusivas en contra de las consumidoras y consumidores.

- **Delegaciones**

AGUASCALIENTES
BAJA CALIFORNIA
BAJA CALIFORNIA SUR
CAMPECHE
CENTRO
CHIAPAS
CHIHUAHUA
COAHUILA
COLIMA
DURANGO
GUANAJUATO
GUERRERO
HIDALGO
JALISCO
MICHOACÁN
MORELOS
NAUCALPAN
NAYARIT
NEZAHUALCÓYOTL
NUEVO LEÓN
SAN LUIS POTOSÍ
SINALOA
SONORA
SUR
TABASCO
TAMAULIPAS
TLALNEPANTLA
TLAXCALA
TOLUCA
VERACRUZ
YUCATÁN
ZACATECAS

- **Subdelegaciones**

- SUBDELEGACIÓN CD. OBREGON
- SUBDELEGACIÓN MANZANILLO
- SUBDELEGACIÓN TAPACHULA
- SUBDELEGACIÓN CHIHUAHUA
- SUBDELEGACIÓN MEXICALI
- SUBDELEGACIÓN TORREÓN
- SUBDELEGACIÓN ECATEPEC
- SUBDELEGACIÓN PLAYA DEL CARMEN
- SUBDELEGACIÓN XALAPA
- SUBDELEGACIÓN IGUALA
- SUBDELEGACIÓN REYNOSA
- SUBDELEGACIÓN IRAPUATO
- SUBDELEGACIÓN TAMPICO

- **Unidades de Servicio**

- LA VILLA
- SAN JUAN DEL RÍO
- CHETUMAL
- MATAMOROS
- COATZACOALCOS

6.1.3. VISITAS DE SUPERVISIÓN INTEGRAL

Durante el ejercicio 2013 se realizaron 45 visitas de supervisión y de trabajo a las Delegaciones y Subdelegaciones. La implementación de este mecanismo de control permite conocer y atender las problemáticas que pudieran afectar la operación interna de nuestras representaciones.

La revisión de los procedimientos sustantivos se realiza conjuntamente con las áreas normativas; esta metodología y los resultados obtenidos, se traducen en la identificación de oportunidades de mejora, difusión permanente de la normatividad y la implementación de estrategias para un eficiente desarrollo institucional.

6.1.4. CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON LOS TRES ÓRDENES DE GOBIERNO

Para el cumplimiento de objetivos y el fortalecimiento de la operación de los programas de las Delegaciones y Subdelegaciones, sus titulares en coordinación y colaboración con diversas dependencias, entidades de la administración pública federal, estatal y municipal, e instituciones educativas, celebraron 98 convenios durante el ejercicio 2013.

TABLA 25. CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON LOS TRES ÓRDENES DE GOBIERNO

DE LOS 98 CONVENIOS DE COLABORACIÓN CELEBRADOS EN EL 2013 SE HAN OBTENIDO DIFERENTES APORTACIONES QUE SE TRADUCEN EN VENTAJAS PARAS LAS DELEGACIONES Y SUBDELEGACIONES, ASÍ COMO BENEFICIOS A LOS CONSUMIDORES.

Convenios con Gobiernos Estatales	Derivado de la aportación de recursos financieros otorgados por los Gobiernos Estales, las Delegaciones y Subdelegaciones cuentan con la posibilidad de contratar personal de honorarios, pago de servicios, etcétera, para que esto signifique un mejor servicio a los consumidores.

Convenios con Municipios	Con estos convenios se obtiene un espacio físico, recursos financieros, mobiliario, equipo y personal comisionado, los cuales permiten asesorar y orientar en cuanto a los servicios de PROFECO, a los consumidores de Municipios lejanos a las Delegaciones o Subdelegaciones
Convenios con Institucionales Educativas	Con estos convenios, se logra que estudiantes de carreras afines a las funciones de la PROFECO, presten su servicio social, el cual se refleja en apoyo para las diferentes áreas que conforman a una Delegación o Subdelegación.

Recursos Financieros recibidos durante el 2013:	$9,647,251.26
Recursos Materiales:	Sillas
	Escritorios
	Archiveros
	Equipos de cómputo
	Aparatos telefónicos
	Espacios físicos
Recursos Humanos:	94 Personas Comisionadas

6.1.5. GESTIÓN DE LA ASIGNACIÓN DE RECURSOS MATERIALES

Por lo que respecta a la gestión de recursos materiales, en diciembre de 2013 se realizó el cambio de domicilio de la Delegación Morelos, mejorando con esto la presencia e imagen institucional y con ello que se incremente la afluencia de usuarios y usuarias al ubicar físicamente a nuestra representación dentro del primer cuadro de dicha ciudad. Este cambio permite mayor diversidad de transporte público para el fácil traslado del público en general.

Asimismo, en junio de 2013, la Secretaría de Economía, incorporó al denominado "Proyecto de Techo Único Chiapas", a nuestra representación en esa Entidad Federativa. Dicho proyecto fue contemplado para todas las dependencias que conforman la representación federal de la Secretaría de Economía en tal estado, en un edificio nuevo y adecuadamente distribuido en espacios y mobiliario, adicionalmente alberga a oficinas de los tres poderes de gobierno, mejorando notablemente el servicio que brinda la Institución, ya que permite a la población acceso a varios servicios en un solo inmueble.

6.2. PLANEACIÓN Y EVALUACIÓN

La Profeco, a través de la Dirección General de Planeación y Evaluación (DGPE), busca asegurar que sus programas y proyectos estén dirigidos al cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013 -2018, logrando una mejora del desempeño en los programas para que tengan un mayor impacto en la población beneficiaria, fortaleciendo una cultura de consumo responsable y el acceso en mejores condiciones de mercado a productos y servicios.

La Dirección General de Planeación y Evaluación tiene como acciones principales proponer y evaluar en conjunto con las unidades administrativas los planes, políticas y programas de la Procuraduría a fin de cumplir sus objetivos y metas. Asimismo, estructurar y formular las matrices de indicadores de resultados aparejadas a los objetivos, indicadores y metas sobre los que se presupuesta el ejercicio anual del gasto de la Dependencia.

Con la visión de ser un área cercana a la gente, efectiva en la protección y defensa de la población consumidora, esta Dirección aplica políticas y lineamientos así como los sistemas y procedimientos necesarios para llevar a cabo el proceso de planeación y ejecución de los programas de la Profeco.

Para ello, en el periodo enero-diciembre 2013 se realizaron las siguientes actividades:

6.2.1. PARTICIPACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DEL PND 2013-2018

Con fundamento en la Ley de Planeación en su artículo 20, donde se señala que en el ámbito del Sistema Nacional de Planeación Democrática tendrá lugar la participación y consulta de los diversos grupos sociales con el propósito de que la población exprese sus opiniones para la elaboración, actualización y ejecución del Plan y los programas a que se refiere dicha Ley, el 17 de agosto del 2013 se desarrolla el Foro de Consulta para el Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018 (PRODEINN), programa sectorial de la Secretaría de Economía. Esta consulta tuvo como objetivo atender el interés fijado en el Sistema Nacional de Planeación Democrática del Gobierno Federal, permitiendo que los grupos sociales expresen sus opiniones para la elaboración y ejecución de los programas sectoriales de manera alineada con el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.

En atención a lo anterior, la Procuraduría Federal del Consumidor, se encuentra inserta en la fijación y consecución de los objetivos del Plan Nacional. Por ello, y con la intención clara de atraer a distintos sectores sociales y hacerlos partícipes de las acciones a seguir, la Profeco, a través de la Dirección General de Planeación y Evaluación, realiza este Foro de consulta con la intervención y colaboración de distintas figuras inmersas en la temática de las y los consumidores y la defensa de sus derechos, incluyendo a varias organizaciones de consumidoras/es como el Poder del Consumidor A.C., al Instituto Mexicano de Educación para de Consumo, A.C., a personal académico del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y autoridades tanto de la Secretaría de Economía, como de la propia Procuraduría Federal del Consumidor.

6.2.2. CONSTRUCCIÓN DE LA VISIÓN, MISIÓN, OBJETIVOS Y VALORES INSTITUCIONALES

El equipo de la Dirección General de Planeación y Evaluación encabezó el proceso de construcción de la visión, misión, objetivos y valores institucionales. Este proceso surge con la intención de generar una Misión, Visión y Objetivos que representen la situación y aspiración actual de la Procuraduría y que estén vinculados al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. De esta manera, la Profeco se vincula a los

ejes sectoriales de la Secretaría de Economía, y de manera particular, a la Estrategia 4.7.5 Proteger los derechos del consumidor, mejorar la formulación de mercados y garantizar el derecho a la realización de operaciones claras y seguras.

Este proceso de construcción puso énfasis en la esencia institucional de protección de los derechos de la población consumidora, que pretende asegurar relaciones comerciales equitativas y fortalecer una cultura de consumo responsable.

La Profeco, busca ser una instancia cercana a la gente, con un estricto apego a la ley en su accionar, implementando métodos asequibles, amigables y modernos de atención a la colectividad en una atmosfera de eficiencia, compromiso, transparencia y respeto.

6.2.3. PROGRAMA ANUAL DE ACTIVIDADES

El Programa Anual de Actividades (PAA) es el documento de planeación que en el horizonte de corto plazo plasma las actividades estratégicas y sustantivas de la Procuraduría de manera calendarizada. Cabe destacar que las actividades que integran este documento derivan del Estatuto Orgánico de la Institución.

Durante 2013 se formuló dicho PAA que permitió definir las actividades de la Procuraduría Federal del Consumidor, que aseguraron el cumplimiento de metas y objetivos, a través de su evaluación y seguimiento y su relación con los indicadores estratégicos de gestión y monitoreo que las representan.

El seguimiento de las actividades que integran el Programa Anual de Actividades se realizó de manera trimestral, durante los primeros días posteriores al cierre de cada trimestre, obteniendo cuatro reportes de seguimiento en el año.

Al finalizar 2013, el índice de cumplimiento de las actividades e indicadores plasmados en el PAA se ubicó en 88.0%.

6.2.4. SEGUIMIENTO A LAS MATRICES DE INDICADORES PARA RESULTADOS 2013 (MIR)

Durante 2013, se dio seguimiento mensual a tres Matrices de Indicadores de Resultados (MIR) registradas en el Portal Aplicativo de la Secretaría de Hacienda (PASH).

Estas matrices se refieren a los siguientes programas presupuestarios (Pp):

- **B002 "Promoción de una cultura de consumo inteligente", a cargo de la Coordinación General de Educación y Divulgación;**

- **E005 "Prevención y corrección de prácticas abusivas en las relaciones de consumo entre consumidores y proveedores", a cargo de la Subprocuraduría de Servicios y con la participación de la Subprocuraduría Jurídica; y**

- **G003 "Verificación y Vigilancia de los derechos del consumidor plasmados en la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC)", a cargo de la Subprocuraduría de Verificación.**

Al cierre del ejercicio, el índice de cumplimiento de metas de la PROFECO se situó en 89.88%, superior en 11.49 puntos porcentuales por encima del alcanzado en promedio por el Sector Economía. Este resultado se explica debido a los índices de cumplimiento alcanzados de 96.77% por el programa B002 Promoción de una cultura de consumo inteligente; 98.0% por el Programa presupuestal "Prevención y corrección de prácticas abusivas en las relaciones de consumo entre consumidores y proveedores" y finalmente el programa Verificación y Vigilancia de los derechos del consumidor plasmados en la LFPC obtuvo un índice de 75.93%

6.2.5. EVALUACIONES EXTERNAS Y SEGUIMIENTO A ASPECTOS SUSCEPTIBLES DE MEJORA (ASM)

En 2013, las Secretarías de Hacienda y Crédito Público (SHCP), Función Pública (SFP) y el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), emitieron el Programa Anual de Evaluación (PAE) 2013, estableciendo la responsabilidad de esta Procuraduría para realizar las Evaluaciones de Consistencia y Resultados a los Programas Presupuestarios (Pp) "B002 Promoción de una Cultura de Consumo Inteligente" y "G003 Verificación y Vigilancia de los Derechos del Consumidor plasmados en la LFPC".

Dichas evaluaciones se aplicaron a los Programas Presupuestarios (Pp) "B002 Promoción de una Cultura de Consumo Inteligente" a cargo de la Coordinación General de Educación y Divulgación, que es un programa orientado a contribuir a impulsar la equidad en las relaciones de consumo mediante la promoción de una cultura de consumo inteligente que permita a la población consumidora decidir apropiadamente sobre sus compras a través de herramientas interactivas que proporciona información actualizada sobre precios de productos de alta demanda. El programa "G003 Verificación y Vigilancia de los Derechos del Consumidor plasmados en la LFPC", siendo la Subprocuraduría de Verificación la responsable de este programa y tiene como objetivo que se cumplan las disposiciones legales en las relaciones entre personas proveedoras y consumidores y se encuentra plasmado en la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), buscando resolver el problema: "Los consumidores están expuestos a prácticas comerciales abusivas por parte de los proveedores que no cumplen con la normatividad aplicable". [4]

En julio de 2013, esta Procuraduría remitió vía oficio los informes finales de las evaluaciones realizadas por el Fondo de Fomento y Desarrollo de la Investigación Científica y Tecnológica de la Universidad Autónoma del Estado de México (FONDICT-UAEM), a las Comisiones de las Cámaras de Diputados y de

4 Las referencias o citas obtenidas de la Ley Federal de Protección al Consumidor, u otro ordenamiento, se manejan de manera textual, por lo que no es posible modificarlas para emplear lenguaje no sexista.

Senadores del H. Congreso de la Unión, a la Auditoría Superior de la Federación, a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, a la Secretaría de la Función Pública y al CONEVAL. No obstante, estas evaluaciones de Consistencia y Resultados deben de atender los aspectos susceptibles de mejora sugeridos por el equipo evaluador y reportar sus avances, lo cual deberá de realizarse en marzo y septiembre del 2014.

TABLA 26. EVALUACIONES DE CONSISTENCIA Y RESULTADOS AÑO 2013

EVALUACIÓN	ELABORADA POR	PERIODO EN EL QUE SE DESARROLLÓ	UNIDAD ADMINISTRATIVA RESPONSABLE DE LA INFORMACIÓN
Evaluación de Consistencia y Resultados del Programa "B002 Promoción de una Cultura de Consumo Inteligente"	Fondo de Fomento y Desarrollo de la Investigación Científica y Tecnológica de la Universidad Autónoma del Estado de México "FONDICT-UAEM"	03 de junio de 2013 al 31 de julio de 2013	Dirección General de Planeación y Evaluación
Evaluación de Consistencia y Resultados del Programa "G003 Verificación y Vigilancia de los Derechos del Consumidor plasmados en la Ley Federal de Protección al Consumidor"	Fondo de Fomento y Desarrollo de la Investigación Científica y Tecnológica de la Universidad Autónoma del Estado de México "FONDICT-UAEM"	03 de junio de 2013 al 31 de julio de 2013	Dirección General de Planeación y Evaluación

Fuente: Portal de transparencia, Transparencia focalizada Profeco www.transparencia.profeco.gob.mx, 2013

De igual manera, en 2013 se dieron por concluidos los Aspectos Susceptibles de Mejora de la Evaluación de Procesos del Programa E005 Prevención y corrección de prácticas abusivas en las relaciones de consumo entre proveedores y consumidores, a cargo de la Subprocuraduría de Servicios, y con participación de la Subprocuraduría Jurídica, la cual tuvo como objetivo contribuir a impulsar la equidad en las relaciones de consumo mediante la protección y vigilancia de los derechos de las y los consumidores para evitar prácticas abusivas en las transacciones entre consumidoras/es y proveedores/as, así como garantizar la certeza jurídica y predictibilidad de las normas y asegurar su transparencia. Esta evaluación fue realizada en el ejercicio fiscal 2011 por la Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

6.2.6. CENTRO DE DOCUMENTACIÓN (CEDOC)

El Centro de Documentación de la Profeco proporciona asesoría e información en materia de consumo a sus usuarias y usuarios, a fin de contribuir con la educación de la población consumidora por medio de la cual tenga acceso a productos y servicios en mejores condiciones de orientación. Todo ello busca fomentar una cultura de consumo responsable e informada.
El Centro de documentación cuenta en su acervo con:

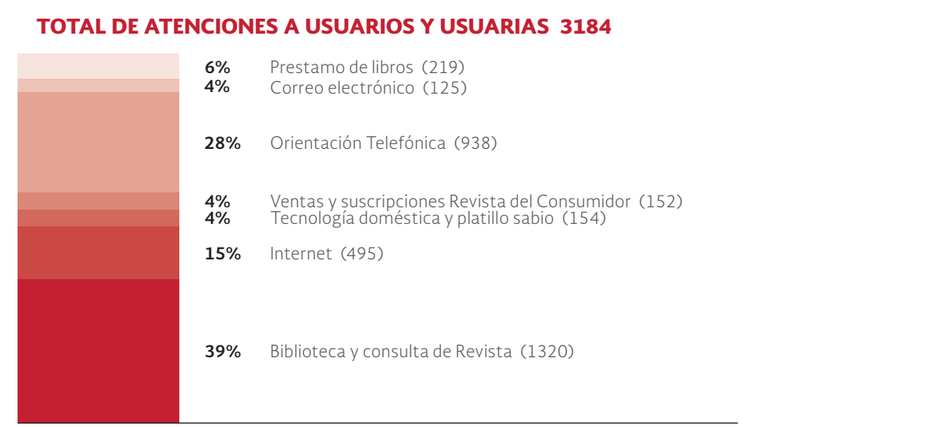
- **1800 libros constituidos principalmente por textos relacionados a temas de consumo.**
- **442 números de la Revista del Consumidor para su consulta y venta.**
- **8 enciclopedias.**
- **8 computadoras para navegación en los diversos portales de la Profeco.**

Durante 2013 el Cedoc celebró diversos convenios interbibliotecarios entre los que destaca el convenio realizado con el Centro de Aprendizaje de la Escuela Bancaria y Comercial, con la Biblioteca de la Universidad de la Comunicación y el convenio con la Dirección General de Televisión Educativa de la Secretaría de Educación Pública. Asimismo, atendió 3,184 solicitudes de información a través de sus formas de contacto como son presenciales, vía telefónica y correo electrónico.

Los productos informativos más solicitados fueron estudios de calidad, reportajes especiales publicados en la revista, tecnologías domésticas y platillos sabios, así como Quién es quién en los precios y aspectos relacionados con el marco jurídico de la dependencia. Dentro de los temas específicos de mayor consulta se encuentran refrigeradores, computadoras y tabletas, llantas e impermeabilizantes.

El siguiente gráfico muestra las atenciones brindadas al público a través de los diversos servicios del Centro de Documentación respecto temas de consumo

GRÁFICO 24. SERVICIOS GENERALES DEL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN



Fuente: Registro de atención a personas consumidoras

* Información obtenida de enero a diciembre de 2013.

6.3. COMUNICACIÓN SOCIAL

El objetivo fundamental de la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) es difundir y analizar toda la información enviada y publicada sobre los programas permanentes y temporales que realiza la Procuraduría Federal del Consumidor.

De esta manera, la DGCS hace llegar esta información a los medios de comunicación mediante comunicados que se envían a las y los reporteros que cubren las actividades de la institución, además de hacerla pública en la página web de la institución (www.profeco.gob.mx) para consulta general.

Toda la información se remite a las Delegaciones y Subdelegaciones de la Profeco en los estados para que los distribuyan a los medios de comunicación locales y se logre un mayor impacto y presencia entre la población.

En el transcurso de 2013, la DGCS realizó 199 comunicados, organizó 10 conferencias y gestionó 125 entrevistas exclusivas para la persona titular de la Institución.

En el acervo fotográfico se cuenta con un promedio de 25 mil fotografías de las actividades y eventos organizados con la participación de diversas personas funcionarias, mismas que son seleccionadas por el/la titular de la institución y de la DGCS para su publicación en los diarios y portales informativos.

Los temas más destacados en los medios en los que la Dirección General de Comunicación Social ha contribuido a su difusión durante este periodo fueron:

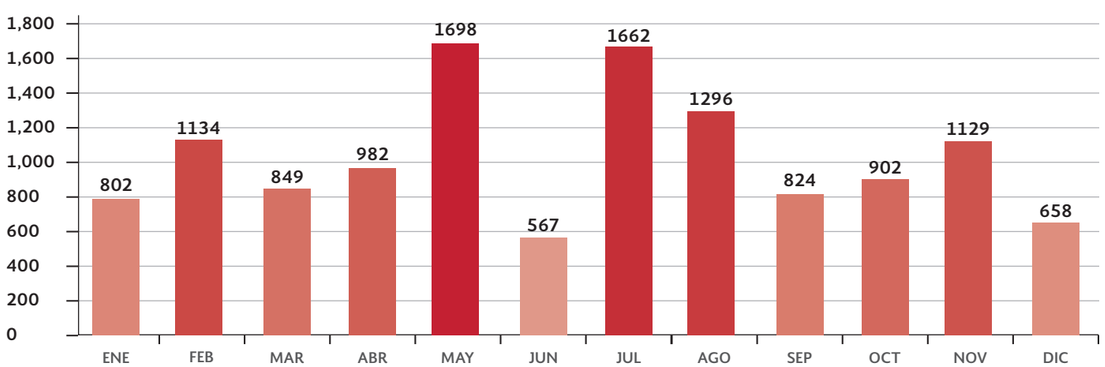
- **El Programa de vigilancia para evitar abusos en venta de huevo por “influenza aviar” en Aguascalientes.**
- **La aplicación de la Profeco del Plan Nacional de Autorregulación.**
- **El Programa Nacional de Verificación a empresas de telecomunicaciones.**
- **El convenio de la Profeco y el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria, A.C. (Conar) para proteger a la población consumidora.**
- **La firma de convenio de Profeco y la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) para proteger las prerrogativas de la población consumidora.**
- **Lanzamiento y convocatoria del Programa “Amas de Casa Vigilantes”.**
- **Las acciones de vigilancia a instrumentarse en la Copa mundial de futbol, Brasil 2014.**
- **La presentación del nuevo Portal de Transparencia.**

- **Toma de posesión del Lic. Alfredo Castillo Cervantes, como Procurador Federal del Consumidor.**
- **Acciones de verificación en todo el país por los partidos de futbol.**
- **Sanción a comercializadores y distribuidores de pollo en le Ciudad de México.**
- **Sanción a Bimbo por información engañosa.**
- **Multa por más de dos millones de pesos a Genomma Lab.**
- **Firma de Convenio con la Cámara de Diputados en defensa de las y los consumidores.**
- **Sanción a McDonald´s por publicidad engañosa.**
- **Sanción a productos milagro de línea Inova.**
- **Firma de convenio con la Central de Abasto.**
- **Sellos de suspensión en 10 establecimientos del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM).**
- **Suspensión de prácticas comerciales a 23 mueblerías.**
- **Multa a Telmex® por dos millones de pesos.**
- **Presencia de Profeco en la segunda Cumbre de Seguridad de productos de Consumo.**
- **Acciones de Profeco en zonas de desastre por fenómenos climáticos.**
- **Exhorto a Cinepolis, Six Flags y Henkel por publicidad engañosa.**
- **Logra Profeco fallo favorable para usuarias/os perjudicados por Aviacsa.**
- **Multa a Cocinas y Soluciones integrales por 3.6 millones de pesos.**
- **Profeco en 30’, nueva aplicación de defensa de la población consumidora.**
- **Clausura y multa de 3.5 millones de pesos a Ingenia Muebles.**
- **Colocación de sellos de suspensión a 42 salones para eventos.**

- **Firma de convenio Profeco y Walmart para la mejora de prácticas comerciales.**
- **Profeco recibe 81 denuncias y siete quejas durante el Buen Fin.**
- **Acciones de Profeco contra agencias de viajes para evitar fraudes en boletos para el Mundial Brasil 2014.**
- **Inmovilización de más de 300,000 productos en las principales aduanas del país.**
- **Asume Profeco presidencia de Pro Tempore del Foro Interamericano de Agencias Gubernamentales de Protección del Consumidor (FIAG).**
- **Profeco suspende 9 table dance del Estado de México.**
- **Ampliación del programa Profeco en 30´ para evitar abusos en restaurantes.**
- **Retiro en tiendas de autoservicio y conveniencia carteles que engañaban al consumidor en el cobro de IVA y IEPS.**

Como resultado de los comunicados, entrevistas, conferencias e información proporcionada a solicitud de los medios, se captaron un total de 12,656 impactos informativos[5] de carácter nacional y, en algunos casos de difusión internacional, distribuidos de la siguiente manera.

GRÁFICO 25. IMPACTOS DIFUNDIDOS EN 2013



Fuente: Registro anual de notas/ Programa Anual de Actividades DGCS 2013.

5 Impacto informativo. Unidad en la medición cuantitativo de la información publicada en los medios de comunicación (Nota, entrevista, reportaje, columnas, crónica, etc.)

Se incrementó la información en mayo por el escándalo generado por la sanción al Restaurante Máximo Bistrot. En junio, por estrategia se mantuvo bajo perfil para dar mayor impulso a Campaña del Programa de Regreso a Clases en julio.

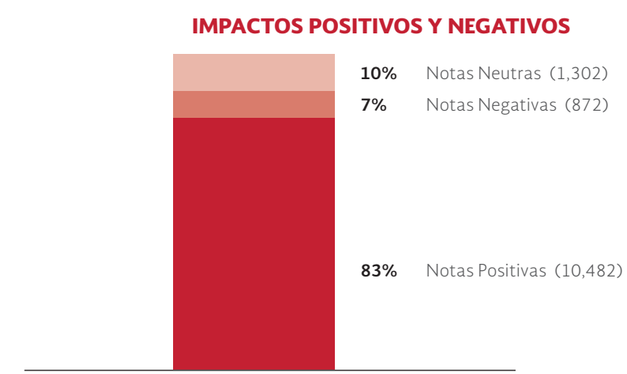
En diciembre, disminuyó la información porque la mayoría de los espacios con temas de consumo son grabados.

A partir del primero de enero, el titular de la Profeco, Humberto Benítez Treviño ofreció 3 conferencias de prensa y concedió 32 de entrevistas a diversos medios de comunicación. A partir del 15 de mayo, fecha en que tomó posesión como Procurador Alfredo Castillo Cervantes se ofrecieron 7 conferencias de prensa y 93 entrevistas a medios impresos y electrónicos. En coordinación con las delegaciones, la DGCS organizó la cobertura informativa en las giras de trabajo del titular de la Procuraduría Federal del Consumidor en los estados de Jalisco, Querétaro y Guerrero. Las y los representantes de los medios de comunicación acompañaron al titular de la institución en los recorridos de supervisión de las acciones de verificación en los principales puntos comerciales.

Derivado del seguimiento informativo en medios Impresos, radio, televisión e Internet, se enviaron 363 Síntesis Informativas, 363 Columnas Políticas, 259 síntesis de Delegaciones, 518 cortes informativos y 52 Análisis informativos semanales. Éstos fueron remitidos puntualmente al personal de nivel directivo con la finalidad de obtener una retroalimentación relacionada con la competencia de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Toda la información captada en medios impresos se conserva en archivos electrónicos, mientras que las notas de los principales noticiarios de radio y televisión, se conservan en los archivos electrónicos en la Dirección de Análisis de la DGCS, tanto en versión estenográfica como digitalizada.
La información captada en 2013 se clasificó de la siguiente manera:

GRÁFICO.26 TENDENCIA INFORMATIVA 2013.



Fuente: base de datos de la Dirección de Análisis de Medios de la DGCS, Programa Anual de Actividades 2013.

6.4 ADMINISTRACIÓN

La Coordinación General de Administración es responsable de las **Bases de Colaboración** en el marco del **Programa para un Gobierno Cercano y Moderno 2013-2018 (PGCM)**, y tiene a su cargo la aplicación del acuerdo por el que se emiten las Disposiciones en Materia de Control Interno y se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno (D.O.F. 12-07-10), cuya última reforma fue publicada en el D.O.F. el 27 de julio del 2012.

a) Programa para un Gobierno Cercano y Moderno 2013-2018 (PGCM)

En cumplimiento al tercer párrafo del artículo sexto del *"Decreto que establece las medidas para el uso eficiente, transparente y eficaz de los recursos públicos, y las acciones de disciplina presupuestaria en el ejercicio del gasto público, así como para la modernización de la Administración Pública Federal"* (D.O.F. 10-12-2014), el 30 de noviembre de 2014 se formalizaron las **Bases de Colaboración y el Anexo Único**, suscritas entre la Secretaría de Economía y la Procuraduría Federal del Consumidor, en el marco del **Programa para un Gobierno Cercano y Moderno 2013-2018 (PGCM)**.

b) Sistema de Control Interno Institucional

El informe del estado que guarda el control interno institucional en la Profeco al 30 de abril de 2013, se presentó en tiempo y forma a la Secretaría de la Función Pública por parte de la Institución (31 de mayo de 2013).

La autoevaluación del Sistema de Control Interno Institucional (SCII) se realizó mediante la aplicación de 152 Encuestas de Autoevaluación en los tres niveles de Control Interno: Estratégico (6), Directivo (94) y Operativo (52), para este último, se seleccionó una muestra representativa de un universo de 301 servidoras y servidores públicos que lo integran.

El resultado obtenido mediante la aplicación de las encuestas de autoevaluación por nivel de Control Interno, ubicó a la Institución en un porcentaje de cumplimiento general del 79.2% (grado de madurez óptimo del SCII), superior al obtenido en el año 2012 que fue del 74.8%.

Para dar atención a las debilidades o áreas de oportunidad del SCII se elaboró el Programa de Trabajo de Control Interno (PTCI-2013), en el cual se establecieron acciones de mejora para dar atención a las principales debilidades o áreas de oportunidad detectadas:

- **Falta de capacitación, evaluación de temas, conceptos básicos de control interno y administración de riesgos.**
- **Desconocimiento por parte del personal de los beneficios del control de interno y administración de riesgos.**
- **No se tiene el hábito de la autoevaluación de gestión y de control.**

El cumplimiento del Programa de Trabajo de Control Interno 2013 (PTCI) fue del 96.6%; este porcentaje reflejó el esfuerzo de la Institución para contar con un Sistema de Control Interno eficiente y eficaz en el logro de sus objetivos y metas institucionales. Se comprometieron 66 acciones de mejora, destacando las siguientes:

- **Se aplicó evaluación al personal para tener la certeza de que conocían la Misión, la Visión, los Objetivos y las Metas Institucionales, obteniéndose 81 como calificación del grado de conocimiento que tiene el personal de Profeco en una escala del 1 al 100.**

- **Se incluyeron en el Programa Anual de Capacitación 2013 los temas para el "Curso Control Interno" y "Curso Administración de Riegos", considerándose la aplicación a las y los participantes de una evaluación sobre la comprensión de los contenidos.**

- **Las y los Coordinadores, Encargados/as y Enlaces Administrativos de las Unidades Responsables pueden consultar los perfiles y descripciones de puestos para los procesos de contratación, capacitación y desarrollo, evaluación del desempeño, estímulos y, en su caso, promoción del personal adscrito a las áreas bajo su responsabilidad.**

- **Supervisión al 100% sobre los estudios de calidad y servicios que presta el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor para que brinde un servicio de calidad.**

- **Con el apoyo de los procesos del MAAGTIC-SI (ADTI y ANS), se han identificado mensualmente necesidades de mejora y se conocen los requerimientos y métricas clave para el desarrollo de un mecanismo automatizado.**

- **Se elaboró la Guía para la Administración de Riesgos en la Procuraduría Federal del Consumidor.**

c) Administración de riesgos institucionales

En cumplimiento a lo establecido en el "Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones en Materia de Control Interno y se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno" (D.O.F. 12-07-10 y sus reformas), el entonces Titular de la Institución, autorizó la Matriz de Administración de Riesgos, el Mapa de Riesgos y el Programa de Trabajo de Administración de Riesgos 2013 (**PTAR**), en el cual se identificaron siete Riesgos:

1. **PIL´S (Procedimientos por Infracciones a la Ley) no concluidos en el plazo establecido por la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.**

2. **Información sobre los procedimientos de asesoría, información y queja capturados inadecuadamente en el Sistema Integral de Información y Procesos.**

3. **Actos de autoridad apartados de principios de legalidad y transparencia.**

4. **Administrador de Procesos de Verificación (APV) no operado en el mantenimiento de los Procedimientos por Infracciones a la Ley.**

5. **Consejos Consultivos del Consumo Estatales constituidos deficientemente, sin normatividad que regule su competencia.**

6. **Sentencias desfavorables en juicios de nulidad promovidos contra Profeco por la emisión de actos administrativos viciados.**

7. **Multas no enviadas para su cobro a las autoridades exactoras y multas pendientes de notificar al proveedor.**

Los avances del PTAR-2013 fueron reportados en tiempo y forma en las Sesiones Ordinarias del Comité de Control y Desempeño Institucional (COCODI).

El cumplimiento del PTAR-3013 fue del 97.8%; este porcentaje reflejó el esfuerzo de la Institución para dar cumplimiento de las acciones de mejora comprometidas y dar seguimiento a los riesgos a que están expuestas las Unidades Administrativas en el desarrollo de sus actividades, para asegurar el cumplimiento de la Misión, Visión, Objetivos y Metas institucionales.

6.4.1. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS GENERALES

La presente sección anual está basada en las actividades realizadas por la Dirección General de Recursos Materiales y Servicios Generales (DGRMySG), que se integra tanto por la Dirección de Adquisiciones y Obra, como por la Dirección de Servicios Generales, del cual ha mantenido un registro de las diferentes acciones que tuvieron lugar en el periodo de 2013.

Para el correcto suministro de bienes y servicios, la DGRMySG a través de la Dirección de Adquisiciones y Obra, atiende las necesidades de suministro de bienes y servicios apegándose a la normatividad aplicable contenida en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público (LAASSP), mediante los procedimientos de adquisiciones directas, invitaciones a cuando menos tres personas y licitaciones públicas, como establece el artículo 26 de dicho ordenamiento legal.

Por otra parte, la Dirección de Servicios Generales es la encargada de dirigir, controlar y optimizar los recursos materiales de la Profeco, mediante la aplicación de la normatividad establecida en materia de almacén e inventarios, servicios generales, archivo, mantenimiento, así como en vehículos y consumo de combustibles, todo ello con el fin de lograr el máximo aprovechamiento de los recursos propiedad de la Profeco.

6.4.1.1. RECURSOS MATERIALES

En el apartado de adquisiciones y obra, en lo referente al suministro de bienes y servicios, durante el periodo de enero a diciembre de 2013, se atendieron todas las solicitudes y se llevaron a cabo los procedimientos de contratación dentro del marco del Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios:

TABLA 27. COMPARATIVO 2013-2012 PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN

2013			2012		
CANTIDAD	PROCEDIMIENTO	MONTO ADJUDICADO	CANTIDAD	PROCEDIMIENTO	MONTO ADJUDICADO
7	Licitación pública	$108,915,284.00	21	Licitación pública	$80,095,098.41
22	Invitación a cuando menos tres personas	$20,905,236.00	9	Invitación a cuando menos tres personas	$7,565,136.50
27	Adjudicación directa (artículo 41)	$20,742,865.00	48	Adjudicación directa (artículo 41)	$35,486,116.98
144	Adjudicación directa (artículo 42)	$18,619,469.00	106	Adjudicación directa (artículo 42)	$11,080,778.23
5	Adjudicación directa (artículo 1) incluye contrato marco	$18,063,648.00	131	Adjudicación directa Delegaciones (artículo 42)	$10,301,808.73
	Total	$187,246,502.00		Total	$144,528,938.85

La diferencia que existe entre los dos ejercicios en las adjudicaciones por el artículo 41 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios, se debe a que los casos son presentados al H. Comité para dictaminación y aprobación. Es importante señalar que los casos de un ejercicio y otro son diferentes tanto en características como en montos, variación que se presenta de acuerdo a las necesidades de las áreas requirentes, razón por la cual los totales en este rubro nunca serán iguales.

El monto de licitaciones públicas incluye las anticipadas por servicio de limpieza, aseguramiento de bienes patrimoniales, bienes perecederos, servicio de mensajería y paquetería y seguro colectivo de retiro.

Por otra parte, se suscribieron 58 convenios modificatorios que representan un monto de $31,815.862.00.

6.4.1.2. SERVICIOS GENERALES

Se realizaron las gestiones que permitieron la indemnización de 10 vehículos por parte de las compañías aseguradoras, causa de los siniestros, robo y/o colisión de los mismos, los cuales se encuentran

cubiertos en la póliza de la flotilla vehicular de la Institución, obteniendo el pago en especie a través de las aseguradoras.

Asimismo, se contrató la póliza de aseguramiento para el parque vehicular por un importe de $2,837,991.61 además de la póliza de seguro múltiple empresarial por $1,604,401.32, contratos que cubren la flotilla vehicular y el mobiliario con el que cuenta la Procuraduría en sus oficinas centrales.

En adición, se contrató el servicio de mensajería y paquetería para dar respuesta a las necesidades de la Procuraduría en el Distrito Federal y las Delegaciones Metropolitanas, Delegaciones Federales, así como a la Dirección General de Verificación y Combustibles con sus brigadas alrededor de la República.

6.4.1.3. MANTENIMIENTO AL INMUEBLE

Respecto a la contratación de los trabajos de mantenimiento de las oficinas centrales, calle 10 y del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, éstos consisten en:

1.1 Mantenimiento correctivo mayor a los sistemas de aire acondicionado, aire lavado, de energía ininterrumpida y la planta de emergencia

1.2 Mantenimiento y sustitución del equipo contra incendio.

1.3 Conservación de mobiliario y equipo de administración

1.4 Se sustituyó el pararrayos de los inmuebles y tierra física.

1.5 Se realizó la reparación de diversas instalaciones en diversas áreas del edificio central.

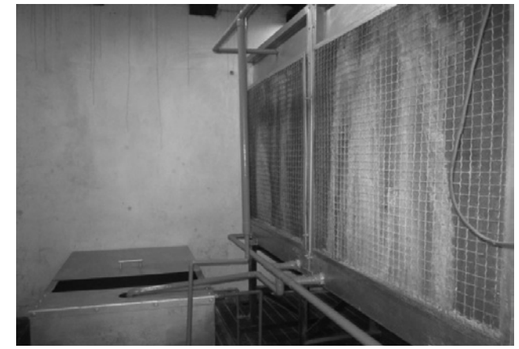
1.6 Mantenimiento a puertas y escaleras de emergencia y celosía de aluminio, así como a las escaleras del vestíbulo en oficinas centrales.

1.7 Impermeabilización de los inmuebles.

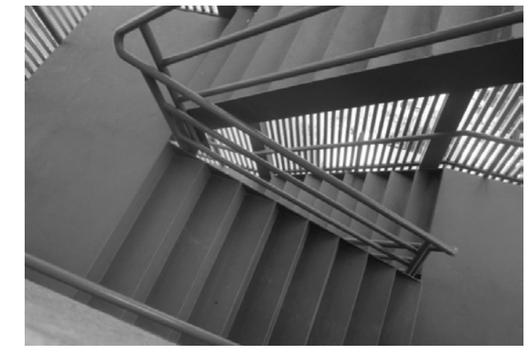
1.8 Se dio mantenimiento a techumbres de lámina y asbesto en los diversos inmuebles de la Procuraduría

1.9 Mantenimiento y sustitución de pisos laminados y persianas.

1.10 Mantenimiento correctivo a tres subestaciones eléctricas de los inmuebles de la Procuraduría



Mantenimiento al equipo de aire lavado



Mantenimiento a la escalera de emergencia

Equipo contra Incendios

Celosía de Aluminio

Mantenimiento del equipo contra incendio

Calle 10

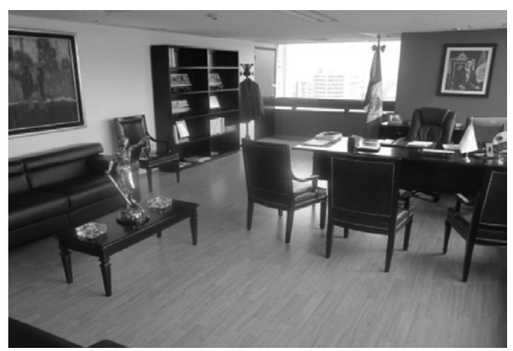
Mantenimiento correctivo de las subestaciones

Impermeabilización calle 10

Sustitución de persianas

Impermeabilización edificio central

Sustitución de techumbres calle 10



Sustitución de pisos laminados

6.4.2 TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES

6.4.2.1. AMAS DE CASA VIGILANTES

Análisis, desarrollo y mantenimiento del portal *Amas de Casa Vigilantes* (amasdecasa.profeco.gob.mx) que permite contar con la participación de mujeres para recopilar precios de productos y levantar denuncias sobre proveedores/as que no cumplen con la Ley Federal de Protección al Consumidor.

6.4.2.2. CONSEJOS PROFECO

Desarrollo del portal de *Consejos de Compra Profeco* (consejos.profeco.gob.mx) que brinda a las y los consumidores información relevante sobre el proceso de compra (precios, estudios, normatividad, etc.) de productos de temporadas altas de consumo como son el fin de año, “Buen Fin”, cuaresma, regreso a clases, etcétera.

6.4.2.3. PROFECO EN 30’

Participación en la creación y el desarrollo de la aplicación móvil y portal de *Profeco en 30’*, programa que permite a las y los consumidores enviar denuncias del área y horarios de operación del programa para su atención en un tiempo menor de 30 minutos.

6.4.2.4. PROMOTORES

Desarrollo del portal de Promotores para el Consumo Responsable, que permite a la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores estar en permanente interacción con las delegaciones, brindándoles información relevante y actualizada.

6.4.2.3. PORTAL DE TRANSPARENCIA

Desarrollo técnico del portal de transparencia de la Procuraduría Federal del Consumidor, que provee una manera sencilla de consultar desde un solo lugar toda la información relevante de transparencia como normatividad, remuneraciones, indicadores, participación ciudadana, etcétera.

6.4.3. RECURSOS HUMANOS

La Profeco consciente del compromiso establecido por el Ejecutivo Federal en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, para lograr un gobierno eficiente con mecanismos de evaluación que permitan mejorar su desempeño y la calidad de los servicios que presta a la ciudadanía, ha establecido en sus programas de recursos humanos el desarrollo de las habilidades y capacidades de su personal mediante la profesionalización, así como la generación de una cultura organizacional de igualdad laboral entre mujeres y hombres en la que se practiquen los valores y principios éticos de la entidad.

6.4.3.1. CLIMA Y CULTURA ORGANIZACIONAL

En enero de 2013, la Secretaría de la Función Pública realizó el análisis del contenido del Programa de Acciones de Mejora, elaborado a partir de los resultados de la aplicación de la Encuesta de Clima y Cultura Organizacional (ECCO) 2012, mismo que fue registrado con el valor máximo posible correspondiente a 10 puntos.

6.4.3.2. TRANSPARENCIA, INTEGRIDAD Y HONRADEZ EN EL SERVICIO PÚBLICO

Con base en la Meta Nacional "México en Paz" del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 que señala que la transparencia y rendición de cuentas deben ser dos herramientas democráticas para elevar el nivel de confianza de la ciudadanía en su gobierno, se otorgó a 126 servidoras y servidores públicos el "Reconocimiento a la Transparencia, Integridad y Honradez en el Servicio Público", con el objetivo de destacar a quienes se esmeran en cumplir con los valores del Código de Ética de los Servidores Públicos de la Administración Pública Federal.

6.4.3.3. DESARROLLO DE PERSONAL

Con el propósito de promover un clima laboral que permita elevar el desempeño y la productividad, así como generar satisfacción en el trabajo, la Procuraduría realizó 15 eventos deportivos, recreativos y culturales para las y los trabajadores y sus familias.

En atención a la política nacional en materia de salud, la Profeco en coordinación con el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE), llevó a cabo en agosto de 2013 la primera Feria de la Salud "Camino a la Longevidad" en la que se brindaron al personal de la Procuraduría 1,957 servicios médicos consistentes en estudios, detección de padecimientos y orientación para prevención de enfermedades.

6.4.3.4. CAPACITACIÓN

En cumplimiento al Programa Anual de Capacitación 2013, se firmó con el Instituto Nacional de Administración Pública (INAP) el Convenio General de Colaboración para llevar a cabo programas de desarrollo institucional vinculados a la profesionalización del personal.

Asimismo, se realizaron 169 acciones de capacitación contando con la participación de 2,577 trabajadoras y trabajadores de la Profeco, para lo cual se destinaron 4.5 millones de pesos.

6.4.3.5. CREDENCIALIZACIÓN

Con la finalidad de generar un medio de identificación homogéneo y confiable para las y los servidores públicos de la Entidad, se diseñó y adquirió material para su credencialización.

6.4.3.6. PRESTACIONES AL PERSONAL

Se atendió el 100% de la demanda en materia de prestaciones al personal, con lo cual se dio cabal y oportuna atención a los requerimientos de las y los trabajadores, las cuales consisten en: ayuda de lentes, ayuda de prótesis, ayuda por titulación, guardería, nupcias, canastilla, licencias de manejo, pago de madres trabajadoras, pago de padres trabajadores, día del trabajador/a Profeco, becas al personal y a sus hijas e hijos.

En el marco del 37 Aniversario de la Procuraduría Federal del Consumidor, el pasado 5 de febrero de 2013 se llevó a cabo la ceremonia de entrega de estímulos económicos y reconocimientos a trabajadoras/es con una antigüedad mínima de 10 años y múltiplos de 5 hasta 35 años de servicios prestados al Sector Economía, en apego a lo que establece la cláusula 42 del Contrato Colectivo de Trabajo de la Profeco, resultaron beneficiadas/os 292 trabajadoras/es.

6.4.4.1. MEDIDAS DE AUSTERIDAD

En relación al Programa Nacional de Reducción del Gasto Público correspondiente al ejercicio 2013, la PROFECO aplicó reducciones líquidas al presupuesto de recursos fiscales por un monto de 37'897,000 pesos, que se integran de la siguiente forma:

- **1 afectación por 4'677,900 pesos, que se transfieren al ramo general 23, referente a la reducción líquida del 5% a la partida 12,201 "sueldo base personal eventual".**

- **2 afectaciones presupuestales por un monto de 12'399,300 pesos, que se transfieren al ramo 23, correspondientes a la reducción de plazas de estructura de niveles del "I" al "O" y, posteriormente, 4 afectaciones presupuestales por un importe de 20'819,800 pesos, correspondientes al resto de las plazas de estructura de niveles del "H" al "O". Ambos montos equivalen a una reducción del 5% en plazas de estructura.**

Con respecto a los recursos propios se aplicó 1 afectación por un importe de 1'154,400 pesos en la partida de honorarios, que se aplican a la disponibilidad final del ejercicio 2013.

La suma total de reducciones para el cumplimiento de Programa referido registró un importe total de 39'051,400 pesos en reducciones líquidas para la Profeco.

6.4.4.2. MEJORA REGULATORIA

En apego a lo establecido en el PND 2013 -2018, que refiere a la mejora regulatoria como parte integral dirigida a la optimización de los servicios que brinda el gobierno federal, a través de la actualización y depuración normativa, así como de la simplificación y mejora de procesos y en el marco del Programa de Gobierno Cercano y Moderno (PGCM) 2013-2018, que establece el alcance de resultados en todas las Entidades Federales; en la Profeco se diseñó el Programa de Modernización Administrativa y Reestructuración (PMAR).

6.4.4.2.1. PROGRAMA DE MODERNIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y REESTRUCTURACIÓN (PMAR).

El PMAR contempla las diferentes líneas a cubrir por parte de las dependencias federales, que consiste en la programación de trabajos dirigidos que incluyen para cada caso un método y/o técnica que coadyuve a la redefinición de acciones institucionales, apegadas a las atribuciones conferidas, así como a una nueva dinámica del quehacer institucional diario, que permita la eficiencia y eficacia de los servicios que se otorgan a la población consumidora.

El programa cuenta con un diseño alineado con perspectiva de cobertura en varias vertientes específicas de aplicación transversal e institucional, a través de la actualización de los Manuales Específicos de Organización, Manuales de Procedimientos y el Manual General de Organización de la Profeco, como son:

- **Actualización del marco jurídico (tala regulatoria).**
- **Actualización de atribuciones y funciones acorde a la realidad institucional.**
- **Documentar mandatos de ley.**
- **Simplificación de procesos con vistas a la mejora de prácticas.**

En este programa, la generación de información en general cubre las expectativas que, en el rubro de indicadores, el PGCM 2013 -2018 ha emitido para cuantificar los resultados en cada una de las instituciones, ya que documenta hacia el interior de la Institución, una forma de trabajo con líneas objetivas y precisas en relación a las atribuciones conferidas.

SERVICIOS

Teléfono del Consumidor
ten siempre a la mano el 5568 8722 (DF y zona metropolitana)
y el 01 800 468 8722 (resto del país).

Registro Público para Evitar Publicidad
inscribe tu número telefónico al 9628 0000 (DF, zona metropolitana,
Guadalajara y Monterrey) o al 01 800 962 8000 (resto del país).

Contacto ciudadano
Las y los proveedores y consumidores pueden realizar trámites y solicitar
asesoría en general. Escríbenos a contacto_ciudadano@profeco.gob.mx

Procitel
concerta una cita en tu delegación o subdelegación Profeco para iniciar
un proceso de queja contra algún proveedor.
Comunícate al Teléfono del Consumidor.

Quién es Quién en los Precios
herramienta en línea para consultar
el precio de cerca de 2 mil productos.

Brújula de compra
suscríbete para recibir artículos, análisis de precios, estudios comparativos y
recomendaciones para comprar. Encuéntrala dentro de **profeco.gob.mx**

Conciliaнet
cero filas, cero espera, cero papel. En conciliaнet.profeco.gob.mx
puedes presentar tu queja con las y los proveedores que ya concilian en línea.

Revista del Consumidor en línea
consulta artículos sobre consumo informado en
revistadelconsumidor.gob.mx

DIRECTORIO

Lcda. Lorena Martínez Rodríguez
Procuradora Federal del Consumidor

Lcda. Noreli Domínguez Acosta
Subprocuradora de Servicios al Consumidor

Dr. Salvador Farías Higareda
Subprocurador de Verificación

Lic. Rafael Ochoa Morales
Subprocurador Jurídico

C.P. Estela Ruiz Esparza Padilla
Coordinadora General de Administración

Profr. Juan Ricardo Hernández Morales
Coordinador General de Educación y Divulgación

Lcdo. Héctor Luna de la Vega
Titular del Órgano Interno de Control

Lcdo. Emerit Sekely del Rivero
Director General de Planeación y Evaluación

Lcdo. Alfredo Albíter Sánchez
Director General de Comunicación Social

Lcdo. Roberto Padilla Márquez
Director General de Delegaciones

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR

Procuraduría Federal del Consumidor
Av. José Vasconcelos 208, col. Condesa,
del. Cuauhtémoc, México DF, CP 06140

Teléfono del consumidor:
5568 8722 (DF y zona metropolitana)
01800 468 8722 (Larga distancia sin costo)

profeco.gob.mx
@profeco
facebook.com/consumidorinteligente