



PLAN NACIONAL  
DE DESARROLLO  
2 0 1 3 - 2 0 1 8  
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

PROGRAMA NACIONAL DE  
PROTECCIÓN A LOS DERECHOS  
DEL CONSUMIDOR  
2013-2018

AVANCE Y RESULTADOS 2014

INSTITUCIONAL

# ÍNDICE

Marco normativo.....	5
Resumen Ejecutivo.....	6
Avances y Logros.....	8
I.    Objetivo 1. Incrementar las capacidades institucionales de actuación mediante la modernización de su marco legal, organizacional y técnico....	8
Estrategia 1.1 Promover la reforma del marco jurídico de protección al consumidor .....	8
Estrategia 1.2. Implantar un proceso integral de desarrollo y Modernización Institucional de la PROFECO .....	8
Estrategia 1.3. Aumentar la capacidad institucional para la seguridad y calidad de los productos .....	9
II.   Objetivo 2. Impulsar la definición e instauración del Sistema Nacional de Protección al Consumidor .....	10
Estrategia 2.1 Coordinar las acciones de las instituciones que inciden en la protección del consumidor.....	10
Estrategia 2.2. Impulsar la comunicación con las instancias encargadas del desarrollo de las normas oficiales.....	11
Estrategia 2.3. Fortalecer la cobertura de las acciones de protección y difusión de los derechos del consumidor.....	11
Estrategia 2.4. Impulsar la colaboración con organizaciones y agencias internacionales para fortalecer las acciones de PROFECO.....	12
III.  Objetivo 3. Fortalecer la red inteligente de atención y prestación de servicios de información en beneficio del consumidor.....	13
Estrategia 3.1. Disminuir la cantidad de llamadas perdidas, no atendidas y tiempos de espera en línea.....	13
Estrategia 3.2. Fortalecer el desarrollo de sistemas informáticos para la innovación en la atención y defensa del consumidor.....	13

---

Estrategia 3.3. Impulsar la difusión sobre la utilidad de los servicios de información de la PROFECO.....	13
IV. Objetivo 4. Impulsar el acuerdo nacional para la protección de los derechos de los consumidores entre gobierno, empresas y sociedad civil...	15
Estrategia 4.1. Promover la firma de acuerdos de colaboración con cámaras y grupos empresariales que comercializan productos y servicios.....	15
Estrategia 4.2. Promover la firma de acuerdos de colaboración con las instituciones públicas que inciden en la protección del consumidor.....	16
Estrategia 4.3. Promover la firma de acuerdos de colaboración con las organizaciones de la sociedad civil.....	16
Anexos. Fichas de los indicadores.....	17
Glosario.....	21
Siglas y abreviaturas.....	25

## MARCO NORMATIVO

Este documento se presenta con fundamento en lo establecido en el numeral 32 del Acuerdo 01/2013 por el que se emiten los Lineamientos para dictaminar y dar seguimiento a los programas derivados del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 publicado en el Diario Oficial de la Federación del 10 de junio de 2013, el cual enuncia que:

*“Las dependencias y entidades deberán difundir y publicar en sus páginas de Internet, los programas a su cargo, al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación. Asimismo, deberán publicar dentro del primer bimestre de cada año, en el mismo medio electrónico, los logros obtenidos de conformidad con los objetivos, indicadores y metas definidos en los programas.”*

## RESUMEN EJECUTIVO

La protección de la economía familiar de los consumidores es una tarea que PROFECO tiene presente y por la que trabaja todos los días. Por ello, reforzar el monitoreo y verificación de precios de productos de la canasta básica y consumo generalizado, la instrumentación de programas como Quién es Quién en los Precios, el Registro Público de Casas de Empeño, Profeco en 30 y la constante capacitación de su personal, son acciones destinadas a cumplir con este fin. En este sentido, PROFECO se mantiene abierta a recibir todas aquellas quejas que los consumidores presenten cuando consideran que se han violado sus derechos. Mediante el servicio de quejas resuelve en el ámbito de sus competencias los conflictos entre los consumidores y los proveedores, salvaguardando siempre los intereses de las y los consumidores.

Las acciones sobre actividades reguladas, productos y servicios de consumo generalizado, se encuentran en la agenda cotidiana de la PROFECO, de tal suerte que hay una constante promoción de acciones colectivas y otros recursos legales que contrarrestan prácticas recurrentes de proveedores que vulneran los derechos de consumidoras y consumidores. Asimismo, se realizan acciones conjuntas entre PROFECO y CFE en beneficio de los consumidores y se emiten lineamientos y protocolos de verificación en los sectores con el mayor índice de quejas.

Para PROFECO, la participación ciudadana en beneficio de los derechos de las y los consumidores es fundamental; por tal motivo se realizan programas de participación social, como el Museo Itinerante de pequeños consumidores para un consumo responsable, con especial énfasis en Estados y Municipios.

Es de vital importancia para PROFECO, mostrar e implementar acciones innovadoras y de alto impacto en favor de las y los consumidores. Así, el Sistema Nacional de Protección al Consumidor, celebra convenios de colaboración y concertación de acciones con dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, Gobiernos de las entidades federativas y el Distrito Federal, Gobiernos Municipales y Sociedad Civil.

Entre los principales logros destacan los siguientes:

Durante 2014, la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) fue reformada en dos ocasiones. La primera para establecer una nueva atribución para la PROFECO, consistente en publicar, a través de cualquier medio, los productos y servicios que con motivo de sus verificaciones y los demás procedimientos previstos por la Ley sean

identificados como un riesgo o incumplimiento a las disposiciones jurídicas aplicables. La segunda relativa a las medidas de apremio y multas que este organismo puede imponer.

En el periodo 2013-2014 la PROFECO estuvo a cargo de la presidencia Pro-Témpore del Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC). Cumplió con los objetivos y compromisos pactados en la “Declaración Guadalajara”, entregando a los países miembros un informe amplio y detallado de actividades realizadas y el cumplimiento de compromisos adquiridos. Actualmente la Procuraduría está a cargo de la Secretaría Técnica.

La PROFECO mantuvo presencia en 14 aduanas aeroportuarias, marítimas y fronterizas del país. Este programa, establecido como permanente para garantizar a la ciudadanía el cabal cumplimiento de la normatividad, durante 2014 verificó en más de 14 mil contenedores 89.4 millones de productos, de los cuales en 6.5 millones de productos aplicó sellos de inmovilización. Entre los artículos implicados destacan accesorios de celulares y collares de dama, juguetes réplica de armas, calzado, teléfonos celulares y luces navideñas, entre otros.

En cuanto al indicador Porcentaje de municipios que cuentan con acciones de verificación, se tuvo presencia en 845 municipios, logrando cubrir un 34% del total de 2,457 municipios registrados, acercándose a la meta establecida de 35%. Las acciones ejecutadas en los municipios se basaron en el Programa Nacional de Verificación y Vigilancia de Establecimientos, de Productos Básicos, Seguridad de Producto, Bebidas Alcohólicas y Programas Especiales de Verificación como Día de Reyes, Día del amor y la amistad, Cuaresma y Semana Santa.

Para proteger a consumidores/as que usan el transporte aéreo y terrestre, se brindó atención en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM). Este servicio se fortalece en temporadas de alto consumo, con personal ubicado en salas de última espera. Asimismo, se complementa la atención en vacaciones con módulos ubicados en centrales camioneras en el Distrito Federal. En 2014 se atendieron 23,981 consultas, 27% más que en 2013; recuperando casi 40 millones de pesos por conciliaciones inmediatas realizadas.

Durante 2014 se recibieron un total de 133,562 quejas a nivel nacional. De éstas se obtuvo un porcentaje de conciliación de 79.9%, es decir, en 8 de cada 10 casos concluidos las y los consumidores quedaron satisfechos con el resultado del procedimiento. Asimismo, de los procedimientos conciliatorio, arbitral y por infracciones a la Ley concluidos en el año, se recuperaron 720.3 millones

de pesos a favor de consumidores/as, por lo que se logró recuperar un 81% del monto total reclamado.

Desde el inicio de operación del Registro Público Para Evitar Publicidad (Repep) (26 de noviembre de 2007), se han registrado 291,871 números telefónicos de consumidores que no desean recibir publicidad de bienes, productos o servicios por esa vía, ni que su información sea utilizada con fines mercadotécnicos o publicitarios. Durante este mismo período se recibieron 2,651 denuncias, 55% contra proveedores del sector Telecomunicaciones, 35% Comercio y el 10% contra el sector Turístico.

El Registro Público de Casas de Empeño (RPCE) entró en operación a partir del 15 de mayo de 2014 y tiene como objetivo brindar seguridad jurídica a los consumidores al inscribir y autorizar a los proveedores que ofrecen y otorgan los servicios de mutuo con interés y garantía.

Con la finalidad de ampliar los mecanismos de conciliación, PROFECO cuenta con el desahogo del procedimiento conciliatorio a través de la plataforma electrónica Concilianet. Al cierre de diciembre de 2014 cuenta con 96 proveedores, y recibió 5,139 quejas. El porcentaje de conciliación es del 94.6%. De las quejas concluidas al cuarto trimestre, se logró recuperar casi 12 millones de pesos, lo que significó un 32.57% mayor en términos reales a lo recuperado en el mismo período de 2013.

El Teléfono del Consumidor es el servicio más representativo de la PROFECO, brindando a la ciudadanía asesoría e información, atención de solicitudes vía teléfono, correo electrónico, fax, chat, mediante escritos, de manera personal en “contacto ciudadano”, y del Teléfono del Consumidor en Línea. Este servicio, al cierre del año 2014 reportó el cumplimiento de la meta establecida en 95%, con 549,005 consultas atendidas, lo que refleja un incremento del 9% en comparación con 2013.

El sistema para operar el Registro Público de Casas de Empeño (RPCE) 100% digital permite a los proveedores registrar su casa de empeño en línea, lo que convierte este trámite como nivel 4, que es el máximo nivel definido por la Unidad de Gobierno Digital; lo anterior permite dar puntual seguimiento a la atención de las solicitudes que ingresan y al mismo tiempo, publicar en nuestra página de Internet los registros otorgados a las casas de empeño.

El uso de nuevas tecnologías para acercarse a la ciudadanía ha representado para PROFECO una útil herramienta que permitió poner en marcha en octubre de 2013 la aplicación informática Profeco en 30, dando como resultado a diciembre de 2014 la incorporación de 3,141 usuarios aceptados, ingresando a diciembre de 2014 un total de 683 denuncias, incluidas las 21 que se

atendieron por irregularidades manifestadas por usuarios en el Buen Fin.

La Procuraduría Federal del Consumidor suscribió convenios de colaboración con diversos actores económicos para procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones comerciales, con lo que ha logrado fortalecer su compromiso en el desempeño de las atribuciones encomendadas. Para el cierre de 2014 fueron autorizados 233 contratos y 190 convenios; de estos proyectos, se inscribieron en el Registro de Contratos y Convenios Institucionales 199 contratos y 208 convenios.

## **Objetivo 1. Incrementar las capacidades institucionales de actuación mediante la modernización de su marco legal, organizacional y técnico.**

Considerando los cambios que se observan en los comportamientos de los mercados y en los hábitos de consumo de los consumidores, aunado a las recientes reformas estructurales, se hace necesario que la PROFECO instrumente diversas estrategias para aumentar sus capacidades institucionales y esté preparada para enfrentar los retos de una sociedad más demandante y mejor informada y que requiere la atención de servicios acordes con la nueva situación de los mercados, como es el caso del energético y de telecomunicaciones. Por ello se fortalece su marco jurídico, redefiniendo y ampliando sus atribuciones, además de buscar la eficiencia, actualización y modernización de sus procesos. Al mismo tiempo que se trabaja para robustecer los mecanismos de coordinación interna que permee en mejores trámites y servicios para toda la población consumidora.

### **Logros**

Durante 2014, la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) fue reformada en dos ocasiones. La primera para establecer una nueva atribución para la PROFECO, consistente en publicar, a través de cualquier medio, los productos y servicios que con motivo de sus verificaciones y los demás procedimientos previstos por la Ley sean identificados como un riesgo o incumplimiento a las disposiciones jurídicas aplicables. La segunda relativa a las medidas de apremio y multas que este organismo puede imponer.

La PROFECO mantuvo presencia en 14 aduanas aeroportuarias, marítimas y fronterizas del país, este programa establecido como permanente para garantizar a la ciudadanía el cabal cumplimiento de la normatividad durante 2014, en más de 14 mil contenedores verificó más de 89.4 millones de productos, de los cuales en 6.5 millones de productos aplicó sellos de inmovilización. Entre los artículos implicados destacan; accesorios de celulares y collares

de dama, juguetes réplica de armas, calzado, teléfonos celulares, luces navideñas, entre otros.

En cuanto al indicador Porcentaje de municipios que cuentan con acciones de verificación, se tuvo presencia en 845 municipios logrando cubrir un 34% del total de 2,457 municipios registrados, acercándose a la meta establecida en 35%. Las acciones ejecutadas en los municipios se basaron en: Programa Nacional de Verificación y Vigilancia de Establecimientos, de Productos Básicos, Seguridad de Producto, Bebidas Alcohólicas y Programas Especiales de Verificación como: Día de Reyes, Día del amor y la amistad, Cuaresma, y Semana Santa.

### **Actividades relevantes**

#### **Estrategia 1.1 Promover la reforma del marco jurídico de protección al consumidor**

Se reformó el Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal, por el cual desaparecen las Coordinaciones Regionales de Delegaciones para que la Dirección General de Delegaciones sea el vínculo de coordinación entre las unidades administrativas centrales y las Delegaciones.

Se expidieron diversos acuerdos, por los que se dan a conocer el modelo de contrato de mutuo con interés y garantía prendaria para casas de empeño y se delegan facultades en materia de casas de empeño a diversos servidores públicos.

En el año 2014 la PROFECO revisó y emitió 85 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, 21 de las cuales corresponden a iniciativas relacionadas con reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

#### **Estrategia 1.2 Implantar un proceso integral de desarrollo y Modernización Institucional de la PROFECO**

Con el propósito de impulsar el desarrollo de las capacidades individuales en un proceso constante de incrementar los niveles de eficiencia y efectividad de las y los trabajadores relacionadas con aspectos de la institución, se impartieron un total de 152 acciones de capacitación, con una cobertura de 2,778 participantes.

En el marco del Programa de Modernización Administrativa y Restructuración y del Programa de Trabajo del Comité de Mejora Regulatoria Interna, se actualizaron 92 instrumentos normativos: 13 Manuales Específicos de Organización, 10 Manuales de Procedimientos, 66 procedimientos y 3 lineamientos, con inclusión del lenguaje no sexista, conforme a la Norma Mexicana para la Igualdad laboral entre Mujeres y Hombres NMX-R-025-SCFI-2012.

Asimismo, se realizaron 5 reuniones regionales de capacitación con el tema "Marco Jurídico y Normativo" para personal de las delegaciones y subdelegaciones, capacitando a 209 trabajadores en la materia; 2 cursos de capacitación en materia de "Verificación de Combustibles" para 390 personas y un "Curso Básico de Introducción" para 34 titulares del Departamento Jurídico de nuevo Ingreso.

**Estrategia 1.3 Aumentar la capacidad institucional para la seguridad y calidad de los productos.**

Se instrumentó la modernización del equipo del laboratorio para fundamentar las acciones legales contra proveedores que infrinjan disposiciones de la LFPC y de la Ley Federal de Metrología y Normalización, se adquirieron un total de 37 equipos, estos permitirán aumentar la cobertura de análisis, ahorros en mantenimiento, insumos y energía, aumentar la eficiencia operativa y mejora del desempeño del personal.

El Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor demostró su competencia técnica en sus diversas áreas, al continuar acreditado por la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) y continua certificado en todos sus procesos técnicos y administrativos bajo la nueva norma NMX-CC-9001:2008.

Durante 2014, la PROFECO llevo a cabo 88,373 visitas de verificación a diversos establecimientos comerciales para dar atención a denuncias, programas nacionales y operativos especiales, iniciando procedimiento por infracciones a la ley en 16,266 visitas, así mismo se verificaron un total de 34.3 millones de productos, inmovilizando 1.2 millones de productos por incumplir la normatividad aplicable.

Durante 2014 PROFECO realizó acciones de verificación en establecimientos comerciales que realizan transacciones con instrumentos de medición, para asegurar que las cantidades ofrecidas correspondan a las cantidades proporcionadas, verificando 32,708 instrumentos de medición, inmovilizando 2,353 instrumentos por haber registrado diferencias de peso en perjuicio de las y los consumidores, y por no cumplir con la calibración anual obligatoria.

Además como parte de los servicios que proporciona PROFECO, durante 2014 calibró a nivel nacional 172,780 instrumentos de medición fomentando con estas acciones el respeto a los derechos de los consumidores.

En el marco del Programa Nacional de Verificación de Productos Básicos durante 2014 PROFECO realizó 36,758 visitas de verificación y en 6,089 casos se inició procedimiento administrativo por infracciones a la Ley, colocando sellos de suspensión en 2,347 establecimientos, además se realizó la verificación de 20,954 básculas, inmovilizando 2,099 de éstas.

**Resultados de los indicadores del objetivo**

Indicador Objetivo 1.- Incrementar las capacidades Institucionales de actuación mediante la modernización de su marco legal, organizacional y técnico.				
Nombre	Línea base	2013	2014	Meta 2018
Porcentaje de municipios que cuentan con acciones de vigilancia	24%	29%	34%	70%



## Objetivo 2. Impulsar la definición e instauración del Sistema Nacional de Protección al Consumidor

A fin de establecer un Sistema Nacional de Protección al Consumidor, acompañado de una política pública transversal para la atención y protección del consumidor que permita articular los esfuerzos del Estado, que contempla la coordinación de las funciones de las dependencias y entidades especializadas en el tema, en los tres órdenes de gobierno, se hace necesario establecer la colaboración con todos los entes gubernamentales del país que inciden en la protección de los derechos del consumidor. Asimismo, impulsar la colaboración con organismos internacionales para permear mejores prácticas internacionales que fortalezcan la instauración del sistema.

### Logros

Para proteger a los consumidores que usan el transporte aéreo y terrestre, se brindó atención en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) este servicio se fortalece en temporadas de alto consumo, con personal ubicado en salas de última espera, asimismo se complementa la atención en vacaciones con módulos ubicados en centrales camioneras en el Distrito Federal. En 2014 se atendieron 23,981 consultas, 27% más que en 2013; recuperando casi 40 millones de pesos por conciliaciones inmediatas realizadas.

Durante 2014 se recibieron un total de 133,562 quejas a nivel nacional, de estos se obtuvo un porcentaje de conciliación de 79.9%, es decir, en 8 de cada 10 casos concluidos los consumidores quedaron satisfechos con el resultado del procedimiento. Asimismo, de los procedimientos conciliatorio, arbitral y por infracciones a la Ley concluidos en el año, se recuperaron 720.3 millones de pesos a favor de los consumidores, por lo que se logró recuperar un 81% del monto total reclamado.

Desde el inicio de operación del Registro Público Para Evitar Publicidad (Repep) (26 de noviembre de 2007), se han registrado 291,871 números telefónicos de consumidores que no desean recibir publicidad de bienes, productos o servicios por esa vía, ni que su información sea utilizada con fines mercadotécnicos o publicitarios. Durante este mismo periodo se recibieron 2,651 denuncias, 55% contra proveedores del sector Telecomunicaciones, 35% Comercio y el 10% contra el sector Turístico.

Se realizaron visitas a nivel nacional en el 70 % de las estaciones marinas, asimismo se atendieron las denuncias generadas respecto a los malos despachos y/o cobros

incorrectos en dichas estaciones e inmovilizando los instrumentos encontrados con diversas irregularidades. En las marinas de Los Cabos, se logró que los proveedores dejaran de cobrar avituallamiento, actualmente los precios son mostrados en moneda nacional e informan el costo del derecho de atraque dependiendo el tamaño de la embarcación.

### Actividades relevantes

#### Estrategia 2.1 Coordinar las acciones de las instituciones que inciden en la protección del consumidor

A partir del convenio con la COFEPRIS firmado en mayo de 2014, comenzaron las reuniones en materia de publicidad engañosa en las que ambas instituciones intercambiaron información derivada de monitoreos publicitarios iniciando procedimientos a los productos Cre-C Shampoo y Tio Nacho; asimismo en junio se lanzó una alerta conjunta por publicidad engañosa del producto denominado "Phen 375-Adelgaza 4kg/Sem. Sin ejercicio".

En 2014, el Director de Programas Internacionales de la Comisión de Seguridad de Productos del Consumidor de los Estados Unidos de América y la Directora de Programas para el Hemisferio Occidental formaron parte de la comitiva donde participaron funcionarios de COFEPRIS, Secretaría de Economía y de SAT, para desarrollar proyectos conjuntos en defensa de los derechos de los consumidores.

Las Delegaciones y Subdelegaciones implementaron acciones de verificación en materia de comportamiento comercial, normalización y metrología realizando 79,959 visitas a proveedores de bienes y servicios. Se atendieron 72,342 solicitudes de calibración y se calibraron 163,827 instrumentos de medición. Además se impusieron multas por 548.5 millones de pesos.

En materia de verificación de combustibles, se alcanzó el 88% de cobertura en la verificación a proveedores de combustibles en localidades con alta concentración poblacional. Respecto a las denuncias atendidas en materia de combustibles, en el 2014 se atendieron 1,947 denuncias lo que representa más del doble de las denuncias atendidas en el 2013.

Como resultado de las visitas de verificación de combustibles líquidos como el Gas L.P. se contribuye a un efecto disuasivo en las acciones irregulares u omisiones que realicen los establecimientos que comercializan estos combustibles. En 2014 PROFECO impuso multas por 309.9 millones de pesos, superior 93% de las multas impuestas en 2013 por 160.4 millones de pesos

En 2014 se celebró un convenio de colaboración celebrado con la SHCP, la PGR y la COFEPRIS, cuyo objeto pretende prevenir y sancionar los delitos en materias como: Derechos de autor y de propiedad industrial; contrabando y sus equiparados, y adulteración, falsificación, contaminación o alteración de bebidas alcohólicas, medicamentos o productos del tabaco.

El convenio formalizado con la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), mediante el cual la Procuraduría acordó recibir las denuncias, consultas y solicitudes y cualquier otro escrito competencia de la COFECE, comunicando inmediatamente dicha recepción a la Comisión para que sean atendidas.

Convenio con la Comisión Federal de Electricidad (CFE) y Nacional Financiera S.N.C., en su carácter de fiduciaria del Fideicomiso para el Ahorro de Energía Eléctrica, (FIDE) y el Centro Nacional de Metrología (CENAM), pretende asegurar una efectiva protección, respeto, defensa y promoción de los derechos de los consumidores o usuarios del servicio público de energía eléctrica.

Destaca también el formalizado con el Instituto de Verificación Administrativa del Distrito Federal (INVEA DF), el cual pretende realizar procedimientos de verificación administrativa a los instrumentos de medición que determinan los importes a pagar por los servicios de transporte.

Por su parte con el Fondo de la Vivienda del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (FOVISSSTE), se suscribió un convenio para que apoye a PROFECO, en la protección a los consumidores que siendo derechohabientes del FOVISSSTE, tengan interés de adquirir inmuebles destinados a casa habitación.

Finalmente con el Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos (IFAI), se formalizó un convenio con la finalidad de Desarrollar estrategias y actividades que promuevan, impulsen y fortalezcan la cultura de la transparencia, el conocimiento y el ejercicio de los derechos de acceso a la información pública y protección de datos personales, la adecuada gestión documental y la rendición de cuentas.

### **Estrategia 2.2 Impulsar la comunicación con las instancias encargadas del desarrollo de las normas oficiales**

Se participó en la elaboración y revisión de normas de producto y métodos de pruebas en los sectores: lácteo, del vestido, eléctrico, electrónico, construcción, muebles de baño, consumo de agua, productos a gas, equipo de protección personal y contra incendio.

Se envió a la Dirección General de Normas de la Secretaría de Economía 4 propuestas de modificación de normas oficiales mexicanas elaboradas por personal del Laboratorio basadas en la normativa Internacional vigente en temas como taxímetros, Watthorímetros, medidores de consumo de agua y carriolas infantiles.

Se concluyeron los trabajos de la norma que regula la seguridad de los productos y artefactos eléctricos NOM-003-SCFI-2014 y se está en espera de su publicación.

Se participó en la norma ya publicada sobre especificaciones de seguridad en vehículos PROY-NMX-D-228-SCFI-2014 Criterios, Procedimientos y Equipo para la revisión de las condiciones Fisicomecánicas de vehículos automotores en circulación, cuyo peso bruto vehicular no excede 3 857 kg, que será el soporte técnico para el proyecto de NOM en consulta pública PROY-NOM-194-SCFI-2014, Dispositivos de Seguridad Esenciales en Vehículos Nuevos.

Se atendió la 37ª Reunión de la Asamblea General de la Organización Internacional de Normas (ISO) por invitación de la Secretaría de Economía a través de la Dirección General de Normas. Esta reunión se efectuó en Rio de Janeiro, Brasil con el objeto de discutir las normas internacionales y su impacto en las empresas, sociedad (consumidores) y economía global.

### **Estrategia 2.3 Fortalecer la cobertura de las acciones de protección y difusión de los derechos del consumidor**

La página web del Buró Comercial permite la consulta de información de 450 proveedores de bienes y servicios referente a quejas recibidas, porcentaje de conciliación, motivos de reclamación, sanciones impuestas y contratos de adhesión registrados sin importar si tienen o no queja ante la Institución. En 2014 se recibieron casi 181 mil visitas, 6% mayor a las recibidas en 2013.

En relación a las asesorías brindadas por correo electrónico, chat, fax, escritos y presenciales, En 2014 se brindaron 77,249 asesorías, mientras que en 2013 se realizaron 66,897, lo que representó un incremento del 15%.

La promoción y difusión del Repep, en redes sociales y la revista del consumidor, en julio reportó un incremento de 4,362 registros de números telefónicos, lo que representó la cifra más alta en 2014, reflejándose en el indicador "Porcentaje en la inscripción al Registro Público para Evitar Publicidad (Repep), cuya meta programada es 98%, logrando en 2014, 99%.

Para registrar los modelos de contratos de adhesión la PROFECO cuenta con dos vías; de manera presencial en la que durante 2014 se registraron 3,811 modelos de

contrato de adhesión, 48% más que en igual periodo del año anterior; de estos contratos el 94% corresponden a un modelo de contrato de registro obligatorio.

Vía electrónica, mediante el Registro de Contratos de Adhesión en Línea (RCAL), en el periodo de enero a diciembre de 2014 se registraron 3,516 modelos de contrato de adhesión, reportando un total para el 2014 de 7,327 contratos de adhesión, 16% más que en el año inmediato anterior.

Durante el 2014 se registraron 287 solicitudes para dictaminar, de los cuales se emitieron 128 dictámenes, teniendo un monto dictaminado por la cantidad de 19.7 millones de pesos. Ahora bien, en 2013 se registraron 326 solicitudes, de las cuales se emitieron 111 dictámenes, teniendo como resultado un monto dictaminado de 58.7 millones de pesos.

Para contribuir a modificar el comportamiento de los proveedores en beneficio de los consumidores, PROFECO inició un Procedimiento por Infracciones a la Ley (PIL) al proveedor Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V. denominado comercialmente como Telcel, por servicios adicionales no contratados por el consumidor, imponiendo una multa por 3.7 millones de pesos.

**Estrategia 2.4 Impulsar la colaboración con organizaciones y agencias internacionales para fortalecer las acciones de PROFECO**

La PROFECO, durante 2013-2014 a cargo de la presidencia Pro-Témpore del Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC), cumplió con los objetivos y compromisos pactados en la “Declaración Guadalajara” entregando a los países miembros un informe amplio y detallado de actividades realizadas y cumplimiento de compromisos

adquiridos, actualmente la Procuraduría está a cargo de la Secretaría Técnica.

PROFECO participó en el Seminario Internacional sobre Consumo y Turismo, desarrollado en Brasil en el Panel “La importancia de la Protección al Consumidor como Turista en el ámbito internacional”, con el objetivo de exponer casos de éxito y buenas prácticas de protección al consumidor para tratar de encontrar soluciones a los problemas de protección al turista a nivel internacional.

En abril de 2014 se efectuó la Visita de Trabajo al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor de Funcionarios de la Dirección de Mejora Regulatoria y Reglamentación Técnica del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) de Costa Rica. Para conocer el funcionamiento, Organización y Estructura del LNPC, así como la verificación de calidad de productos alimentarios y no alimentarios.

Se firmaron Memorándums de Entendimiento con la Defensoría del Consumidor del Salvador y con Dirección General del Consumidor de Portugal, este último se realizó en la visita de Estado del Presidente Enrique Peña Nieto en Lisboa, Portugal. Con el objetivo de promover la cooperación a través de la formulación y ejecución de programas y proyectos en materia de consumo.

En 2014 se llevó a cabo la reunión anual del organismo internacional sobre la seguridad y salud de productos (ICPHSO) y la reunión del Grupo de Reguladores del ICPSC, en Orlando, Florida, USA. Participando en el panel “Cooperación Trilateral con la Comisión de Seguridad de los Productos de Consumo de los Estados Unidos de América y Health Canada”.

**Resultados de los indicadores del objetivo**

Indicador del Objetivo 2.-Impulsar la definición e instauración del Sistema Nacional de Protección al Consumidor.				
Nombre	Línea base	2013	2014	Meta 2018
Porcentaje del monto recuperado en beneficio de los consumidores <sup>1</sup>	74%	85%	81%	81%

<sup>1</sup> Sólo se está reportando la participación de la Subprocuraduría de Servicios en el indicador, ya que los montos respecto a las acciones colectivas no han podido ser cuantificados.

### **Objetivo 3. Fortalecer la red inteligente de atención y prestación de servicios de información en beneficio del consumidor**

Con la finalidad de abatir la reincidencia de prácticas comerciales abusivas, así como proporcionar atención personalizada e inmediata a los consumidores, PROFECO ha innovado sus servicios de atención al público, haciendo uso de tecnologías de la información y de comunicación, logrando con esto reducir los tiempos de espera, impulsar la creación de mecanismos para desarrollar procedimientos de atención en línea de manera integral, generando así una interacción favorable entre proveedores y consumidores, fortaleciendo la Red inteligente a través de la optimización de los diferentes programas y servicios que ofrece la Procuraduría.

#### **Logros**

Con la finalidad de ampliar los mecanismos de conciliación, PROFECO cuenta con el desahogo del procedimiento conciliatorio a través de la plataforma electrónica Concilianet. Al cierre de diciembre de 2014 cuenta con 96 proveedores, y recibió 5,139 quejas, el porcentaje de conciliación es del 94.6%. De las quejas concluidas al cuarto trimestre, se lograron recuperar casi 12 millones de pesos, lo que significó un 32.57% mayor en términos reales a lo recuperado en el mismo periodo de 2013.

El Teléfono del Consumidor es el servicio más representativo de la PROFECO brindando a la ciudadanía asesoría e información, atención de solicitudes vía teléfono, correo electrónico, fax, chat, mediante escritos, de manera personal en “contacto ciudadano”, y del Teléfono del Consumidor en Línea. Este servicio, al cierre del año 2014 reportó el cumplimiento de la meta establecida en 95% con 549,005 consultas atendidas lo que refleja un incremento del 9% en comparación con 2013.

El sistema para operar el Registro Público de Casas de Empeño (RPCE) 100% digital permite a los proveedores registrar su casa de empeño en línea, lo que convierte este trámite como nivel 4, que es el máximo nivel definido por la unidad de gobierno digital; lo anterior permite dar puntual seguimiento a la atención de las solicitudes que ingresan y al mismo tiempo poder publicar en nuestra página de Internet los registros otorgados a las casas de empeño.

El uso de nuevas tecnologías para acercarse a la ciudadanía ha representado para PROFECO una útil herramienta que permitió poner en marcha en octubre de 2013 la aplicación informática *Profeco en 30*, dando como resultado a diciembre de 2014, la incorporación de 3,141 usuarios aceptados, ingresando a diciembre de 2014 un total de 683 denuncias, incluidas las 21 que se atendieron por irregularidades manifestadas por usuarios en el *Buen Fin*.

#### **Actividades relevantes**

##### **Estrategia 3.1 Disminuir la cantidad de llamadas perdidas, no atendidas y tiempos de espera en línea**

A través del Teléfono del Consumidor, el Procitel en 2014 programó 37,149 citas para acudir a las Delegaciones y Subdelegaciones PROFECO para presentar alguna queja o buscar resolverla por medio de la conciliación inmediata, el 33% de los consumidores que registraron su cita acudieron a ella, 66% de esos casos fueron turnados a queja, y en casos improcedentes recibieron asesoría.

En el microsítio del Teléfono del Consumidor en Línea ([telefonodelconsumidor.gob.mx](http://telefonodelconsumidor.gob.mx)) se recibieron 147,616 visitas durante 2014, de las cuales se atendieron 16,478 consultas vía chat, y en 8,083 los visitantes agendaron una cita para acudir a alguna Delegación, Subdelegación o Unidad de Servicio. El Teléfono del Consumidor en Línea contribuye a promover el uso de las tecnologías de la información.

El promedio de atención de consultas por agente en el Teléfono del Consumidor recibidas por cualquier medio para 2014 fue de 789, superando el estándar establecido en 620, este indicador permite a la institución un mayor control sobre los tiempos de atención y motiva la reducción de tiempos auxiliares por parte de los agentes.

##### **Estrategia 3.2 Fortalecer el desarrollo de sistemas informáticos para la innovación en la atención y defensa del consumidor**

Con respecto al comportamiento comercial de las empresas, en 2014 se llevaron a cabo 1,995 consultas, las visitas realizadas al portal del Buró Comercial de enero a diciembre de 2014 aumentaron un 6% respecto a las vistas recibidas en igual periodo de 2013.

##### **Estrategia 3.3 Impulsar la difusión sobre la utilidad de los servicios de información de la PROFECO**

Las Redes Sociales se han consolidado como una herramienta eficaz para atender a los consumidores y difundir los servicios de PROFECO. En 2014 el número de usuarios de las redes de PROFECO llegó a 741,000 usuarios, un crecimiento del 35% respecto a 2013.

Destaca Twitter que supera los 588,000 seguidores, siendo @profeco, la cuenta con más usuarios del Sector Economía.

Durante 2014 se difundió a través de la Revista del Consumidor en formato impreso y en línea, los diversos servicios con que cuenta la institución, invitando a los consumidores a hacer valer sus derechos.

Durante 2014 se llevaron a cabo talleres en línea sobre equidad de género y no discriminación en colaboración

con el Conapred, asimismo en atención a personal de PROFECO se impartieron 4 talleres presenciales para 250 personas cada uno, a los que se les denominó “Un Café por la Igualdad”, impartidos por especialistas del tema.

## Resultados de los indicadores del objetivo

Indicador del Objetivo 3.- Fortalecer la red inteligente de atención y prestación de servicios de información en beneficio del consumidor.				
Nombre	Línea base	2013	2014	Meta 2018
Porcentaje de atención de llamadas en el teléfono del consumidor <sup>2</sup>	85%	86%	95.0%	95%

<sup>2</sup> El indicador abarca los servicios de: llamadas en el Teléfono del Consumidor, correo electrónico, chat, Voz IP, mediante escritos y de manera personal en la oficina de contacto ciudadano



## **Objetivo 4. Impulsar el acuerdo nacional para la protección de los derechos de los consumidores entre gobierno, empresas y sociedad civil**

La situación actual del mercado exige la evolución de la normatividad para proteger los derechos del consumidor de manera reactiva, así como el involucramiento de autoridades, empresas y sociedad civil que conjuntamente prevengan riesgos y fomenten prácticas comerciales equitativas. Es por ello que la PROFECO ha puesto especial énfasis en las acciones preventivas, por encima de las correctivas, trabajando conjuntamente con la acción pública y el esfuerzo social para atender las necesidades de la población, y mejorar las políticas públicas, en un proceso de retroalimentación permanente a través de la difusión de información, fomentando el consumo responsable, empleando mecanismos de respuesta ágiles y de coordinación inmediata entre autoridades, proveedores y consumidores.

### **Logros**

La Procuraduría Federal del Consumidor suscribió convenios de colaboración con diversos actores económicos para procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones comerciales, con lo que ha logrado fortalecer su compromiso en el desempeño de las atribuciones encomendadas. Para el cierre de 2014, fueron autorizados 233 contratos y 190 convenios, de estos proyectos, se inscribieron en el Registro de Contratos y Convenios Institucionales 199 contratos y 208 convenios.

En diciembre de 2013 se firmó un convenio con El Colegio de México (Colmex), mediante el cual PROFECO brinda el acceso a la base histórica de precios del Quién es Quién en los Precios y el Colmex se compromete a desarrollar trabajos de investigación que podrán ser publicados con fines académicos y buscarán analizar el comportamiento de los precios de diversos productos. Como resultado de esta colaboración, está por ser publicada la primera edición 2015 de la revista Políticas Públicas.

### **Actividades relevantes**

#### **Estrategia 4.1 Promover la firma de acuerdos de colaboración con cámaras y grupos empresariales que comercializan productos y servicios**

Quién es Quién en los Precios es una herramienta que proporciona información sobre precios de productos de consumo generalizado. Durante 2014 se captaron y difundieron 12.3 millones de precios de productos, superando 23% lo reportado en 2013, resultado de visitas semanales a 558 supermercados, 56 pescaderías, 136 farmacias, 115 papelerías, 325 tiendas especializadas y 464 tortillerías en 54 ciudades.

En el boletín electrónico quincenal Brújula de Compra se publican artículos que abordan diversos temas: recomendaciones en fechas de alto consumo, comparativo de precios, descripción y costos de diversos servicios, resultados de encuestas, recomendaciones sobre finanzas personales, entre otros. En 2014, se publicaron 25 artículos de temas de interés con la información necesaria para tomar mejores decisiones de compra.

A partir del convenio con Cámara de Diputados, inició la elaboración del material informativo "La Canasta". Esta publicación busca orientar a los consumidores sobre dónde conseguir y cuáles son los precios más bajos de productos de la canasta básica, divididos en seis categorías: abarrotes; cereales; cárnicos; frutas y verduras, hogar y panes y galletas. En 2014 se publicaron 17 ediciones.

En agosto de 2014 se llevó a cabo, en el Centro Banamex, la Semana Nacional del Emprendedor (INADEM) donde se repartieron cerca de 1,600 Revistas del Consumidor y 2,500 folletos varios, además se atendieron aproximadamente 1,000 personas en el stand PROFECO, se asesoró a 250 personas en temas específicos, y se realizaron cinco suscripciones a la Revista del Consumidor.

Destaca por su importancia, el convenio formalizado durante 2014, con la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio Servicios y Turismo de los Estados Unidos Mexicanos (CONCANACO SERVYTUR), el cual busca generar una nueva cultura comercial que privilegie operaciones de comercio, servicios y turismo, generando información veraz sobre los bienes, productos o servicios que se comercializan.

#### **Estrategia 4.2 Promover la firma de acuerdos de colaboración con las instituciones públicas que inciden en la protección del consumidor**

La acción colectiva se ejerce 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 (artículo 578), la PROFECO promovió en el año 2014, tres acciones colectivas en contra de empresas del sector inmobiliario y una más contra el sector aeronáutico.

Durante 2014 se estrechó la relación entre la Procuraduría y el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). Se tuvo una participación en la Semana Nacional del Emprendedor que se llevó a cabo del 11 al 15 de agosto en la Ciudad de México, así como en la Red Nacional de Apoyo al Emprendedor que ellos coordinan.

En septiembre 2014 se tuvo una primera reunión-capacitación con personal del INADEM, quienes asistieron a las oficinas de la Procuraduría a fin de orientar sobre el uso de la plataforma de la Red Nacional de Apoyo al Emprendedor. Asimismo, la Dirección de Capacitación comenzó formalmente con el proceso de recepción de solicitudes para el programa de Proveedor Responsable.

El Centro de Documentación (CEDOC) ofrece el servicio de consulta gratuita de la información de números atrasados de la Revista del Consumidor, recetas del Platillo Sabio PROFECO, Tecnologías Domésticas, biblioteca especializada en temas de protección al consumidor, entre otros. Durante 2014 atendió un total de 2,026 usuarios de los distintos servicios que otorga.

#### **Estrategia 4.3 Promover la firma de acuerdos de colaboración con las organizaciones de la sociedad civil**

El Consejo Consultivo del Consumo, órgano interdisciplinario que analiza temas en materia de consumo. En 2014 llevó a cabo la XXII y XXIII Sesión Ordinaria, en junio y diciembre respectivamente, donde se discutieron temas como: la propuesta del nuevo reglamento interno, reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor y Convenios institucionales con otras dependencias o instituciones, entre otros.

El programa Amas de Casa Vigilantes de PROFECO desde julio de 2013, incentiva la participación ciudadana a través de dos actividades fundamentales, el monitoreo de precios de productos básicos y denunciar comercios que cometan abusos hacia las y los consumidores, está integrado por 500 amas de casa participantes a nivel nacional. Durante 2014, reportó 14,763 precios, registrando 2 denuncias.

En febrero y marzo de 2014 se realizó una encuesta para conocer los gastos en los que incurren las madres de familia que, además del cuidado de sus hijos, realizaban algún trabajo remunerado, de esta forma se pudo conocer las implicaciones que les representa en temas como educación, transporte, alimentación, cuidado, salud, así como los motivos para combinar ambas labores.

### **Resultados de los indicadores del objetivo**

<b>Indicador del Objetivo 4.-Impulsar el Acuerdo Nacional para la Protección de los Derechos de los Consumidores entre gobierno, empresas y sociedad civil.</b>				
<b>Nombre</b>	<b>Línea base</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>Meta 2018</b>
Porcentaje de avance en los compromisos establecidos en el Acuerdo Nacional	0%	0%	N.D.	100%

## ANEXOS. FICHAS DE LOS INDICADORES

<b>Objetivo 1</b>		Incrementar las capacidades Institucionales de actuación mediante la modernización de su marco legal, organizacional y técnico.				
Nombre del indicador		Porcentaje de municipios que cuentan con acciones de vigilancia				
Fuente de información o medio de verificación		Informe de municipios donde se realizaron visitas de verificación con datos del sistema Administrador de Procedimientos de Verificación (APV)				
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		<a href="http://www.profeco.gob.mx">www.profeco.gob.mx</a>				
Línea base	Valor observado del indicador en 2010	Valor observado del indicador en 2011	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Meta 2018
2013	N.A.	N.A.	N.A.	29%	34%	70%
24%						
Método de cálculo				Unidad de Medida		Frecuencia de medición
(Número de municipios con cobertura de verificados / Número total de municipios del país)*100				Porcentaje		Anual
Nombre de la variable 1				Valor observado de la variable 1 en 2014		
Número de municipios con cobertura de verificados				845		
Nombre de la variable 2				Valor observado de la variable 2 en 2014		
Número total de municipios del país				2,457		



<b>Objetivo 2</b>		Impulsar la definición e instauración del Sistema Nacional de Protección al Consumidor				
Nombre del indicador		Porcentaje del monto recuperado en beneficio de los consumidores				
Fuente de información o medio de verificación		SIIP (Sistema Integral de Información de Procesos) Subprocuraduría de Servicios y Subprocuraduría Jurídica				
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		<a href="http://www.profeco.gob.mx">www.profeco.gob.mx</a>				
Línea base	Valor observado del indicador en 2010	Valor observado del indicador en 2011	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Meta 2018
2013	N.A.	N.A.	N.A.	85%	81%	81%
74%	N.A.	N.A.	N.A.	85%	81%	81%
Método de cálculo				Unidad de Medida		Frecuencia de medición
(Monto recuperado mediante los procedimientos conciliatorio, arbitral, por infracciones a la Ley y acciones colectivas <sup>3</sup> concluidos en el periodo / Monto reclamado de los procedimientos concluidos en el periodo) x 100				Porcentaje		Anual
Nombre de la variable 1				Valor observado de la variable 1 en 2014		
Monto recuperado mediante los procedimientos conciliatorio, arbitral, por infracciones a la Ley y acciones colectivas concluidos en el periodo				720,259,325.37		
Nombre de la variable 2				Valor observado de la variable 2 en 2014		
Monto reclamado de los procedimientos concluidos en el periodo				884,844,310.46		

<sup>3</sup> Sólo se está reportando la participación de la Subprocuraduría de Servicios en el indicador, ya que los montos respecto a las acciones colectivas no han podido ser cuantificados.

<b>Objetivo 3</b>		Fortalecer la red inteligente de atención y prestación de servicios de información en beneficio del consumidor.				
Nombre del indicador		Porcentaje de atención de llamadas en el teléfono del consumidor <sup>4</sup>				
Fuente de información o medio de verificación		SIIP (Sistema Integral de Información de Procesos)				
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		<a href="http://www.profeco.gob.mx">www.profeco.gob.mx</a>				
Línea base	Valor observado del indicador en 2010	Valor observado del indicador en 2011	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Meta 2018
2013	94%	92%	85%	86%	95%	95%
85%						
Método de cálculo				Unidad de Medida		Frecuencia de medición
(Número de solicitudes atendidas en los servicios de teléfono del consumidor / Número de solicitudes recibidas en el teléfono del consumidor) * 100				Porcentaje		Anual
Nombre de la variable 1				Valor observado de la variable 1 en 2014		
Número de solicitudes atendidas en los servicios de teléfono del consumidor				549,005		
Nombre de la variable 2				Valor observado de la variable 2 en 2014		
Número de solicitudes recibidas en el teléfono del consumidor				578,344		

<sup>4</sup> El indicador abarca los servicios de: llamadas en el Teléfono del Consumidor, correo electrónico, chat, Voz IP, mediante escritos y de manera personal en la oficina de contacto ciudadano.

<b>Objetivo 4</b>		Impulsar el Acuerdo Nacional para la Protección de los Derechos de los Consumidores entre gobierno, empresas y sociedad civil.				
Nombre del indicador		Porcentaje de avance en los compromisos establecidos en el Acuerdo Nacional				
Fuente de información o medio de verificación		A través de acciones reportadas por las áreas encargadas de implementar las acciones.				
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		<a href="http://www.profeco.gob.mx">www.profeco.gob.mx</a>				
Línea base	Valor observado del indicador en 2010	Valor observado del indicador en 2011	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Meta 2018
2013						
0%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0%	100%
Método de cálculo				Unidad de Medida		Frecuencia de medición
(líneas de acción realizadas derivadas del Programa Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor relacionadas con el Acuerdo Nacional para la Protección de los Derechos de los Consumidores / líneas de acción comprometidas en el Programa Nacional para la Protección de los Derechos del Consumidor relacionadas con el Acuerdo Nacional para la Protección de los Derechos de los Consumidores) * 100				Porcentaje		Anual
Nombre de la variable 1				Valor observado de la variable 1 en 2014		
Líneas de acción realizadas derivadas del Programa Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor relacionadas con el Acuerdo Nacional para la Protección de los Derechos de los Consumidores				N.D.		
Nombre de la variable 2				Valor observado de la variable 2 en 2014		
Líneas de acción comprometidas en el Programa Nacional para la Protección de los Derechos del Consumidor relacionadas con el Acuerdo Nacional para la Protección de los Derechos de los Consumidores				N.D.		

## GLOSARIO

**ACCIÓN.** Derecho subjetivo público que los sujetos jurídicos tienen para dirigirse a los tribunales y obtener de ellos tutela jurisdiccional mediante resoluciones.

**ACUERDO.** Concentración de acciones entre dos o más partes (instituciones o personas morales) verbales o escritas, para emprender medidas orientadas a dar facilidades y/o concesiones que beneficien a las partes o a terceros.

**ARBITRAJE.** Procedimiento voluntario en que las partes están de acuerdo en que un tercero determine quién tiene el derecho.

**ASESORAR.** Aportar conocimientos especializados para la realización de determinadas acciones, objetivos, proyectos, planes.

**ASESORÍA.** Información proporcionada a la población para que conozca sus derechos y obligaciones contenidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como la vía y forma de hacerlos valer.

**ATENCIÓN TELEFÓNICA.** Es la que se proporciona al público para asesorarlo, orientarlo e informarlo.

**AUTOTANQUE.** Vehículo que cuenta con un contenedor volumétrico de gran capacidad para transportar diversos productos en estado líquido o gaseoso.

**BÁSCULA DE ALTO ALCANCE.** Instrumento de medición para pesar volúmenes, de funcionamiento no automático de más de 5 000 Kg en adelante. (NOM-010SCFI-1993)

**BOMBAS INMOVILIZADAS.** Se refiere a las bombas que no cumplen con la norma, en virtud de que en el “despacho” rebasan el límite de menos 100 ml. por cada 20 litros.

**BOMBAS VERIFICADAS.** Se refiere a la cantidad de instrumentos que se han inspeccionado (universo).

**CALIBRACIÓN.** Conjunto de operaciones que tiene por finalidad determinar los errores de un instrumento para medir y, de ser el caso, otras características metrológicas.

**CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN.** A lo largo del año se desarrollan tres campañas especiales de orientación y protección a los consumidores que corresponden a las temporadas de cuaresma, regreso a clases y fin de año, que coinciden con periodos vacacionales. Las campañas tienen la finalidad de proteger los derechos de los consumidores ante posibles abusos por parte de los proveedores durante estas temporadas, en las que se observan importantes modificaciones de los hábitos de consumo y de las prácticas comerciales de nuestra población. Todas las campañas se transmiten a través de tiempos oficiales de RTC.

**CAPACITACIÓN.** Dar elementos a una persona o grupo de consumidores para la realización adecuada de actividades especializadas en un tema, enfocadas a un determinado proyecto, plan o programa de consumo.

**CAPACITACIÓN PARA EL CONSUMO.** Conjunto de acciones que se realizan de manera intencional, planificada y sistemática con la finalidad de desarrollar la capacidad de aprender en diferentes situaciones y circunstancias; que permite de manera integral conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes para lograr la identificación de problemas de consumo, analizar opciones y proponer procedimientos viables de solución. Su fin último es elevar la calidad de vida de los consumidores, hacerlos capaces de defender sus derechos como consumidores y ejercer estrategias efectivas de influencia en las relaciones de consumo.

**CONCILIACIÓN INMEDIATA.** Acto que realiza la autoridad con el fin de dar solución pronta y expedita a la controversia existente entre las partes discordantes.

**CONCILIACIÓN PERSONAL.** Es aquella que se efectúa mediante el procedimiento que indica la Ley en el que ambas partes acuden a la PROFECO para dirimir su controversia.

**CONCILIACIÓN TELEFÓNICA.** Acto realizado por personal de la institución para que vía telefónica exhorte a la proveedora a dar cumplimiento a la prestación reclamada por el consumidor.

**CONSUMIDOR.** Es la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final, productos, bienes o servicios.

**CONSUMO SUSTENTABLE.** Actitud encaminada a lograr la modificación de los patrones de producción y consumo, para que disminuya el desgaste de los recursos naturales, la contaminación ambiental, el desperdicio de energía y la generación de desechos, a fin de preservar las condiciones del planeta las generaciones futuras.

**CONTRATO DE ADHESIÓN.** Es el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio aun cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato.

**CONVENIO.** Acuerdo de dos o más personas para crear, transferir, modificar o extinguir obligaciones (Art. 1792 del cod. Civil)

**DENUNCIA.** Es la manifestación que hace la población sobre actos u omisiones que realizan los proveedores o prestadores de servicios que afectan los intereses de la sociedad en general o una parte de ella.

**EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO.** Actividad central en el trabajo de PROFECO. Tiene como objetivo promover y fomentar en la población mexicana hábitos y patrones de consumo favorable para su economía, salud, medio ambiente y calidad de vida. Para alcanzar estos fines se vale del desarrollo y difusión de estrategias, técnicas y contenidos de orientación a través de los medios de comunicación propios de la institución (Radio, Televisión, Revista del Consumidor, folletos y otros impresos), colaboraciones con medios y organismos externos y talleres con las organizaciones de consumidores.

**ENCUESTA NACIONAL DE INGRESOS Y GASTOS DE LOS HOGARES.** Información sobre el monto la estructura y la distribución de los ingresos en efectivo o en especie de los hogares, ya sea que provengan del trabajo, de los intereses de sus propiedades o de pensiones y regalos; se conoce el destino de sus gastos, ya sea en bienes de consumo no duradero (inmuebles, automóviles, etcétera) para el consumo privado del hogar.

**ESTACIÓN DE SERVICIO.** Establecimiento que comercializa gasolina y otros combustibles líquidos a través de sistemas de medición para el despacho.

**ESTUDIOS DE CALIDAD FÍSICO – TECNOLÓGICOS.** Evaluación de la calidad de productos de las ramas mercantil, textil, eléctrica y electrónica, basadas en especificaciones técnicas contenidas en normatividad nacional e internacional, a fin de determinar las bondades y defectos que presentan los artículos en cuestión, para beneficio del consumidor.

**EVALUACIÓN DE LA CONFORMIDAD.** La determinación del grado de cumplimiento con las normas oficiales mexicanas o la conformidad con las normas internacionales u otras especificaciones, prescripciones o características. Comprende, entre otros, los procedimientos de muestreo, prueba, calibración, certificación y verificación. (Art. 3° fracción IV-LFSMN)

**HÁBITOS DE CONSUMO.** Actitud o tendencia continua y preferente del individuo para adquirir y consumir bienes, productos y servicios.

**INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.** Es el medio técnico con el cual se efectúan o determinan mediciones o magnitudes que comprenden las medidas materializadas y los aparatos medidores.

**MANGUERA.** Dispositivo para despacho de combustible.

**MONITOREO DE PRECIOS.** Levantamiento diario de precios de productos de consumo generalizado que realiza un grupo de encuestadores equipados con lectores ópticos de códigos de barras portátil, en las principales cadenas de supermercados, tiendas departamentales y establecimientos especializados en diversos giros.

**MONTO DE LO RECLAMADO.** Se determina tomando en consideración la prestación reclamada por el consumidor.

**MONTO DE LO RECUPERADO.** Es la cantidad representada en bienes o efectivo que el consumidor recupera con la intervención de la Institución al solucionar la controversia.

**NORMA MEXICANA.** La que elabore un organismo nacional de normalización o la Secretaría en los términos de esta Ley, que prevé para un uso común y repetido reglas, especificaciones, atributos, métodos de prueba, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción u operación, así como aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje, marcado o etiquetado. (Art. 3° fracción X LFSMN).

**NORMA OFICIAL MEXICANA.** Regulación obligatoria que contiene especificaciones técnicas, científicas o tecnológicas que establecen criterios con los que deben cumplir los productos o servicios, previo a su comercialización.

**NORMALIZACIÓN.** Proceso que integran y desarrollan distintas instituciones públicas, facultadas o acreditadas para llevar a cabo la unificación de criterios respecto a los requisitos que deben cumplir determinados productos o servicios para garantizar su seguridad física o jurídica, según sea el caso, eficiencia, durabilidad, fiabilidad, mantenimiento y/o calidad.

**NOTIFICACIÓN.** Es el medio legal, a través del cual se emplaza a quienes deben de intervenir en un proceso administrativo.

**ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES.** Integración libre y voluntaria de personas que se reúnen para detectar, analizar y solucionar problemas de consumo, al inicio, bajo la orientación de promotores de la PROFECO y más tarde de manera independiente.

**ORGANIZACIONES SOCIALES.** Son los grupos constituidos por la sociedad para la defensa de sus derechos.

**ORIENTACIÓN.** Es la que se proporciona a la población cuando su problema es competencia de otra autoridad indicándole el nombre al cual dirigirse.

**PLANTA GASERA.** Instalaciones de almacenamiento y distribución de gas L.P. y/o natural.

**PROGRAMA ESPECIAL.** Conjunto de acciones sistematizadas de verificación y vigilancia con objetivos, metas y estrategias específicos de carácter temporal con cobertura local, regional o nacional.

**PROGRAMA DE RADIO.** Medio de difusión de PROFECO, a través de programas semanales que se transmiten por tiempos oficiales y a toda la República.

**PROGRAMA DE TELEVISIÓN.** Medio de difusión de 30 minutos de duración, que se transmite semanalmente por tiempos oficiales en toda la República. Se compone de diferentes secciones que fomentan un consumo racional e informan al consumidor sobre la calidad y el precio de productos y servicios que se ofrecen en el país, así como servicios y tareas que lleva a cabo la institución.

**PROVEEDOR.** La persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos o servicios. (Art. 2 fracción II LFPC)

**PRUEBAS DE CALIDAD.** Son evaluaciones a los diferentes productos en el mercado para verificar el cumplimiento de sus características y/o funciones, comparándolas entre sí y con ellos informar sobre la mejor opción de compra al consumidor a través de estudios de calidad que son difundidos por medio de la revista del consumidor y los programas de radio y televisión.

**PUBLICIDAD.** Conjunto de técnicas y métodos de carácter informativo y educativo, utilizando los distintos medios de difusión (cine, radio, prensa, televisión, Internet, etc.), sirve para crear, aumentar o mantener la demanda sobre un producto o servicio (según Paúl Robert, es el “arte de ejercer una acción psicológica sobre el público con fines comerciales”).

**PUBLICIDAD ENGAÑOSA.** Es la información o publicidad relativa a bienes o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, que no son veraces ni comprobables y que contienen textos, diálogos, sonidos, imágenes, y otras descripciones que inducen o puedan inducir a error o confusión por su inexactitud.

**QUEJA.** Es la que interpone el consumidor en contra de un proveedor de bienes o prestador de servicios, en la cual se tiene una pretensión personalísima.

**QUIÉN ES QUIÉN EN LOS PRECIOS.** Es un programa que recaba y difunde información de precios de diversos bienes de consumo generalizado, levantados diariamente en las principales cadenas de supermercados, tiendas departamentales y establecimientos especializados en diversos giros.

**TIRAJE.** Cantidad total de ejemplares que se producen de un impreso.

**VERIFICACIÓN.** Es el acto administrativo realizado por personal comisionado de esta institución que tiene por objeto primordial comprobar la verdad de algo o bien para hacer constar una serie de hechos observados en la práctica de la misma.

**VISITA DE VERIFICACIÓN.** Diligencia que se practica para constatar el cumplimiento de la Ley o de las Normas Oficiales Mexicanas en los lugares donde se administren, almacenen, transporten, distribuyan o comercialicen bienes y servicios

## SIGLAS Y ABREVIATURAS

**AICM.** Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México

**APV.** Administrador de Procedimientos de Verificación

**CEDOC.** Centro de Documentación

**CENAM.** Centro Nacional de Metrología

**CFE.** Comisión Federal de Electricidad

**COFECE.** Comisión Federal de Competencia Económica

**Cofepris.** Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios

**Colmex.** Colegio de México

**CONCANACO SERVYTUR** Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio Servicios y Turismo de los Estados Unidos Mexicanos

**EMA.** Entidad Mexicana de Acreditación

**FIAGC.** Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor

**FIDE.** Fideicomiso para el Ahorro de Energía Eléctrica

**FOVISSSTE.** Fondo de la Vivienda del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado

**ICPHSO.** Organismo Internacional Sobre la Seguridad y Salud de Productos

**IFAI.** Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos

**INADEM.** Instituto Nacional del Emprendedor

**INVEA DF.** Instituto de Verificación Administrativa del Distrito Federal

**ISO.** Organización Internacional de Normas

**LFPC.** Ley Federal de Protección al Consumidor

**MEIC.** Dirección de Mejora Regulatoria y Reglamentación Técnica del Ministerio de Economía, Industria y Comercio

**PIL.** Procedimiento por Infracciones a la Ley

**PROFECO.** Procuraduría Federal del Consumidor

**Repep.** Registro Público Para Evitar Publicidad

**RCAL.** Registro de Contratos de Adhesión en Línea

**RPCE.** Registro Público de Casas de Empeño

**SIIP.** Sistema Integral de Información de Procesos



