



Evaluación de Diseño 2018-2019 Generación y difusión de información para el consumidor

Secretaría de Economía

Instancia Evaluadora:
Elizabeth Hernández González

Tabla de Contenido

1. Resumen Ejecutivo	2
2. Introducción	4
3. Descripción general del programa	5
4. Evaluación	7
5. Valoración Final del Programa	37
6. Principales Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas y Recomendaciones	38
7. Conclusiones	43
8. Ficha Técnica de la Instancia Evaluadora	44
9. Bibliografía	45

Resumen Ejecutivo

El documento integra el informe de evaluación de diseño del programa B002 Generación y difusión de información para el consumidor correspondiente al ejercicio fiscal 2018 a cargo de la Procuraduría Federal del Consumidor, la cual se llevó a cabo de acuerdo con los Términos de Referencia para la Evaluación de diseño emitidos por dicho organismo, con la finalidad de proveer información que retroalimente su diseño, gestión y resultados.

El problema que busca resolver el programa está referido a que los consumidores no se informan para tomar decisiones de compra y desconocen sus derechos, el cual es impreciso porque generaliza a la población que tiene el problema y excluye a un segmento de beneficiarios de algunos servicios. En el diseño del árbol la perspectiva del mercado subordina a la del consumidor y las causas y efectos resultan insuficientes para delimitar el problema.

El programa tiene por objeto promover una cultura de consumo responsable, a través de la difusión de productos informativos en temas de consumo que ayuden a las decisiones de compra de los consumidores; se sustenta en la Ley Federal de Protección a los Derechos del Consumidor y en el creciente interés público por la protección de los derechos del consumidor; hay estudios que sustentan que el tipo de intervención es más eficaz que otras opciones; sin embargo, no hay evidencia objetiva de los efectos positivos de los bienes y servicios que brinda el programa.

El programa está alineado con el programa institucional de la Profeco, el sectorial de economía y el plan nacional de desarrollo y aporta a su cumplimiento. Se vincula con las estrategias transversales de los programas para Democratizar la Productividad; para la Igualdad de Oportunidades y no Discriminación contra las Mujeres y con el Gobierno Cercano y Moderno; así como con los objetivos y metas de desarrollo sostenible.

La población potencial se define como aquellos residentes en el territorio nacional de 15 o más años y turistas en México; y a la población objetivo como “consumidores que buscan información para tomar una decisión de compra y/o para conocer sus derechos”; cuenta con información sistematizada de algunos productos y servicios que brinda; con procedimientos y formatos que atienden a las características de la población y son públicos. Sin soslayar la dificultad que implica la dificultad para definir a las poblaciones en un programa de demanda abierta, se advierten imperfecciones en su cuantificación, caracterización y focalización, así como limitaciones para conocer la demanda total de servicios y las características de los solicitantes. Además, no dispone de una estrategia de cobertura documentada para atender a la población objetivo. Dichas debilidades se explican en gran medida por tratar al programa como si fuese de carácter social, que se caracterizan por la entrega de apoyos a beneficiarios de acuerdo con reglas de operación explícitas, y cuyos criterios facilitan la cuantificación y caracterización de las poblaciones.

La información que recolecta permite conocer a los destinatarios de algunos productos y no se incluye la de carácter socioeconómico. Cuenta con registro de usuarios integrados en bases de datos; así como con mecanismos para su depuración y actualización; sin embargo, no se asigna una clave única y permanente para cada usuario, la información que se recaba no es homogénea, lo que limita la conformación de un registro único del programa, así como para contabilizar al total de personas que utilizan los servicios. Dispone de procedimientos estandarizados, sistematizados, apegados a la norma y de acceso público.

Se han realizado esfuerzos importantes por perfeccionar el diseño de la MIR y se constata que todos los elementos del resumen narrativo se identifican en sus disposiciones normativas; que, si bien se identifican fortalezas en el diseño del propósito, los indicadores y las metas; se advierte debilidad en la lógica vertical en virtud de que las actividades son necesarias pero insuficientes para generar los componentes y éstos insuficientes para generar el propósito; en general resultan insuficientes para advertir que los consumidores usan la información para tomar mejores decisiones de compra y que conocen sus derechos; ni la medida en que los usuarios consideran pertinente, veraz y oportuna la información de la PROFECO.

El análisis horizontal de la MIR muestra que los conjuntos de fin y propósito los medios de verificación son los necesarios y suficientes para calcular los indicadores, pero insuficientes para medir los objetivos; para el conjunto de componentes; algunos medios de verificación son necesarios pero insuficientes para calcular los indicadores. En particular se señala que, algunos indicadores son inadecuados e imperfectos; no todos los medios de verificación son públicos y que el logro de las metas es favorable pero su alcance es limitado.

El programa identifica y cuantifica los gastos en los que incurre para generar los productos y servicios que ofrece; desglosa los gastos de operación y de mantenimiento, no así el gasto destinado a los capítulos 4000, 5000 y 6000 correspondientes a transferencias y gastos de capital, lo anterior en virtud de que no otorga subsidios y no ha contado con partidas para inversión de capital en el último año. Se advierte dificultad para establecer el monto destinado a la población atendida, así como para cuantificar los costos unitarios.

Cuenta con mecanismos de transparencia y rendición de cuentas; incluye información sobre su normatividad, sus

principales resultados y para monitorear su desempeño.

Tiene complementariedad con cuatro programas: dos a cargo de la PROFECO, uno de la COFEPRIS y otro de la CONDUCEF, todos orientados a la protección de los derechos del consumidor.

En general, la valoración del programa muestra resultados positivos con un promedio general de 3.2 sobre un valor máximo de 4, de acuerdo con los criterios establecidos en los Términos de referencia para la Evaluación de Diseño.

Por lo anterior, y con el objeto de contribuir al fortalecimiento del diseño y resultados del programa, se realizan las siguientes recomendaciones:

Fortalecer el árbol de problemas y el diagnóstico delimitando con precisión el problema, sus causas y efectos, así como cuantificar, caracterizar y focalizar a las poblaciones y sustentarlas en una metodología documentada.

En la revisión de las poblaciones que se está llevando a cabo, se considera pertinente valorar la sustitución de poblaciones basada en personas físicas o morales, por área de enfoque en virtud de que el programa no es de carácter social.

Definir y documentar una estrategia de cobertura sustentada en una política explícita que reconozca la diversidad y transformación de los patrones de consumo, las variables económicas, sociales, culturales y demográficas, con capacidad de atender las diferentes necesidades de información, aprovechar el uso de las nuevas tecnologías y de las unidades administrativas regionales para potenciar el alcance del programa.

Hacer las previsiones para que en los instrumentos de planeación de la nueva administración se contemplen políticas públicas para la protección de los derechos del consumidor y para su empoderamiento.

Definir y establecer los mecanismos y registros administrativos necesarios para recabar la información de los usuarios de los servicios y productos, que permitan su identificación de sus perfiles y sus necesidades de información; así como su contabilización a fin de conformar un padrón único que contribuya a la identificación de la demanda.

Fortalecer la MIR del programa a través del perfeccionamiento de su lógica vertical sustituyendo en su oportunidad el objetivo del fin y perfeccionando el de propósito; asegurar que los componentes den cuenta de los principales productos y servicios que brinda el programa, así como definir las principales actividades para generarlos.

Para la lógica horizontal se sugiere perfeccionar los indicadores existentes y definir otros complementarios que permitan identificar el nivel de información de los consumidores y su percepción sobre la calidad y utilidad de la información que ofrece el programa; así como establecer estrategias y metas de mayor alcance que amplíe sustantivamente la cobertura e impacto del programa.

Robustecer los mecanismos para articular los programas de la Profeco en una visión integral, así como para transitar de la ejecución independiente de las tres direcciones basada en las funciones, a una basada en procesos y procedimientos articulados de la Coordinación General de Educación y Divulgación.

Introducción

La evaluación de la política de desarrollo social tiene por objeto revisar periódicamente el cumplimiento del objetivo social de los programas, sus metas y acciones a fin de sustentar decisiones respecto a su modificación, reorientación o suspensión; en este sentido con base en el diagnóstico formulado en el 2015, se modificó la MIR del programa B002 Generación y difusión de información para el consumidor y que está vigente a partir del 2016. Por ello, y con el objeto de revisar su lógica interna y su contribución a la solución del problema para el que fue creado, el Programa Anual de Evaluación 2018 estableció una Evaluación de diseño.

La evaluación tiene por objeto proveer información que retroalimente su diseño, gestión y resultados y está basada en los Términos de Referencia de la Evaluación de Diseño del Programa B002 Generación y difusión de información para el consumidor emitidos por la PROFECO.

El documento tiene por objeto presentar el informe de evaluación y está organizado en ocho apartados, el primero corresponde a las características del programa; el segundo a la justificación de la creación y del diseño del programa; el tercero a la contribución a las metas y estrategias nacionales; el cuarto a la población potencial, objetivo y mecanismos de elección; el quinto al padrón de beneficiarios y mecanismos de atención; el sexto está destinado al análisis de la Matriz de Indicadores para Resultados (MIR); el séptimo al presupuesto y rendición de cuentas, y el octavo y último apartado a las complementariedades y coincidencias con otros programas federales.

Al final de los apartados se incluye la valoración del diseño del programa, el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) y las conclusiones, así como la bibliografía y la ficha técnica con los datos generales de la instancia evaluadora y el costo de la evaluación; finalmente se integran los ocho anexos contemplados en los términos de referencia. Además, para facilitar la lectura del informe, al inicio se incluye un resumen ejecutivo que da cuenta de los principales hallazgos y recomendaciones del programa.

A través de la lectura del informe, se podrá advertir que la evaluación da cuenta del alcance de los objetivos particulares inicialmente comprometidos:

- Analizar la justificación de la creación y diseño del programa,
- Identificar y analizar su vinculación con la planeación sectorial y nacional,
- Identificar a sus poblaciones y mecanismos de atención,
- Analizar el funcionamiento y operación de los productos informativos y servicios que ofrece, así como registros y/o estadísticas.
- Analizar la consistencia entre su diseño y la normatividad aplicable
- Identificar el registro de operaciones presupuestales y rendición de cuentas, e
- Identificar posibles complementariedades y/o coincidencias con otros programas federales.

Los resultados obtenidos permiten identificar las fortalezas y debilidades, así como sugerir recomendaciones para mejorar el diseño del programa, las cuales, de considerarse viables y pertinentes, pueden incluirse en un plan de mejora; lo anterior, en virtud de que la evaluación por sí misma no modifica los resultados, sino que es un medio para sustentar decisiones informadas, que contribuyan a la reorientación y fortalecimiento de las políticas públicas orientadas a la protección de los derechos del consumidor, en particular a las destinadas a la promoción de una cultura de consumo responsable e inteligente.

Descripción general del programa

1. Identificación del programa (nombre, siglas, dependencia y/o entidad coordinadora, año de inicio de operación, entre otros)

La evaluación del programa B002 “Generación y difusión de información para el consumidor” corresponde al ejercicio fiscal 2018 y está a cargo de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), dependencia que tiene bajo su responsabilidad la promoción y protección de los derechos e intereses del consumidor, así como procurar la seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. El programa inició en 2008, con el nombre de “Promoción de una Cultura de Consumo Inteligente”, nombre que mantuvo hasta el 2016 y es ejecutado por la Coordinación General de Educación y Divulgación.

2. Problema o necesidad que pretende atender

El problema que busca atender parte del supuesto de que los consumidores no se informan para tomar decisiones de compra y desconocen sus derechos; en tal sentido la información constituye una herramienta fundamental para empoderar al consumidor y proteger sus derechos.

La intervención del programa, desde el punto de vista teórico “busca corregir las asimetrías del mercado por el lado de la demanda” incidiendo en la conducta de los consumidores. Lo anterior en virtud de que “la regulación para la protección al consumidor sólo podrá afectar positivamente al consumidor si logra a) aumentar el valor que los consumidores dan a la información; b) reduce el costo de la información a los consumidores, o ambas”. Para tales fines genera y difunde información relevante tanto para el consumo, como para el conocimiento de sus derechos por medios de difusión masiva virtuales, digitales e impresos; Por el lado de la oferta, se considera que la disponibilidad de información corrige la capacidad del proveedor de apropiarse de excedentes, reduciendo los costos del consumidor al tener información completa e impulsando relaciones más equitativas entre consumidor y proveedor.

3. Metas y objetivos nacionales a los que se vincula

El propósito del programa es “Los consumidores usan información del programa para la toma de decisiones de compra y conocen sus derechos” y está alineado con la meta México próspero del PND 2013-2018, en particular con el objetivo 4.7 “Garantizar reglas claras que incentiven el desarrollo de un mercado interno competitivo” y la estrategia “Proteger los derechos del consumidor, mejorar la información de los mercados y garantizar el derecho a la realización de operaciones comerciales claras y seguras”; así mismo se vincula con los programas Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor y el de Desarrollo Innovador 2013-2018”; en general contribuye a la creación de una cultura de consumo responsable.

4. Descripción de los objetivos del programa, así como de los bienes y/o servicios que ofrece

El objetivo del programa es promover una cultura de consumo responsable, a través de la difusión de productos informativos en temas de consumo que ayuden a las decisiones de compra de los consumidores. Entre los principales bienes y servicios que ofrece destacan los estudios sobre el consumo responsable como son “Brújula de Compra”, la realización de encuestas y sondeos y el comparativo de precios en productos estratégicos, además de herramientas de consulta como “Quién es Quién en los Precios”, “Quién es Quién en el Envío de Dinero”; Difunde información relevante para el consumidor en medios impresos y electrónicos a través de la Revista del Consumidor y el uso de medios y redes sociales; así mismo, difunde estudios de calidad; promueve la organización de los consumidores y su correspondiente registro; brinda capacitación a grupos de consumidores y educación a la población consumidora en general.

5. Identificación y cuantificación de la población potencial, objetivo y atendida

La población potencial está referida a las personas de 15 años y más que habitan en México, así como los turistas que consumen en México en un periodo (107,514,190); la población objetivo está definida como los consumidores que buscan información para tomar una decisión de compra y/o para conocer sus derechos que para el 2016 se estimó en 92,462,203, (Encuestados mexicanos que buscan información antes de consumir Barómetro del Consumidor de Google, variable proxy 86%); en tanto la atendida considera a los consumidores, cuya cuantificación incluye a los suscriptores, seguidores en redes sociales, número de asistentes a las capacitaciones de los consumidores y número de asistentes a las ferias. (Para hacer una cuantificación de la población atendida se debe tomar en cuenta no sólo el número de suscriptores sino la intensidad del uso de las plataformas, una misma persona puede usar el recurso en numerosas ocasiones). En tal virtud a partir del 2016 se utiliza como unidad de medida “impactos”.

6. Cobertura y mecanismos de focalización

La estimación de la cobertura y los mecanismos de focalización del programa tienen una connotación particular en virtud de que la consulta y uso de la información por parte de los consumidores es voluntaria; por tratarse de un programa de demanda abierta que brinda bienes y servicios, la cuantificación de la cobertura se establece como la relación entre el

número de impactos y el 86% de la población de 15 años y más; es decir es la relación entre las variables de la población atendida y la población objetivo, que para el 2016 se estimó en 30.77% (28,447,940/107,514,190). En este sentido, los mecanismos de focalización están definidos por la medida en que los contenidos respondan a las necesidades de información de los consumidores y le sean útiles y atractivos; así como por la recurrencia de consultas, denuncias y quejas de la ciudadanía.

7. Presupuesto aprobado 2017 y 2018

En el ejercicio 2017 se autorizaron 367.85 millones de pesos y se ejercieron 401.67 millones de pesos, 9.2% más del autorizado; para el ejercicio fiscal 2018 el presupuesto autorizado es de 381.82 millones de pesos, que representa el 3.8% más con respecto al autorizado en el 2017; a mayo se ha ejercido el 24.06%. En el 2017 del total de los recursos autorizados el 13.4% correspondió a ingresos propios y el 18.5% con respecto a los ejercidos.

8. Principales metas de Fin, Propósito y Componentes y actividades

Las metas muestran resultados razonables, la prevista para el Fin "Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial" se alcanzó 99.42% en 2016. En el 2017 la del propósito "Porcentaje de la población encuestada a la que le haya sido útil la información ofrecida por al menos dos programas o productos informativos de la Profeco" fue superada, igual que tres de las cinco metas de los de los indicadores de los tres componentes; las relativas a la participación en sesiones de consumo y la entrega de productos informativos, no fueron alcanzadas.

9. Valoración del diseño del programa respecto a la atención del problema o necesidad

El programa constituye un instrumento de la política pública que contribuye al empoderamiento de los consumidores, brindándoles información para orientar sus decisiones de compra y fomentar un consumo responsable; también contribuye al combate a las prácticas abusivas que prevalecen en el mercado, y forma parte de una política integral para la protección de los derechos del consumidor. Se han realizado esfuerzos importantes para mejorar el diseño del programa y sustentar una ejecución más eficiente. El programa se distingue por la calidad de los productos y servicios que brinda, aunque su alcance es limitado; se advierten debilidades en la definición de sus poblaciones y de sus indicadores, así como en el diseño de una estrategia de cobertura de mayor alcance.

Evaluación

Justificación de la creación y del diseño del programa

1. El problema o necesidad prioritaria que busca resolver el programa está identificado en un documento que cuenta con la siguiente información:

- a. El problema o necesidad se formula como un hecho negativo o como una situación que puede ser revertida.
- b. Se define la población que tiene el problema o necesidad.
- c. Se define el plazo para su revisión y su actualización.

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
4	<ul style="list-style-type: none"> ° El programa tiene identificado el problema o necesidad que busca resolver, ° El problema cumple con todas las características establecidas en la pregunta, y ° El programa actualiza periódicamente la información para conocer la evolución del problema.

Justificación:

El problema que busca atender se plantea en el árbol de problemas como un hecho negativo y no como una situación que puede ser revertida, parte del supuesto de que “Los consumidores no se informan para tomar decisiones de compra y desconocen sus derechos” ; que se expresa en prácticas abusivas de los oferentes, inequidad en las relaciones de consumo, falta de incentivos para mejorar la calidad de los productos y la pérdida de bienestar en los hogares; factores que inciden en mercados poco competitivos en los que no se respetan los derechos de los consumidores.

Es un programa de demanda abierta que brinda bienes y servicios, en el que la consulta y uso de la información por parte de los consumidores es voluntaria; en tal sentido la población que tiene el problema o necesidad está referida a la población de 15 años o más y a los turistas que buscan información para tomar decisiones de compra .

El diagnóstico formulado en el 2015 para el programa contempla un plazo de 5 años para la actualización de la población potencial con datos censales y del conteo de población; así como la posibilidad de caracterizar a la población objetivo cada año en función de las estadísticas de acceso e impactos de la plataforma.

Definir a la población que tiene el problema como a la de 15 años o más, deja fuera por ejemplo a los menores de 5° y 6° año que se capacitan y forman como grupos de consumidores, más aún cuando el objetivo del programa es impulsar una cultura de consumo responsable e inteligente; además, en el planteamiento del problema se generaliza al afirmar que los consumidores no se informan y desconocen sus derechos ¿Todos? Para fortalecer la identificación del problema se sugiere valorar la posibilidad de acotar el problema señalando “algunos consumidores no se informan para tomar decisiones de compra”; valorar también la posibilidad de sustituir la variable proxy estimada con base en el barómetro de Google, por otra más cercana a la realidad, ya que si bien toda la población tiene el derecho a disponer de información, no todos tienen interés en ejercer su derecho, en este sentido, se puede privilegiar a la población que consulta o dispone de información que le brinda la PROFECO y la atendida a la que dicha consulta le fue útil para tomar una decisión de compra. Es importante señalar que la modificación de la población se contempla como un Aspecto Susceptible de Mejora para el 2018.

2. Existe un diagnóstico del problema que atiende el programa que describa de manera específica:

- a. Causas, efectos y características del problema.
- b. Cuantificación y características de la población que presenta el problema.
- c. Ubicación territorial de la población que presenta el problema.
- d. El plazo para su revisión y su actualización.

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
3	<ul style="list-style-type: none"> ° El programa cuenta con documentos, información y/o evidencias que le permiten conocer la situación del problema que pretende atender, y ° El diagnóstico cumple con dos de las características establecidas en la pregunta.

Justificación:

En el diagnóstico del programa B002 se identifica como problema que “los consumidores no se informan para tomar decisiones de compra y desconocen sus derechos” ; se establecen como causas limitaciones para acceder a la información para el consumo y sobre sus derechos; como efectos las prácticas abusivas, inequidad en las relaciones de consumo, falta de motivación para mejorar la calidad de los productos.

La cuantificación y caracterización de la población está referida a hogares rurales y urbanos por categoría de ingreso, y la pérdida en el bienestar de los hogares debido a la presencia de estructuras del mercado concentradas. Como referente de la ubicación territorial del problema se incluye un mapa del 2009, en el que se muestra por entidad federativa las pérdidas totales de bienestar social debido al poder del mercado en bienes y servicios.

En el diagnóstico realizado en el 2015 se determinó revisar y cuantificar las poblaciones cada 5 años. El árbol de problemas objeto de evaluación corresponde al propuesto para fortalecer el diseño del programa.

Al respecto, se advierten inconsistencias en la conexión entre causas y efectos, los cuales resultan insuficientes para delimitar el problema; excluye por ejemplo las diferencias de acceso a la información útil para el consumo entre estratos y regiones geográficas; el poder de las tecnologías de la información y comunicación y las redes sociales en la decisión de compra de los consumidores, por arriba de la capacidad de incidencia de los mecanismos del programa. En general, se advierte que el diseño del árbol se focaliza más en el mercado y menos en el consumidor, que constituye la población objetivo del programa.

Por lo anterior, se sugiere fortalecer el árbol de problemas, estableciendo la conexión entre las causas y efectos por nivel, que correspondan concretamente a las que sustentan los servicios que se brindan y constituyen los medios y fines en el árbol de objetivos; así como la cuantificación y caracterización de la población objetivo, incluyendo por ejemplo las diferencias de acceso a la información; la velocidad de la transformación y desarrollo de las tecnologías de comunicación e información que rebasan la velocidad con la que se transforma el programa; así como disponer de mecanismos institucionalizados para la actualización periódica del diagnóstico a fin de que sus resultados sustenten objetivamente el fortalecimiento o reorientación del programa.

3. ¿Existe justificación teórica o empírica documentada que sustente el tipo de intervención que el programa lleva a cabo?

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
3	<ul style="list-style-type: none"> ° El programa cuenta con una justificación teórica o empírica documentada que sustente el tipo de intervención que el programa lleva a cabo en la población objetivo, y ° La justificación teórica o empírica documentada es consistente con el diagnóstico del problema, y ° Existe(n) evidencia(s) (nacional o internacional) de los efectos positivos atribuibles a los beneficios o los apoyos otorgados a la población objetivo.

Justificación:

La intervención del programa, desde el punto de vista teórico “busca corregir las asimetrías del mercado por el lado de la demanda” incidiendo en la conducta de los consumidores. Lo anterior en virtud de que “la regulación para la protección al consumidor sólo podrá afectar positivamente al consumidor si logra a) aumentar el valor que los consumidores dan a la información; b) reduce el costo de la información a los consumidores, o ambas”.

Atiende en particular a dos de los principios establecidos en las fracciones II y III de la Ley Federal de Protección al Consumidor, relativos a la educación y divulgación sobre el consumo. Así mismo, el Estado, como garante del respeto de las garantías individuales y de los derechos humanos, debe tutelar los derechos de los consumidores, en particular el derecho a la información y a la educación, incluidos en las directrices de la ONU y que le otorgan un carácter universal.

El ejercicio de los derechos supone que el Estado debe contar con programas de información y educación dirigidos a los consumidores, tomando en cuenta las diferencias culturales, sociales, demográficas y regionales, a fin de contribuir al discernimiento y elección fundada e informada sobre los bienes y servicios que pretende adquirir, a través de contenidos y medios que atiendan a sus propias necesidades.

De acuerdo con la teoría económica, si la competencia en el libre mercado es perfecta no precisa de la intervención de un agente externo que contribuya a su corrección, pero en la medida de su imperfección precisa de una intervención en los factores clave del mercado. En este sentido, por el lado de la oferta se dirigen a la corrección de las asimetrías en la información y a los riesgos ocultos que pueden afectar los intereses de los consumidores, a través de la regulación de los productos y servicios de consumo; y por el lado de la demanda, se orienta al empoderamiento de los consumidores a través de mecanismos de información y educación, como es el caso del programa que hoy nos ocupa .

Por lo que respecta al tipo de intervención, en el “Informe final de la propuesta de mejora del Programa B002 se citan algunos estudios que consideran a la provisión de información y a la educación, como la mejor y más rentable estrategia para la protección de los derechos del consumidor. Entre los doce instrumentos de política pública más promisorias para intervenir en el mercado , la OCDE incluye tanto a la educación y concientización de los consumidores, como a la difusión y divulgación de la información; las cuales además de constituir los cimientos de otras políticas para la protección del consumidor, van más allá de la corrección de las asimetrías de la información, ya que tienen la posibilidad de influir en la conducta de los consumidores. Destaca incluso la dificultad que implica cuantificar sus beneficios e identificar la incidencia en la decisión del consumidor.

Existen evidencias empíricas a nivel internacional sobre los efectos positivos atribuibles a la educación de los consumidores y la difusión de la información, como la campaña de comida saludable impulsada por Australia que ha incidido en la disminución de enfermedades; el comparador de tarifas telefónicas en Portugal que contribuyeron al cambio de compañías y a la mejora de los servicios; en el Reino Unido la comparación de precios que animó a la población a transitar hacia la privatización de la energía; The Restaurante Grading que opera el Condado de Los Ángeles mediante el cual califica a los restaurantes basados en la higiene y calidad de los productos y que se ha asociado con la disminución en el consumo de comida chatarra y al aumento de la calidad de los productos y servicios que se proporcionan.

Por lo anterior se considera que existe una justificación teórica de la intervención, que es consistente con el diagnóstico del programa; hay estudios que sustentan que el tipo de intervención es más eficaz que otras alternativas ; sin embargo, no se dispone de evidencia objetiva de los efectos positivos de los bienes que se otorgan a los consumidores a través de este programa.

Contribución a las metas y estrategias nacionales

4. El Propósito del programa está vinculado con los objetivos del programa sectorial, especial, institucional o nacional considerando que:

- a. Existen conceptos comunes entre el Propósito y los objetivos del programa sectorial, especial, institucional o nacional por ejemplo: población objetivo.
- b. El logro del Propósito aporta al cumplimiento de alguna(s) de la(s) meta(s) de alguno(s) de los objetivos del programa sectorial, especial, institucional o nacional.

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
4	<ul style="list-style-type: none"> ° El programa cuenta con un documento en el que se establece la relación del Propósito con los objetivo(s) del programa sectorial, especial, institucional o nacional, y ° Es posible determinar vinculación con todos los aspectos establecidos en la pregunta, y ° El logro del Propósito es suficiente para el cumplimiento de alguna(s) de la(s) meta(s) de alguno(s) de los objetivos del programa sectorial, especial, institucional o nacional.

Justificación:

El propósito del programa B002 es “Los consumidores usan información del Programa para la toma de decisiones de compra y conocen sus derechos” se vincula con un objetivo 4 del programa sectorial , objetivo sectorial “Promover una mayor competencia en los mercados y a avanzar a una mejora regulatoria integral” y el logro del propósito aporta al cumplimiento de la Estrategia 4.5. Conciliar la economía de mercado con la defensa de los derechos del consumidor. En particular a la línea de acción 4.5.4 Establecer el Acuerdo Nacional para la Protección de los Derechos de los Consumidores.

El propósito del programa es “Los consumidores usan información del Programa para la toma de decisiones de compra y conocen sus derechos” y existen conceptos comunes con los objetivos del programa institucional, y aporta a su cumplimiento.

El objetivo del programa B002 se vincula con cuatro objetivos del Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor.

Por lo anterior se considera que el programa documenta su alineación con los principales instrumentos de planeación; contribuye a la ejecución de una estrategia y al cumplimiento de una línea de acción.

Anexo

5. ¿Con cuáles metas y objetivos, así como estrategias transversales del Plan Nacional de Desarrollo vigente está vinculado el objetivo sectorial, especial, institucional o nacional relacionado con el programa?

Meta	Un México Próspero
Objetivo	Garantizar reglas claras que incentiven el desarrollo de un mercado interno competitivo
Estrategia	Proteger los derechos del consumidor, mejorar la información de mercados y garantizar el derecho a la realización de operaciones comerciales claras y seguras.
Estrategia Transversal	Democratizar la Productividad
Programa Sectorial, Especial, Institucional o Nacional	Programa de Desarrollo Innovador
Objetivo	Promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral.

Justificación:

El programa sectorial, como instrumento fundamental para la ejecución del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, se inscribe en la meta nacional “México próspero”; objetivo 4.7. Garantizar reglas claras que incentiven el desarrollo de un mercado interno competitivo; Estrategia 4.7.5. Proteger los derechos del consumidor, mejorar la información de mercados y garantizar el derecho a la realización de operaciones comerciales claras y seguras; retoma las cuatro líneas de acción: Modernizar los sistemas de atención y procuración de justicia respecto a los derechos del consumidor; Desarrollar el Sistema Nacional de Protección al Consumidor (...); Fortalecer la Red inteligente de Atención al Consumidor (...); y Establecer el Acuerdo Nacional para la Protección de los Derechos de los Consumidores (...) y adiciona la línea Desarrollar sistemas informáticos que contribuyan a innovar la atención y los procesos de defensa del consumidor .

El objeto del programa B002 “promover una cultura de consumo responsable, a través de la difusión de productos informativos en temas de consumo que ayuden a las decisiones de compra de los consumidores” , se vincula con los objetivos del Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor 2013-2018 y éste a su vez con el programa del sector economía denominado Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018.

El objetivo sectorial se vincula con la línea de acción Analizar integralmente los programas de gobierno y políticas públicas para que las estrategias y programas de gobierno induzcan la formalidad, del Programa para Democratizar la Productividad 2013 – 2018 ; así como con la línea de acción Promover que los Programas de Certificación de Derechos y de Mejora Regulatoria incrementen el acceso de mujeres a bienes inmuebles, agua y servicios financieros del Programa Nacional para la Igualdad de Oportunidades y no Discriminación contra las Mujeres 2013-2018 . También se vincula con el Programa Gobierno Cercano y Moderno que busca contar con un gobierno orientado a resultados, eficiente, con mecanismos de evaluación que permitan mejorar su desempeño y la calidad de los servicios; que simplifique la normatividad y trámites gubernamentales, rinda cuentas de manera clara y oportuna a la ciudadanía, que optimice el uso de los recursos públicos, y que utilice las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

6. ¿Cómo está vinculado el Propósito del programa con los Objetivos del Desarrollo del Milenio, los Objetivos de Desarrollo Sostenible o la Agenda de Desarrollo Post 2015?

No procede valoración cuantitativa.

Justificación:

La vinculación del propósito del programa B002 “Los consumidores usan información del Programa para la toma de decisiones de compra y conocen sus derechos” ,con los Objetivos Desarrollo del Milenio (ODM), los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) o la Agenda de Desarrollo Post 2015 (ADP) es indirecta. Se vincula con el Objetivo 12, “Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles (...) En ello, es indispensable la participación de empresas, consumidores, así como de los encargados de la formulación de políticas, entre otros”. Se considera que la vinculación es indirecta porque brinda información a los consumidores para incidir en sus patrones de consumo.

El programa aporta al cumplimiento de las metas al 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible: 12.1 Aplicar el Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles; 12.3 Reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores; así como 12.8 Asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.

Con los ODM (vigentes al 2015) se identifica vinculación indirecta con la Meta 8.B: “Continuar desarrollando un sistema comercial y financiero abierto, basado en reglas establecidas, predecible y no discriminatorio.

Población potencial, objetivo y mecanismos de elegibilidad

7. Las poblaciones, potencial y objetivo, están definidas en documentos oficiales y/o en el diagnóstico del problema y cuentan con la siguiente información y características:

- a. **Unidad de medida.**
- b. **Están cuantificadas.**
- c. **Metodología para su cuantificación y fuentes de información.**
- d. **Se define un plazo para su revisión y actualización.**

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
3	<ul style="list-style-type: none"> ° El programa tiene definidas las poblaciones (potencial y objetivo), y ° Las definiciones cumplen todas las características establecidas.

Justificación:

Las poblaciones potencial y objetivo están definidas en el Diagnóstico del programa B002 y en la propuesta de mejora, y en la ficha de Monitoreo y Evaluación del Programa. La población potencial se define como 1) aquellos residentes en el territorio nacional de 15 o más años; y 2) turistas en México; los primeros justificados por la edad legal para trabajar, la posibilidad de generar ingresos y tomar decisiones de consumo; los segundos porque constituyen una población de alto consumo en México y su considerable aportación al PIB.

Define la población objetivo como “consumidores que buscan información para tomar una decisión de compra y/o para conocer sus derechos”; destaca como criterio para distinguirla de la población potencial: el interés, o voluntad de obtener información para tomar una decisión de compra. Para el cumplimiento del propósito se deben cumplir dos condiciones: que los consumidores propensos a buscar información utilicen los servicios del programa y que quienes tienen una menor propensión comiencen a acceder a esta información en función de estrategias que permitan la atracción del consumidor”; la pertinencia del programa está en función de su capacidad para satisfacer las necesidades de información de los consumidores.

Utiliza como unidad de medida a la población, la cuantificación corresponde a la de 15 años o más basada en el censo y conteo de población y vivienda 107'514,190 y a 92'462,203 que corresponde a la suma de residentes de 15 años o mayores 78'423,336 y a los turistas 29'462,203. Se dispone de un documento explícito sobre la metodología para la cuantificación de sus poblaciones; y la actualización de las poblaciones se debe realizar cada cinco años.

En la cuantificación de las poblaciones potencial y objetivo se advierten imprecisiones, tales como aplicar el mismo porcentaje para estimar a la población que busca información antes de consumir incluyendo mexicanos y turistas; excluir población que actualmente se beneficia de los servicios como la que se atiende de 5º y 6º de primaria en la conformación de grupos de consumidores; inoperante como variables de los indicadores para la medición.

Para perfeccionar la definición y cuantificación de las poblaciones se sugiere valorar la sustitución de la población objetivo por las que consultan información virtual e impresa del programa; caracterizar la objetivo por la que opine que le ha sido útil de acuerdo con los diferentes canales de atención. La cuantificación y focalización de las poblaciones debe considerar las diferencias económicas, sociales, culturales y demográficas, así como los diferentes patrones de consumo. Lo que contribuiría a definir una oferta de servicios que atienda a las necesidades particulares de información para sustentar las mejores decisiones de compra de los consumidores.

Se considera prudente valorar la sustitución de las poblaciones por área de enfoque, lo anterior en virtud de que no reúne las características de un programa de desarrollo social. De acuerdo con lo previsto en la Guía para el Diseño de Indicadores Estratégicos publicado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en 2014 y que señala “Los beneficiarios de un Pp pueden ser poblaciones o áreas de enfoque; en el caso concreto de áreas de enfoque se hace referencia a beneficiarios que no pueden ser referidos como poblaciones”, y en congruencia con la MML. Pueden ser considerados por ejemplo las delegaciones y subdelegaciones, entidades federativas, las regiones, municipios y localidades.

8. ¿El programa cuenta con información sistematizada que permite conocer la demanda total de apoyos y las características de los solicitantes? (socioeconómicas en el caso de personas físicas y específicas en el caso de personas morales).

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
1	° El programa cuenta con información sistematizada, pero ésta no permite conocer la demanda total de apoyos ni las características de los solicitantes.

Justificación:

El programa cuenta con información sistematizada sobre algunos de los servicios que proporcionan; no permite conocer la demanda total de servicios, ni las características de los solicitantes, en virtud de que el programa se orienta a población abierta.

Para la prestación de los servicios y entrega de productos se utilizan dos vías: la presencial utiliza formatos para el levantamiento de la información y para realizar estudios, investigaciones y encuestas que se publican en medios electrónicos ; así como para la educación y formación de grupos de consumidores; la virtual opera mediante una plataforma digital que integra varios subsistemas de información, así como con micro sitios como los establecidos para “Quién es Quién en los Precios”, Quién es Quién en el envío de Dinero, “Brújula de Compra” o Revista del Consumidor ; además de la difusión que se realiza por medio de Profeco radio, podcast, webcast, Profeco tv y página web, entre otros.

La información de los suscriptores de la Revista del Consumidor y de Quién es Quién en los Precios, Quién es Quién en el Envío de Dinero; así como de los participantes en los eventos de capacitación e integración de grupos de consumidores, está sistematizada, integrada en bases de datos y con los padrones respectivos. Es válida porque atiende a los criterios establecidos en los manuales de procedimientos que incluyen etapas de validación de los datos que se recaban por diferentes medios. La información que se recaba de los beneficiarios varía por tipo de servicio y no involucra la de tipo socioeconómica. Cuenta con diversos mecanismos para la actualización periódica de la información. Ver Anexo 2 “Procedimiento para la actualización de la base de datos de beneficiarios”.

Para perfeccionar la identificación de la demanda total de servicios y las características de los solicitantes, se sugiere contar con mecanismos para disponer de información homogénea que contribuya a la definición del perfil de los usuarios de los productos y servicios que brinda el programa, incorporar las variables económicas, geográficas y sociales; así como hacer extensiva la sistematización a los procedimientos que aún integran sus bases de datos de forma parcial. Lo anterior a fin de disponer de un padrón de beneficiarios integrado de los bienes y servicios que proporciona el programa y estar en posibilidad de identificar los perfiles de los usuarios y sus necesidades de información.

9. ¿El programa cuenta con mecanismos para identificar su población objetivo? En caso de contar con estos, especifique cuáles y qué información utiliza para hacerlo.

Justificación:

El programa cuenta con mecanismos para identificar a su población objetivo, que estima a partir del 86 % del total de población potencial, tomando como base una variable proxy referida a la mayor propensión a la búsqueda de información en el momento de consumir y hacer uso de distintas fuentes de información, tomando como fuente el Barómetro del Consumidor de Google.

Así mismo, semestralmente se realizan encuestas para definir si los productos de la Profeco son útiles para los consumidores, con el objeto de establecer el porcentaje de la población encuestada a la que le ha sido útil la información ofrecida por al menos dos programas o productos informativos de la Profeco.

No se detectaron otros mecanismos que permitan identificar en su población potencial (consumidores), es decir, quién está interesada en conocer la información para tomar una decisión de compra y/o para conocer sus derechos, y así determinar a su población objetivo (consumidores interesados o con voluntad de acceder a información para decidir una compra).

Tanto en el Diagnóstico como en la Propuesta de Mejora, se sugiere orientar al menos el 70 % de sus publicaciones impresas a zonas rurales y/o con menor acceso a Internet, para ampliar cobertura hacia este tipo de población, así como que versen sobre los bienes y servicios en que más gastan los hogares, de acuerdo con su ingreso. ; además, maximizar el uso de la plataforma digital a través de contenidos que atiendan a las categorías que concentren la mayor proporción del gasto en los hogares de quienes tienen mayores ingresos.

En este sentido, se sugiere valorar la pertinencia de la recomendación para equilibrar el acceso a los servicios, tomando en cuenta el costo de los materiales impresos y la escolaridad de la población en las zonas rurales, sobre todo considerando el avance en la disminución de las brechas digitales.

Se sugiere valorar la incorporación a la población objetivo a los destinatarios de todos los servicios que se proporcionan y a quienes están interesados en conocer información y la consultan en forma impresa o virtual; lo anterior en virtud de que está en proceso de definición; también valorar el transitar hacia la sustitución de poblaciones por áreas de enfoque, en este sentido las delegaciones y subdelegaciones, o cualquier unidad administrativa institucional, estatal o municipal, puede ser considerada como tal en virtud de que son entes públicos y pueden ser abordadas desde esa perspectiva. Las delegaciones y subdelegaciones constituyen una pieza clave para descentralizar en cada entidad federativa las acciones que se ejecutan y potencializar el alcance y cobertura del programa.

10. El programa cuenta con una estrategia de cobertura documentada para atender a su población objetivo con las siguientes características:

- a. Incluye la definición de la población objetivo.
- b. Especifica metas de cobertura anual.
- c. Abarca un horizonte de mediano y largo plazo.
- d. Es congruente con el diseño y el diagnóstico del programa.

Respuesta: No.

Justificación:

El programa es de demanda abierta que brinda bienes y servicios, cuantifica su cobertura a partir de la definición de sus poblaciones en dos sentidos, el primero como la relación entre la población objetivo 92,462,203 y la población potencial 107,514,190 (que es el 86%, respecto de la población de 15 años y más, más los turistas que visitaron México en un año). El segundo, como la relación entre la población atendida 28,447,940 y la objetivo (92,462,203), que al cierre del 2017 registró una cobertura de 30.77 , la cual se establece a partir de la suma de los impactos. Así mismo, en la formulación de su programa anual de actividades ;estima metas de cobertura anual que son congruentes con el diseño y el diagnóstico del programa.

Si bien es cierto que se define la población objetivo y que para cada producto y/o servicio se establecen metas anuales, no es posible afirmar que se disponga de una estrategia de cobertura explícita documentada para atender a la población objetivo, ni que contemple un horizonte a mediano y largo plazo.

Por lo anterior, se sugiere diseñar una estrategia de cobertura que involucre la cuantificación de sus poblaciones potencial, objetivo y atendida, desagregada por estado, municipios y localidad, rural o urbana, por grupos de edad (jóvenes, adultos,) o por sexo, entre otros criterios; considerando la existencia de delegaciones en cada una de las entidades federativas, lo que permitirá identificar tendencias en el mayor o menor uso de la información e incrementar la cobertura.

11. Los procedimientos del programa para la selección de beneficiarios y/o proyectos tienen las siguientes características:

- a. **Incluyen criterios de elegibilidad claramente especificados, es decir, no existe ambigüedad en su redacción.**
- b. **Están estandarizados, es decir, son utilizados por todas las instancias ejecutoras.**
- c. **Están sistematizados.**
- d. **Están difundidos públicamente.**

Respuesta: No Aplica.

Justificación:

Es un programa de demanda abierta que brinda bienes y servicios, por diversos mecanismos; la consulta y uso de la información es voluntario y por lo tanto no se dispone de procedimientos para la selección de beneficiarios y/o de proyectos. En la práctica cualquier persona que consulte la plataforma de la PROFECO, haga consultas telefónicas o acuda a alguna Delegación o subdelegación, accede a la información, sin mayores requisitos.

Si bien es cierto que el tipo de servicios que brinda van dirigido a toda la población y no dispone de criterios ni de procedimientos para seleccionar a los beneficiarios, si dispone de procedimientos para investigar, generar y difundir la información que brinda, así como para educar a la ciudadanía, capacitar y organizar a los grupos de consumidores.

12. Los procedimientos para recibir, registrar y dar trámite a las solicitudes de apoyo cuentan con las siguientes características:

- a. **Corresponden a las características de la población objetivo.**
- b. **Existen formatos definidos.**
- c. **Están disponibles para la población objetivo.**
- d. **Están apegados al documento normativo del programa.**

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
4	<ul style="list-style-type: none"> ° El programa cuenta con procedimientos para recibir, registrar y dar trámite a las solicitudes de apoyo. ° Los procedimientos cuentan con todas las características descritas.

Justificación:

Con base en las evidencias documentales y considerando las particularidades del programa, es posible afirmar que cuenta con los procedimientos documentados y con formatos para brindar los servicios a todos los que lo solicitan, que atienden a las características de la población en virtud de que son consumidores de información; dichos procedimientos están publicados y disponibles para la población en la normateca de la PROFECO.

Si bien es cierto que el programa se caracteriza por ser de demanda abierta, y la consulta de información es voluntaria, cuenta con procedimientos documentados para recibir, registrar y dar trámite a las solicitudes de algunos productos y servicios que se proporcionan; como son la suscripción a la Revista del Consumidor, Boletín Brújula de Compra o Quién es Quién en los precios, entre otros, cuyos trámites se incluyen en el Catálogo Nacional de Trámites y Servicios de la COFEMER y los registrados en la Ventanilla Única Nacional (VUN).

Cualquier interesado puede realizar el trámite presencial, en línea o vía telefónica; en el caso de la Revista del Consumidor, los únicos requisitos para obtener la suscripción son nombre, dirección y realizar el pago en el banco (\$250 y \$200 para adultos mayores). El formato está disponible en línea y precisa datos como nombre, correo electrónico, escolaridad, género, estado civil, ocupación y la cadena o establecimiento en el que realiza la compra. “Quién es Quién en los Precios” es una herramienta en línea que brinda información sobre los precios de más de 2,000 productos, en poco más de 1,450 establecimientos comerciales, en 54 ciudades del país; el boletín electrónico “Brújula de compra” que ofrece información útil para un consumo responsable como son: fechas de alto consumo, consejos, resultados de encuestas y comparativo de precios, entre otros.

El Manual de Procedimientos de la Dirección General de Estudios sobre Consumo , contiene información sobre los programas “Quién es Quién en los Precios”, “Quién es Quién en el Envío de Dinero”, con procedimientos para el levantamiento, validación y análisis de la información; para el levantamiento de encuestas y sondeos en línea; la aplicación de cuestionarios se realizan con la finalidad de generar productos informativos para el consumo informado; así como para la elaboración del boletín “Brújula de Compra y artículos para la Revista del Consumidor.

La Dirección General de Difusión incluye entre sus funciones la producción y difusión del material impreso y de audiovisuales de los programas y acciones de la PROFECO que se detallan en el manual respectivo ; en su Manual de Procedimientos se establece el correspondiente a la distribución y venta de la Revista del Consumidor, se recaban datos sobre la venta (nombre o razón social, domicilio, teléfono, forma de pago, suscripción o renovación) y no se precisa de formato específico para tal efecto.

En el Manual de Procedimientos de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores , se incluyen los procedimientos para la gestión de Programas de trabajo en temas de “Educación para el Consumo inteligente”, que incluye formatos para Fomentar el consumo inteligente (MP-520-01); Cédula de Promoción (I-3-MP-520-01); Formato Único de Consumidores (I-4-MP-520-01), Formato Único de Control de Asistencia Registro de Grupos, (MP-520-02); y para la gestión de las sesiones del Consejo Consultivo de Consumo (MP-520-03).

En particular, la DGEOC para la constitución y procuración de Grupos Autogestivos y Asociaciones de Consumidores, se prevé la focalización a los núcleos de población prioritarios; así como edad promedio; sexo; escolaridad; nivel socioeconómico; lengua y tipo de discapacidad. Los departamentos de Educación y divulgación de las 51 delegaciones y subdelegaciones de la PROFECO determinan las necesidades observando los problemas de consumo, la frecuencia de quejas y denuncia y la actividad económica de la localidad.

Padrón de beneficiarios y mecanismos de atención

13. Existe información que permita conocer quiénes reciben los apoyos del programa (padrón de beneficiarios) que:

- a. Incluya las características de los beneficiarios establecidas en su documento normativo.
- b. Incluya el tipo de apoyo otorgado.
- c. Esté sistematizada e incluya una clave única de identificación por beneficiario que no cambie en el tiempo.
- d. Cuente con mecanismos documentados para su depuración y actualización.

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
3	° La información de los beneficiarios cumple con tres de las características establecidas.

Justificación:

El programa recaba información que permite conocer quiénes son los destinatarios de algunos productos; cuenta con un registro de los usuarios y sus características integrado en bases de datos históricas de suscriptores a la Revista del Consumidor al momento de la venta con registros de nombre o razón social, domicilio, teléfono, forma de pago, suscripción o renovación, vigencia y correo electrónico, datos que se actualizan mensualmente, aunque no se precisa de un formato específico para tal efecto.

Existen listados de usuarios que elaboran con base en un formulario disponible vía web para los suscriptores de Quién es Quién en los Precios que incluye nombre, correo electrónico, escolaridad, estado civil y ocupación; de Brújula de Compra se incluye correo electrónico, fecha de nacimiento, entidad federativa y sexo.

De igual forma, se dispone de formatos únicos de registro de consumidores, grupos autogestivos y asociación de consumidores que incluyen perfil del grupo, rango de edad, domicilio, teléfono, nivel escolar, ocupación, estado civil, fecha de nacimiento correo electrónico; así como con controles de asistencia en los que se registra tipo de evento, integrantes registrados, integrantes asistentes a la sesión, nombre, correo electrónico y firma.

Al respecto, la mayoría de la información se encuentra sistematizada, los registros son nominales, pero no hay evidencia de una clave única y permanente para cada usuario. En los Manuales de Procedimientos específicos para las tres direcciones generales ejecutoras se establecen los mecanismos para su depuración y actualización.

Por la naturaleza del programa la Profeco enfrenta dificultades para contabilizar al total de las personas que utilizan los servicios que se brindan, como el caso de los usuarios de Profeco TV y Radio; sin embargo, es posible identificar qué servicios y con qué variables se captura.

Como se puede advertir, se recaba información diferente de los usuarios directos de los productos y servicios que proporciona el programa, y existen limitaciones para conformar un registro de los usuarios indirectos de los productos virtuales, tales como las consultas en la plataforma, la cobertura de los programas radiofónicos o televisivos, entre otros.

Por lo anterior, se sugiere definir y establecer los mecanismos y registros administrativos necesarios para recabar la información de los usuarios de los servicios y productos, que permitan la identificación de sus perfiles y sus necesidades de información; así como su contabilización a fin de conformar un registro único que contribuya a la identificación de la demanda.

14. Los procedimientos para otorgar los apoyos a los beneficiarios tienen las siguientes características:

- a. Están estandarizados, es decir, son utilizados por todas las instancias ejecutoras.
- b. Están sistematizados.
- c. Están difundidos públicamente.
- d. Están apegados al documento normativo del programa.

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
4	° Los procedimientos para otorgar los apoyos a los beneficiarios tienen todas las características establecidas.

Justificación:

Los procedimientos que involucran la prestación de un servicio o la entrega de un producto del programa, acotados en la pregunta anterior, están estandarizados, sistematizados, apegados al documento normativo y difundidos públicamente. Se consideran estandarizados, en virtud de que los procedimientos son de aplicación a todas las instancias ejecutoras, en este caso los Departamentos de Educación y Divulgación de las Delegaciones y Subdelegaciones de la PROFECO.

Así mismo, los procedimientos están apegados al documento normativo porque atienden al Manual Específico de Organización, en el que se establece que los Departamentos de Educación y Divulgación tienen por objeto “Diseñar, desarrollar e implantar programas educativos entre los consumidores mediante la promoción asesoramiento y capacitación, con la finalidad de establecer un enfoque preventivo de consumo”; incluye entre sus funciones promover y apoyar la constitución de asociaciones y organizaciones de consumidores; así como, asesorarlas para su operación, capacitarlas y evaluar el impacto de los proyectos educativos.

Sistematizados porque la información que se registra a través de los diversos formatos previstos en los procedimientos, se concentra en una base de datos utilizando para tales fines los medios electrónicos.

En virtud de que tanto los manuales de organización, como los de procedimientos están publicados en la Normateca interna <https://profeco.gob.mx/juridico/normateca.asp> y en la página oficial de la Profeco <https://www.gob.mx/profeco/documentos/manuales-coordinacion-general-de-educacion-y-divulgacion>, es posible afirmar que son documentos públicos.

15. Si el programa recolecta información socioeconómica de sus beneficiarios, explique el procedimiento para llevarlo a cabo, las variables que mide y la periodicidad de las mediciones.

No procede valoración cuantitativa.

Justificación:

En el programa B002 no se prevén procedimientos para recolectar información socioeconómica de los usuarios, en apego a sus disposiciones normativas; sin embargo, para fortalecer la definición de las poblaciones objetivo y atendida, se ha sugerido la incorporación de información sobre variables económicas, demográficas y sociales que permitan establecer con mayor precisión el alcance del programa y el perfil de los consumidores.

La recolección de la información socioeconómica de los usuarios y/o beneficiarios de los servicios que brinda la PROFECO permitirían identificar quienes buscan información, qué buscan, cómo y cuándo la buscan, es decir los medios que utilizan para consultar información y el momento en que la consultan; en qué a través de datos sobre la edad, sexo, escolaridad, estado civil, procedencia, nivel de ingreso, actividad; información que permita inferir variables geográficas tales como la entidad, el municipio y la localidad, si es urbana o rural, el índice de marginación. Así como su valoración sobre la medida en que la consulta fue satisfactoria, es decir sobre la percepción de los servicios y productos.

Lo anterior permitiría, por una parte, identificar los perfiles y las necesidades de los usuarios y/o beneficiarios de los servicios y por la otra, contar con información objetiva que sustente políticas y estrategias para mejorar los procesos y resultados del programa.

Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)

16. Para cada uno de los Componentes de la MIR del programa existe una o un grupo de Actividades que:

- a. Están claramente especificadas, es decir, no existe ambigüedad en su redacción.
- b. Están ordenadas de manera cronológica.
- c. Son necesarias, es decir, ninguna de las Actividades es prescindible para producir los Componentes.
- d. Su realización genera junto con los supuestos en ese nivel de objetivos los Componentes.

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
1	° Del 0% al 49% de las Actividades cumplen con todas las características establecidas en la pregunta.

Justificación:

En la MIR del programa se incluyen cuatro actividades, todas son necesarias, aportan y son insuficientes para la generación de los tres componentes que corresponden a los principales productos y servicios que se proporcionan; no están ordenadas de forma cronológica y son únicas. Se advierten algunas imprecisiones y ambigüedad en la redacción .

La primera actividad "Difusión de productos informativos para los consumidores aporta al componente "Materiales temáticos entregados", es única y clara, pero omite las actividades previas para llevar a cabo la difusión. La segunda "Difusión de estudios sobre consumo mediante diversos medios, es clara y necesaria; contribuye a los componentes referidos a las consultas a la plataforma digital y al de materiales temáticos entregados, se omiten actividades relativas a la elaboración de los materiales, no obstante que éstas se incluyen en la definición.

La tercera "Padrón de grupos de consumidores actualizado" se vincula con el componente "asesorías y consultas para el consumo otorgadas, su redacción es ambigua, no atiende a un orden cronológico, es necesaria pero insuficiente para generar el componente; se omiten aspectos como la capacitación y la integración de grupos. La cuarta está referida a la producción de materiales informativos para la plataforma digital y contribuye al componente Plataforma digital consultada por los consumidores, es clara y necesaria pero insuficiente.

La ambigüedad en la redacción se identifica en el uso indistinto de conceptos Materiales informativos, estudios, productos informativos, materiales temáticos, así como diferencias entre el objetivo y la definición. Ver Anexo 3 "Matriz de Indicadores para Resultados del programa".

17. Los Componentes señalados en la MIR cumplen con las siguientes características:

- a. Son los bienes o servicios que produce el programa.
- b. Están redactados como resultados logrados, por ejemplo becas entregadas.
- c. Son necesarios, es decir, ninguno de los Componentes es prescindible para producir el Propósito.
- d. Su realización genera junto con los supuestos en ese nivel de objetivos el Propósito.

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
3	° Del 70% al 84% de los Componentes cumplen con todas las características establecidas en la pregunta.

Justificación:

En la MIR del programa se incluyen tres componentes, que corresponden a los principales bienes y servicios que se proporcionan, están redactados como resultados logrados, todos son necesarios y su realización junto con los supuestos contribuyen, pero son insuficientes para la generación del propósito.

El primer componente es Plataforma digital consultada por los consumidores (www.gob.mx/profeco), que es uno de los principales medios de difusión virtual de los productos y servicios de información que se ofrecen a la ciudadanía; cumple con la sintaxis, y es necesario para producir el propósito.

El segundo componente es “Asesorías y consultas para el consumo otorgadas”, que está referido al producto que se genera a través de brindar capacitación a grupos de consumidores y educación a pequeños consumidores; que puede también expresarse de forma complementaria a través de consumidores capacitados, grupos de consumidores organizados y/o registrados. Cumple con la sintaxis y contribuyen a la generación del propósito.

El tercero “Materiales temáticos entregados” expresa concretamente los ejemplares de la revista del consumidor, uno de los productos emblemáticos de la PROFECO; la sintaxis del objetivo es correcta pero su redacción es ambigua; es un componente imprescindible para producir el propósito.

No obstante que los tres componentes cumplen en lo general con todos los criterios establecidos para la valoración, y aun considerando que se cumplan los supuestos de que los consumidores tengan interés por consultar la información, recibir asesoría y acudir a los eventos; el alcance resulta limitado para la generación del propósito, lo anterior en virtud de que no es posible advertir que los consumidores usen la información para la toma de decisiones, ni que éstos conozcan sus derechos, como lo plantea el propósito establecido en la MIR “Los consumidores usan información del Programa para la toma de decisiones de compra y conocen sus derechos”. Tampoco se advierte que las investigaciones, encuestas y sondeos que se realizan esté expresado en un componente.

18. El Propósito de la MIR cuenta con las siguientes características:

- a. Es consecuencia directa que se espera ocurrirá como resultado de los Componentes y los supuestos a ese nivel de objetivos.
- b. Su logro no está controlado por los responsables del programa.
- c. Es único, es decir, incluye un solo objetivo.
- d. Está redactado como una situación alcanzada, por ejemplo: morbilidad en la localidad reducida.
- e. Incluye la población objetivo.

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
2	° El Propósito cumple con tres de las características establecidas en la pregunta.

Justificación:

El propósito del programa registrado en la MIR 2018 “Los consumidores usan información del Programa para la toma de decisiones de compra y conocen sus derechos” cumple con tres de las cinco características establecidas en la pregunta. En primer lugar, su logro no está controlado por los responsables del programa porque es un programa de demanda abierta y depende en gran medida del interés de los consumidores por consultar y usar la información del programa; establece a los “consumidores” como su población objetivo; está redactado como situación alcanzada porque señala que los usuarios “usan información” y “conocen sus derechos”.

Sin embargo, se considera que el propósito no es consecuencia directa que ocurrirá como resultado de los componentes y los supuestos “Los consumidores consideran oportuna, pertinente y veraz la información generada por la Procuraduría Federal del Consumidor y se interesan en conocerla. Los consumidores tienen el tiempo y disposición para buscar información para el consumo. Los consumidores confían en la información de la Profeco”; lo anterior en virtud de que apuntan a sólo uno de los dos aspectos que involucra el objetivo “el uso de la información para tomar decisiones de compra” y omite el segundo referido al “conocimiento de sus derechos”. Así mismo, se incluye un solo objetivo a nivel de propósito en el resumen narrativo, no puede considerarse único, porque su redacción implica dos objetivos.

19. El Fin de la MIR cuenta con las siguientes características:

- a. Está claramente especificado, es decir, no existe ambigüedad en su redacción.
- b. Es un objetivo superior al que el programa contribuye, es decir, no se espera que la ejecución del programa sea suficiente para alcanzar el Fin.
- c. Su logro no está controlado por los responsables del programa.
- d. Es único, es decir, incluye un solo objetivo.
- e. Está vinculado con objetivos estratégicos de la dependencia o del programa sectorial.

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
3	° El Fin cumple con cuatro de las características establecidas en la pregunta.

Justificación:

El Fin establecido en la MIR del programa es “Contribuir a promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral mediante un aumento en el uso de información para el consumo” y cumple con cuatro de las características establecidas en la pregunta.

Se considera que está claramente especificado y no se advierte ambigüedad en la redacción; ya que de acuerdo con la justificación teórica dotar de información al consumidor es una estrategia que contribuye a la corrección de las fallas del mercado; por lo tanto, tampoco se considera que la ejecución del programa sea suficiente para alcanzar el fin, ya que el empoderamiento de los consumidores sólo es uno de los factores que puede contribuir en la competencia y regulación de los mercados. Por las mismas razones, el logro del fin no está controlado por los responsables del programa B002.

En la MIR del programa sólo se identifica el fin al que se ha hecho referencia, corresponde al objetivo 4 del Programa Sectorial de la Secretaría de Economía “Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018 que señala “Promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral” ; el cual no puede considerarse único porque en su redacción involucra dos objetivos referidos a promover la competencia y a avanzar hacia una mejora regulatoria.

20. ¿En el documento normativo del programa es posible identificar el resumen narrativo de la MIR (Fin, Propósito, Componentes y Actividades)?

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
4	° Algunas de las Actividades, todos los Componentes, el Propósito y el Fin de la MIR se identifican en las ROP o documento normativo del programa.

Justificación:

En los documentos normativos del Programa B002 se identifican los elementos del resumen narrativo de la MIR: el Fin “Contribuir a promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral mediante un aumento en el uso de información para el consumo...” se refiere en el Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor 2013-2018 “el corolario del fortalecimiento del mercado interno lo constituye la tutela gubernamental de los derechos de los consumidores, ya que todo proceso productivo y de servicios tiene como fin último la satisfacción de los consumidores” y “en una economía de mercado, la protección al consumidor es fundamental como instrumento económico (...) La política de protección al consumidor es un área especializada y complementaria de la política de competencia (...)” También señala que “para que el uso de la información tenga como finalidad el fortalecimiento de las Instituciones y no su debilitamiento (...) el papel de la Profeco es el de promover la comercialización socialmente responsable entre los oferentes y una mayor conciencia entre los demandantes .

El Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018 señala que “La competencia constituye un elemento esencial para contar con mercados que fomenten la eficiencia y la creatividad de los empresarios, aumentar la competitividad de la economía que reditúe mejores condiciones de empleo y un crecimiento sólido y sostenido que se traduzca en un mayor bienestar para los consumidores.

El Propósito “Los consumidores usan información del Programa para la toma de decisiones de compra y conocen sus derechos” se identifica entre los principios básicos en las relaciones de consumo establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor que señalan “La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones; la información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios; así como el otorgamiento de información y de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos.

Los componentes se identifican en el Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor 2013-2018, que incluye entre los productos vigentes de la PROFECO, a tres relacionados en la MIR; en el artículo 8 Bis de la citada ley, otorga atribuciones a la PROFECO para fomentar permanentemente una cultura de consumo responsable e inteligente - que implica- un consumo consciente e informado, para lo cual elaborará contenidos y materiales educativos en esta materia.

Las cuatro actividades se identifican en los artículos 1 fracción IX y 24 fracciones IV, V, VII y XVIII de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que refieren la elaboración y divulgación de información para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado; la formulación de programas de educación para el consumo; la realización de estudios e investigaciones; así como la promoción y asesoría para la constitución de organizaciones de consumidores.

Anexo 3 “Matriz de Indicadores para Resultados”.

21. En cada uno de los niveles de objetivos de la MIR del programa (Fin, Propósito, Componentes y Actividades) existen indicadores para medir el desempeño del programa con las siguientes características:

- a) Claros.
- b) Relevantes.
- c) Económicos.
- d) Monitoreables.
- e) Adecuados.

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
2	° Del 50% al 69% de los indicadores del programa tienen las características establecidas.

Justificación:

En la lógica horizontal de la MIR del programa 2018 se incluyen 11 indicadores que son relevantes, 10 se pueden generar a un costo razonable; 8 son adecuados; 3 son claros y 2 son monitoreables, por lo que se considera que reúnen el 62% de las características establecidas en la pregunta.

El indicador del Fin es claro, relevante, económico y monitoreable; no es adecuado porque la cuantificación de la contribución del programa institucional es subjetiva: establece que la mayor competencia en el mercado y la mejora regulatoria es mediante el uso de la información para el consumo. Fue definido por la Secretaría de Economía.

El indicador para medir el propósito es claro, relevante y adecuado; es costoso porque implica entrevistas. El nombre del indicador refiere población encuestada y en el método de cálculo personas entrevistadas; refiere el uso de la información y omite el “conocer sus derechos”.

Para el primer componente “Plataforma digital consultada por los consumidores...” se incluyen dos indicadores; en el primero la redacción es ambigua "porcentaje del grado de cobertura"; el método de cálculo es impreciso, e incongruente con la denominación y con la propia definición. El segundo es relevante, económica su generación y adecuado; la denominación es ambigua "porcentaje de tendencia"; dichas inconsistencias limitan su monitoreo.

El objetivo a nivel de actividad es “Producción de materiales informativos para la plataforma digital”, es relevante, económico y adecuado, pero le falta claridad y no es monitoreable, en virtud de que se define como productos informativos referidos a programas de radio y televisión, cápsulas, spots, podcast; en la denominación y en la fórmula (Número de productos realizados / Total de productos programados) * 100.

Para el segundo componente “Asesorías y consultas para el consumo otorgadas” se incluyen dos indicadores que son relevantes, económicos y adecuados; en el primero la denominación es ambigua "porcentaje de cobertura nacional de población atendida", hay error en la fórmula e inconsistencia entre la denominación, el método de cálculo y la definición que limitan su monitoreo. En el segundo “Porcentaje de tendencia de la participación en las sesiones de consumo” hay incongruencia entre la denominación, la fórmula y la definición.

El objetivo establecido a nivel de actividad para dicho componente está referido a” Padrón de grupos de consumidores actualizado”, que puede ser relevante y económica su generación, pero hay imprecisiones en su denominación y en la sintaxis de la actividad; resulta limitado su monitoreo y es inadecuado.

Para medir el tercer componente “Materiales temáticos entregados” está definido el indicador “Porcentaje de entrega de productos informativos realizados”, es relevante y económica su generación, inadecuado a nivel de componente; existe incongruencia entre la denominación “productos realizados”, la fórmula “productos entregados” y la definición que establece un porcentaje acumulado de productos informativos realizados (revista del consumidor), imprecisiones que limitan su monitoreo.

Para la actividad “Difusión de productos informativos para los consumidores” es el indicador porcentaje del número de productos informativos realizados, es claro, relevante y económico; no es monitoreable y se hay inconsistencias entre la denominación y la fórmula que excluye "informativos", y también respecto a la actividad que señala difusión de productos.

Para la cuarta actividad el indicador es “Difusión de estudios sobre el consumo mediante diversos medios”, el nombre es Programa Anual de Actividades de Estudios sobre el Consumo; la fórmula es la relación entre los estudios realizados y los planeados, la definición señala elaboración y difusión de diversos programas, así como el monitoreo de tiendas virtuales; por lo tanto, no es claro, es relevante, pero inadecuado para medir la actividad en estos términos. El análisis y valoración de los indicadores se integra en el “Anexo 4 “Indicadores”.

22. Las Fichas Técnicas de los indicadores del programa cuentan con la siguiente información:

- a. Nombre.
- b. Definición.
- c. Método de cálculo.
- d. Unidad de Medida.
- e. Frecuencia de Medición.
- f. Línea base.
- g. Metas.
- h. Comportamiento del indicador (ascendente, descendente).

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
4	° Del 85% al 100% de las Fichas Técnicas de los indicadores del programa tienen las características establecidas.

Justificación:

Con base en el análisis de las 11 Fichas técnicas de los indicadores del programa , es posible afirmar que reúnen el 96% de las características establecidas en la pregunta, en virtud de que todos cuentan con nombre, definición, método de cálculo, unidad de medida, frecuencia de medición, línea de base, metas y comportamiento del indicador, Sin embargo, se advierten algunas imprecisiones que se ejemplifican a continuación: en la ficha técnica del indicador de Fin no se incluye información de las variables, la unidad de medida es índice y la meta posición. El nombre del indicador del propósito se hace referencia a población encuestada y en el método de cálculo a personas entrevistadas. El componente “Porcentaje de cobertura nacional de la población atendida” se pretende medir a través de la “Proporción de la población atendida fuera del Distrito Federal”, sin embargo, no contempla desagregación geográfica. El establecido para medir la tendencia de consulta en la plataforma, la unidad de medida es porcentaje, que supone el incremento, sin embargo, la línea de base es mayor que la meta 18% vs 8%. Es importante señalar que la disminución de la meta fue autorizada por la SHCP, por el impacto en la migración de la página de PROFECO a la VUN.

Las imperfecciones entre el nombre, la definición y el método de cálculo ya fueron destacadas en el análisis de los indicadores incluidos en la MIR.

El análisis particular de las Fichas técnicas de los indicadores se incluye en el Anexo 4 “Indicadores”.

23. Las metas de los indicadores de la MIR del programa tienen las siguientes características:

- a. **Cuentan con unidad de medida.**
- b. **Están orientadas a impulsar el desempeño, es decir, no son laxas.**
- c. **Son factibles de alcanzar considerando los plazos y los recursos humanos y financieros con los que cuenta el programa.**

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
4	° Del 85% al 100% de las metas de los indicadores del programa tienen las características establecidas.

Justificación:

Las metas de los 11 indicadores de la MIR reúnen el 87.87% de las características, en virtud de que cuentan con unidad de medida, siete están orientadas a impulsar el desempeño, y todas son factibles de alcanzar considerando los plazos, así como los recursos humanos y financieros con que cuenta el programa.

El indicador de fin tiene como meta para el 2018 avanzar de la posición 83 que ocupó México en el 2013, en la variable “Intensidad de la Competencia Local” en el Índice Global de Competitividad del Foro Económico Mundial, a la posición 37 en el 2018, tomando como referencia a Chile que fue el país latinoamericano mejor posicionado. En el 2017 Chile obtuvo la posición 39 con 4.7 puntos y México la 70 con 4.3 puntos.

Para el indicador de propósito, se busca que el 50 % de la población encuestada por la PROFECO, le haya sido útil la información ofrecida por al menos dos programas o productos informativos, no constituye un reto en virtud de que la línea de base es 50.49%.

En el caso de los cinco indicadores definidos para los componentes, todos cuentan con metas y son factibles; dos están orientados al desempeño: Porcentaje de tendencia de la participación en las sesiones de consumo y Porcentaje de entrega de productos informativos realizados; las otras tres “Porcentaje del grado de cobertura nacional en la plataforma digital, Porcentaje de tendencia de consulta en la plataforma digital y Porcentaje de cobertura nacional de la población atendida” definen metas para 2018 menores a otras que ya han sido alcanzadas en años anteriores. Finalmente, las metas definidas para los cuatro indicadores para las actividades son factibles e impulsan el desempeño.

En general, los datos muestran un resultado favorable sustentado en una comparación de lo alcanzado con respecto a lo programado; sin embargo para potencializar el alcance del programa se sugiere definir estrategias y metas de mayor alcance que amplíe sustantivamente la cobertura e impacto; en particular para los temas que registran un comportamiento inercial y de alcance limitado; así como adicionar indicadores complementarios con metas que permitan identificar el nivel de información de los consumidores, así como su percepción sobre la calidad y utilidad de la información que ofrece el programa.

El análisis detallado de las metas por indicador se incluye en el Anexo 5 “Metas del programa”.

24. Cuántos de los indicadores incluidos en la MIR tienen especificados medios de verificación con las siguientes características:

- a. **Oficiales o institucionales.**
- b. **Con un nombre que permita identificarlos.**
- c. **Permiten reproducir el cálculo del indicador.**
- d. **Públicos, accesibles a cualquier persona.**

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
4	° Del 85% al 100% de los medios de verificación cumplen con las características establecidas en la pregunta.

Justificación:

Los medios de verificación definidos para los 11 indicadores en la MIR, reúnen el 87. 5% de las características establecidas en la pregunta en virtud de que son oficiales o institucionales, tienen un nombre que permite identificarlos, permiten reproducir el cálculo del indicador; no obstante, solo dos de ellos son públicos.

Para el indicador de Fin el medio de verificación es el Foro Económico Mundial, en el Reporte 2016-2017, en el apartado 6th pillar: Goods market efficiency, en su numeral 6.01 Intensity of local competition, es posible visualizar los resultados de México en este rubro, el cual está disponible en la página electrónica.

Para el indicador de propósito, el medio de verificación es la Encuesta semestral sobre los servicios de la PROFECO, que realiza la Dirección General de Estudios sobre Consumo, cuyos datos, de acuerdo con el formato impreso, permiten reproducir el cálculo del indicador, sin embargo, no es de acceso público. La información se encuentra disponible en el sitio de la PROFECO, corresponde a la Encuesta sobre los servicios de la Coordinación General de Educación y Divulgación Dirección General de Estudios sobre Consumo, de diciembre 2017, y no se identifica con precisión la información relativa al indicador de la MIR.

Todos los indicadores para los componentes cuentan con medios de verificación oficiales, para el caso de los dos indicadores relacionados con plataforma digital consultada por los consumidores, se señala al Programa Anual de Actividades de la Dirección General de Difusión, así como el reporte de la herramienta Google Analytics; para los dos indicadores del componente asesorías y consultas para el consumo otorgadas, se utilizan los formatos de registro y listado de grupos de consumidores, así como controles de asistencia de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores; y para el componente de materiales temáticos entregados, se citan facturaciones por concepto de venta, reportes de envío a suscriptores, de cortesías autorizadas, de dotaciones y de existencia de ejemplares.

Por lo tanto, cuentan con un nombre que permite su identificación, con información para sustentar las variables de variables obra en los archivos de las instancias ejecutoras que permiten reproducir el cálculo de los indicadores; la consulta se realiza en las carpetas físicas y electrónicas de la unidad ejecutora y no están disponibles en el sitio oficial de la PROFECO, <https://www.gob.mx/profeco>, por lo que no son públicos o accesibles a cualquier persona.

Finalmente, para los cuatro indicadores de actividad están definidos medios de verificación oficiales, con un nombre que permite identificarlos y reproducir su cálculo; para el de porcentaje de productos informativos realizados, de la actividad de difusión de productos informativos para consumidores, los medios de verificación son los Informes Mensuales de Actividades. Para la actividad difusión de estudios sobre consumo mediante diversos medios, con el indicador porcentaje al cumplimiento al Programa Anual de Actividades de Estudios sobre Consumo, el medio de verificación es el registro electrónico de las evidencias mensuales de difusión. Del indicador porcentaje del número de productos realizados para plataforma digital de la actividad producción de materiales informativos para plataforma digital, con el indicador, los medios de verificación lo constituyen el Programa Anual de Actividades y los reportes de avances mensuales. Finalmente, para la actualización del padrón de grupos de consumidores son los formatos de registro y controles de asistencia. Ninguno de los medios de verificación es de acceso público ya que se encuentran en los archivos físicos y electrónicos en poder de las instancias ejecutoras.

Se recomienda que medios de verificación que permitan reproducir los indicadores y constatar los resultados, sean difundidos en las páginas institucionales de la Profeco, para garantizar el acceso a cualquier persona, incluso a los servidores públicos de la propia institución.

25. Considerando el conjunto Objetivo-Indicadores-Medios de verificación, es decir, cada renglón de la MIR del programa es posible identificar lo siguiente:

- a. Los medios de verificación son los necesarios para calcular los indicadores, es decir, ninguno es prescindible.
- b. Los medios de verificación son suficientes para calcular los indicadores.
- c. Los indicadores permiten medir, directa o indirectamente, el objetivo a ese nivel.

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
2	° Dos de los conjuntos Objetivo-Indicadores-Medios de verificación del programa tienen las características establecidas.

Justificación:

El análisis horizontal de la MIR permite establecer que para los conjuntos de fin y propósito los medios de verificación son los necesarios y suficientes para calcular los indicadores, pero insuficientes para medir los objetivos; para el conjunto de componentes los medios de verificación son necesarios y suficientes para calcular los indicadores, que si permiten medir directamente los objetivos a ese nivel; el conjunto que cumple con las tres características establecidas en la pregunta es de las actividades, en virtud de que cuentan con los medios de verificación que permiten reproducir el cálculos del indicador y medir los objetivos en los términos planteados.

Para el nivel de fin, los medios de verificación son necesarios, toda vez que el indicador depende de las cifras que arroja la respuesta la a la pregunta ¿Cómo evaluaría la intensidad de la competencia en los mercados locales? Incluida en la Encuesta de Opinión Ejecutiva, por lo tanto, es suficiente para calcular el resultado del indicador y suficiente para medir la primera parte del objetivo, relativa a contribuir a promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral, pero insuficiente para medir el aumento en el uso de la información.

Para el nivel de propósito, los medios de verificación son necesarios y suficientes en virtud de que los resultados de la encuesta permiten establecer la proporción de la población a la que le ha sido la útil la información de al menos dos productos emitidos por PROFECO; resulta suficiente para medir si los consumidores usan la información del programa en la toma de decisiones de compra, pero su alcance es limitado.

Los indicadores establecidos para los componentes permiten medir los objetivos; los medios de verificación son necesarios y suficientes para reproducir el cálculo de los indicadores. Para los relacionados con la plataforma digital, además de recurrir a los informes de Google Analytics, se pueden adicionar otras herramientas que fortalezcan la medición; y en relación con los indicadores de asesorías y consultas para el consumo, no se incluyen todos los recursos de que dispone la ejecutora.

Finalmente, el conjunto de objetivos-indicadores-medios establecido para las actividades, cumple con las tres características establecidas en la pregunta.

Para fortalecer el diseño horizontal de la MIR se recomienda adicional un indicador a nivel de fin sobre el conocimiento de los derechos del consumidor; para los indicadores de componente de la plataforma digital, adicionar los reportes informáticos, de AppStore, Google Play, YouTube Analytics, así como de Facebook y Twitter, así como para los de asesorías y consultas para el consumo respecto del Sistema Integral Digital de Educación para el Consumo (SIDECE).

Para el indicador Materiales temáticos entregados, se sugiere concentrar toda la información de las facturas por conceptos de venta, reporte de envío a suscriptores, de cortesías autorizadas, de dotaciones a instancias o ejemplares físicos que restan en el almacén, etcétera, en reportes oficiales de la PROFECO, para asegurar la confiabilidad y se traduzcan en su medio de verificación que a su vez pueda estar disponible al público.

26. Sugiera modificaciones en la MIR del programa o incorpore los cambios que resuelvan las deficiencias encontradas en cada uno de sus elementos a partir de sus respuestas a las preguntas de este apartado.

Justificación:

La propuesta para el fortalecimiento de la MIR del programa se sustenta en un análisis de los resúmenes narrativos 2012-2015; de los cambios en su diseño a partir de la atención a las recomendaciones del CIDE sustentadas en el diagnóstico advertidas en las MIR a partir del 2016; de los objetivos del programa y el principal problema al que atiende, de las atribuciones y principales funciones de las unidades administrativas que tienen a su cargo su ejecución y de las responsables de la planeación y evaluación de la Profeco, así como de las entrevistas realizadas a los titulares de las direcciones y a sus equipos de trabajo; también de la revisión de las formas de medir de otros programas que involucran cierta subjetividad, tanto por el tema cultural como por ser un programa de demanda abierta que brinda bienes y servicios.

Para el perfeccionamiento de la lógica vertical de la MIR se propone mantener el objetivo del Fin durante la vigencia del programa institucional y sustituirlo por otro que permita una medición más objetiva, orientado a estimar cómo el uso de la información para decisiones de consumo inteligente puede contribuir a la disminución de las quejas, los conflictos entre proveedores y consumidores, y a las prácticas abusivas.

En congruencia con el problema principal al que atiende el programa “Los consumidores no se informan para tomar decisiones de compra y desconocen sus derechos” se perfeccionó el Propósito: Los consumidores de los productos y servicios de la Profeco, usan información del programa para la toma de decisiones de compra y conocen sus derechos. Lo anterior, además de responder al objetivo del programa “Promover una cultura de consumo responsable e inteligente, a través de la difusión de productos informativos en temas de consumo que ayuden a las decisiones de compra de los consumidores”, también puede contribuir a una visión integral de los programas del organismo.

Para el logro del propósito, y en congruencia con las atribuciones y principales productos y servicios que se proporcionan a través de la Coordinación General de Educación y Divulgación, se identificaron cuatro componentes relativos a “Estudios sobre las condiciones de compra formulados y publicados”, “Programas de educación en temas de consumo ejecutados”, “Consumidores capacitados en temas de consumo” y “Contenidos sobre el consumo difundidos”; así mismo, se definieron doce actividades principales para la generación de los componentes.

En la lógica horizontal también se propusieron indicadores estratégicos y de gestión de acuerdo con cada nivel del resumen narrativo; se definieron las fórmulas de cálculo, la periodicidad, los medios de verificación y los supuestos, un aspecto a complementar por la unidad ejecutora una vez validada la estructura de la MIR es la definición de metas para cada elemento.

Para el Fin se proponen dos indicadores: mantener por lo pronto el del Foro Económico Mundial y otro relativo al nivel de información de los consumidores; para el Propósito uno para el uso de la información y otro sobre el conocimiento de los derechos; para el componente sobre los estudios también se prevén estudios sobre los grandes rubros del gasto en los hogares de altos y bajos ingresos, privilegiando la idoneidad de los estudios que se realizan con respecto a las diferentes necesidades de información.

Se distinguen las acciones de educación y capacitación en dos componentes, para el primero se sugiere el número de iniciativas educativas impulsadas por las delegaciones y subdelegaciones; para el segundo los consumidores capacitados y los grupos organizados; para el cuarto componente se propone un indicador sobre la idoneidad en los temas difundidos con respecto a los sectores de consumo que registran mayor número de quejas por parte de los consumidores.

Es importante señalar que la propuesta de mejora debe ser valorada y ajustada por las ejecutoras, a fin de que en realidad la Matriz de Indicadores para Resultados cumpla con la función, es decir que se constituya en un instrumento de planeación básico que guíe el desempeño de las instituciones hacia el logro de resultados.

Presupuesto y rendición de cuentas

27. El programa identifica y cuantifica los gastos en los que incurre para generar los bienes y los servicios (Componentes) que ofrece y los desglosa en las siguientes categorías:

- a. **Gastos en operación:** Se deben incluir los directos (gastos derivados de los subsidios monetarios y/o no monetarios entregados a la población atendida, considere los capítulos 2000 y/o 3000 y gastos en personal para la realización del programa, considere el capítulo 1000) y los indirectos (permiten aumentar la eficiencia, forman parte de los procesos de apoyo. Gastos en supervisión, capacitación y/o evaluación, considere los capítulos 2000, 3000 y/o 4000).
- b. **Gastos en mantenimiento:** Requeridos para mantener el estándar de calidad de los activos necesarios para entregar los bienes o servicios a la población objetivo (unidades móviles, edificios, etc.). Considere recursos de los capítulos 2000, 3000 y/o 4000.
- c. **Gastos en capital:** Son los que se deben afrontar para adquirir bienes cuya duración en el programa es superior a un año. Considere recursos de los capítulos 5000 y/o 6000 (Ej: terrenos, construcción, equipamiento, inversiones complementarias).
- d. **Gasto unitario:** Gastos Totales/población atendida (Gastos totales=Gastos en operación + gastos en mantenimiento). Para programas en sus primeros dos años de operación se deben de considerar adicionalmente en el numerador los Gastos en capital.

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
2	° El programa identifica y cuantifica los gastos en operación y desglosa dos de los conceptos establecidos.

Justificación:

El programa B002 Generación y Difusión de Información para el consumidor identifica y cuantifica los gastos en los que incurre para generar los productos y servicios que ofrece; desglosa los gastos de operación y de mantenimiento.

Para el ejercicio fiscal 2018 se autorizaron para el programa \$381,820,293, que representa un incremento de 3.8% con respecto al 2017; y una disminución de 1.3% si se comparan los recursos modificados.

Del total autorizado para el 2018, el 71% correspondió al capítulo 1000 Servicios personales; 2.5% al 2000 Materiales y suministros y el 26.5% restante a Servicios generales. En el 2017 se autorizaron 367,847,056 y se ejercieron 401,671,035, de los cuales el 69.6% se destinó a Servicios personales; 2.3% a Materiales y suministros y el 28.1% restante a Servicios generales. No se desglosa información sobre los capítulos 4000, 5000 y 6000 correspondientes a transferencias y gastos de capital, en virtud de que no se destinaron recursos para dichos rubros del gasto.

Es importante señalar que en el 2017 del total de los recursos el 87% de los autorizados y el 82% de los recursos fueron de origen fiscal; en tanto el 13% y 18% respectivamente correspondieron a ingresos propios. Para el 2018 en los recursos autorizados se previó el 14% de ingresos propios, los cuales se generan principalmente por la suscripción y venta de la Revista del Consumidor.

En virtud de que el programa brinda servicios a la población abierta y no entrega apoyos, dificulta establecer el monto destinado a la población atendida, así como cuantificar los costos unitarios.

Anexo 7 “Gastos desglosados del programa y criterios de clasificación”.

28. El programa cuenta con mecanismos de transparencia y rendición de cuentas con las siguientes características:

- a. Las ROP o documento normativo están actualizados y son públicos, esto es, disponibles en la página electrónica.
- b. Los resultados principales del programa, así como la información para monitorear su desempeño, están actualizados y son públicos, son difundidos en la página.
- c. Se cuenta con procedimientos para recibir y dar trámite a las solicitudes de acceso a la información acorde a lo establecido en la normatividad aplicable.
- d. La dependencia o entidad que opera el Programa propicia la participación ciudadana en la toma de decisiones públicas y a su vez genera las condiciones que permitan que ésta permee en los términos que señala la normatividad aplicable.

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
4	° Los mecanismos de transparencia y rendición de cuentas tienen todas las características establecidas.

Justificación:

El programa cuenta con mecanismos de transparencia y rendición de cuentas en los que se puede advertir que sus documentos normativos, sus principales resultados y la información para monitorear su desempeño, están actualizados y son públicos; cuenta con procedimientos para recibir y dar trámite a las solicitudes de acceso a la información acorde a lo establecido en la normatividad en la materia y se opera un programa que propicie la participación ciudadana en la toma de decisiones públicas.

Los documentos normativos del Programa B002, Ley Federal de Protección al Consumidor, el Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor 2013-2018 (publicado el 8 de mayo de 2014 en el Diario Oficial de la Federación y modificado el 13 de noviembre del 2015), el Reglamento y Estatuto Orgánico de la PROFECO, así como los manuales de las instancias ejecutoras del programa y otros documentos normativos, se encuentran disponibles en el sitio oficial de la instancia evaluada y en su portal de transparencia.

En la página de obligaciones de transparencia se identificó información sobre sus principales resultados y para monitorear el desempeño, en los reportes de avances trimestrales de los programas de trabajo, así como del Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor 2013-2018, en el rubro Informes.

Cuenta con un procedimiento para recibir y dar trámite a las solicitudes de acceso a la información establecido en la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, el cual puede llevarse a cabo a través del Sistema INFOMEX o Plataforma Nacional de Transparencia, disponibles en la página oficial del ente evaluado; lo anterior se corrobora con las 46 solicitudes atendidas en 2017 y 17 del 2018.

Por lo que respecta a la participación ciudadana, se cuenta con el Consejo Consultivo del Consumo, órgano interdisciplinario que tiene entre sus funciones, el fomentar la participación ciudadana en los diferentes aspectos que afectan al consumo y en el conocimiento y ejercicio de sus derechos; está integrado, entre otros, por personas físicas con trayectoria y prestigio en la materia, así como representantes de organismos y asociaciones de la sociedad civil involucradas en la problemática del consumo.

Es necesario advertir que, durante el proceso de evaluación, se encontraba la veda electoral 2018, por lo que el contenido de la página electrónica institucional de la PROFECO fue modificado, por lo que es posible que no haya sido identificada información que usualmente es difundida por dicha instancia; no obstante, la correspondiente a los portales de transparencia, permanece pública aún en dicho periodo.

La información sobre los indicadores y sus resultados está cargada en la Plataforma Nacional de Transparencia a través del SIPOT, sin embargo, para fortalecer su publicidad se sugiere difundir dicha información en los sitios institucionales de internet.

29. Los procedimientos de ejecución de obras y/o acciones tienen las siguientes características:

- a. Están estandarizados, es decir, son utilizados por todas las instancias ejecutoras.
- b. Están sistematizados.
- c. Están difundidos públicamente.
- d. Están apegados al documento normativo del programa.

Respuesta: Sí.

Nivel	Criterios
4	° Los procedimientos de ejecución de obras y/o acciones tienen todas las características establecidas.

Justificación:

Con base en las evidencias documentales se puede afirmar que se cuenta con procedimientos de ejecución de acciones los cuales están estandarizados, es decir, son utilizados por las instancias ejecutoras, están sistematizados, difundidos públicamente y apegados a los documentos normativos del programa.

Se cuenta con los Manuales de Procedimientos de la Dirección General de Difusión, de la Dirección General de Estudios sobre Consumo y de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, los cuales están estandarizados toda vez que son utilizados por las instancias ejecutoras, ya que tienen como objetivo establecer y proporcionar al personal la información detallada y ordenada de los procedimientos implementados, con la finalidad de lograr un efectivo desempeño en el desarrollo de sus actividades.

El Manual de Procedimientos de la Dirección General de Estudios sobre Consumo, contiene información sobre los programas “Quién es Quién en los Precios”, “Quién es Quién en el Envío de Dinero”, “Brújula de Compra” y artículos para la Revista del Consumidor; el Manual de Procedimientos de la Dirección General de Difusión incluye los relativos a la producción y difusión del material impreso y de audiovisuales; y en el Manual de Procedimientos de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, se integran procedimientos para la gestión de programas sobre Educación para el Consumo, para Fomentar el consumo inteligente, la Constitución y Procuración de Grupos Autogestivos y Asociación de Consumidores, así como para las sesiones del Consejo Consultivo de Consumo.

Los procedimientos están sistematizados, ya que la información se registra a través de los distintos formatos previstos en los procedimientos y se integra en una base de datos, mediante el uso de medios electrónicos.

Los procedimientos están difundidos públicamente, ya que los manuales respectivos están disponibles en la Normateca Interna, así como en el portal de obligaciones de transparencia.

Finalmente, se puede afirmar que los procedimientos están apegados al documento normativo del programa, particularmente a la Ley Federal de Protección al Consumidor, al Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor, Reglamento y Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor, así como los manuales específicos de organización de las instancias ejecutoras (Manuales Específicos de Organización de la Coordinación General de Educación y Divulgación, de la Dirección General de Estudios sobre Consumo, de la Dirección General de Difusión y de Manual Específico de Organización de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores).

Complementariedades y coincidencias con otros programas federales

30. ¿Con cuáles programas federales y/o acciones de desarrollo social en otros niveles de gobierno y en qué aspectos el programa evaluado podría tener complementariedad y/o coincidencias?

Justificación:

El Programa B002 Generación y Difusión de Información para el Consumidor, tiene complementariedad con cuatro programas del orden federal, los dos primeros a cargo de la PROFECO: E005 Protección de los Derechos de los Consumidores y Sistema Nacional de Protección al Consumidor y G003 Verificación y Vigilancia de los Derechos del Consumidor Plasmados en la LFPC; el tercero es ejecutado por la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, COFEPRIS, y el otro por la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, CONDUSEF.

La COFEPRIS tiene a su cargo, entre otras, el control sanitario, entendido como el conjunto de acciones de orientación, educación, muestreo, verificación y, en su caso, aplicación de medidas de seguridad y sanciones, con la participación de los productores, comercializadores y consumidores. Corresponde a la Comisión de Fomento Sanitario, proponer mejoras y acciones de fomento a la industria, al comercio y a proveedores de servicios, instituciones de gobierno, organizaciones de investigación y protección de los consumidores, relacionadas con la prevención de riesgos sanitarios.

La COFEPRIS ejecuta acciones de Fomento y Difusión Sanitaria, con el objetivo de proteger a la población contra riesgos a la salud provocados por el uso y consumo de bienes y servicios, insumos para la salud, así como por su exposición a factores ambientales y laborales, la ocurrencia de emergencias sanitarias y la prestación de servicios de salud mediante la regulación, control y prevención de riesgos sanitarios. Para tal efecto, desarrolla estrategias de capacitación a distancia y presencial, medios de difusión como revistas electrónicas, páginas web, campañas de comunicación.

Se considera que existe complementariedad ya atiende del general de los consumidores, al grupo específico de consumidores de bienes y servicios para la salud. Se busca la construcción de una sociedad bien informada para evitar riesgos sanitarios, que tenga conocimientos para la toma de decisiones antes del consumo.

A la CONDUSEF le corresponde, entre otras cosas, el proporcionar información a los usuarios relacionada con los servicios y productos que ofrecen las Instituciones Financieras, y elaborar programas de difusión con los diversos beneficios que se otorgan a los usuarios. Ejecuta acciones de educación financiera, que se orientan a adquirir conocimientos para tomar mejores decisiones financieras y obtener bienestar personal y familiar. Se complementa con el Programa B002, debido a que busca que los consumidores tengan mayor conocimiento para usar responsablemente los productos y servicios financieros, lo que permitirá conocer los derechos ante las instituciones financieras y generar competencia en este mercado.

La información se describe en el Anexo 8 "Complementariedad y coincidencias entre programas federales y/o acciones de desarrollo social en otros niveles de gobierno."

Valoración Final del Programa

Tema	Nivel	Justificación
Justificación de la creación y del diseño del programa	3.333	El programa está teórica y empíricamente justificado, cuenta con un diagnóstico; hay estudios que sustentan que el tipo de intervención es más eficiente que otras opciones. Se advierten imperfecciones en la identificación del problema y en las causas y efectos y no hay evidencia objetiva de los efectos positivos de los bienes y servicios que brinda el programa.
Contribución a las metas y estrategias nacionales	4.000	El programa está alineado con el Programa Institucional de la PROFECO, el Sectorial de Economía y el Plan Nacional de Desarrollo y aporta a su cumplimiento; se vincula con las Estrategias Transversales de los Programas para Democratizar la Productividad para la Igualdad de Oportunidades y no Discriminación de las Mujeres y con el Gobierno Cercano y Moderno y con los ODS. Se identifican conceptos comunes entre el propósito del programa y objetivos del programa institucional.
Población potencial, objetivo y mecanismos de elegibilidad	2.000	Identifica sus poblaciones potencial y objetivo; cuenta con información sistematizada de algunos productos y servicios que brinda; así como con formatos; y con procedimientos documentados y públicos. Se identifican imperfecciones en la cuantificación, caracterización y focalización de sus poblaciones; no incluye información socio-económica; no es posible conocer la demanda total de servicios ni las características de los solicitantes. No dispone de una estrategia de cobertura documentada.
Padrón de beneficiarios y mecanismos de atención	3.500	La información que recolecta permite conocer a los destinatarios de algunos productos y no se incluye la de carácter socioeconómico; Cuenta con un registro de usuarios integrado en bases de datos; con mecanismos para su depuración y actualización y con procedimientos estandarizados, sistematizados, apegados a la norma y difundidos públicamente; No se asigna una clave única para cada usuario; dificultades para contabilizar al total de personas que utilizan los servicios; información heterogénea.
Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)	2.900	Se ha perfeccionado la MIR, los elementos del resumen narrativo se identifican en sus disposiciones normativas; debilidad en su lógica vertical y horizontal: Las actividades son necesarias pero insuficientes para generar los componentes y éstos insuficientes para generar el propósito, son insuficientes para advertir que los consumidores usan la información para tomar mejores decisiones de compra y conocen sus derechos; ni la medida en que éstos la consideran pertinente, oportuna y veraz.
Presupuesto y rendición de cuentas	3.333	Identifica y cuantifica los gastos en los que se incurre para generar los productos y servicios que ofrece; Desglosa los gastos de operación y de mantenimiento; Dificultad para cuantificar costos unitarios. Cuenta con mecanismos de transparencia y rendición de cuentas; Incluye información sobre su normatividad, sus principales resultados y para monitorear su desempeño; Cuenta con procedimientos para recibir y dar trámite a las solicitudes de acceso a la información.
Complementariedades y coincidencias con otros programas federales		Tiene complementariedad con cuatro programas: dos a cargo de la PROFECO, uno de la COFEPRIS y otro de la CONDUCEF, todos orientados a la protección de los derechos del consumidor.

Principales Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas y Recomendaciones

Tema de evaluación: Diseño	Fortaleza y Oportunidad/Debilidad o Amenaza	Referencia (Pregunta)	Recomendación
Fortaleza y/u Oportunidad			
Justificación de la creación y del diseño del programa	Interés de la institución por sustentar la mejora del programa en procesos de evaluación	Todas	
Justificación de la creación y del diseño del programa	Cuenta con un diagnóstico en el que se identifican causas y efectos, se caracteriza y cuantifica a la población	2	
Justificación de la creación y del diseño del programa	El programa está teórica y empíricamente justificado, atiende a un derecho constitucional	3	
Justificación de la creación y del diseño del programa	Hay estudios que sustentan que el tipo de intervención es más eficiente que otras opciones y hay Interés público por la protección de los derechos del consumidor.	3	
Justificación de la creación y del diseño del programa	El desarrollo de las nuevas tecnologías el contar con unidades administrativas regionales son oportunidades para penetrar en el mercado.	Todas	
Contribución a las metas y estrategias nacionales	El PND contempla la protección de los derechos del consumidor	5	Hacer las previsiones para la alineación del programa a los instrumentos de planeación de la nueva administración.
Contribución a las metas y estrategias nacionales	El consumo y la producción sostenible se incluye en los ODS. El programa está alineado con el programa institucional de la Profeco, el sectorial de economía y el plan nacional de desarrollo y aporta a su cumplimiento.	5,6	
Contribución a las metas y estrategias nacionales	Se vincula con las estrategias transversales de los programas para Democratizar la Productividad; para la Igualdad de Oportunidades y no Discriminación contra las Mujeres y con el Gobierno Cercano y Moderno.	5	
Contribución a las metas y estrategias nacionales	Atiende a los principios establecidos en la Ley Federal de Protección a los Derechos del Consumidor	Todas	
Población potencial, objetivo y mecanismos de elegibilidad	Identifica a sus poblaciones potencial y objetivo.	7	

Población potencial, objetivo y mecanismos de elegibilidad	Cuenta con información sistematizada de algunos productos y servicios que brinda y con formatos para tales fines.	8	
Población potencial, objetivo y mecanismos de elegibilidad	Cuenta con procedimientos documentados y con formatos para brindar los servicios que atienden a las características de la población y son públicos.	12	
Padrón de beneficiarios y mecanismos de atención	La información que recolecta permite conocer a los destinatarios de algunos productos y no se incluye la de carácter socioeconómico.	13	
Padrón de beneficiarios y mecanismos de atención	Cuenta con un registro de usuarios integrado en bases de datos; así como con mecanismos para su depuración y actualización.	13	
Padrón de beneficiarios y mecanismos de atención	Cuenta con procedimientos estandarizados, sistematizados, apegados a la norma y difundidos públicamente	14	
Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)	Se han realizado esfuerzos importantes por perfeccionar el diseño de la MIR	Todas	
Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)	Todos los elementos del resumen narrativo se identifican en sus disposiciones normativas	20	
Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)	El logro del propósito no está controlado por los responsables del programa y la sintaxis es correcta.	18	
Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)	La mayoría de los indicadores incluidos en la MIR son relevantes y se pueden generar a un costo razonable. Los incluidos en las fichas técnicas cumplen con todas las características.	20,21	
Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)	Las metas de los indicadores muestran un resultado favorable con respecto a lo programado	22	
Presupuesto y rendición de cuentas	Identifica y cuantifica los gastos en los que incurre para generar los productos y servicios que ofrece; desglosa los gastos de operación y de mantenimiento.	27	
Presupuesto y rendición de cuentas	Cuenta con mecanismos de transparencia y rendición de cuentas.	28	

Presupuesto y rendición de cuentas	Incluye información sobre su normatividad, sus principales resultados y para monitorear su desempeño.	28	Difundir en los sitios institucionales de internet los indicadores y los resultados del programa evaluado
Presupuesto y rendición de cuentas	Cuenta con procedimientos para recibir y dar trámite a las solicitudes de acceso a la información.	29	
Complementariedades y coincidencias con otros programas federales	Tiene complementariedad con cuatro programas: dos a cargo de la PROFECO, uno de la COFEPRIS y otro de la CONDUCEF, todos orientados a la protección de los derechos del consumidor.	Todas	Concertar acciones con la COFEPRIS y con la CONDUCEF para sumar los esfuerzos y potencializar el programa.
Debilidad o Amenaza			
Justificación de la creación y del diseño del programa	Se generaliza a la población que tiene el problema.	1	Acotar la definición del problema "algunos consumidores no consultan información ..."
Justificación de la creación y del diseño del programa	En la definición de la población se excluyen usuarios o beneficiarios del programa.	1	Perfeccionar la definición de la población, sustituir la variable proxi para definir a la población objetivo, por otra basada en datos históricos de los usuarios y beneficiarios del servicio.
Justificación de la creación y del diseño del programa	El énfasis del árbol de problemas está en el mercado y no en el consumidor; Las causas y efectos son insuficientes para delimitar el problema; imprecisión en los conectores.	2	Fortalecer el árbol de problemas, sus causas y efectos. Disponer de mecanismos institucionalizados para la actualización del diagnóstico.
Justificación de la creación y del diseño del programa	No hay evidencia objetiva de los efectos positivos de los bienes y servicios que brinda el programa	3	Establecer los mecanismos para identificar el impacto en la población de los bienes y servicios que se brindan.
Contribución a las metas y estrategias nacionales	No se identifican conceptos comunes entre el propósito del programa y el objetivo del programa sectorial. Se excluye el conocimiento de los derechos	4	Perfeccionar la vinculación del programa B002 con el programa sectorial, de acuerdo con las nuevas disposiciones normativas.
Población potencial, objetivo y mecanismos de elegibilidad	Modificación de los patrones de consumo y diversidad de necesidades de información.	Todas	
Población potencial, objetivo y mecanismos de elegibilidad	Dificultad para definir a la población objetivo en un programa de demanda abierta.	7	Redefinir las poblaciones con base en los que consultan información y/o utilizan los servicios de la Profeco de forma virtual e impresa.
Población potencial, objetivo y mecanismos de elegibilidad	Imperfecciones en la cuantificación, caracterización y focalización de sus poblaciones.	7	Transitar de la definición de las poblaciones entendidas como personas físicas y morales a la definición de poblaciones como área de enfoque (delegaciones, subdelegaciones, municipios, regiones, etc).

Población potencial, objetivo y mecanismos de elegibilidad	No se dispone de información sistematizada de todos los servicios que brinda; Varía por tipo de servicio y no involucra la socioeconómica; no es posible conocer la demanda total de servicios ni las características de los solicitantes.	8	Perfeccionar la identificación de la demanda de los productos y servicios y las características de los solicitantes. Hacer extensiva la sistematización de la información que se genera en todos los procedimientos involucrados. Conformar un registro único de beneficiarios del programa; identificar los perfiles de los usuarios y sus necesidades de información.
Población potencial, objetivo y mecanismos de elegibilidad	No dispone de una estrategia de cobertura documentada para atender a la población objetivo	10	Definir una estrategia de cobertura que involucre la cuantificación desagregada de sus poblaciones.
Padrón de beneficiarios y mecanismos de atención	No se asigna una clave única y permanente para cada usuario. Dificultades para contabilizar al total de personas que utilizan los servicios.	13	Definir los registros administrativos necesarios para recabar la información de los usuarios de los servicios y productos, que permitan su identificación y contabilización, para conformar un registro único.
Padrón de beneficiarios y mecanismos de atención	La información que se recaba no es homogénea, lo que limita la conformación de un registro único del programa.	13	
Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)	Debilidad en su lógica vertical. Ambigüedad en la redacción	16,17,18,19	
Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)	Las actividades son necesarias pero insuficientes para generar los componentes y éstos insuficientes para generar el propósito.	16,17,18	
Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)	Los elementos son insuficientes para advertir que los consumidores usan la información para tomar mejores decisiones de compra y que conozcan sus derechos; ni la medida en que los usuarios consideran pertinente, veraz y oportuna la información de la PROFECO	20	Se recomienda que todos medios de verificación permitan reproducir los indicadores y constatar los resultados y que éstos sean difundidos en las páginas institucionales de la Profeco.
Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)	Algunos indicadores son inadecuados e imperfectos. No todos los medios de verificación son públicos.	21,23	Definir indicadores complementarios con metas que permitan identificar el nivel de información de los consumidores, así como su percepción sobre la calidad y utilidad de la información que ofrece el programa.
Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)	El logro de las metas es favorable pero su alcance limitado	22	Definir estrategias y metas de mayor alcance que amplíe sustantivamente la cobertura e impacto.
Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)	El análisis horizontal de la MIR muestra que los conjuntos de fin, propósito y medios de verificación son los necesarios y suficientes para calcular los indicadores, pero insuficientes para medir los objetivos; para el conjunto de componentes los medios de verificación son necesarios pero insuficientes para calcular los indicadores.	24	Se formuló una propuesta de mejora de la MIR que incluye en la lógica vertical objetivos para el fin, el propósito, cuatro componentes y 11 actividades. Para la lógica horizontal se propusieron indicadores estratégicos y de gestión de acuerdo con cada nivel del resumen narrativo; se definieron las fórmulas de cálculo, la periodicidad. los medios de verificación.

Presupuesto y rendición de cuentas	Dificultad para establecer el monto destinado a la población atendida, así como para cuantificar los costos unitarios.	27	Definir estrategias que permitan valorar la eficiencia del programa, la relación entre el gasto y los beneficiarios.
------------------------------------	--	----	--

Conclusiones

El programa B002 Generación y difusión de información para el consumidor tiene por objeto promover una cultura de consumo responsable, a través de la difusión de productos informativos en temas de consumo que ayuden a las decisiones de compra de los consumidores; es sin duda un objetivo de gran alcance pero que implica un reto tanto en la definición de sus poblaciones potencial y objetivo como en el diseño de los instrumentos para monitorear y evaluar su alcance.

Para contar con un diseño congruente la Profeco ha realizado diversos esfuerzos que se traducen en evaluaciones de desempeño, de consistencia y resultados, y recientemente la formulación de un diagnóstico robusto del programa. Es así, que la evaluación que hoy nos ocupa se ha centrado en contrastar la medida en la que el diseño que prevalece en el 2018 atiende al objetivo para el que fue creado tomando como referente la Metodología del Marco Lógico, en particular los términos de referencia que para tales fines fueron emitidos.

En términos generales se advierten importantes fortalezas del programa, en primer lugar, su justificación ya que atiende a los principios establecidos en la LFPDC y el dotar de información a los consumidores es una estrategia básica para el desarrollo de otras alternativas; lo anterior aunado al creciente interés por avanzar en la protección de los derechos del consumidor. En segundo lugar, se advierte su alineación y contribución a los principales instrumentos de planeación nacionales, sectoriales e institucionales. Otra fortaleza más se identifica en los procedimientos y en la reconocida calidad de sus productos, así como en la transparencia y la rendición de cuentas.

Entre las principales debilidades destacan algunas imprecisiones en la identificación del problema, sus causas y efectos; en la definición de sus poblaciones potencial y objetivo, su cuantificación, caracterización y focalización, debilidad que impacta en la definición y diseño del resumen narrativo del programa, que se traduce en limitaciones para la medición de su gestión y resultados.

El programa también enfrenta retos en la identificación y cuantificación de la demanda, y en el diseño de una estrategia de cobertura y metas de mayor alcance del programa, ya que su éxito depende en gran medida de la oportunidad, veracidad y utilidad de la información por parte de los consumidores y es desafiado por la acelerada transformación de las tecnologías de información y comunicación y los cambios en los patrones de consumo de la población, entre otros.

El aprovechamiento de las áreas destinadas a los estudios y encuestas sobre el consumo de la población y la satisfacción de los usuarios y de las unidades administrativas regionales pueden contribuir de forma importante a potenciar el alcance del programa y la medición de sus resultados. Así como a desconcentrar las actividades que hasta hoy privilegian las zonas metropolitanas de la Ciudad de México.

El ejercicio de evaluación permitió identificar fragilidad en aspectos de coordinación e integración entre programas y unidades administrativas, que apuntan más a una ejecución basada en esquemas funcionales que en procesos integrales, por lo que es preciso fortalecer una visión integral del quehacer institucional, así como la articulación entre las áreas que intervienen en la ejecución del programa objeto de evaluación y que muestran cierto nivel de aislamiento.

En síntesis, el programa tiene un gran potencial para incidir en la cultura del consumo de la población si logra fortalecer su diseño y orienta sus esfuerzos a que los productos informativos que genera y los servicios que proporciona tengan un mayor alcance y atiendan a las necesidades particulares de información, a las diferencias culturales, sociales, económicas y demográficas y tenga la capacidad para acelerar su transformación y lograr que el cambio sea socialmente perceptible.

Ficha Técnica de la Instancia Evaluadora

Nombre de la instancia evaluadora:

Elizabeth Hernández González

Nombre del coordinador de la evaluación:

Elizabeth Hernández González

Nombres de los principales colaboradores:

Juan Carlos Colín Guadarrama, María Lucía Flores Nava, Elizabeth Irene Sainz Hernández

Nombre de la unidad administrativa responsable de dar seguimiento a la evaluación:

Dirección General de Planeación y Evaluación de la SE/Dirección General de Planeación y Evaluación de la PROFECO

Nombre del titular de la unidad administrativa responsable de dar seguimiento a la evaluación:

Dr. Fernando López Portilla Tostado/Lic. Héctor Alejandro Guitérrez Órdaz

Forma de contratación de la instancia evaluadora:

Adjudicación Directa Electrónica

Costo total de la evaluación:

\$198,000.00

Fuente de financiamiento:

Recursos Fiscales

Bibliografía

- ODM (null). Objetivos del Desarrollo del Milenio(ODM), los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) o la Agenda de Desarrollo Post 2015.. Agenda de Desarrollo Post (2015). Para la respuesta se consideran las siguientes definiciones: Directa: El logro del Propósito es suficiente para el cumplimiento de al menos uno de los Objetivos del Desarrollo del Milenio(ODM), los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) o la Agenda de Desarrollo Post 2015. Indirecta: El logro del Propósito aporta al cumplimiento de al menos uno de los ODM, ODS o Agenda Post; Inexistente: El logro del Propósito no aporta al cumplimiento de al menos uno de los ODM, ODS o Agenda Post.
- PROFECO (2018). Matriz de Indicadores para Resultados 2018 del Programa B002 Generación y difusión de información para el consumidor. Matriz de Indicadores para Resultados (MIR). Procuraduría Federal del Consumidor, Matriz de Indicadores para Resultados 2018 del Programa B002 Generación y difusión de información para el consumidor, archivo en Excel entregado por la instancia evaluada.
- Naciones Unidas y Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (2018). Una oportunidad para América Latina y el Caribe. Otros. Naciones Unidas y Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe, consultado en <http://www.sela.org/media/2262361/agenda-2030-y-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible.pdf>, el 20 de mayo de 2018.
- un.org (2018). objetivos de desarrollo del milenio y más allá del 2015. Otros. Consultado en <http://www.un.org/es/millenniumgoals/global.shtml>, el 20 de mayo de 2018.
- Maldonado Trujillo Claudia, coordinadora (2015). Diagnóstico del Programa B002: Promoción de una Cultura de Consumo Responsable e Inteligente. Otros. Maldonado Trujillo Claudia, coordinadora. Diagnóstico del Programa B002: Promoción de una Cultura de Consumo Responsable e Inteligente, Centro Clear para América Latina y Centro de Investigación y Docencia Económica, A.C, México, 2015, pp. 43-48
- Maldonado Trujillo Claudia, coordinadora., Maldonado Trujillo, Claudia (2015). Informe final de la propuesta de mejora del Programa B002: Promoción de una Cultura de Consumo Responsable e Inteligente. Otros. "Informe final de la propuesta de mejora del Programa B002: Promoción de una Cultura de Consumo Responsable e Inteligente" Centro Clear para América Latina y Centro de Investigación y Docencia Económica, A.C, México, 2015, pp. 30-32
- PROFECO (2018). Encuestas y Sondeos. Resultados de Encuestas. <https://www.gob.mx/profeco/documentos/encuestas-y-sondeos-34675?state=published>.
- PROFECO (2017). Manual de Procedimientos de la Dirección General de Estudios sobre Consumo, México. Manuales de procedimientos. Gobierno de la República, Procuraduría Federal del Consumidor, Manual de Procedimientos de la Dirección General de Estudios sobre Consumo, México, mayo 2017.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2017). Fichas de Monitoreo y Evaluación 2016-2017 de los Programas y Acciones Federales de Desarrollo Social. Otros. CONEVAL 2017, p 182.
- PROFECO (2017). Programa Anual de Actividades 2017 y 2018. . Otros. Gobierno de la República, Procuraduría Federal del Consumidor, Programa Anual de Actividades 2017 y 2018.
- PROFECO, Coordinación General de Educación y Divulgación (2017). Manual de Procedimientos de la Dirección General de Estudios sobre Consumo. Manuales de procedimientos. PROFECO, Coordinación General de Educación y Divulgación, Manual de Procedimientos de la Dirección General de Estudios sobre Consumo, 4 de mayo del 2017.
- PROFECO, Coordinación General de Educación y Divulgación (2016). Manual de Procedimientos de la Dirección General de Difusión. Manuales de procedimientos. PROFECO, Coordinación General de Educación y Divulgación, Manual de Procedimientos de la Dirección General de Difusión, 21 de abril del 2016.
- PROFECO (2012). Manual de Procedimientos de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores. Manuales de procedimientos. PROFECO, Manual de Procedimientos de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, 12 de octubre del 2012.
- PROFECO (2017). Manual de Procedimientos de la Dirección General de Estudios sobre Consumo,. Manuales de procedimientos. PROFECO, Coordinación General de Educación y Divulgación, Manual de Procedimientos de la Dirección General de Estudios sobre Consumo, 4 de mayo del 2017; PROFECO, Coordinación General de Educación y Divulgación, Manual de Procedimientos de la Dirección General de Difusión, 21 de abril del 2016 y PROFECO, Manual de Procedimientos de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, 12 de octubre del 2012.
- PROFECO (2012). Manual de Procedimientos de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, 12 de octubre del 2012. Procedimiento para la Constitución y procuración de Grupos Autogestivos y Asociación de Consumidores.. Manuales de procedimientos. Manuales de procedimientos
- PROFECO (2007). Manual Específico de Organización para Delegaciones y Subdelegaciones. Manuales de procedimientos. Manual Específico de Organización para Delegaciones y Subdelegaciones, 13 de diciembre del 2007. p 32

- PROFECO (2012). Manual de Procedimientos de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores. Manuales de procedimientos. Manual de Procedimientos de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, 12 de octubre del 2012. Procedimiento para la Constitución y procuración de Grupos Autogestivos y Asociación de Consumidores, (formatos I-4-MP-520-01; 1-3 MP 520-01, 1-2 MP 520-01 y 1-1 MP 520-01 y Anexos A, B y C.
- PROFECO (2018). Matriz de Indicadores para Resultados 2018. Matriz de Indicadores para Resultados (MIR). Matriz de Indicadores para Resultados 2018, Ramo 10 Economía, Procuraduría Federal del Consumidor, B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor
- PROFECO (2018). Matriz de Indicadores para Resultados 2018. Matriz de Indicadores para Resultados (MIR). Matriz de Indicadores para Resultados 2018, Ramo 10 Economía, Procuraduría Federal del Consumidor, B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor
- Gobierno de la República, Secretaría de Desarrollo Económico (2018). Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018. Otros. Gobierno de la República, Secretaría de Desarrollo Económico, Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018, p 52.
- Gobierno de la Republica (1992). Ley Federal de Protección al Consumidor. Normatividad aplicable. Gobierno de la República, Ley Federal de Protección al Consumidor, Diario Oficial de la Federación, 24 de diciembre de 1992, sus reformas y adiciones, artículo 1, fracciones II, II y VI.
- PROFECO (2015). Acuerdo por el que se aprueban las modificaciones el Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor 2013-2018. Otros. PROFECO Acuerdo por el que se aprueban las modificaciones el Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor 2013-2018, publicado el 8 de mayo de 2014 publicado en el DOF el 13 de noviembre del 2015, pp. 11 y 12
- Portal Aplicativo de la Secretaría de Hacienda (PASH) (2018). Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial. Página de Internet. Portal Aplicativo de la Secretaría de Hacienda (PASH) Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial; Porcentaje de la población encuestada a la que le haya sido útil la información ofrecida por al menos dos programas o productos informativos de la Profeco; Porcentaje del grado de cobertura nacional en la plataforma digital; Porcentaje de tendencia de consulta en la plataforma digital; Porcentaje de cobertura nacional de la población atendida; Porcentaje de tendencia de la participación en las sesiones de consumo; Porcentaje de entrega de productos informativos realizados; Porcentaje del número de productos informativos realizados; Porcentaje de cumplimiento al Programa Anual de Actividades de Estudios sobre Consumo; Porcentaje de actualización del padrón de grupos de consumidores; Porcentaje del número de productos realizados para plataforma digital
- Schwab Klaus y Xavier Sala-i-Martin (2018). The Global Competitiveness Report 2017–2018. Página de Internet. Schwab Klaus y Xavier Sala-i-Martin. The Global Competitiveness Report 2017–2018, World Economic Forum, 2017, consultado en <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>, el 5 de junio de 2018.
- Gobierno de la República (2018). Encuesta sobre los servicios de la Coordinación General de Educación y Divulgación. pdf. Página de Internet. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/315023/Encuesta_sobre_los_servicios_de_la_Coordinaci_n_General_de_Educaci_n_y_Divulgaci_n.pdf, el 5 de junio de 2018.
- Claudia Maldonado Trujillo (2015). Informe final de la propuesta de mejora del Programa B002: Promoción de una Cultura de Consumo Responsable e Inteligente, Centro de Investigación y Docencia Económica y Centro CLEAR para América Latina. Otros. Maldonado Trujillo, Claudia, coordinadora. Informe final de la propuesta de mejora del Programa B002: Promoción de una Cultura de Consumo Responsable e Inteligente, Centro de Investigación y Docencia Económica y Centro CLEAR para América Latina, 1º de diciembre del 2015.
- Gobierno de la República (2018). Información relevante de transparencia. Página de Internet. <https://www.gob.mx/profeco/> y http://portaltransparencia.gob.mx/pot/informacionRelevante/showBusqueda.do?method=begin&_idDependencia=10315, consultadas el 9 de junio de 2018.
- Gobierno de la República (2018). Información relevante de transparencia. Página de Internet. Disponibles en la ligas electrónicas: <https://profeco.gob.mx/juridico/normateca.asp> y http://portaltransparencia.gob.mx/pot/marcoNormativo/buscar.do?method=buscar&_idDependencia=10315#resultados, consultadas el 8 de junio de 2018.
- Gobierno de la República (1992). Diario Oficial de la Federación. Otros. Publicada en el Diario Oficial de la Federación, 24 de diciembre de 1992, sus reformas y adiciones.
- Gobierno de la República (2006). Diario Oficial de la Federación. Otros. Publicado en el Diario Oficial de la Federación, 3 de agosto de 2006, sus reformas y adiciones.
- Gobierno de la República (2004). Diario Oficial de la Federación. Otros. Publicado en el Diario Oficial de la Federación,

16 de julio de 2004, sus reformas y adiciones.

Gobierno de la República (2006). Diario Oficial de la Federación. Otros. Publicado en el Diario Oficial de la Federación, 10 de julio de 2006, sus reformas y adiciones.

Gobierno de la República (2004). Reglamento de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, Diario Oficial de la Federación. Otros. Entendido como el conjunto de acciones de orientación, educación, muestreo, verificación y, en su caso, aplicación de medidas de seguridad y sanciones, con la participación de los productores, comercializadores y consumidores. Artículo 2 fracción II del Reglamento de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, Diario Oficial de la Federación, 13 de abril de 2004.

Gobierno de la República (1999). Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, Diario Oficial de la Federación. Otros. Artículo 11 fracción XIV de la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, Diario Oficial de la Federación, 18 de enero de 1999, sus reformas y adiciones.

CIDE (2015). Árbol de problemas en Informe final Diagnóstico del Programa B002 “Promoción de una Cultura de Consumo Responsable e Inteligente. Árbol de problema del programa. Regional Center for Learning on Evaluation and Results (CLEAR)

CIDE (2015). Informe final Diagnóstico del Programa B002 “Promoción de una Cultura de Consumo Responsable e Inteligente. Diagnósticos. Regional Center for Learning on Evaluation and Results (CLEAR)

CIDE (2015). Informe final Diagnóstico del Programa B002 “Promoción de una Cultura de Consumo Responsable e Inteligente. Diagnósticos. Regional Center for Learning on Evaluation and Results (CLEAR)

CIDE, CLEAR, Maldonado Trujillo, Claudia, (2015). Informe final de la propuesta de mejora del Programa B002: Promoción de una Cultura de Consumo Responsable e Inteligente. Informes de evaluaciones externas. Procuraduría Federal del Consumidor pp 10-11

PROFECO (2018). Ley Federal de Protección al Consumidor, Artículo I fracciones II y III. Normatividad aplicable. DOF, 11 enero de 2018.

OCDE (null). Consumer Policy Toolkit DOI. Otros. <https://doi.org/10.1787/9789264079663-sum-es>

CIDE, CLEAR, Maldonado Trujillo, Claudia (2015). Informe final de la propuesta de mejora del Programa B002: Promoción de una Cultura de Consumo Responsable e Inteligente. Informes de evaluaciones externas. Procuraduría Federal del Consumidor pp 10-11

OECD (null). consumer-policy-instruments. Otros. oecd-ilibrary.org/governance/consumer-policy-toolkit/consumer-policy-instruments_9789264079663-7-en#page4

Jin Ginger and Philipe Leslie (2003). The effect of information on product quality Evidence of Hygiene Restaurant Grade Cards. Otros. Jin Ginger and Philipe Leslie “The effect of information on product quality Evidence of Hygiene Restaurant Grade Cards” (2003)

OECD (2014). Recommendation on consumer policy decision making. Otros. OECD Recommendation on consumer policy decision making, Marzo 2014.

Procuraduría Federal del Consumidor (2018). Matriz de Indicadores para Resultados 2018 del Programa B002 Generación y difusión de información para el consumidor. Árbol de problema del programa. archivo en Excel entregado por la instancia evaluada.

Secretaría de Economía (2013). Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018 . Otros. Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018 pp52-53

PROFECO (2014). ACUERDO por el que se aprueban las modificaciones el Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor 2013-2018. Otros. publicado el 8 de mayo de 2014. DOF

Gobierno de la República (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Otros. Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, 137-138.

Gobierno de la República (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Otros. Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, 79-80.

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2016). Fichas de monitoreo y evaluación 2016-2017 de los programas y acciones federales de desarrollo social; del Programa Generación y difusión de información para el consumidor. Otros. Fichas de monitoreo y evaluación 2016-2017 de los programas y acciones federales de desarrollo social; del Programa Generación y difusión de información para el consumidor

Gobierno de la República, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Comité Nacional de Productividad (2013). Programa para Democratizar la Productividad 2013-2018.. Otros. Gobierno de la República, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Comité Nacional de Productividad, Programa para Democratizar la Productividad 2013-2018.

Gobierno de la República, Instituto Nacional de las Mujeres (2013). Programa Nacional para la Igualdad de Oportunidades y no Discriminación Contra las Mujeres 2013-2018. Otros. Gobierno de la República. Instituto



Nacional de las Mujeres, Programa Nacional para la Igualdad de Oportunidades y no Discriminación Contra las Mujeres 2013-2018

Gobierno de la República (2016). Programa para un Gobierno Cercano y Moderno. Otros. Programa para un Gobierno Cercano y Moderno, 5 de mayo del 2016.