ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

PROFECO

PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR

Informe Anual 2015

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

PROFECO

PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR

Informe Anual
2015

PROFECO

PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

ÍNDICE

1. Presentación 19

2. Servicios 23
2.1. Teléfono del consumidor 23
2.1.1. Teléfono del consumidor en línea 24
2.1.2. Programa de citas por teléfono (procitel) 25
2.1.3. Usuarios atendidos en los módulos de Asesoría e información 25
2.1.4. Quejas y conciliación 25
2.2. Concilianet 28
2.3. Registro público de contratos de adhesión 28
2.4. Registro público de casas de empeño (rpce) 30
2.5. Registro público para evitar publicidad (repep) 30
2.6. Dictamen 32
2.7. Procedimientos por infracciones a la ley federal de Protección al consumidor (pil) 34
2.8. Publicidad 35
2.9. Revisión previa de la publicidad o copy advice 35
2.10. Arbitraje 35
2.11. Logros de la subprocuraduría de servicios 2015 36
2.11.1. Datos abiertos de la subprocuraduría de servicios 36
2.11.2. Implementación del registro público para evitar Publicidad (repep) en línea 36

2.11.3. Implementación del nuevo programa call center elite multichannel del teléfono del consumidor 36
2.11.4. Carta de derechos mínimos de los usuarios de los Servicios de telecomunicaciones 37
2.11.5. Operar el convenio cfe-profeco-fide 37
2.11.6. Mejorar la plataforma de conciliaNet 38
2.11.7. Publicación de la sección ¡entérate! 38
2.11.8. Diseño de contratos tipo y envío de oficios De invitación a sectores relevantes 38
2.11.9. Conciliaexprés 39

3. Verificación 41
3.1. Verificación y vigilancia 41
3.1.1. Logros y cifras alcanzadas en 2015 41
3.1.2. Productos básicos 46
3.1.3. Servicio de análisis de etiquetado y de Verificación a petición de parte (calibración) 47
3.1.4. Verificación de básculas de alto alcance de medición .. 48
3.1.5. Seguridad de productos 48
3.1.6. Luces navideñas 48
3.1.7. Juguetes réplicas de armas de fuego 49
3.1.8. Bebidas alcohólicas 50
3.1.9. Productos lácteos 50
3.2. Verificación de combustibles líquidos y gas licuado De petróleo 55

3.2.1. Gasolina y diésel 55
3.2.2. Gas LP 58
3.2.3. Supervisión al personal de verificación 58
3.2.4. Servicio de ajuste por calibración en materia De combustibles 59
3.2.5. Procedimientos por infracciones a la ley en Materia de combustibles 59
3.3. Laboratorio nacional de protección al consumidor 59
3.3.1. Los estudios 60
3.3.2. Verificación 62
3.3.3. Servicio externo 63
3.3.4. Evitando el engaño a las y los consumidores 63
3.3.5. Contribución a la normatividad 64

4. Jurídico 67
4.1. Procesos de representación colectiva 68
4.2. Jurídico consultivo 69
4.2.1. Enlace legislativo 70
4.2.2. Reformas a la LFPC y otros instrumentos asociados 70
4.2.3. Contratos y convenciones institucionales 72
4.2.4. Derechos humanos 72
4.3. Defensa de actos de autoridad 73
4.3.1. Demandas y sentencias en juicios de nulidad 73
4.3.2. Juicios de amparo indirecto 75
4.3.3. Juicios laborales 75

4.3.4. Denuncias penales 76
4.4. Profeco en el ámbito internacional 76
4.4.1. Asuntos internacionales 76
4.4.1.1. Participación bilateral 77
4.4.1.2. Participación multilateral 78

5. Educación y divulgación 81
5.1. Coordinación general de educación y divulgación 81
5.1.1. Revista del consumidor 82
5.1.2. Radio y televisión 82
5.1.3. Difusión en internet 84
5.1.3.1. Redes sociales 84
5.1.4. Difusión en medios impresos 85
5.1.5. Campañas de difusión 86
5.2. Educación y organización de consumidores 87
5.2.1. Manual de educación para el consumo 87
5.2.2. Guías de educación para el consumo 88
5.2.3. Folletos 89
5.2.4. Colaboración con otras dependencias 89
5.2.5. Colaboración interinstitucional 89
5.2.5.1. Secretaría de Salud del Distrito Federal 89
5.2.5.2. Instituto nacional del emprendedor (inadem), Red de apoyo al emprendedor 89
5.2.5.3. Instituto de investigaciones jurídicas (unam) 89

5.2.5.4. Instituto latinoamericano de comunicación Educativa (ilce) 91
5.2.6. Otros proyectos 92
5.2.6.1. Ferias de regreso a clases 2015 92
5.2.6.2. Foros en línea para promotores de profeco En toda la república mexicana 92
5.2.6.3. Reto mx: héroes saludables 92
5.2.6.4. Museo itinerante de pequeños consumidores 93
5.2.7. Programa nacional de tecnologías Domésticas profeco 2015 94
5.2.8. Acciones de educación para el consumo 95
5.2.9. Apoyo a organizaciones de la sociedad civil y Organizaciones sociales 97
5.2.9.1. Reuniones con organizaciones de la sociedad civil 98
5.2.9.2. Sección odcs. Organizaciones de consumidores En la revista del consumidor 98
5.2.9.3. Participación en ferias 99
5.2.10. Capacitación 101
5.2.10.1. Organizaciones empresariales y entidades Proveedoras de bienes y servicios 101
5.2.11. Consejo consultivo de consumo (ccc) 104
5.2.12. Consejos consultivos de consumo estatales 105
5.3. Estudios sobre consumo 107
5.3.1. Quién es quién en los precios (qqp) 108
5.3.2. Quién es quién en el envío de dinero (qqed) 109

5.3.3. Monitoreo de tiendas virtuales 109
5.3.4. Brújula de compra 110
5.3.5. Artículos para la revista del consumidor 111
5.3.6. Encuestas y sondeos 112
5.3.6.1. El buen fin 112
5.3.6.2. Amas de casa vigilantes 113

6. Telecomunicaciones 115
6.1. Actividades 115
6.2. Quejas de telecomunicaciones 123
6.3. Procedimientos por infracciones a la ley 124
6.4. Publicidad engañosa 125
6.5. Contratos de adhesión 125
6.6. Dictámenes 126
6.7. Aspectos a destacar de la subprocuraduría de telecomunicaciones 126
6.8. Transparencia 127

7. Nuestra institución 129
7.1. Delegaciones 129
7.1.1. Presencia nacional de la profeco 129
7.1.2. Enlace de las delegaciones y subdelegaciones con Las unidades administrativas de profeco 130
7.1.3. Convenios de colaboración con los tres órdenes De gobierno 130

7.1.4. Reuniones nacionales....131
7.1.5. Capacitaciones regionales 132
7.2. Planeación y evaluación 132
7.2.1. Modificación del programa nacional de protección de los derechos del consumidor 2013-2018 (pnpdc).... 132
7.2.3. Programa anual de actividades (paa) 2015.... 134
7.2.4. Seguimiento, monitoreo y evaluación a las matrices De indicadores para resultados 2015 (mir´s) 134
7.2.5. Evaluaciones externas de programas presupuestarios..135
7.2.6. Seguimiento a aspectos susceptibles de mejora (asm) . 136
7.2.7. Centro de documentación (cedoc) 137
7.3. Comunicación social.... 138
7.3.1. Actividades.... 138
7.3.2. Objetivos.... 139
7.4. Administración.... 140
7.4.1. Recursos materiales y servicios generales 148
7.4.2. Tecnologías de la información y comunicaciones.... 163
7.4.3. Recursos humanos 164
7.4.4. Programación, organización y presupuesto....167

Listado de siglas y acrónimos 185

ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICAS Y ANEXOS

Tablas pág.
Tabla 1. Servicios proporcionados en el teléfono del consumidor 2014-2015 23
Tabla 2. Numeralia conciliaNet 28
Tabla 3. Cumplimiento de metas de indicadores estratégicos 2015 y 2014 45
Tabla 4. Resumen de acciones de verificación profeco 2015 45
Tabla 5. Calibraciones 2014 y 2015 47
Tabla 6. Programas de verificación profeco 2014-2015 51
Tabla 7. Variantes de tramitación del juicio de nulidad 74
Tabla 8. Sentencias notificadas durante 2014 y 2015 74
Tabla 9. Procesos ante juzgados de distrito 2014 y 2015 (Juicios de amparo indirecto) 76
Tabla 10. Comparativo de juicios laborales 2014-2015 76
Tabla 11. Denuncias por hechos o actos en agravio de esta institución 76
Tabla 12. Vinculaciones recibidas de la red de apoyo al emprendedor Para el producto de proveedor responsable 2015 89
Tabla 13. Feria de regreso a clases 2015 92
Tabla 14. Programa nacional de tecnologías domésticas profeco 2015 95
Tabla 15. Resultados alcanzados (enero- diciembre 2015) 96
Tabla 16. Organizaciones de la sociedad civil registradas en El padrón de la dgeoc 2015 97
Tabla 17. Contenido de la sección organizaciones de consumidores Odcs de la revista del consumidor 2015 99
Tabla 18. Emprendedoras y emprendedores atendidos por la coordinación General de educación y divulgación durante la semana Nacional del emprendedor 100
Tabla 19. Registro de capacitaciones a entidades proveedoras 2015 102
Tabla 20. Consejos estatales consultivos instalados en 2015 106
Tabla 21. Precios captados y suscriptores del quién es quién en los precios 108
Tabla 22. Número de sitios monitoreados mtv 110
Tabla 23. Levantamientos de precios para la revista del consumidor, 2015 111
Tabla 24. Encuestas y sondeos 2015 112

Tabla 25. Resultados del levantamiento de precios durante el buen fin 2015.....113
Tabla 26. Resultados por día del levantamiento de precios durante El buen fin 2015 113
Tabla 27. Principales proveedores con quejas telecomunicaciones.....123
Tabla 28. Atención y seguimiento a las solicitudes de transparencia Durante el año 2015, con corte, 31 de diciembre de 2015.....127
Tabla 29. Comportamiento de evaluaciones al portal de obligaciones De transparencia.....127
Tabla 30. Presencia nacional de la profeco.....129
Tabla 31. Convenios celebrados en el ejercicio 2015.....131
Tabla 32. Reuniones nacionales.....131
Tabla 33. Programa de capacitaciones regionales.....132
Tabla 34. Índice de efectividad en la protección y promoción de Los derechos del consumidor 134
Tabla 35. Evaluaciones realizadas a programas presupuestarios de La profeco en 2015.....135
Tabla 36. Metas programadas en 2015.....139
Tabla 37. Clasificación de impactos informativos captados en 2015.....140
Tabla 38. Encuestas aplicadas de autoevaluación del scii de la profeco.....141
Tabla 39. Acciones y resultados del programa de trabajo de control interno 2015 142
Tabla 40. Resultados alcanzados por el programa de trabajo de administración de riesgos 2015.....144
Tabla 41. Informe trimestral del programa anual de adquisiciones, Arrendamientos y servicios.....149
Tabla 42. Contratos de prestación de servicios 2015 151
Tabla 43. Cursos de inducción de protección civil impartidos.....152
Tabla 44. Cuenta contable del activo fijo 156
Tabla 45. Programa anual de disposición final de bienes muebles 2015.....157
Tabla 46. Determinación del valor de los inmuebles propiedad de la profeco ...162

Gráficos

Gráfica 1. Quejas ingresadas a nivel nacional, 2014-2015.....26
Gráfica 2. Top 10 de los proveedores con más quejas a nivel nacional en 2015 27
Gráfica 3. Top 10 de los sectores con más quejas a nivel nacional en 2015 27

Gráfica 4. Contratos de adhesión registrados a nivel nacional, 2014-2015 29
Gráfica 5. Top 5 de los contratos con más registros en 2015 (% Respecto al total) 29
Gráfica 6. Numeralia registro público de casas de empeño, 2014-2015 30
Gráfica 7. Número inscritos en el repep, 2014-2015 31
Gráfica 8. Denuncias recibidas de números inscritos en el repep, 2014-2015 31
Gráfica 9. Numeralia dictamen, 2014-2015 32
Gráfica 10. Sectores con mayor número de dictámenes solicitados en 2015 por las delegaciones y subdelegaciones 33
Gráfica 11. Delegaciones que solicitaron más dictámenes en 2015 33
Gráfica 12. Causas de inmovilización 2015 57
Gráfica 13. Comparativo de pruebas realizadas 2014-2015 63
Gráfica 14. Análisis de información soporte de frases publicitarias 2014 - 2015 64
Gráfica 15. Consultas jurídicas 69
Gráfica 16. Enlace legislativo 70
Gráfica 17. Reformas al estatuto orgánico de la procuraduría Federal del consumidor 71
Gráfica 18. Contratos y convenios profeco 2015 72
Gráfica 19. Requerimientos de la cndh 73
Gráfica 20. Comparativo sentencias años 2014 y 2015 75
Gráfica 21. Estado procesal quejas telecomunicaciones sept a dic 2015 123
Gráfica 22. Quejas por tipo de servicio septiembre a diciembre 2015 124
Gráfica 23. Estado de los procedimientos por infracciones a la ley 124
Gráfica 24. Requerimientos emitidos para modificación de publicidad 125
Gráfica 25. Estado procesal de contratos de adhesión 125
Gráfica 26. Estado de dictámenes solicitados 126
Gráfica 27. Servicios generales del centro de documentación en 2015 137
Gráfica 28. Tendencia informativa 2015 140

Imágenes

Imagen 1. Cuadro estudios de calidad realizados durante el año 2015 60
Imagen 2. Revistas del consumidor 2015 82
Imagen 3. Revista del consumidor en facebook 85
Imagen 4. Revista del consumidor en youtube 85
Imagen 5. Convenio cfe-profeco-fide 86

Imagen 6. Firma del convenio CFE-PROFECO-FIDE 87
Imagen 7. Manual de educación para el consumo, en el 2015 88
Imagen 8. Mesa de discusión en el foro de consumo saludable de los niños y niñas 90
Imagen 9. Cartel promocional del foro de consumo saludable De los niños y niñas 2015 91
Imagen 10. Instituto latinoamericano de comunicación educativa (ilce) 91
Imagen 11. Niños y niñas en la sección el ágora del museo itinerante de Pequeños consumidores en Culiacán, Sinaloa 93
Imagen 12. Niños y niñas en la sección el mini maratón del museo Itinerante de pequeños consumidores en Culiacán, Sinaloa 94
Imagen 13. Formato electrónico de inscripción al padrón de OSC de la Dirección general de educación y organización de consumidores 97
Imagen 14. Entrada principal al evento de la semana nacional del emprendedor, edición 2015 100
Imagen 15. Personal de la dirección general de educación y organización De consumidores dando una capacitación a los emprendedores En la semana nacional del emprendedor, edición 2015 101
Imagen 16. Personal de la dirección general de educación y organización De consumidores dando una capacitación a la CANADEVI y Fovissste en 2015 102
Imagen 17. Asistentes a la capacitación de la CANIPEC en 2015 103
Imagen 18. Personal de la dirección general de educación y organización De consumidores dando una capacitación a la CANIPEC en 2015 103
Imagen 19. Logotipo de los consejos consultivos de consumo estatales 105
Imagen 20. Personal subprocuraduría de telecomunicaciones 115
Imagen 21. Curso de introducción a las telecomunicaciones y sus Aspectos legales 116
Imagen 22. Sesión de capacitación, 14 de octubre de 2015 116
Imagen 23. Reunión de trabajo con servidores públicos de la SCT y La PROFECO en el Senado de la República 117
Imagen 24. Formato de credencial para verificador de la subprocuraduría de telecomunicaciones de la PROFECO 119
Imagen 25. Micrositio de la subprocuraduría de telecomunicaciones De la PROFECO 120

Imagen 26. Cuarta reunión nacional de delegados y subdelegados 121
Imagen 27. Cartel de la carta de derechos mínimos de los usuarios
De servicios de telecomunicaciones 121
Imagen 28 y 29. Prácticas en primeros auxilios y evacuación 152
Imagen 30, 31, 32, 33, 34 y 35 cursos y prácticas en primeros auxilios.....153
Imagen 36 y 37. Cursos y prácticas en búsqueda y rescate 154
Imagen 38 y 39. Cursos y practicas prevención y control de incendios 154
Imagen 40 y 41. Uso y manejo de extintores 155
Imagen 42 y 43. Uso y manejo de camilla.....155
Imagen 44 y 45. Trabajos de mantenimiento a oficinas de la dirección general
adjunta de casas de empeño.....160

Imagen 46 y 47. Trabajos de mantenimiento a oficinas de la dirección general
de difusión.....160
Imagen 48 y 49. Trabajos de mantenimiento a plantas de emergencia
y equipo de bombeo de oficinas centrales..... 161
Imagen 50 y 51. Trabajos de mantenimiento y conservación de drenaje pluvial y
sanitario en conjunto toltecas de la procuraduría federal
del consumidor 162

Anexos
Anexo 1. Avance en los indicadores del programa presupuestario:
B002 promoción de una cultura de consumo responsable e inteligente ..169
Anexo 2. Avance en los indicadores del programa presupuestario:
E005 protección de los derechos de los consumidores y
El desarrollo del sistema nacional de protección al consumidor 173
Anexo 3. Avance en los indicadores del programa presupuestario:
G003 vigilancia del cumplimiento de la normatividad aplicable
y fortalecimiento de la certeza jurídica en las relaciones
Entre proveedores y consumidores.....178

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

PRESENTACIÓN

La Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), como organismo encargado de proteger y promover los Derechos del Consumidor, garantiza la seguridad jurídica, dentro del marco normativo de los Derechos Humanos reconocidos para la población consumidora y en cumplimiento del objetivo de procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre las y los proveedores y la población consumidora.

A lo largo de los primeros tres años del sexenio, la Procuraduría Federal del Consumidor ha emprendido una serie de acciones a favor de las y los consumidores, con el objetivo de impactar positivamente en su economía. En principio, se reconoce el esfuerzo emprendido por el Gobierno de la República al incorporar por primera vez la protección de los derechos del consumidor al Plan Nacional de Desarrollo, y posteriormente, la implementación de reformas estructurales en materias financiera, energética, competencia económica y, de manera particular, la de telecomunicaciones, que ponen en evidencia el compromiso en favor de las consumidoras y los consumidores.

La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), a lo largo de 37 años, ha alcanzado su madurez institucional, colocándola a la vanguardia a nivel internacional en el impulso del respeto a los derechos humanos del consumidor a través de su profesionalismo, honradez y trabajo.

Prueba de ello han sido los avances que a lo largo de 2015 ha presentado la Procuraduría, para mejorar la economía de las familias mexicanas, así como su aportación a un México incluyente que dote a las y los consumidores la posibilidad de expresar su opinión en el mercado, protegiéndolos de prácticas inseguras y poco equitativas que impactan directamente en su capacidad de obtener productos y servicios de buena calidad y a precios justos.

En 2015 la Procuraduría Federal del Consumidor modernizó sus sistemas de atención y procuración de justicia de los derechos del consumidor, con acciones enfocadas a solventar las asimetrías en las relaciones de consumo, así como la creación de la nueva Subprocuraduría de Telecomunicaciones, que surge a partir de la modificación al Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) publicada en el DOF, el 7 de septiembre de 2015, que formalizó la creación de la Subprocuraduría de Telecomunicaciones. Esta nueva Subprocuraduría incorporó esquemas integrales de atención al público y resolución de quejas, así como las funciones de verificación, análisis de publicidad, acciones colectivas, registro de contratos de adhesión, entre otros. Su población objetivo corresponde a suscriptores de telefonía móvil, usuarios de Internet, de telefonía fija y de televisión restringida.

De septiembre a diciembre de 2015, la PROFECO recibió 1,755 quejas relacionadas con el tema de telecomunicaciones, de las cuales 565 fueron radicadas provenientes de la plataforma informática Concilianet, alcanzándose 98% de conciliación, mediante los cuales recuperó más de 661 mil pesos en favor de los consumidores.

En ese mismo año se interpusieron cuatro acciones colectivas; una contra una empresa inmobiliaria; dos contra empresas de espectáculos por la cancelación de conciertos, y una más contra una empresa por incumplimientos en entregas de muebles de línea. Asimismo, se llevó a cabo la promoción de siete acciones de reparación de daños y perjuicios, por un monto de aproximadamente 82.25 millones de pesos, en representación de 8,477 consumidores, contra empresas muebleras, de telefonía móvil; aerolíneas e inmobiliarias. Asimismo, se promovieron dos incidentes de ejecución de sentencia contra inmobiliarias por más de 103.3 millones de pesos, de manera conjunta en representación de 362 consumidores.

En 2015 se dio seguimiento a tres concursos mercantiles por incumplimiento en la entrega de viviendas y se consiguió la carta de satisfacción de la entrega de ocho viviendas, lo que representó una recuperación de más de 3 millones de pesos a favor de los afectados.

En un juicio de acción colectiva, la PROFECO y una empresa de telefonía móvil presentaron en junio de 2015, ante la autoridad judicial, un convenio de conformidad con lo establecido en el artículo 595 del Código Federal de Procedimientos Civiles, que acredita la bonificación de 309.6 millones de pesos por parte de la empresa a más de 14 millones de usuarios afectados.

La implementación de acciones de verificación, vigilancia y atención de denuncias ciudadanas durante el Programa El Buen Fin 2015, permitió atender 754 denuncias y la recuperación de más de 1.8 millones de pesos en favor del consumidor. De igual manera, en 2015 se realizaron 105,256 visitas de verificación a establecimientos a nivel nacional, permitiendo verificar 24.7 millones de productos, de los cuales se inmovilizaron 768,273 por incumplimientos a las Normas Oficiales Mexicanas. En relación con la verificación de productos básicos, durante 2015 se registraron 38,017 visitas de verificación a nivel nacional. Por último, se verificaron 23% de las estaciones de servicio conforme al padrón de PEMEX, con la revisión de un total de 43,505 instrumentos de medición (mangueras) y la inmovilización de 4,839.

En materia de procedimientos y sanciones a establecimientos derivados de las acciones de verificación, en 2015 iniciaron 15,538 procedimientos en contra de proveedores por infracciones a la ley y normatividad aplicable, y se emitieron 16,394 resoluciones administrativas, mediante las cuales se impusieron sanciones por 263.8 millones de pesos.

La PROFECO durante el 2015 mantuvo presencia aleatoria y rotativa en 49 aduanas aeroportuarias, marítimas y fronterizas del país.

En octubre de 2015, se fortaleció la protección al consumidor y se fomentó la participación de la ciudadanía en los temas de protección al consumo, al instalar 26 Consejos Consultivos de Consumo Estatales.

En 2015, el Gobierno de la República prosiguió el desarrollo del Sistema Nacional de Protección al Consumidor, y en consecuencia, la PROFECO celebró 64 convenios de colaboración con instituciones públicas nivel local, estatal y del ámbito federal; así como tres convenios con entidades de protección al consumidor en el ámbito internacional.
Los servicios de asesoría e información a través del Teléfono del Consumidor, en 2015 registraron 488,507 llamadas atendidas y la plataforma Concilianet, operó con 94 proveedores de bienes y servicios y durante 2015, recibió 6,547 quejas, con un porcentaje de conciliación de 95% y recuperando 14 millones de pesos, 1% más del monto reclamado y 14.5% más en términos reales que en 2014.
El Portal del Consumidor y la Revista del Consumidor en Línea fueron visitados en más de 3.3 millones de ocasiones y fueron consultadas más de 7 millones de páginas mantenido su utilidad como espacios virtuales de información que orientan a los consumidores y proveedores en el ejercicio de sus derechos.

Para comparar precios y tomar decisiones de compra de manera informada, el Programa Quién es Quién en los Precios publicó más de 2,300 precios al menudeo de productos de consumo generalizado, recopilados diariamente en más de 2,800 establecimientos y operando en 53 ciudades del país, captando y difundiendo más de 16.2 millones de precios de productos.

A fin de contribuir con el establecimiento del Acuerdo Nacional para la Protección de los Derechos de los Consumidores, en 2015 se incrementó la difusión de la cultura de consumo responsable y la prevención de riesgos, así como el evitar prácticas comerciales abusivas. La PROFECO celebró 32 nuevos convenios de colaboración y 20 modificatorios con proveedores, dos con cámaras de grupos empresariales y 11 con miembros de la sociedad civil.

En suma, el esfuerzo a lo largo de 2015 ha dejado logros que impactan positivamente en la economía de las y los consumidores a través de la defensa y protección de sus derechos, por lo que con gusto dejamos cuenta de nuestra labor institucional en este informe de actividades, en el que podrán consultarse a detalle estas acciones.

2. SERVICIOS

La Subprocuraduría de Servicios protege y promueve los derechos de los consumidores a través de mecanismos que permiten impulsar la legalidad y certeza en las relaciones de consumo. Con la finalidad de prevenir y salvaguardar posibles afectaciones a sus derechos y de combatir prácticas comerciales abusivas se asesora a las y los consumidores, se reciben y gestionan las quejas en materia de consumo y las denuncias en materia de publicidad.

Además, se monitorea la publicidad de los medios masivos de comunicación, se registran los números telefónicos para evitar llamadas publicitarias no deseadas, se supervisan los procedimientos de conciliación, se registran o cancelan los contratos de adhesión y se registran o refrendan las casas de empeño.

También, la Subprocuraduría de Servicios está facultada para iniciar procedimientos por infracciones a la Ley en materia de servicios, ya sea de oficio o a través de una denuncia por publicidad; y para fungir como árbitro entre el consumidor-proveedor y de emitir un dictamen.

2.1. TELÉFONO DEL CONSUMIDOR

El Teléfono del Consumidor (Telcon) es el principal medio de la Procuraduría para atender las solicitudes de información y asesoría de la población consumidora en toda la República Mexicana. El Telcon atiende llamadas que solicitan asesoría e información respecto a comparativos de precios, estudios de calidad, tecnologías domésticas, comportamientos comerciales de los proveedores, suscripción a la Revista del Consumidor, captación de denuncias contra establecimientos comerciales y publicidad engañosa y agenda citas para la presentación de su queja en la Delegación, Subdelegación o Unidad de Servicio correspondiente.

Hoy en día se atienden solicitudes vía telefónica, de manera personal a través de la oficina de Contacto Ciudadano, por escrito, mediante chat, correo electrónico y en Internet desde la página del Teléfono del Consumidor en Línea.

Los resultados obtenidos de los servicios proporcionados en el Teléfono del Consumidor durante 2015, se presentan en la siguiente tabla:

TABLA 1. SERVICIOS PROPORCIONADOS EN EL TELÉFONO DEL CONSUMIDOR 2014-2015

CONCEPTO	2014	2015
Consultas recibidas	578,344	596,565
Consultas atendidas	549,005	586,776
Llamadas recibidas	493,352	498,296
Llamadas atendidas	464,013	488,507
Asesorías	77,249	84,581
Consultas atendidas por agente	796	818
Solicitudes atendidas de comportamiento comercial de proveedores	1,995	1,677
Citas agendadas a nivel nacional (Procitel)	37,149	32,756

Fuente: Cifras 2014-2015 generadas en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), Avaya CMS Supervisor, administrados por Profeco.

En 2015 la atención proporcionada en el Telcon presentó un crecimiento en comparación al año inmediato anterior de 3.4 puntos porcentuales obteniendo un 98.36% sobre un 94.93%. Esto es reflejo del incremento del 7% de consultas atendidas en 2015 respecto a 2014.

2.1.1. TELÉFONO DEL CONSUMIDOR EN LÍNEA

A través de la plataforma digital del Teléfono del Consumidor en Línea (telefonodelconsumidor.gob.mx) se ofrece un servicio alternativo y moderno para la población consumidora que busca la rapidez y comodidad de la atención en línea. En este sitio se brindan los mismos servicios que en el Teléfono del Consumidor tradicional desde cualquier dispositivo conectado a Internet.

En 2015 el portal recibió un 52% más de visitas que el año inmediato anterior, es decir ingresaron 223,666 veces al sitio. De ese total se atendieron 35,708 consultas vía chat, y se agendaron 5,651 citas en línea para acudir a alguna Delegación, Subdelegación o Unidad de Servicio a recibir asesoría y en su caso a presentar su queja.

2.1.2. PROGRAMA DE CITAS POR TELÉFONO (PROCITEL)

A través del Teléfono del Consumidor en 2015 se programaron 32,756 citas para acudir a las Delegaciones, Subdelegaciones y Unidades de Servicio de Profeco a presentar su queja y, en su caso, a resolverla por medio de la conciliación inmediata. En este sentido, el 33% de los consumidores que registraron su cita en Procitel acudieron a ella. El 64% de éstos, posterior a un análisis, fue turnado a queja mientras que los casos improcedentes recibieron asesoría.

2.1.3. USUARIOS ATENDIDOS EN LOS MÓDULOS DE ASESORÍA E INFORMACIÓN

Para ofrecer una mayor protección a los consumidores que usan el servicio de transporte aéreo y terrestre, en el periodo de enero a diciembre de 2015 se proporcionó de manera permanente atención en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM). En este periodo se atendieron 27,840 consultas, 13.5% más que lo reportado en 2014 y se logró recuperar casi 48.8 millones de pesos a través de las conciliaciones inmediatas realizadas.

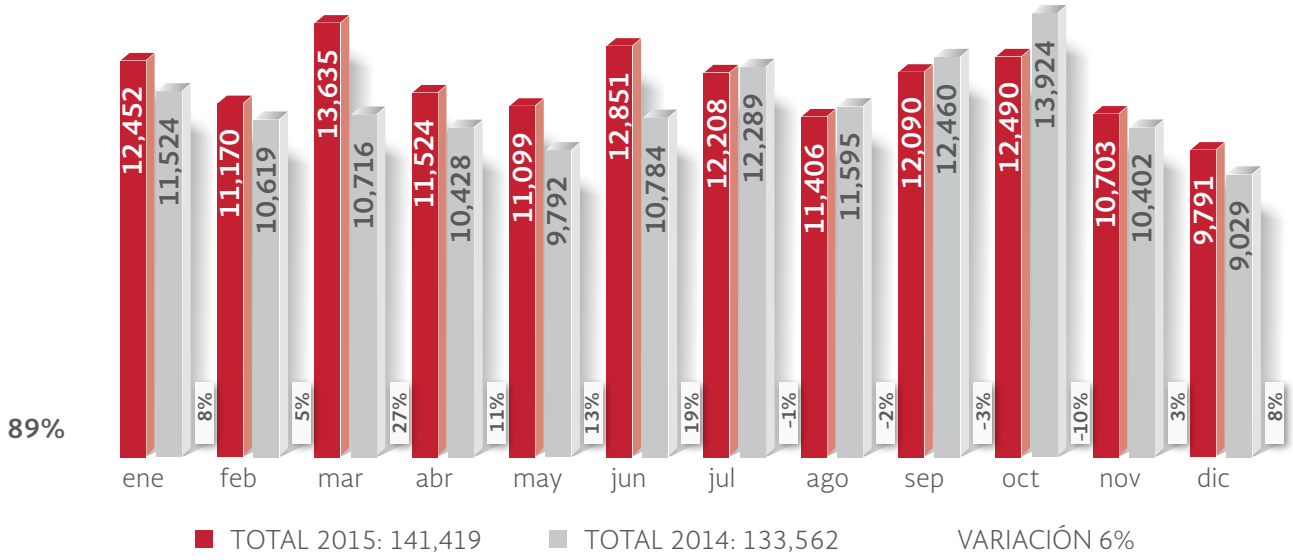
Dicho servicio se fortalece en las temporadas de alto consumo (cuaresma, regreso a clases y decembrino) y se complementa con módulos ubicados en las cuatro centrales camioneras localizadas en la Ciudad de México.

2.1.4. QUEJAS Y CONCILIACIÓN

Una parte primordial dentro de nuestros servicios y que influye directamente en la satisfacción del consumidor es el procedimiento conciliatorio. Proceso por el cual Profeco atiende la inconformidad del consumidor a través de la negociación asistida por un conciliador, el cual buscará la mejor manera de llegar a un acuerdo que deje satisfechas a las partes. El procedimiento abarca desde que el consumidor presenta formalmente su queja ante una oficina de Profeco o a través de Internet y esta resulta procedente, hasta que se llega a un acuerdo. Dicho acuerdo puede resultar entre otras opciones en la restitución del monto pagado por el bien o servicio o dejar a salvo los derechos de ambas partes para continuar la controversia por otra vía.

En 2015 se recibieron 141,419 quejas a nivel nacional 6% más que en el mismo periodo del año pasado. De las quejas concluidas se obtuvo un porcentaje de conciliación del 79%, es decir, en 8 de cada 10 casos concluidos los consumidores quedaron satisfechos con el resultado del procedimiento. Asimismo, de los procedimientos conciliatorio, arbitral y por infracciones a la Ley concluidos en el año se recuperaron 773.3 millones de pesos a favor de los consumidores lo que representó un 88% del monto total reclamado en dichos procedimientos desahogados en las Delegaciones, Subdelegaciones y Unidades de Servicio superando en 14 puntos porcentuales la meta anual programada de 74%. En comparación con el año pasado se recuperó un 7.4% más .

GRÁFICA 1. QUEJAS INGRESADAS A NIVEL NACIONAL, 2014-2015

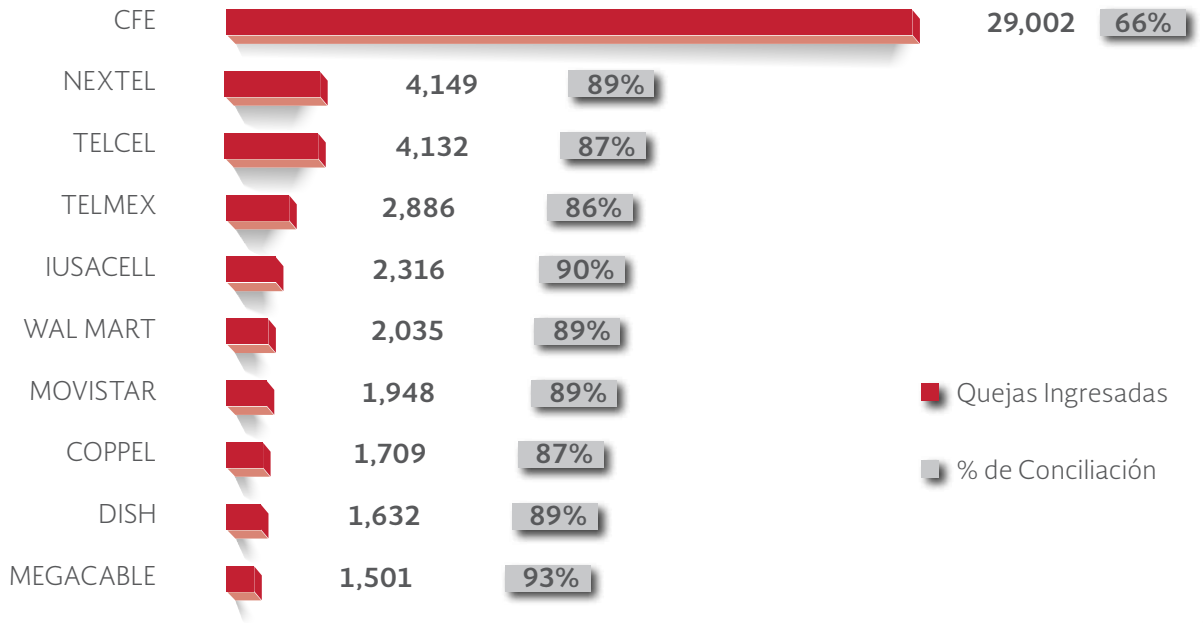


Fuente: Cifras 2014-2015 generadas en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.

Es importante mencionar que de las 141,419 quejas recibidas el 26.4% fue en contra de tres proveedores: la Comisión Federal de Electricidad (20.5%), Comunicaciones Nextel de México, S.A de C.V. (2.9%) y Radiomóvil Dipsa, S.A de C.V. (2.9%).

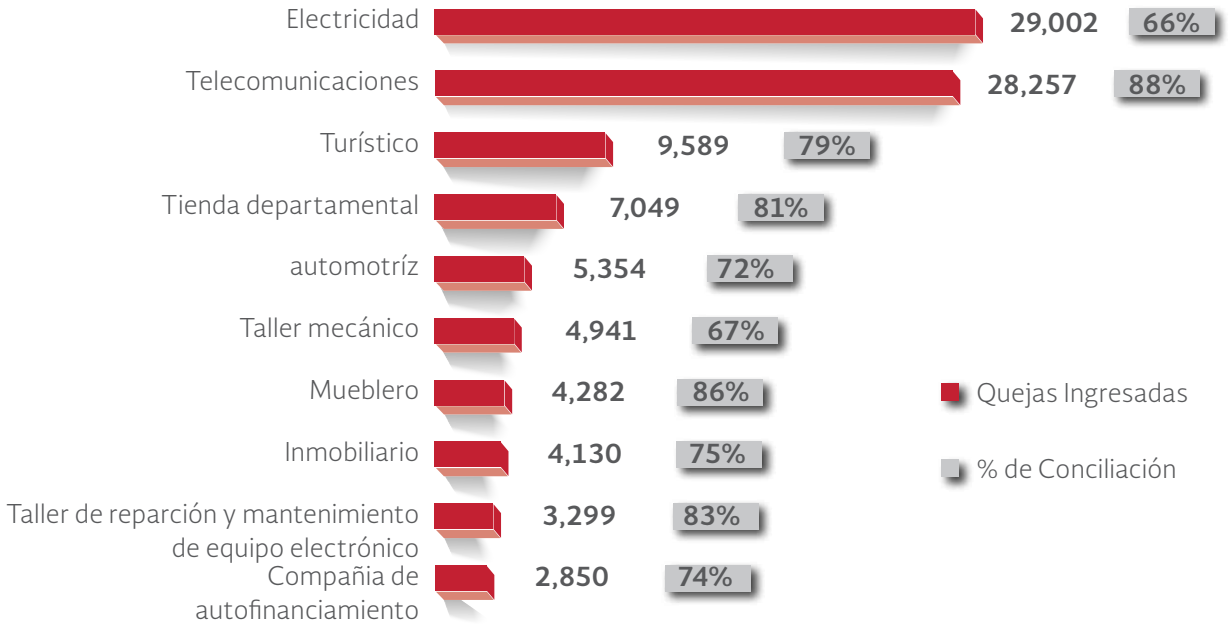
[1]Estas cifras incluyen las quejas radicadas en la Dirección General de Quejas y Conciliación, Delegaciones, Subdelegaciones y Unidades de Servicio.

GRÁFICA 2. TOP 10 DE LOS PROVEEDORES CON MÁS QUEJAS A NIVEL NACIONAL EN 2015



Fuente: Cifras 2014-2015 generadas en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.

GRÁFICA 3. TOP 10 DE LOS SECTORES CON MÁS QUEJAS A NIVEL NACIONAL EN 2015



Fuente: Cifras 2014-2015 generadas en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.

2.2. CONCILIANET

Es un módulo de solución de controversias en línea en el que se desahogan las audiencias de conciliación vía Internet con aquellos proveedores de bienes y servicios que tienen celebrado un convenio de colaboración con la Procuraduría para tal fin. Las ventajas para el consumidor son:

- **No acude a una Delegación, Subdelegación o Unidad de Servicio.**
- **La entrega de los documentos es través de Internet y en formato electrónico.**
- **Menor tiempo para la solución de la reclamación.**

Al cierre de 2015 se recibieron por este medio 6,547 reclamaciones, que equivale a 27.4% más que en el mismo periodo de 2014. El porcentaje de conciliación fue del 95%. De las quejas concluidas al cierre del año se logró recuperar más de 14 millones de pesos, cantidad superior en 21.3% en relación al año pasado

TABLA 2. NUMERALIA CONCILIANET

CONCEPTO	2014	2015
Número de quejas	5,139	6,547
Monto reclamado (mdp)	$ 11.7	$ 13.8
Monto recuperado (mdp)	$ 11.9	$ 14.0
% de recuperación	101.1%	101.1%
% de conciliación	95%	95%
Promedio duración del procedimiento conciliatorio (días)*	36	34

Fuente: Cifras 2014-2015 generadas en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrados por Profeco.

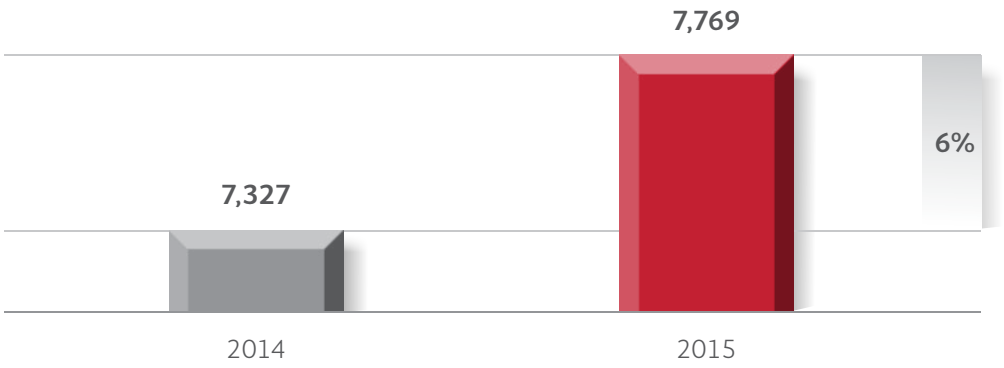
En el periodo de enero a diciembre de 2015 Concilianet incorporó a los proveedores siguientes: Operadora Unefon, S.A. de C.V., Estafeta Mexicana, S.A. de C.V., Nissan Mexicana, S.A. de C.V., Operadora y Administradora SW, S.A. de C.V. y Danone de México, S.A. de C.V. Lo anterior mejorará la posibilidad de conciliación entre proveedor y consumidor.

2.3. REGISTRO PÚBLICO DE CONTRATOS DE ADHESIÓN

El contrato de adhesión es un documento elaborado unilateralmente por el proveedor para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio. De enero a diciembre la Dirección General de Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento registró 7,769 contratos 6% más que en 2014. De estos el 95% corresponde a contratos de registro obligatorio.

Para registrar los modelos de contratos de adhesión la Profeco cuenta con dos vías: (i) presencial, en la que se registraron 3,391 contratos y (ii) vía electrónica, mediante el Registro de Contratos de Adhesión en Línea (RCAL) en el que se registraron 4,378 contratos de adhesión 25% más que en 2014.

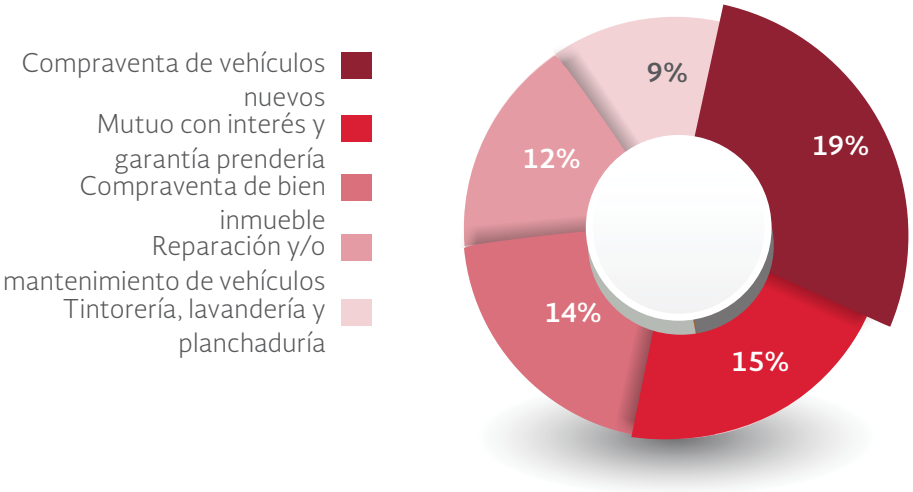
GRÁFICA 4. CONTRATOS DE ADHESIÓN REGISTRADOS A NIVEL NACIONAL, 2014-2015



Fuente: Cifras 2014-2015 generadas en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.

Dentro de los sectores que más contratos de adhesión han registrado se encuentran:

GRÁFICA 5. TOP 5 DE LOS CONTRATOS CON MÁS REGISTROS EN 2015 (% RESPECTO AL TOTAL)



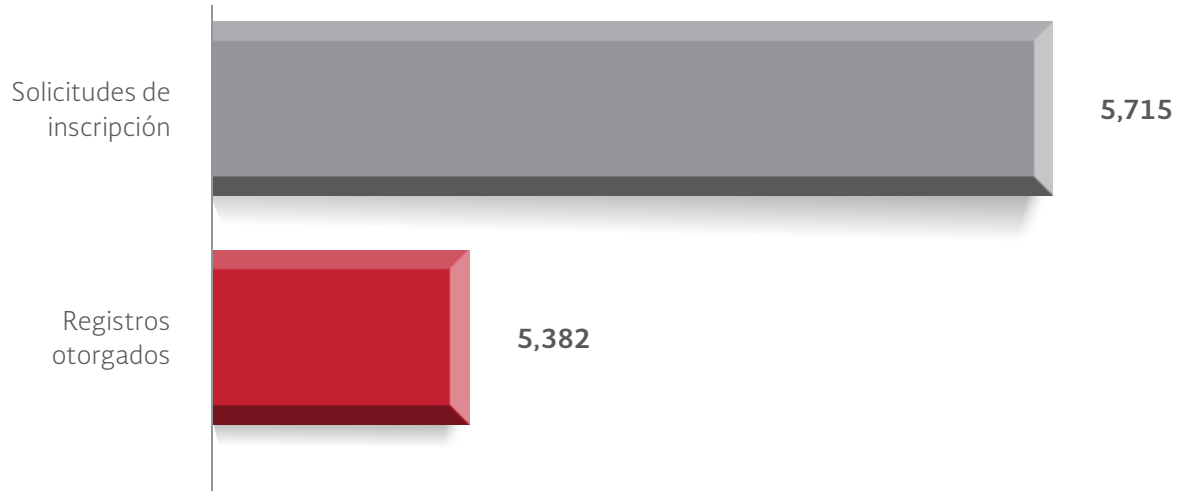
Fuente: Cifras 2014-2015 generadas en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), administrado por Profeco.

2.4. REGISTRO PÚBLICO DE CASAS DE EMPEÑO (RPCE)

El RPCE entró en operaciones en agosto de 2014 y tiene como objetivo brindar seguridad jurídica a los consumidores al registrar a los proveedores que ofrecen y otorgan los servicios de mutuo con interés y garantía prendaria. Un registro único e intransferible por cada casa de empeño, matriz o sucursal cumpliendo con lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor. A partir de la implementación y hasta diciembre de 2015 el RPCE ha recibido 5,715 solicitudes para la inscripción de las cuales se han autorizado 5,382.

El sistema para operar el RPCE que es 100% digital permite a los proveedores registrar su casa de empeño en línea lo que mantiene este trámite en nivel 4 que es el máximo nivel definido por la Unidad de Gobierno Digital. Esta mecánica permite dar puntual seguimiento a la atención de las solicitudes que ingresan y al mismo tiempo publicar en nuestra página de Internet las constancias expedidas a las casas de empeño.

GRÁFICA 6. NUMERALIA REGISTRO PÚBLICO DE CASAS DE EMPEÑO, 2014-2015



Fuente: Cifras 2014-2015 generadas en la Dirección General Adjunta del Registro Público de Casas de Empeño.

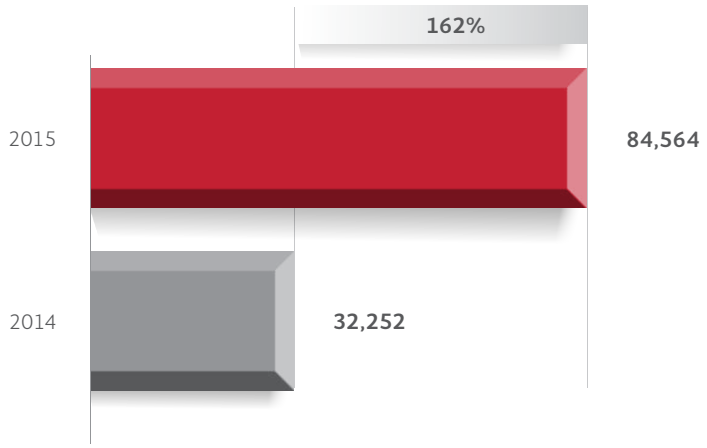
2.5. REGISTRO PÚBLICO PARA EVITAR PUBLICIDAD (REPEP)

La Procuraduría pone al alcance de los consumidores el Registro Público Para Evitar Publicidad (Repep) el cual es un servicio gratuito en el que el consumidor puede registrar su número telefónico cuando no desee recibir publicidad vía telefónica ya sea en su casa, oficina o celular por parte de los proveedores de telecomunicaciones, turístico y comercio. De enero a diciembre de 2015 se registraron 84,564 números lo que representó un 162% más que en 2014. Adicionalmente se recibieron 414 denuncias de los sectores de telecomunicaciones 251 (60%), comercio 123 (30%) y turístico 40 (10%).

Ahora bien desde noviembre de 2007, fecha en que inició operaciones el Repep, se cuenta con 376,435 números registrados y 3,065 denuncias recibidas.

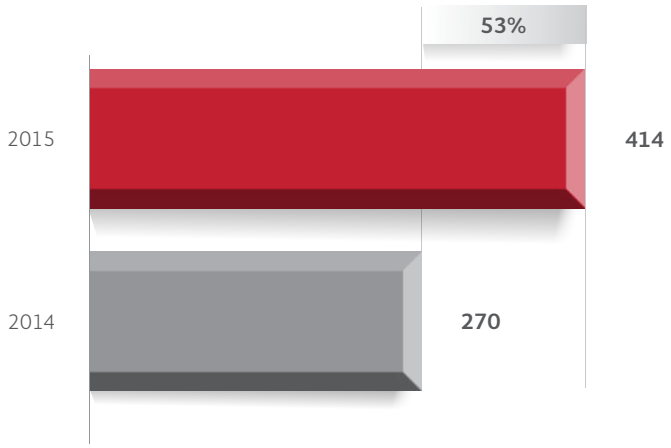
Por concepto de venta a los proveedores de las listas de los números registrados en el Repep se obtuvieron 3.4 millones de pesos, equivalente a 12.7% más que en el año anterior.

GRÁFICA 7. NÚMERO INSCRITOS EN EL REPEP, 2014-2015



Fuente: Cifras 2014-2015 generadas con el reporte RPC totales en el Discoverer, por la Dirección del Registro Público de Consumidores.

GRÁFICA 8. DENUNCIAS RECIBIDAS DE NÚMEROS INSCRITOS EN EL REPEP, 2014-2015



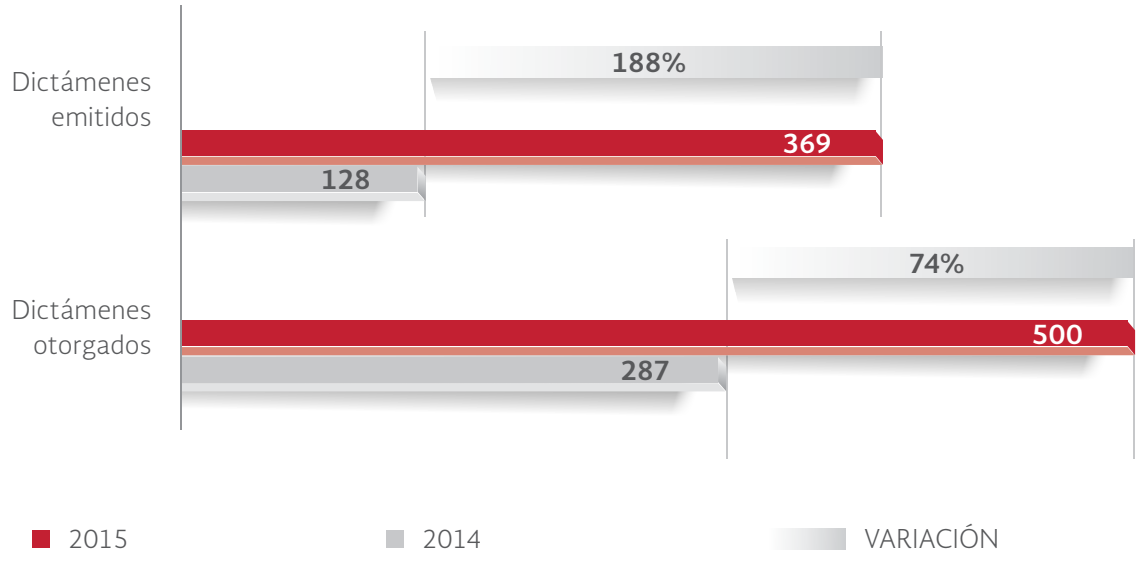
Fuente: Cifras 2014-2015 generadas con el reporte RPC totales en el Discoverer, por la Dirección del Registro Público de Consumidores.

2.6. DICTAMEN

La Procuraduría promueve la figura del dictamen dentro del procedimiento conciliatorio bajo la forma de un título ejecutivo que consigna el monto que el proveedor debería devolver por el bien o servicio contratado con la posibilidad de que el consumidor acuda ante la instancia judicial competente para hacerlo efectivo.

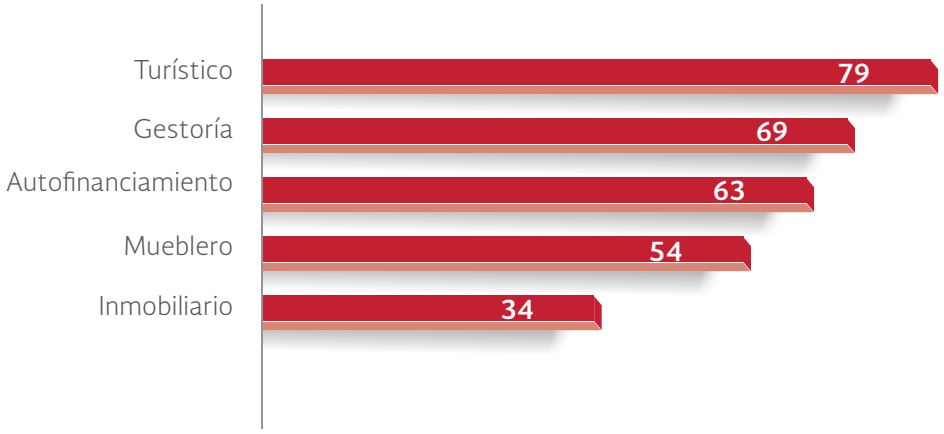
De enero a diciembre de 2015 se registraron 500 solicitudes para dictaminar, 74% más en comparación al año anterior. En el mismo periodo se emitieron 369 dictámenes, 34% más que en 2014. El monto dictaminado asciende a 45.6 millones de pesos, 130.8% más que el año anterior. Las Delegaciones que más dictámenes solicitaron fueron: Centro, Tlalnepantla, Guanajuato, Nuevo León y Toluca, en particular de los sectores: turístico, gestoría de crédito, autofinanciamiento, mueblero e inmobiliario.

GRÁFICA 9. NUMERALIA DICTAMEN, 2014-2015



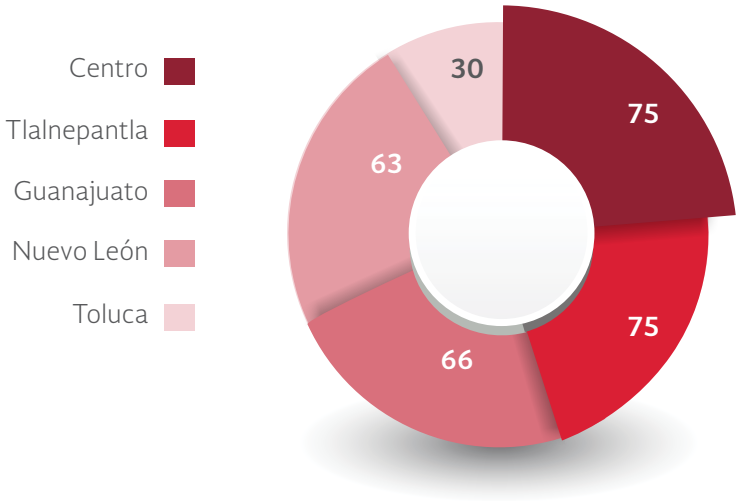
Fuente: Cifras 2014-2015 generadas en la Dirección de Dictámenes.

GRÁFICA 10. SECTORES CON MAYOR NÚMERO DE DICTÁMENES SOLICITADOS EN 2015 POR LAS DELEGACIONES Y SUBDELEGACIONES



Fuente: Cifras 2014-2015 generadas en la Dirección de Dictámenes.

GRÁFICA 11. DELEGACIONES QUE SOLICITARON MÁS DICTÁMENES EN 2015



Fuente: Cifras 2014-2015 generadas en la Dirección de Dictámenes.

2.7. PROCEDIMIENTOS POR INFRACCIONES A LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR (PIL)

El procedimiento por infracciones a la ley en materia de servicios puede originarse de oficio, de un procedimiento conciliatorio, de una denuncia en materia de publicidad engañosa o porque los consumidores no desean recibir publicidad vía telefónica y se encuentran inscritos en el Registro Público para Evitar Publicidad (Repep) y, finalmente, derivado de algún requerimiento de información a los proveedores.

Es importante señalar que la resolución del mismo puede o no derivar en una sanción económica para un proveedor dependiendo si se acredita o no la violación a la Ley. El principal objetivo del PIL en materia de servicios es que los proveedores modifiquen su comportamiento en beneficio de los consumidores.

En 2015 la Dirección General de Procedimientos impuso 39 sanciones económicas por infracciones a la Ley las cuales ascienden a 21.5 millones de pesos. En específico en relación a los proveedores que desarrollan y administran sistemas de comercialización -grupo de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para ser administradas por un tercero o por la propia Sociedad-, la Dirección General de Procedimientos inició seis procedimientos por infracciones a la ley, siendo uno de dichos proveedores, Bienestar Patrimonial, S.A. de C.V., contra el que se dictaron dos resoluciones en los que se sancionó al proveedor, en conjunto por un monto de 6.3 millones de pesos.

2.8. PUBLICIDAD

Profeco monitorea la publicidad relativa a bienes, productos o servicios para verificar que sea veraz, comprobable, completa y clara de acuerdo con el artículo 32 de la LFPC. Además, recibe y analiza denuncias de publicidad que infrinjan dicho artículo. Cuando se detecta publicidad engañosa, conforme a lo establecido en el artículo 123 de la Ley, la Procuraduría puede iniciar un procedimiento por infracciones a la Ley y en su caso, sancionar a los proveedores.

En el periodo de enero a diciembre se emitieron 50 requerimientos de información a proveedores por presuntas violaciones al artículo 32 de la Ley, se presentaron 21 exhortos y 32 resoluciones con sanción económica por un monto total de 28.6 millones de pesos.

Es importante mencionar que la Dirección General de Procedimientos (DGP) participó en el programa *"Hot Sale 2015"* organizado por la Asociación Mexicana de Ventas Online. Aquí se monitoreó la información de las páginas de los proveedores inscritos en dicho programa a efecto de acreditar que la publicidad, términos y condiciones en las mismas sean acordes a lo establecido en la LFPC, en específico el artículo 76 bis. Dicho monitoreo de información tuvo como resultado el inicio de 12 procedimientos por infracciones a la Ley.

2.9. REVISIÓN PREVIA DE LA PUBLICIDAD O *COPY ADVICE*

Profeco a través de la Dirección General de Procedimientos efectúa la revisión previa en materia publicitaria *Copy advice* de aquellas piezas o pautas publicitarias respecto de las cuales los proveedores solicitan una opinión a esta autoridad acerca del cumplimiento de las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, su Reglamento y los Lineamientos para el análisis y verificación de la publicidad. Durante el año 2015 se emitieron 14 opiniones en materia publicitaria.

2.10. ARBITRAJE

El arbitraje constituye un mecanismo alternativo de solución de controversias al cual se somete el proveedor y el consumidor voluntariamente cuando no hay acuerdo entre ambos. Profeco actúa como árbitro velando siempre por la equidad en las relaciones de consumo.

En el periodo comprendido de enero a diciembre de 2015 se formalizaron 59 arbitrajes. Además se recuperó un monto de 1.2 millones de pesos por 60 arbitrajes concluidos.

Cabe señalar que el servicio del arbitraje está sujeto a la disposición de las partes proveedora y consumidora.

2.11. LOGROS DE LA SUBPROCURADURÍA DE SERVICIOS 2015

2.11.1. DATOS ABIERTOS DE LA SUBPROCURADURÍA DE SERVICIOS

Para contribuir a una mejor toma de decisiones de consumo, facilitar el acceso a la información pública y proporcionar datos útiles y sistematizados para su libre uso, la Procuraduría puso a disposición de la ciudadanía la herramienta informática: Datos abiertos. Esta plataforma cuenta con las más de 500 mil quejas en materia de consumo recibidas desde el año 2011 a nivel nacional en la Procuraduría. Aquí se muestra a detalle los datos de la recepción, seguimiento, atención y conclusión de las reclamaciones de los consumidores: fecha y medio de recepción; proveedor, giro y sector económico al que pertenece; motivo, producto y servicio que la origina; unidad administrativa responsable y entidad federativa en la que se localiza; tipo de procedimiento conciliatorio utilizado, montos reclamado y recuperado, estados procesales y fecha de conclusión del procedimiento, entre otros. La información se actualiza trimestralmente y se publica dentro de los 15 días siguientes al cierre del periodo.

La plataforma comenzó a operar a partir del 8 de abril de 2015 y desde su publicación al 31 de diciembre del 2015 se tiene registro de 10,505 visitas de 9,316 usuarios únicos.

2.11.2. IMPLEMENTACIÓN DEL REGISTRO PÚBLICO PARA EVITAR PUBLICIDAD (REPEP) EN LÍNEA

Derivado de un análisis del servicio que se brinda en el Repep se concluyó que era momento de acercar a los consumidores a las tecnologías de la información y brindar la opción de registro mediante Internet. Derivado de esto, a partir del 11 de mayo de 2015 los consumidores pueden realizar el registro de su número telefónico en el sitio: http://repep.profeco.gob.mx/registrar_telefono.jsp.

La aceptación que tuvo esta página se ve reflejada en el incremento de los números telefónicos del 11 de mayo al 31 de diciembre de 2015 en que se registraron 49,284 mil números telefónicos en el Repep; de este total el 84% (41,223) fue vía Internet.

De enero a diciembre de 2015 el registro de números en el Repep se incrementó en un 162% en relación al mismo periodo del año pasado.

2.11.3. IMPLEMENTACIÓN DEL NUEVO PROGRAMA *CALL CENTER ELITE MULTICHANNEL* DEL TELÉFONO DEL CONSUMIDOR

Con el objetivo de mejorar la atención a los consumidores a través del Teléfono del Consumidor el 30 de mayo de 2015 arrancó operaciones el sistema *Call Center Elite Multichannel Desktop* con los servicios de: llamadas, correo electrónico, chat, llamadas de salida, encuestas y recordatorios de citas *(out bound)*. Actualmente el tiempo de respuesta es menor ya que se distribuyen de manera automática las solicitudes de los usuarios, además de que conocen el lugar que ocupa su petición en el chat.

Debido a la ejecución del *Call Center Elite Multichannel* y la reactivación del *callback*[2] el porcentaje de abandono[3] de las llamadas recibidas en el Teléfono del Consumidor disminuyó. Al cierre del año 2015 reportó un 1.96% en comparación al 5.9% en 2014; producto de las 488,507 llamadas atendidas; además del incremento en la atención de las asesorías brindadas por medio de contacto ciudadano, correo electrónico, chat, fax y escritos que pasó de 77,249 a 84,581.

2.11.4. CARTA DE DERECHOS MÍNIMOS DE LOS USUARIOS DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

En cumplimiento al encargo de esta Institución de promover y proteger los derechos de los consumidores, en seguimiento a los trabajos realizados entre el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) y Profeco, y en términos de lo dispuesto por el artículo 191 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, conforme al cual el IFT y Profeco determinarán los derechos mínimos que deberán incluirse en la carta de derechos de usuarios de telecomunicaciones, la cual será difundida de manera permanente por dichas instituciones y los concesionarios y será entregada a los usuarios al momento de contratar el servicio que corresponda.

Como resultado del trabajo conjunto, el pasado 6 de julio de 2015 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Acuerdo mediante el cual la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Federal de Telecomunicaciones, determinan los derechos mínimos que deben incluirse en la carta a que hace referencia el artículo 191 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

2.11.5. OPERAR EL CONVENIO CFE-PROFECO-FIDE

Derivado de las mesas centrales, funcionarios de la CFE, el FIDE y la Profeco consideraron la puesta en marcha de visitas tripartitas. El fin primordial fue que los consumidores de energía eléctrica: (i) tuvieran certeza en la medición y facturación de su consumo, y (ii) encontraran una solución eficiente y concreta a la problemática que presentan, buscando en todo caso, la efectiva protección de sus derechos y la equidad en su relación de consumo.

Los principales resultados fueron:

- **Diseño de un protocolo de actuación visitas tripartitas CFE-PROFECO-FIDE.**
- **26 visitas piloto en las Delegaciones Profeco de Oriente y Sur.**
- **371 visitas tripartitas a nivel nacional.**
- **Convenio de colaboración firmado el 24 de julio de 2015 para arrancar la plataforma de estrados electrónicos con la cual la Profeco notificará a CFE muchos de los procedimientos administrativos que se desahogan en la Institución.**

---

[2] Devolución de llamada.

[3] Representa el porcentaje de llamadas que no fueron atendidas por un agente debido a que por el tiempo de espera el consumidor decidió colgar.

En el marco del convenio se realizaron seis mesas centrales y siete mesas regionales (en las cuales participaron las tres instituciones) celebradas en los estados de Guerrero, Veracruz, Jalisco, Morelos, Oaxaca, Yucatán y el Distrito Federal para supervisar el funcionamiento de los módulos de atención de CFE ubicados en las Delegaciones de Profeco. Como resultado se determinó la creación de un catálogo de servicios que pueden ser atendidos de manera inmediata por parte del personal adscrito al módulo de CFE.

2.11.6. MEJORAR LA PLATAFORMA DE CONCILIANET

Durante 2015 Concilianet se transformó en Concilianet 3.0. una nueva versión de la plataforma que opera desde 2008 en la Profeco. Esta herramienta cuenta con mayor estabilidad, es compatible con 90% de los navegadores y se puede utilizar en tabletas y teléfonos inteligentes.

Con el aumento en la capacidad informática se hace posible la participación de más proveedores y la atención de un mayor número de audiencias, lo que impacta en la reducción de la duración del procedimiento conciliatorio.

Concilianet 3.0 cumple con todas las características que la Unidad de Gobierno Digital marca. Es de alto impacto dado que se ubica en el cuarto lugar de las unidades administrativas qué más quejas concilian en Profeco a nivel nacional. Su porcentaje de conciliación es del 95%. A través de esta plataforma electrónica Profeco moderniza y estandariza los mecanismos de atención y conciliación a favor del consumidor.

2.11.7. PUBLICACIÓN DE LA SECCIÓN *¡ENTÉRATE!*

Con el fin de que los consumidores se informen sobre sus derechos, antes de realizar una compra, la Subprocuraduría de Servicios creó la sección ¡Entérate! dentro de la página institucional. En ella mensualmente se publica un documento en el que la ciudadanía puede consultar información relevante sobre sus derechos y obligaciones al momento de adquirir un bien o contratar un servicio.

A partir de agosto de 2015 se encuentra publicada información valiosa sobre los sectores inmobiliario, automotriz, tintorería, lavandería y similares.

2.11.8. DISEÑO DE CONTRATOS TIPO Y ENVÍO DE OFICIOS DE INVITACIÓN A SECTORES RELEVANTES

Con el objetivo de cumplir con la normatividad aplicable y fortalecer la certeza jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores la Dirección General de Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento diseñó 25 contratos tipo de los sectores relevantes. De igual manera ha enviado oficios invitación a proveedores obligados a registrar su contrato de adhesión, entre los que se encuentran: 235 de mutuo con interés y garantía prendaria, 19 para animales de compañía y de servicio y 20 para sofoles que cambiaron a sociedades anónimas.

2.11.9. CONCILIAEXPRÉS

Durante El Buen Fin 2015 la Subprocuraduría de Servicios brindó atención a los consumidores mediante el programa Conciliaexprés el cual tuvo por objeto resolver reclamaciones en materia de consumo de manera inmediata a través del Teléfono del Consumidor, con proveedores previamente registrados y sin necesidad de acudir a alguna oficina de Profeco. En total se registraron 95 proveedores.

Como resultado de El Buen Fin, el Telcon brindó 322 consultas y Conciliaexprés recibió 79 reclamaciones. Los principales motivos fueron la negativa a la entrega del producto y a respetar la promoción, oferta o descuento. El porcentaje de conciliación obtenido fue de 92.3% con un monto recuperado de $283,884 miles de pesos.

3. VERIFICACIÓN

La Subprocuraduría de Verificación se encarga de verificar y vigilar el cumplimiento de la Ley en las relaciones entre proveedores y consumidores. Para lograr la observancia de las disposiciones legales que son competencia de Profeco, se implementan visitas y operativos de verificación y vigilancia de establecimientos comerciales como lo son los proveedores de bienes, productos o servicios; también se realizan visitas a establecimientos que expenden combustible al público en general, como estaciones de servicio o gasolineras, plantas almacenadoras y distribuidoras de gas LP, mediante un programa permanente con presencia en toda la República Mexicana. Asimismo, el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor evalúa la calidad de distintos productos, y de encontrar irregularidades puede imponer sanciones como multas, clausuras e incluso la destrucción de productos; otra de sus funciones es la emisión de alertas para prevenir al consumidor sobre productos o comercios que puedan ser un riesgo.

3.1. VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA

La Subprocuraduría de Verificación, por medio de la Dirección General de Verificación y Vigilancia (DGVV), en el ámbito de sus atribuciones lleva a cabo acciones de verificación por acto de autoridad y en atención a denuncias.

Complementariamente atiende servicios a petición de parte como lo son la Calibración de Instrumentos de Medición, Análisis de etiquetado, Asesoría y Capacitación en Información Comercial.

Como área normativa participa de manera activa en comités y grupos de trabajo en materia de normalización que son convocados en diferentes ramas o sectores, principalmente coordinados por Secretaría de Economía (SE), Secretaría de Turismo (ST), Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Secretaría de Comunicaciones y Transporte (STC).

Es importante mencionar que la DGVV, en coordinación estrecha con la Dirección General de Delegaciones, coadyuva en acciones de supervisión, capacitación y reforzamiento de verificación, focalizando los esfuerzos en aquellas Delegaciones y Subdelegaciones que así lo requieran.

3.1.1. LOGROS Y CIFRAS ALCANZADAS EN 2015

Programas 2015

Logros

La Subprocuraduría de Verificación a través de la Dirección General de Verificación y Vigilancia (DGVV) en coordinación con las áreas de verificación de las Delegaciones y Subdelegaciones (DS), desarrollaron acciones de verificación de oficio y en atención a denuncias en el marco de los tres indicadores de gestión (comportamiento comercial, normas oficiales mexicanas y metrología) conformados dentro de los Programas Nacionales, Especiales y Operativos Especiales de Verificación y Vigilancia establecidos, lo anterior con objeto de asegurar que las prácticas comerciales de los proveedores de bienes, productos y servicios se ajustaran a lo dispuesto en la Ley Federal de Protección al Consumidor, de igual manera se observó que los productos nacionales e importados cumplieran con los requisitos de información comercial, especificaciones de calidad, seguridad y

eficiencia establecidos por las Normas Oficiales Mexicanas y que los instrumentos de medición empleados por los proveedores en transacciones comerciales se encontraran debidamente ajustados y calibrados.

Seguridad de producto

Acorde a los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, la Subprocuraduría de Verificación, está realizando un eficaz combate de prácticas comerciales que contravienen la ley y representan un perjuicio para los derechos y seguridad de los consumidores, ampliando y reforzando la coordinación interinstitucional a nivel nacional, profundizando el diálogo trilateral con Estados Unidos y Canadá en materia de productos seguros, fortaleciendo además las alianzas con agencias y autoridades de consumo y vigilancia de mercado de países estratégicos, manteniendo un papel activo en foros a nivel hemisférico en temas prioritarios para México en materia de seguridad de producto de consumo.

Destaca la firma del Memorándum de entendimiento entre México (Profeco), EUA (Comisión para Seguridad de Productos de Consumo de EUA –CPSC-) y Canadá (Health Canadá), para el intercambio de información sobre productos de riesgo y experiencias de verificación, del cual México por conducto de Profeco, fue el anfitrión de la Cumbre de Seguridad de Consumo de América del Norte; como parte de la alianza se han emitido alertas conjuntas (México, EUA y Canadá) como ha sido el caso en este año de:

- **Teléfono, marca Apple, modelo Iphone 6 Plus; riesgo detectado, falla en la cámara iSight ubicada en la parte posterior.**
- **Aparatos para hacer Ejercicios, marca Cybex International, modelos VR2 Arm Curl, VR2TA Arm Curl, Eagle Arm Curl y VR3 Arm Curl; riesgo detectado, las asas giratorias pueden desprenderse del marco.**
- **Jarra Infusora de Cristal, marca: Teavana, modelo Tristan Glass Pitcher, riesgo detectado que el cristal se estrelle.**
- **Bocinas, marca Beats by Dre, modelo Beats Pill XL, riesgo detectado posible sobre calentamiento y genera un riesgo de incendio**

Destaca el préstamo de un equipo detector de plomo que EUA (CPSC) otorgó a México (Profeco), así como el compromiso de las autoridades aduanales de los tres países pro apoyar las acciones de vigilancia de mercado.

Aduanas

De vital importancia resulta la coordinación interinstitucional que Profeco mantiene con el SAT en materia de Operación e investigación Aduanera, desde 2013 se mantiene intercambio de información sobre productos importados que han sido alertados por posibles ingresos o en su caso de los que se ha prohibido su comercialización a nivel nacional, a fin de evitar su dispersión y comercialización en territorio nacional.

La Profeco mantuvo presencia y acciones de verificación permanente y aleatoria en las **49 Aduanas** del país, para asegurarse de que las mercancías que pretenden ingresar y distribuirse para su comercialización a nivel

nacional cumplen con la normatividad, inmovilizando las mercancías que no, hasta en tanto sean corregidas o subsanadas las irregularidades. Se cuenta con registros de la vigilancia de más de 7,800 contenedores, el levantamiento de actas de verificación y la verificación de más de 12.8 millones de productos, para asegurar su cumplimiento con la normatividad, inmovilizando 192,968 de ellos como medida precautoria por incumplir requisitos de información comercial o especificaciones de seguridad establecidas por las normas.

Operativo interinstitucional PROFECO, SAT, SAGARPA, PROFEPA Tiendas de mascotas

Como parte del esquema de operación articulada entre el gobierno federal, la Profeco desarrolló un operativo conjunto con el Sistema de Administración Tributaria (SAT), la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) y la Procuraduría Federal de Protección del Ambiente (PROFEPA) para verificar en el ámbito de facultades de cada una de las autoridades, la legal estancia, tenencia y manejo de las mercancías nacionales y de procedencia extranjera en tiendas, bodegas y criaderos de mascotas, así como el cumplimiento de especificaciones e información comercial.

En total participaron 169 auditores/inspectores, de los cuales 107 son del SAT, 41 de SAGARPA, 17 PROFEPA y 4 de PROFECO.

Se tuvo presencia en 22 domicilios, en seis Estados de la República, siete en Nuevo León, seis en la zona Metropolitana, cinco en Jalisco, dos en Yucatán, uno en Puebla, y uno en Veracruz.

En donde Profeco obtuvo:

- **313 productos para mascota inmovilizados por incumplimientos a la NOM-148-SC-FI-2008, Prácticas comerciales-Comercialización de animales de compañía o de servicio, y prestación de servicios para su cuidado y adiestramiento.**

- **4 establecimientos con suspensión de la comercialización por no utilizar un contrato de adhesión registrado en Profeco, y no exhibir los precios de los animales en venta a la vista del público consumidor.**

Operativo Ahorro de Agua y Seguridad de Producto.- Verificación Inodoros Monterrey, N.L.

En el marco del Programa Nacional de Verificación y Vigilancia Seguridad de Productos 2015 y en atención a denuncias formuladas por la Asociación Nacional de Fabricantes de Aparatos Domésticos (ANFAD), respecto a inodoros que se comercializan al margen de la normativa que les aplica, la Dirección General de Verificación y Vigilancia implementó acciones de verificación en materia de Normas Oficiales Mexicanas en establecimientos ubicados en la ciudad de Monterrey.

- **654 productos verificados con la NOM-009-CNA-2001, Inodoros para uso sanitario-Especificaciones y métodos de prueba.**
- **136 Productos inmovilizados por observar principalmente los incumplimientos siguiente:**
  - **No presentar al momento de la visita el certificado de eficiencia.**
  - **Ofrecer garantías que no cumplen con la Ley.**
  - **Carecer del domicilio del importador.**
  - **Carecer del Lote o fecha de fabricación.**
- **7 inodoros para realizar pruebas en el LNPC.**

Operativo Nacional de verificación de Joyerías

La Profeco realizó acciones de verificación a joyerías, vigilando que las prendas de oro, plata, platino y paladio, cumplieran con los requisitos de información comercial y marcado establecidos por la Norma Oficial Mexicana NOM-033-SCFI-1994, Información comercial-Alhajas o artículos de oro, plata, platino y paladio, y, en su caso, cuando los artículos contengan elementos que no sean de metales preciosos, a fin de evitar error o confusión al consumidor; complementariamente se verificaron las balanzas usadas en la compraventa de artículos de joyería con objeto de vigilar que se encontraran debidamente ajustadas y calibradas, aunado al hecho de que las prácticas comerciales de venta se ajustaran a lo dispuesto en la Ley Federal de Protección al Consumidor, para evitar que se afecten los derechos y economía de los consumidores.

- **580 verificaciones en establecimiento comercial a nivel nacional.**
- **144 verificaciones mediante requerimientos de información, formulados a proveedores.**
- **24 proveedores verificados mediante requerimiento no cumplen con la normatividad y se sujetarán a procedimiento administrativo.**
- **160 establecimientos sujetos a procedimiento administrativo por violaciones a la ley e incumplimiento a la NOM-033.**
- **107 establecimientos con suspensión por incumplimientos a la ley y normatividad.**
- **38,551 productos verificados con la NOM-033-SCFI-1994.**
- **37,779 artículos inmovilizados por carecer de la leyenda que identifica el país de origen y del quilataje marcado en el producto.**

Cifras alcanzadas

A nivel nacional se practicaron 105,256 visitas de verificación, 25.98% superior a la meta programada anual de 83,548 y 19.10% superior a la meta alcanzada en 2014 (88,373 visitas).

TABLA 3. CUMPLIMIENTO DE METAS DE INDICADORES ESTRATÉGICOS 2015 Y 2014.

	CUMPLIMIENTO DE META - INDICADOR ESTRATÉGICO 2015		CUMPLIMIENTO DE META - INDICADOR ESTRATÉGICO 2014	
	TOTAL VISITAS DGVV	TOTAL VISITAS DELEGACIONES	TOTAL VISITAS DGVV	TOTAL VISITAS DELEGACIONES
Meta Programada	13,376	70,172	11,736	60,264
Meta Realizada	15,821	89,435	11,290	77,083
% cumplimiento	118.28%	127.45%	96.20%	127.91%
	Meta Anual Programada: 83,548	Meta Anual Alcanzada: 105,256	Meta Anual Programada: 72,000	Meta Anual Alcanzada: 88,373

Fuente: Aplicación para Informes Mensuales (APIM) – 2014 y 2015.

De las **105,256** visitas de verificación realizadas en 2015, a continuación se desglosan el resumen de las acciones implementadas.

TABLA 4. RESUMEN DE ACCIONES DE VERIFICACIÓN PROFECO 2015

CONCEPTO	2015
Visitas de verificación	105,256
Procedimientos por Infracciones a la Ley	15,538
Resoluciones Emitidas	16,394
Sanciones Emitidas (MDP)	264
Productos (verificados)	24,701,300
Productos (inmovilizados)	768,273
Instrumentos de medición (verificados)	33,267
Instrumentos de medición (inmovilizados)	2,788
Instrumentos de medición (calibrados)	188,936
Básculas de alto alcance (verificadas)	144
Básculas de alto alcance (inmovilizadas)	22
Básculas de alto alcance (calibradas)	717

Fuente: Aplicación Para Informes Mensuales (APIM) y Administrador de Procesos de Verificación (APV) de la Dirección General de Verificación y Vigilancia, Delegaciones y Subdelegaciones

Productos Verificados

Derivado de las 105,256 visitas de verificación realizadas en 2015, la Profeco verificó más de 24.7 millones de productos de los cuales inmovilizó 768,273 por presentar incumplimientos a las Normas Oficiales Mexicanas aplicables. Destaca que en 2015, la verificación se enfocó en las prácticas comerciales de productos de la canasta básica, así como en la atención de servicios en defensa de la población consumidora, por ejemplo, en las Casas de Empeño.

Procedimientos y Sanciones

Como resultado de las acciones de verificación realizadas por Profeco en 2015 a diversos prestadores de bienes, productos y servicios, se iniciaron 15,538 Procedimientos por Infracciones a la Ley y demás normatividad aplicable. Asimismo, se aplicó la medida precautoria de colocación de sellos con la leyenda suspensión de la comercialización de bienes, productos o servicios en 4,528 establecimientos comerciales.

Por otra parte, la Profeco emitió 16,394 resoluciones administrativas, mediante las cuales se impusieron sanciones económicas por monto total de 263.8 millones de pesos.

3.1.2. PRODUCTOS BÁSICOS

En el marco del cumplimiento del **Programa Nacional de Verificación y Vigilancia de Productos Básicos 2015**, con objeto de inhibir las prácticas comerciales nocivas, particularmente a los sectores de más bajos ingresos y, por ende, más vulnerables en la sociedad, la Profeco focalizó las actividades de verificación a los establecimientos con venta de productos básicos tales como: tortillerías, pollerías, carnicerías, expendios de huevo, panaderías, misceláneas, abarrotes, expendios de granos y semillas, tiendas de autoservicio y tiendas de conveniencia; así como en locales ubicados en el interior de mercados públicos y centrales de abasto, a partir de lo cual se obtuvieron los resultados siguientes:

- **38,017 visitas de verificación.**
- **En 5,057 visitas se detectaron incumplimientos a la Ley, iniciando los procedimientos administrativos correspondientes.**
- **Se colocaron sellos de suspensión en 1,744 establecimientos.**
- **23,441 básculas fueron verificadas de conformidad con la NOM-010-SCFI-1994.**
- **Se inmovilizaron 1,725 básculas que presentaron diferencias de peso y principalmente por no contar con la calibración anual obligatoria.**

Destaca que durante la contingencia relacionada con el incremento en el precio del huevo, la Profeco, por conducto de la DGVV en coordinación con las áreas de verificación de las delegaciones, reforzaron las acciones de verificación en establecimientos comerciales con producción, distribución y venta de huevo, siendo verificados los principales giros como: mercados públicos, tiendas de autoservicio, abarrotes, centrales de abasto y empresas avícolas ubicadas en distintas entidades del país, con la consecuente

aplicación de las medidas precautorias e iniciando los procedimientos administrativos por contravenir las disposiciones legales aplicables.

3.1.3. SERVICIO DE ANÁLISIS DE ETIQUETADO Y DE VERIFICACIÓN A PETICIÓN DE PARTE (CALIBRACIÓN).

Dentro de la gama de servicios que la Profeco ofrece a los proveedores, se encuentra el relacionado con el:

Análisis de Etiquetado

En el 2015 la Profeco atendió 1,183 solicitudes presentadas por los usuarios del servicio para el análisis de información comercial contenida en diversas etiquetas, a partir de lo cual se emitieron 609 oficios con opinión satisfactoria, mientras que en 574 casos se emitieron observaciones tendientes a la regularización de la información comercial contenida en las etiquetas.

Solicitudes de Verificación a petición de parte (Calibración)

En esta materia, la Profeco atendió 81,207 solicitudes de verificación para ajuste por calibración de instrumentos de medición, mismos que se encuentran sujetos a la revisión anual obligatoria respecto de sus cualidades metrológicas, servicio en el cual durante 2015 se calibraron, a nivel nacional, 188,936 instrumentos de medición como lo son básculas de bajo, mediano y alto alcance de medición, relojes registradores de tiempo, bombas despachadoras de combustible, medidores de gas, entre otros.

En lo que respecta a la atención de solicitudes de básculas de alto alcance, en 2015 la Profeco calibró 717 básculas, 32.77% más en comparación con las 540 básculas calibradas en 2014.

Destaca que el indicador de calibración de instrumentos de medición establece una meta compromiso del 90%, misma que en 2014 como en 2015, se cumplió, como se muestra a continuación:

TABLA 5. CALIBRACIONES 2014 Y 2015

CALIBRACIONES PROFECO 2015			CALIBRACIONES PROFECO 2014		
Instrumentos Solicitados	Instrumentos Calibrados	% Cumplimiento	Instrumentos Solicitados	Instrumentos Calibrados	% Cumplimiento
190,392	188,936	99.24%	175,090	172,780	98.68%

Fuente: Aplicación Para Informes Mensuales (APIM) y Administrador de Procesos de Verificación (APV) de la Dirección General de Verificación y Vigilancia, Delegaciones y Subdelegaciones.

3.1.4. VERIFICACIÓN DE BÁSCULAS DE ALTO ALCANCE DE MEDICIÓN

Uno de los rubros en los que la Profeco ha focalizado las acciones de verificación se relaciona con la verificación de básculas de alto alcance de medición, básculas con capacidad de pesaje de más de 5 toneladas y hasta 100 toneladas, en particular en aquellas que son empleadas en los segmentos de mercado en los que se comercializan productos de consumo básico, como lo son aquellos en los que se almacenan y comercializan granos, cereales y leguminosas, así como básculas públicas y comercializadoras de productos metálicos, entre otros rubros.

Durante 2015 la Profeco realizó la verificación de 144 básculas de alto alcance, inmovilizado 22 instrumentos de medición por haber registrado diferencias de peso en contra, lo que afectaba la determinación del costo de los productos que con dichos instrumentos se establecía, además de comprobar el incumplimiento a la calibración anual obligatoria.

3.1.5. SEGURIDAD DE PRODUCTOS

La Profeco, con objeto verificar y vigilar a los proveedores que, como actividad principal, tengan la importación, fabricación y comercialización de productos sujetos a cumplimiento de pruebas de seguridad, los cuales, además deben cumplir con la información comercial mínima requerida para el empaque, instructivos y garantías y con los requisitos de seguridad, a fin de evitar que se afecte o pueda afectar la seguridad tanto física como económica de las y los consumidores en el territorio nacional, realizando las acciones correspondientes y obteniendo los siguientes resultados:

- **1,581 verificaciones.**
- **En 166 visitas se detectaron incumplimientos a la Ley, iniciando los procedimientos administrativos correspondientes.**
- **206,480 productos verificados de conformidad con las NOM´s aplicables.**
- **Se inmovilizaron 14,141 productos que presentaron incumplimientos a la normatividad aplicable y que pudieron representar un riesgo a la seguridad del consumidor.**
- **60 unidades de producto fueron muestreadas a nivel nacional, remitiéndolas al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor para el análisis correspondiente.**

3.1.6. LUCES NAVIDEÑAS

Uno de los sectores en los que la Profeco pone especial atención es el relacionado con la comercialización de luces navideñas, mismas que al no cumplir con los requisitos mínimos de seguridad e información comercial requerida en los empaques, instructivos y garantías, pueden afectar la seguridad tanto física como económica de las y los consumidores motivo por el cual se implementaron las acciones de verificación y vigilancia a los principales importadores, distribuidores y comercializadores de luces, series y figuras navideñas. Con este operativo en 2015 se obtuvieron los siguientes resultados:

- 81 verificaciones.
- En 13 visitas se detectaron incumplimientos a la Ley, iniciando los procedimientos administrativos correspondientes.
- 35,178 series de luces y figuras navideñas verificadas de conformidad con las NOM´s aplicable.
- Se inmovilizaron 1,644 unidades de producto que presentaron incumplimientos a la normatividad aplicable y que pudieron representar un riesgo a la seguridad del consumidor.
- 152 unidades de producto fueron muestreadas a nivel nacional, para ser analizadas en el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.

3.1.7. JUGUETES RÉPLICAS DE ARMAS DE FUEGO

La verificación del cumplimiento de la NOM-161-SCFI-2003, Seguridad al usuario-Juguetes-Réplica de armas de fuego- Especificaciones de seguridad y métodos de prueba, es otro de los rubros en el que la Profeco implementó acciones de verificación y vigilancia durante 2015 obteniendo los siguientes resultados:

- 9 visitas de verificación.
- En 2 visitas se detectaron incumplimientos a la Ley, iniciando los procedimientos administrativos correspondientes.
- 957 juguetes réplicas de armas de fuego fueron verificadas.
- Se inmovilizaron 320 unidades por incumplir con la NOM-161-SCFI-2003.

3.1.8. BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Con el fin de proteger y defender los derechos y salud de las y los consumidores, la Profeco realiza acciones de verificación, principalmente a empresas importadoras, distribuidoras y comercializadoras de bebidas alcohólicas con objeto de vigilar que cumplan con los requisitos y especificaciones de información de etiquetado sanitario y comercial, declaración de contenido y, en su caso, la veracidad de la información establecidas en las NOM´s aplicables; para 2015 se cuenta con los siguientes resultados:

- **3,768 visitas de verificación**
- **En 139 se detectaron incumplimientos a la Ley, iniciando los procedimientos administrativos correspondientes.**
- **421,049 bebidas alcohólicas verificadas,**
- **92,129 piezas fueron inmovilizadas por incumplimientos a la normatividad aplicable.**

3.1.9. PRODUCTOS LÁCTEOS

Como parte de las acciones de la Profeco, también se verifica la información comercial del etiquetado de los lácteos, por ejemplo: leche, producto lácteo, producto lácteo-combinado, quesos, cremas, mantequilla, yogur, entre otros, de conformidad con lo dispuesto en las Normas Oficiales Mexicanas, Normas Mexicanas que apliquen, así como de la Ley Federal de Protección al Consumidor y la ley Federal de Metrología y Normalización, por lo que durante el 2015 se obtuvieron los siguientes resultados:

- **100 visitas de verificación**
- **En 64 visitas se detectaron incumplimientos a la Ley, iniciando los procedimientos administrativos correspondientes.**
- **1,174,636 productos verificados,**
- **301,135 fueron inmovilizados por incumplimientos a la normatividad aplicable.**

Resultados principales Programas de Verificación Profeco 2014-2015

La Profeco en el marco del Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor 2013 – 2018 (PNPDC), tiene como una línea de acción el aumentar la vigilancia de los mercados por parte de los consumidores para la identificación de riesgos en productos y prácticas abusivas, en donde la actividad principal es mantener la verificación de oficio en el marco de Programas de Verificación y Vigilancia, y en atención a denuncias presentadas por consumidores en los diversos sectores relacionados con la seguridad del producto y a la venta de productos o prestación de servicios en general, en donde en 2015 los principales programas de verificación fueron:

TABLA 6. PROGRAMAS DE VERIFICACIÓN PROFECO 2014-2015			
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA DE PRODUCTOS BÁSICOS			
AÑO	2014	2015	% CUMPLIMENTO 2015 VS. 2014
Visitas realizadas	36,758	38,017	103.43%
Visitas susceptibles a PIL	6,089	5,057	83.05%
Básculas verificadas	20,954	23,441	111.87%
Básculas inmovilizadas	2,099	1,725	82.18%
Establecimientos con sellos de suspensión	2,347	1,744	74.31%
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS			
Visitas realizadas	3,904	3,768	96.52%
Visitas susceptibles a PIL	163	139	85.28%
Productos verificados	478,251	421,049	88.04%
Productos inmovilizados	41,401	92,129	222.53%
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA DE SEGURIDAD DE PRODUCTOS			
Visitas realizadas	2,028	1,581	77.96%
Visitas susceptibles a PIL	275	166	52.00%
Productos verificados	373,759	206,480	55.24%
Productos inmovilizados	194,501	14,141	7.27%
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA DÍA DEL AMOR Y LA AMISTAD			
Visitas realizadas	2,183	1,917	87.81%
Visitas susceptibles a PIL	219	290	132.42%
Productos verificados	74,953	51,691	68.96%
Productos inmovilizados	7,717	1,940	25.14%
Instrumentos de medición verificados	185	259	140.00%
Instrumentos de medición inmovilizados	0	0	0.00%
Establecimientos con sellos de suspensión	105	238	226.67%

PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA CUARESMA Y SEMANA SANTA			
Visitas realizadas	3,997	6,731	168.40%
Visitas susceptibles a PIL	591	598	101.18%
Productos verificados	698,822	1,107,957	158.55%
Productos inmovilizados	16,300	4,997	30.66%
Instrumentos de medición verificados	1,547	1,896	122.56%
Instrumentos de medición inmovilizados	25	41	164.00%
Establecimientos con sellos de suspensión	352	365	103.69%
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA VACACIONAL Y TURÍSTICO (1ERA ETAPA)			
Visitas realizadas	2,254	2,973	131.90%
Visitas susceptibles a PIL	210	406	193.33%
Productos verificados	37,264	49,543	132.95%
Productos inmovilizados	1,147	2,705	235.83%
Instrumentos de medición verificados	262	381	145.42%
Instrumentos de medición inmovilizados	2	11	550.00%
Establecimientos con sellos de suspensión	107	215	200.93%
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA VACACIONAL Y TURÍSTICO (2DA. ETAPA)			
AÑO	**2014**	**2015**	**% CUMPLIMENTO 2015 VS. 2014**
Visitas realizadas	3,046	4,643	152.43%
Visitas susceptibles a PIL	601	621	103.33%
Productos verificados	131,792	94,315	71.56%
Productos inmovilizados	2,642	2,247	85.05%
Instrumentos de medición verificados	455	803	176.48%
Instrumentos de medición inmovilizados	24	41	170.83%
Establecimientos con sellos de suspensión	381	389	102.10%
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA VACACIONAL Y TURÍSTICO (3ERA. ETAPA)			
Visitas realizadas	2,010	1,441	71.69%
Visitas susceptibles a PIL	219	164	74.89%
Productos verificados	23,215	14,597	62.88%
Productos inmovilizados	2,295	305	13.29%
Instrumentos de medición verificados	272	245	90.07%
Instrumentos de medición inmovilizados	8	6	75.00%
Establecimientos con sellos de suspensión	113	97	85.84%
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA DÍA DEL NIÑO			
Visitas realizadas	797	1,596	200.25%
Visitas susceptibles a PIL	74	158	213.51%
Productos verificados	54,489	28,038	51.46%

Productos inmovilizados	5,112	2,804	54.85%
Instrumentos de medición verificados	124	72	58.06%
Instrumentos de medición inmovilizados	1	0	0.00%
Establecimientos con sellos de suspensión	23	97	421.74%
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA DÍA DE LA MADRE			
Visitas realizadas	948	1,599	168.67%
Visitas susceptibles a PIL	79	194	245.56%
Productos verificados	39,052	95,268	243.95%
Productos inmovilizados	727	1,433	197.11%
Instrumentos de medición verificados	134	74	55.22%
Instrumentos de medición inmovilizados	0	0	0.00%
Establecimientos con sellos de suspensión	37	129	348.64%
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA CASAS DE EMPEÑO			
Visitas realizadas	2,472	3,906	158.01%
Visitas susceptibles a PIL	1,035	1,384	133.72%
Instrumentos de medición verificados	1,324	1,795	135.57%
Instrumentos de medición inmovilizados	115	131	113.91%
Establecimientos con sellos de suspensión	939	1,248	132.91%
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA DÍA DEL PADRE			
Visitas realizadas	307	856	278.83%
Visitas susceptibles a PIL	10	88	880.00%
Productos verificados	816	17,053	2089.83%
Productos inmovilizados	19	955	5026.32%
Instrumentos de medición verificados	15	41	273.33%
Instrumentos de medición inmovilizados	0	0	0.00%
Establecimientos con sellos de suspensión	1	69	6900.00%
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA REGRESO A CLASES			
AÑO	**2014**	**2015**	**% CUMPLIMENTO 2015 VS. 2014**
Visitas realizadas	2,954	3,273	110.80%
Visitas susceptibles a PIL	417	459	110.07%
Productos verificados	494,628	120,705	24.40%
Productos inmovilizados	7,459	3,002	40.25%
Instrumentos de medición verificados	503	564	112.13%
Instrumentos de medición inmovilizados	19	33	173.68%
Establecimientos con sellos de suspensión	204	259	126.96%

PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA FIESTAS PATRIAS			
Visitas realizadas	1,337	1,456	108.90%
Visitas susceptibles a PIL	331	192	58.01%
Productos verificados	53,186	27,680	52.04%
Productos inmovilizados	703	1,133	161.17%
Instrumentos de medición verificados	498	314	63.05%
Instrumentos de medición inmovilizados	47	38	80.85%
Establecimientos con sellos de suspensión	193	112	58.03%
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA DÍA DE MUERTOS			
Visitas realizadas	1,497	1,589	106.15%
Visitas susceptibles a PIL	170	172	101.18%
Productos verificados	53,468	97,942	183.18%
Productos inmovilizados	1,439	2,635	183.11%
Instrumentos de medición verificados	114	212	185.96%
Instrumentos de medición inmovilizados	8	22	275.00%
Establecimientos con sellos de suspensión	135	103	76.30%
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA BASÍLICA			
Visitas realizadas	587	778	132.54%
Visitas susceptibles a PIL	54	42	77.78%
Productos verificados	14,085	27,015	191.80%
Productos inmovilizados	102	257	251.96%
Instrumentos de medición verificados	91	169	185.71%
Instrumentos de medición inmovilizados	14	17	121.42%
Establecimientos con sellos de suspensión	28	24	85.71%
PROGRAMA DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA DECEMBRINO			
Visitas realizadas	3,426	3,575	104.35%
Visitas susceptibles a PIL	427	363	85.01%
Productos verificados	167,349	115,905	69.26%
Productos inmovilizados	34,682	5,153	14.86%
Instrumentos de medición verificados	345	728	211.01%
Instrumentos de medición inmovilizados	33	29	87.88%
Establecimientos con sellos de suspensión	150	168	112.00%

3.2. VERIFICACIÓN DE COMBUSTIBLES LÍQUIDOS Y GAS LICUADO DE PETRÓLEO

La Subprocuraduría de Verificación, a través de la vigilancia del comportamiento comercial de los proveedores de bienes y servicios, contribuye a que se respeten los derechos de las y los consumidores y a que existan relaciones de consumo equitativas, focalizando sus actividades en sectores de mercado que impactan estratégicamente al desarrollo interno de la economía mexicana, como es el caso de la venta de gasolina, diésel y del gas licuado de petróleo.

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

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

De enero a diciembre de 2015, la verificación a proveedores de gasolina, diésel y Gas LP, respecto a los padrones de Plantas de Gas LP y Gasolineras (proporcionados por Secretaría de Energía (Sener) y Pemex Refinación, respectivamente), ascendió al 26.92 %, de lo cual se generó presencia de verificación en el 92.16 % de los municipios de la República que tienen más de 100 mil habitantes.

3.2.1. GASOLINA Y DIÉSEL

Para el caso de la verificación a estaciones de servicio de combustible líquido, se pueden señalar 5 aspectos generales, bajo los cuales se realiza la revisión del cumplimiento de la normatividad en materia de consumo:

A) Aspectos comerciales. Para observar entre otros, que se respeten los precios vigentes de acuerdo a la zona de comercialización.

B) Aspectos documentales. Es el caso de la aprobación de modelo o prototipo de los instrumentos de medición bajo la cual se certifica que el diseño de los mismos, cumplen con las Normas Oficiales Mexicanas correspondientes y las documentales respectivas para constatar que los instrumentos de medición han sido ajustados al menos una vez al año.

C) Cualidades metrológicas. Mismas que comprenden la verificación de las cantidades de combustible que se otorgan al consumidor, así como la estabilidad de los instrumentos de medición, para constatar que en mediciones recurrentes de la misma magnitud, no arrojen lecturas distintas más allá de las tolerancias establecidas en la Norma Oficial Mexicana correspondiente (NOM-005-SCFI-2011).

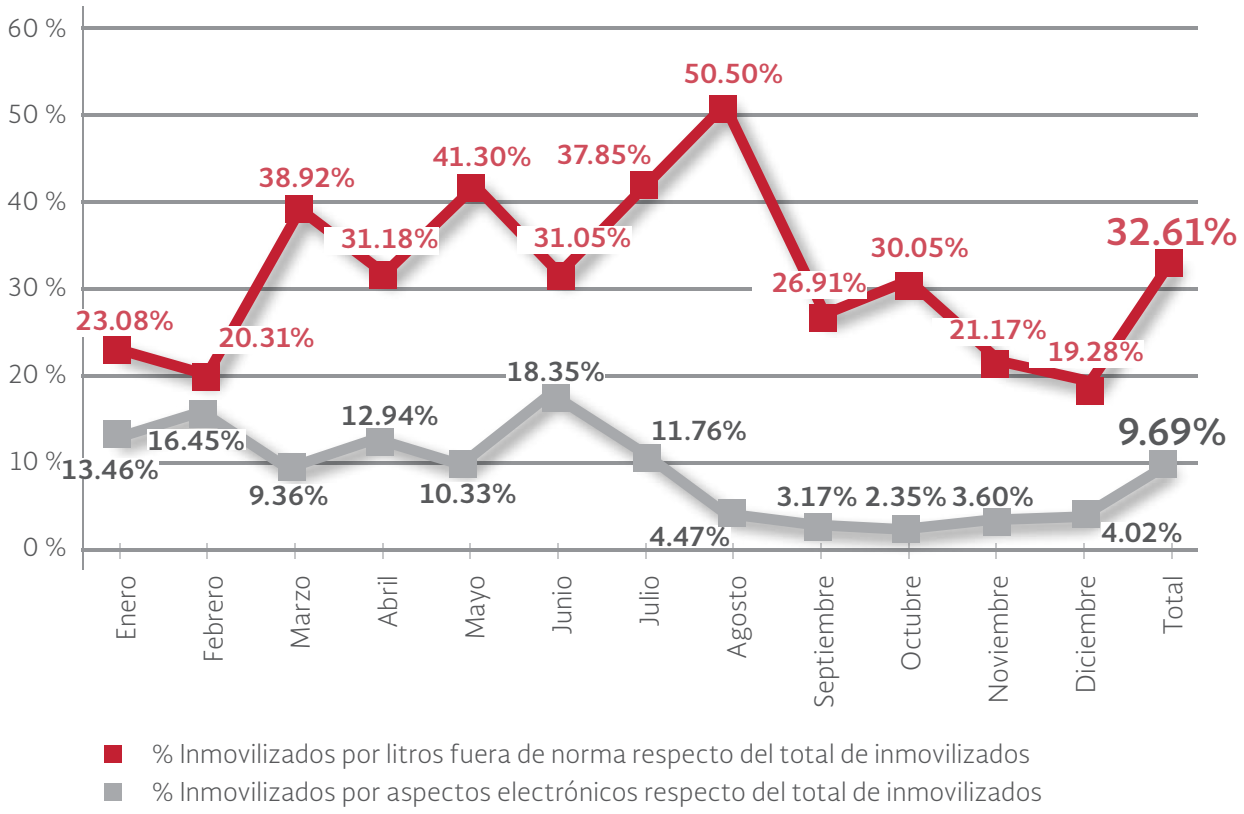
D) Aspectos electrónicos. Para revisar principalmente que la constitución electrónica de los sistemas de despacho, no sea modificada respecto los diseños originales de los fabricantes, mismos que fueron valorados y aprobados por la autoridad y; que en caso de alteración, pudiera ser susceptible de un mal despacho al consumidor.

E) Aspectos de seguridad. Para constatar que no se ponga en riesgo la vida o la salud de las y los consumidores.

De enero a diciembre de 2015, se realizaron 2,959 verificaciones en Estaciones de Servicio a nivel nacional, verificando un total de 43,505 mangueras de despacho de gasolina (instrumentos de medición) e inmovilizando 4,839 de estas, al incumplir con la normatividad correspondiente, incluyendo las características que establece la Norma Oficial Mexicana para Sistemas de despacho de combustible líquido (NOM-005-SCFI-2011).

Existen alrededor de 24 causales por las cuales se puede inmovilizar un instrumento de medición o manguera de despacho. Ahora bien, para fines de un análisis general sobre lo que se ha detectado como irregularidades de mayor relevancia durante las visitas de verificación, en la siguiente gráfica, se tomó en cuenta la anomalía de error máximo tolerado ("litros fuera de norma") y se agruparon diversas causas de inmovilización del tipo electrónico ("aspectos electrónicos"), obteniéndose que, en el periodo de enero a diciembre de 2015, el 9.69% de los casos, se debió a "litros fuera de norma" y el 32.61% por anomalías en las partes electrónicas de los dispensarios de combustible, anomalías que podrían eventualmente causar afectación a la comunidad consumidora.

GRÁFICA 12. CAUSAS DE INMOVILIZACIÓN 2015



% Inmovilizados por litros fuera de norma respecto del total de inmovilizados

% Inmovilizados por aspectos electrónicos respecto del total de inmovilizados

Fuente: Elaborado con base en registros de la Dirección General de Verificación de Combustibles. Profeco, 2016.

3.2.2. GAS LP

El Gas Licuado de Petróleo, es considerado un producto de primera necesidad al ser utilizado para uso doméstico en la mayor parte de los hogares mexicanos y como en el caso de la gasolina y el diésel, representa uno de los sectores estratégicos de mayor relevancia en la economía de nuestro país, ya que además de ser un producto que se consume en la mayoría de los hogares mexicanos, es utilizado para satisfacer necesidades de tipo industrial, comercial y de servicios.

Es por ello, que la Profeco busca permanentemente procurar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores, incrementando y fortaleciendo las actividades de verificación en materia de Gas L.P., a través de un programa de verificación en Plantas de distribución de Gas L.P. y en la vía pública, a vehículos de reparto de recipientes transportables para Gas L.P. y vehículos auto-tanque.

Este programa mantiene como objetivo principal, garantizar que las transacciones comerciales entre los proveedores de Gas L.P. y la población consumidora, se ajusten a los principios básicos establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor, evitando que se vulneren sus intereses y derechos o bien, que se pudiera afectar la vida, salud, seguridad o economía de los mismos.

Con este programa se procura además, proporcionar mayor certidumbre a la población para que en la adquisición del hidrocarburo se garantice la cantidad exacta por la que, la o el consumidor paga, observando que todo proveedor cumpla con las especificaciones de comportamiento comercial en la entrega de notas de venta, comprobante o facturas y que se tengan a la vista de las y los consumidores, los precios vigentes, evitando también, que se le niegue o condicione el servicio o producto a la comunidad.

De acuerdo a lo anterior, de enero a diciembre de 2015, se realizaron 1,081 visitas de verificación a Plantas de distribución de Gas L.P.

En dichas visitas de verificación en Plantas de distribución de Gas L.P. y las efectuadas en vía pública a camiones repartidores, realizadas por la Dirección General de Verificación de Combustibles, se inmovilizaron 134 vehículos distribuidores de recipientes transportables de los 773 verificados, 37 vehículos auto-tanque identificados con algún tipo de irregularidad de 689 verificados. Se hizo la revisión de 2,935 recipientes transportables para Gas L.P., resultando 2,518 inmovilizados de acuerdo con la metodología de muestreo y de aceptación-rechazo de lotes de recipientes establecida; así como 9,230 básculas verificadas, de las cuales se inmovilizaron 213.

3.2.3. SUPERVISIÓN AL PERSONAL DE VERIFICACIÓN

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

De enero a diciembre de 2015 se realizaron un total de 82 supervisiones en campo a las brigadas de verificación de la Dirección de Verificación de Combustibles.

3.2.4. SERVICIO DE AJUSTE POR CALIBRACIÓN EN MATERIA DE COMBUSTIBLES

Adicional a la verificación como un acto de autoridad, para contribuir al buen comportamiento de los proveedores, la Profeco instrumenta permanentemente el servicio de ajuste de instrumentos de medición como política preventiva, para que aquellos proveedores interesados, ajusten sus sistemas de despacho de gasolina y diésel, medidores de gas y medidores de alto flujo de combustible líquido, con el objetivo de entregar a la comunidad consumidora, las cantidades exactas de producto por las que pagan.

En los meses de enero a diciembre de 2015, se atendió un total de 198 solicitudes de proveedores, para el ajuste de sus instrumentos de medición, resultando un total de 1,620 de instrumentos de medición a los cuales se les practicó dicho servicio.

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

La Dirección de Procedimientos de la Dirección General de Verificación de Combustibles, tiene dentro de sus objetivos, iniciar y substanciar los procedimientos por infracciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, que como resultado de las visitas de verificación se deriven e imponer la sanción correspondiente. Esto, a través de una resolución administrativa para de esta manera contribuir a un efecto disuasivo en los comportamientos irregulares u omisiones por parte de los establecimientos que comercializan combustibles de primera necesidad, como es el gas licuado de petróleo y los combustibles líquidos como las gasolinas y el diésel.

Al respecto, derivado de las verificaciones a proveedores de Gas L.P., durante 2015 se iniciaron 746 procedimientos administrativos, imponiéndose 593 sanciones por un monto total de $155,960,768.76 pesos.

Para el caso de las verificaciones en estaciones de servicio, durante 2015 se iniciaron 1,133 procedimientos administrativos, imponiéndose 848 sanciones por un monto total de $154,123,662.60 pesos.

3.3. LABORATORIO NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

El Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, evaluó de una manera científica y sistemática, la conformidad de las Normas Oficiales Mexicanas y Normas Mexicanas de una variedad de productos que los proveedores ponen al alcance de la población consumidora para con ello, proteger sus derechos de manera que se apliquen las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. La información obtenida del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, fue fundamental para:

Proporcionar la información técnica/científica base para la elaboración de reportes y artículos que se dan a conocer en los medios de divulgación de la PROFECO, para procurar la libertad de elección de la o el consumidor, mediante información adecuada sobre la especificación correcta de cantidades, de contenidos, características de calidad, de funcionalidad, o de desempeño de los diferentes productos. En el año 2015 se realizaron 25 estudios en cumplimiento a lo programado (24 estudios) dirigidos a productos con impacto a la economía, seguridad y nutrición. Se realizaron recomendaciones generales para impulsar una cultura de hábitos alimentarios que favorezcan la adopción de una dieta correcta y, por otro lado, y no menos importante, señalar que los estudios compararon la calidad entre las diversas marcas del mercado, con lo cual se impulsa la competitividad entre fabricantes. Se denunciaron ante la población consumidora los etiquetados no veraces o engañosos, fallas que dieron origen a operativos de verificación. También se evalúo el riesgo, lo cual permitió a la o el consumidor obtener información de alto valor para su mejor decisión de compra.

3.3.1. LOS ESTUDIOS

IMAGEN 1. CUADRO ESTUDIOS DE CALIDAD REALIZADOS DURANTE EL AÑO 2015

Fuente: Registros del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor

En el caso particular del estudio de atún envasado se destacaron sus nutrientes, de entre ellos, su alto contenido en proteínas. Sin embargo, ahora que estos productos se comercializan adicionados con soya, siendo ésta una fuente de proteínas vegetales, esto no exime a los fabricantes a señalar claramente lo que el producto contiene. En este estudio se informó que los contenidos de soya adicionados, dependiendo de la marca, estuvieron entre 3 y 40% del contenido del producto una vez escurrido; lo que representa información confusa e incompleta para el consumidor.

Analizamos el etiquetado, la composición y el estado higiénico de alimentos para bebes tales como jugos, néctares, papillas de fruta, de carne con vegetales y/o cereales. Se informó que los productos analizados además de ser sanitariamente adecuados, los jugos fueron 100% de fruta, y que los néctares para lactantes tienen más contenido de fruta. Se hicieron recomendaciones relevantes como el revisar la etiqueta para detectar algún ingrediente que puede ser alérgeno. También por el impacto que representa en la economía del hogar cuando llega un bebé se realizó un estudio de pañales para niño y niña, se consideró la importancia de elegir adecuadamente marca y modelo.

Se denunciaron ante la y el consumidor seis marcas de aceite que se denominan de oliva sin serlo. También evaluamos a la salsa cátsup, se encontró que ninguna marca cumplió con el contenido mínimo de sólidos de tomate que requiere la norma (12 %), incluso se señaló que varias marcas de cátsup tienen menos tomate que las que se denominan tipo cátsup, adicionan espesantes y/o almidones, algunas suelen incluir conservadores y hasta colorantes. Se encontraron productos con contenidos de sólidos de tomate exageradamente bajos (2,9 %).

Por otro lado, dado que las bebidas alcohólicas son de alta comercialización y representa un riesgo tanto su calidad así como el abuso en su consumo, analizamos bebidas alcohólicas destiladas, de comercio formal; se incluyeron: Brandy, Charanda, Tequila, Ron, Vodka, Whisky y Destilados de caña o agave con costos menores de 100 pesos. También fue considerado el vino, analizamos 19 vinos tintos mexicanos de costos menores a $400. Se encontró que un producto no cumplió las especificaciones para denominarse vino ya que solo tuvo 25% del alcohol proveniente de la uva.

Por otro lado, en virtud de la aprobación de gravar en México las bebidas “energéticas” y por la reforma fracción XVII, del artículo 3o. de la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, estas bebidas modificaron su formulación y/o denominación, por lo que se estimó relevante informar sobre la calidad de estos productos y hacer recomendaciones sobre su consumo, tomando en consideración el riesgo que se ha detectado por el consumo de bebidas con cafeína y taurina, asociado con el consumo de las bebidas alcohólicas.

Y como relevante también le representa a la población consumidora el gasto de la comida de su "mejor amigo", el perro, se evaluaron 40 marcas de alimento seco para perros adultos, el qué hasta hace pocas décadas no ha sido tema de investigación proliferando las marcas con promesas para una mejor salud y nutrición del mismo. Se hizo una clasificación de los alimentos de acuerdo a sus características nutricionales y atributos especiales. Se revisaron las fórmulas, la calidad y cantidad de sus ingredientes y los controles de calidad que llevan las empresas para garantizar que sus productos tienen una producción adecuada y homogénea, se comprobó también la veracidad de información de la etiqueta.

Así mismo, como todos los años se puso a disposición de la y el consumidor el estudio de útiles escolares y computadoras tanto de escritorio como laptops, se comparó el desempeño de cada marca en el mercado proporcionando a la población consumidora información para su mejor compra.

Por otro lado, como un utensilio que busca reducir los costos de cocina en tiempo y energía, se analizaron las ollas de presión, las que en varios casos, lejos de ser de utilidad en la cocina, representaron un riesgo al usuario, informando sobre 6 modelos que resultaron con falla.

Como productos de moda, se estudiaron las alaciadoras para el cabello, se midió la rapidez del planchado contra el daño causado al cabello; y también se estudiaron las tablets en las que se evaluó su desempeño y se señalaron sus características.

Un estudio extraordinario y a solicitud de la Secretaria de Comunicaciones y Transportes (SCT) fue el de Antenas y Decodificadores de señal de televisión, equipos necesarios para la toma de decisión de conservar un televisor que no esté adaptado para la Señal Digital Terrestre (SDT) que está sustituyendo a la tecnología analógica (apagón analógico). En antenas el descubrimiento fue que la población consumidora podrá seguir utilizando la antena que usa si actualmente le da un buen servicio, con los beneficios de la alta definición de la señal, el tema de antenas HD es un mito publicitario.

3.3.2. VERIFICACIÓN

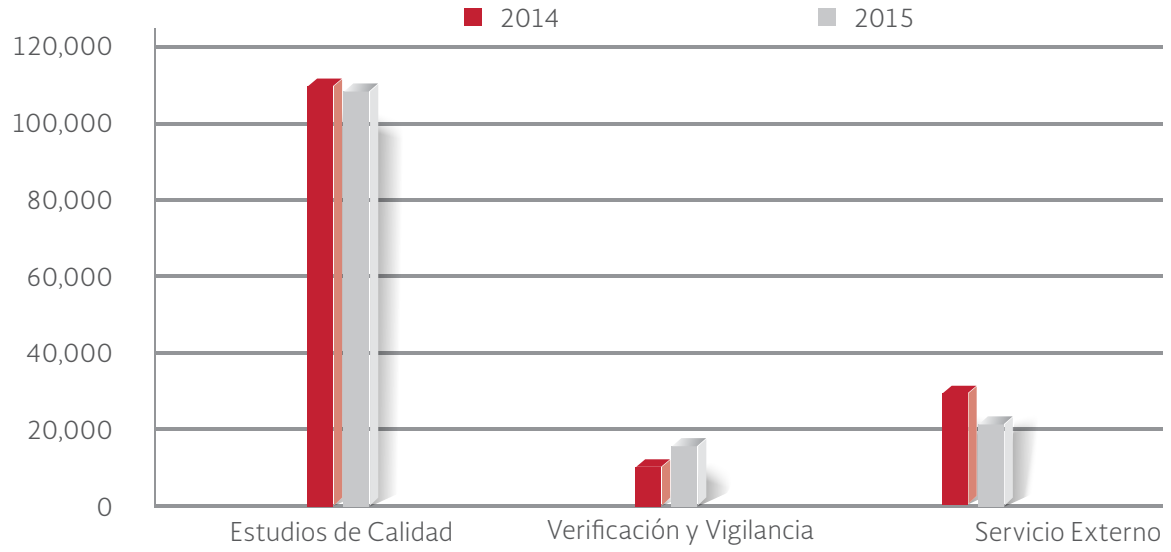
Y para sustentar las acciones legales de la PROFECO en contra de los proveedores por violaciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como de cualquiera de las Normas Oficiales Mexicanas se realizaron 18,700 pruebas a productos tales como: atún, yogur, aceite de oliva y de soya, quesos, endulzantes y productos eléctricos (licuadora), bebidas alcohólicas (ron, vodka, tequila, mezcal), lámparas fluorescentes, precintos, pintura, cemento e inodoros luces y artefactos navideños, cerillos. Aunado a la tarea importante del laboratorio en aspectos fundamentales para la protección de la población consumidora en términos de las transacciones comerciales en donde la cantidad (masa) es factor para la determinación del precio. El laboratorio realizó la calibración de masas, de los instrumentos y patrones de Profeco, en este rubro se aplicaron 23,891 pruebas a 4,327 muestras.

3.3.3. SERVICIO EXTERNO

Como apoyo a la calidad de los productos se evaluaron aquellos que organizaciones públicas y privadas externas a la PROFECO ingresaron para su análisis, previo pago de los servicios de un laboratorio. En el 2015 el servicio externo generó un ingreso a la Institución por $2'953,952.30.

Como dato informativo sobre el volumen de trabajo (Pruebas) que el laboratorio realizó por el tipo de servicio se presenta la siguiente gráfica comparativa. En términos globales se resalta que en el año 2015 el laboratorio ejecutó un total de 149,035 pruebas, muy similar al año 2014 en el que se realizaron 149,781 pruebas.

GRÁFICA 13. COMPARATIVO DE PRUEBAS REALIZADAS 2014-2015

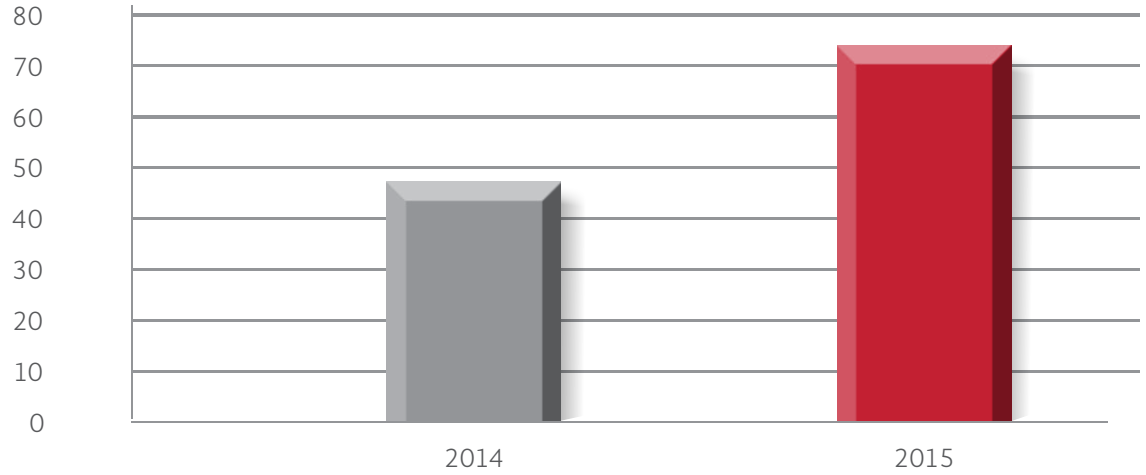


Fuente: Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, 2015.

3.3.4. EVITANDO EL ENGAÑO A LAS Y LOS CONSUMIDORES

Por medio de la publicidad, la comercialización y la promoción de los productos, la industria da a conocer a las y los consumidores aquellos que están disponibles, en los que el etiquetado y los anuncios publicitarios contribuyen a la información del mercado y a modificar, incluso los hábitos de compra. Por ello, para evitar el engaño, el laboratorio realizó un trabajo conjunto con las áreas de Publicidad y Verificación y Vigilancia para analizar los soportes técnicos que presentan las empresas para sustentar etiquetados o frases publicitarias, sobre los cuales se emitió opinión técnica. En el 2015, se emitió opinión de 76 frases publicitarias usadas por más de 55 distintos productos.

GRÁFICA 14. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN SOPORTE DE FRASES PUBLICITARIAS 2014 - 2015



Fuente: Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, 2015.

3.3.5. CONTRIBUCIÓN A LA NORMATIVIDAD

Para contribuir al ordenamiento del mercado, en un contexto técnico, el laboratorio vigiló y representó los intereses de las y los consumidores participando en 171 reuniones de normalización y certificación, buscando con ello una normativa efectiva proporcionando fundamentos técnicos para dar sustento a especificaciones claras que eviten riesgos o engaños a la población consumidora. En este sentido se participó en la elaboración de la norma para sillas altas para infantes, que tomó como base el resultado de los riesgos exhibidos en el estudio de calidad publicado en año 2014. También se participó en los trabajos de revisión de la norma para pesas y básculas comerciales y se enviaron a la Dirección General de Normas los proyectos de norma de taxímetros y Watthorímetros como temas relevantes a incluir en el Programa Nacional de Normalización.

Contribución técnica para que las y los consumidores obtengan productos de mayor seguridad, calidad e inocuidad

Como parte del intercambio internacional, se realizaron pasantías de personal del Laboratorio en Chile, se compararon metodologías técnicas entre el Laboratorio de Profeco y los laboratorios Chilenos en temas como productos infantiles, alimentos, textiles y metrología, lo cual permitirá elevar y homologar conjuntamente el nivel de medición de personal técnico científico de ambos países e intercambiar de información de riesgos y metodología de detección.

En las actividades derivadas de la firma de los Convenios de colaboración con CFE, y con SEDENA Y SEMAR el laboratorio participa en la parte técnica de manera fundamental.

Destaca también la participación del laboratorio en pruebas interlaboratorios con CPSC de Estados Unidos y Health Canada en la determinación de plomo total en artículos para niños, que tuvo el fin de realizar un análisis comparativo de los métodos instrumentales usados en el laboratorio (absorción atómica y plasma ICP) con los obtenidos con un equipo portátil de rayos X, esto para tener un método más rápido de campo que permita la cuantificación de plomo en productos que llegan al país y se puedan descartar aquellos que representen un riesgo.

Es importante señalar también la participación a la III Cumbre de Seguridad de Productos de Consumo de América del Norte que agrupa a: Estados Unidos, Canadá y México, países comprometidos a trabajar en conjunto con el propósito de mejorar el conocimiento y la experiencia en materia de seguridad de productos de consumo, a fin de compartir experiencias y datos relacionados con la vigilancia de las importaciones y del mercado estableciendo entre el laboratorio y los reguladores de América del Norte la cooperación y el intercambio de información que incluye también la consulta sobre proyectos de reglamentos y normas voluntarias y métodos de prueba.

Competencia técnica

No menos importante destacar que el laboratorio continua acreditado por la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) y certificado en todos sus procesos técnicos y administrativos bajo la nueva norma NMX-CC-9001:2008, después de estar sujeto a las auditorías técnicas donde demostró su competencia.

4. JURÍDICO

La Subprocuraduría Jurídica, es la unidad administrativa de la Procuraduría Federal del Consumidor encargada de proteger y promover los derechos de las y los consumidores, procurar y representar los intereses de los consumidores, a través de la representación colectiva de la población consumidora, así como fortalecer el marco jurídico de actuación de la Profeco, brindando de esta manera certeza jurídica y legalidad a los Derechos Humanos de la población consumidora. También se encarga de representar a la Procuraduría en toda clase de procedimientos judiciales, contencioso administrativo y laborales.

Durante 2015, la Subprocuraduría Jurídica, interpuso **cuatro** acciones colectivas. Asimismo, como consecuencia de la interposición de una acción colectiva, el 23 de junio de 2015 celebró convenio judicial entre la institución y Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V. (Telcel) con la finalidad de acreditar la bonificación de 309 millones de pesos a 14.8 millones de usuarios beneficiados. Este resultado refleja la importancia de los procedimientos de representación colectiva que realiza la Procuraduría en beneficio de los consumidores.

En 2015, la Procuraduría impulsó la actualización de los montos de las operaciones y multas previstas en la Ley Federal de Protección al Consumidor, derivada de la obligación de la Procuraduría de actualizar cada año, por inflación, los montos referidos en pesos. Asimismo, llevó a las gestiones pertinentes para que se reformaran el Reglamento y el Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor, en el que se incluyó la creación de la Subprocuraduría de Telecomunicaciones y sus áreas.

En el ámbito contencioso-administrativo, se mantuvo un porcentaje de sentencias favorables para la institución derivados de los actos administrativos que se emiten en sus distintas unidades administrativas, por encima del indicador histórico del 30%, ya que para 2015 el porcentaje de sentencias favorables fue de 39%. Por su parte, se continuó trabajando para evitar demandas laborales en contra de la institución, lográndose un decremento en el número de demandas recibidas en comparación con el año 2014.

En lo tocante con la participación de Profeco en el ambiente internacional, la Subprocuraduría Jurídica coordinó la participación de ésta en diversas reuniones, sesiones y foros, además de atender pasantías de funcionarios de distintos países. De igual manera, coordinó la firma de distintos Memorándums de Entendimiento con autoridades de diversos países, fortaleciendo la presencia de la Procuraduría Federal del Consumidor, que de manera activa participa en la definición de la política pública internacional en materia de protección al consumidor.

Destaca por su relevancia III Cumbre de Seguridad de Productos de Consumo de América del Norte que se llevó a cabo la del 17 al 19 de noviembre del 2015, en la Ciudad de México, de la cual esta Procuraduría Federal del Consumidor fue anfitriona.

4.1. PROCESOS DE REPRESENTACIÓN COLECTIVA

Acciones Colectivas

Con las reformas al Código Federal de Procedimientos Civiles, que entraron en vigor el 29 de febrero de 2012, se implementó en el sistema jurídico mexicano la figura legal de acción colectiva, con el objeto de defender y proteger intereses colectivos en materia de relaciones de consumo, de bienes y/o servicios públicos o privados.

Con el ejercicio de estas acciones, la Procuraduría Federal del Consumidor contribuye a detener las prácticas abusivas y lesivas de los proveedores en contra de las y los consumidores.

En virtud de lo anterior, la Procuraduría Federal del Consumidor, promovió de enero a diciembre de 2015, **cuatro** acciones colectivas, las cuales son:

1. Con fecha 12 de mayo de 2015, se promovió acción colectiva en contra de una empresa inmobiliaria por incumplimientos generalizados, en la que se representa a 50 consumidoras y consumidores por un monto de 8.7 millones de pesos, la cual se encuentra pendiente de admisión.
2. Con fecha 02 de junio de 2015, se promovió acción colectiva en contra de una empresa de espectáculos por la cancelación de un concierto, en la que se representó a 45 consumidoras y consumidores por $94,308.00 (noventa y cuatro mil trescientos ocho pesos 00/100 m.n.).
3. El 17 de abril de 2015, se presentó una demanda de acción colectiva, en contra de una empresa de espectáculos, en la que se representó a 49 consumidoras y consumidores, por un monto de $277,354.75 (doscientos setenta y siete mil trescientos cincuenta y cuatro pesos 75/100 m.n.).
4. El 21 de julio de 2015, se presentó la acción colectiva, en contra de una empresa por incumplimientos en entregas de muebles de línea, en la que se representan a 60 consumidoras y consumidores por un monto de $209,574.00 (doscientos nueve mil quinientos setenta y cuatro pesos 00/100 m.n.).
5. Asimismo, de enero a diciembre de 2015, se promovieron 9 acciones de reparación de cuantificación de daños y perjuicios; una en contra de una empresa mueblera en la que se representan a 49 consumidoras y consumidores por un monto de 1.2 millones de pesos; 1 en contra de una afianzadora, por un monto reclamado de 10 millones de pesos, en representación de 3,711 consumidoras y consumidores; 1 en contra de una empresa de teléfonos móviles, por un monto reclamado de más de 150 mil pesos, en representación de 35 consumidoras y consumidores; 1 acción de reparación en contra de una empresa inmobiliaria, por un monto reclamado de más de 12 millones de pesos, en representación de 78 consumidoras y consumidores; 1 en contra de una empresa inmobiliaria, en el que se representa a 80 consumidoras y consumidores por un monto reclamado de 26.5 millones de pesos; 1 en contra de otra inmobiliaria, en representación de 422 consumidoras y consumidores, por un monto de más de 4.8 millones de pesos; 1 en contra de una aerolínea en representación de 3996 consumidoras

y consumidores por un monto de 22.2 millones de pesos. Adicionalmente, se promovieron 2 incidentes de Ejecución de Sentencia en contra de una misma empresa inmobiliaria, en los cuales, de manera conjunta se representaron a 362 consumidoras y consumidores por un monto total de 103.3 millones de pesos. Se promovió incidente de Ejecución de Sentencia de una empresa afianzadora por 10 millones de pesos, en representación de 3,711 consumidores. Todos estos casos a diciembre de 2015 se encuentran pendientes de resolver.

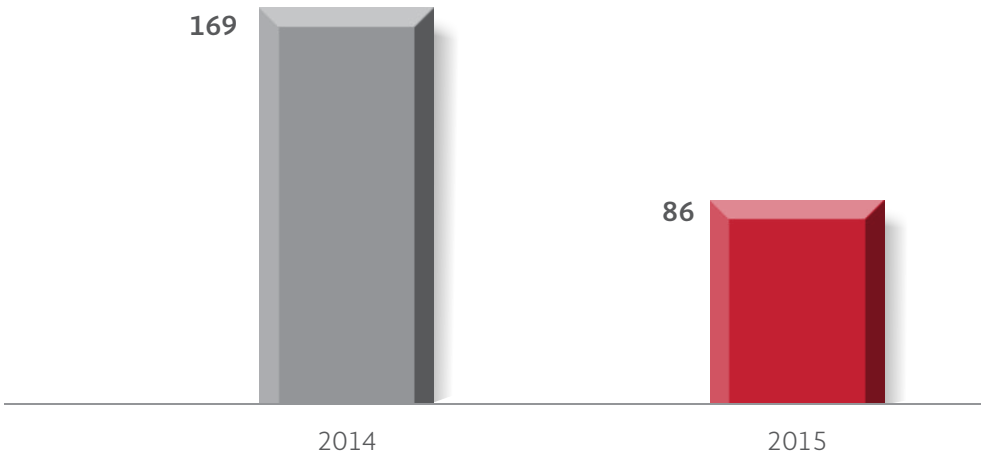
Finalmente, el 23 de junio de 2015, se celebró convenio judicial entre la institución y una empresa de telefonía móvil, con la finalidad de someterlo a autorización judicial en términos de lo establecido en el Código Federal de Procedimientos Civiles, para acreditar la bonificación de 309 millones de pesos a 14.8 millones de usuarios beneficiados, en una acción colectiva en la que se representaron a 42 consumidores.

4.2. JURÍDICO CONSULTIVO

Consultoría jurídica

La Dirección de lo Consultivo cuenta con atribuciones para brindar asesoría jurídica a las y los consumidores, proveedores y unidades administrativas de la Institución que así lo requirieran, con el objetivo de garantizar la legalidad en las actividades de Profeco y de terceros. En este sentido, durante 2015 se atendieron 86 consultas jurídicas realizadas vía telefónica, por internet, por escrito y de manera personal, entre ellas las que se relacionan con la aplicación de la normatividad emitida por Profeco u otra autoridad y que tenga relación con las atribuciones de esta Procuraduría, de las cuales 60 corresponden a consultas externas y 26 a unidades administrativas de la Procuraduría.

GRÁFICA 15. CONSULTAS JURÍDICAS

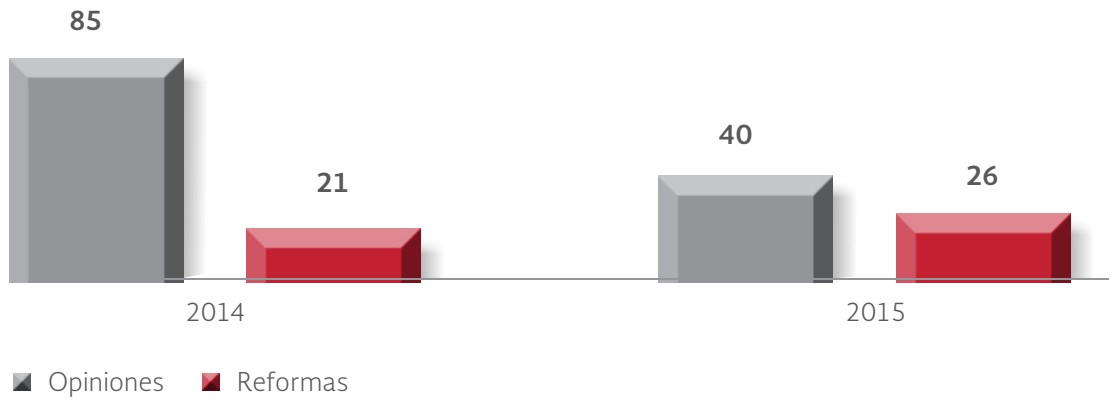


Fuente: 4º Reporte del Programa Anual de Actividades 2014 y 2015

4.2.1. ENLACE LEGISLATIVO

En el año 2015, se revisaron y emitieron 40 opiniones respecto de Iniciativas de Leyes y de Reglamentos, Decretos, Minutas, Dictámenes, Acuerdos y demás ordenamientos jurídico-normativos relacionados con las actividades de la Procuraduría, 26 de las cuales corresponden a iniciativas relacionadas con reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor, entre las que destacan la opinión en sentido positivo respecto de la Minuta con Proyecto de Derecho por el que se reforma el primer párrafo y se adiciona un quinto párrafo al artículo 32 de esta Ley, en materia de publicidad engañosa y que está pendiente de publicación en el Diario Oficial de la Federación por parte del Ejecutivo Federal.

GRÁFICA 16. ENLACE LEGISLATIVO



Fuente: 4º Reporte del Programa Anual de Actividades 2014 y 2015

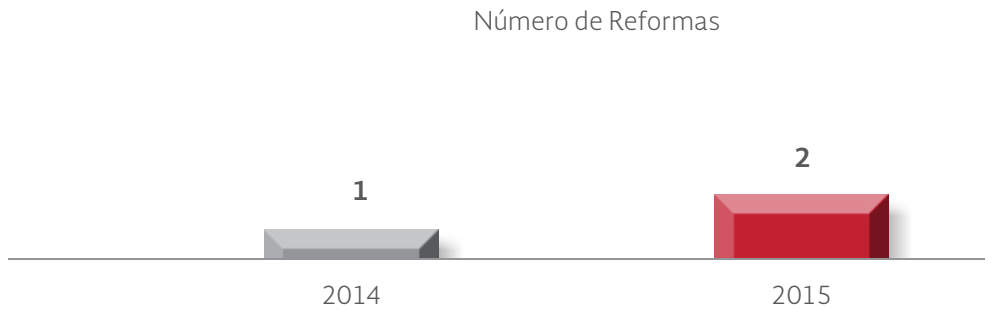
4.2.2. REFORMAS A LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y OTROS INSTRUMENTOS LEGALES ASOCIADOS

De conformidad con las atribuciones que tiene la Procuraduría Federal del Consumidor de promover y proteger los derechos e intereses de las y los consumidores y aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones de consumo, durante 2015 esta Procuraduría impulsó la actualización de los montos de las operaciones y multas previstas en la Ley Federal de Protección al Consumidor, cumpliendo con la obligación de la Procuraduría de actualizar cada año, por inflación, los montos referidos en pesos. Asimismo, es de importancia realizar esta actualización toda vez que la Ley Federal de Protección al Consumidor prevé que determinados consumidores no finales, pueden presentar reclamaciones ante esta Procuraduría, siempre y cuando el monto de las operaciones respectivas no sea superior al previsto por la propia ley.

Modificaciones al Estatuto Orgánico de la Profeco

Durante 2015 se realizaron 2 modificaciones al Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor: La primera consistió en modificar la ubicación de la Delegación Zacatecas de esta Procuraduría, señalando que tendrá sede en el territorio de cualquiera de los municipios que integran la Zona Metropolitana de Zacatecas; la segunda modificación incluye la creación de la Subprocuraduría de Telecomunicaciones y sus áreas que la integran, las Direcciones Generales de Protección al Consumidor de Telecomunicaciones; la de Procedimientos y Análisis Publicitario de Telecomunicaciones; y la de Defensa Colectiva y Contratos de Adhesión de Telecomunicaciones. Lo anterior, en cumplimiento del artículo Vigésimo Primero Transitorio del Decreto por el que se expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y con ello contribuir a la atención, promoción y supervisión de los derechos de los usuarios previstos por dicha ley y en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

GRÁFICA 17. REFORMAS AL ESTATUTO ORGÁNICO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR



Fuente: 4º Reporte del Programa Anual de Actividades 2014 y 2015

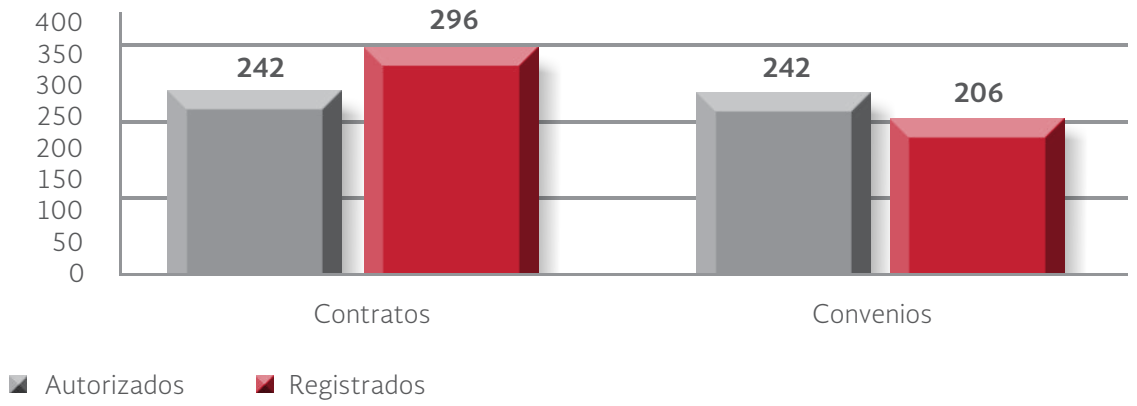
Acuerdos

Para el año que se reporta, se emitieron 15 Acuerdos, entre ellos los que dieron a conocer los nuevos domicilios de las Delegaciones de la Procuraduría Federal del Consumidor en los estados de Jalisco, Querétaro y Zacatecas; el que contiene las disposiciones de carácter general en materia de despachos de cobranza a que se refiere el artículo 17 Bis 4 de la Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros; el que establece los Lineamientos para la expedición de las credenciales de los servidores públicos de la Procuraduría Federal del Consumidor, que realizan funciones de verificación y vigilancia de telecomunicaciones y finalmente por el cual se delegan a diversos servidores públicos de la Procuraduría Federal del Consumidor las atribuciones, en específico a los integrantes de la Subprocuraduría de Telecomunicaciones.

4.2.3. CONTRATOS Y CONVENIOS INSTITUCIONALES

Con el objeto de garantizar la promoción y protección de los derechos de los consumidores, así como procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores, en 2015 la Procuraduría Federal del Consumidor suscribió convenios de colaboración con diversos actores económicos, con lo que ha logrado fortalecer su compromiso en el desempeño de las atribuciones que le han sido encomendadas. Asimismo, se firmaron los contratos correspondientes para la debida operatividad de la Procuraduría, las cifras son las siguientes:

GRÁFICA 18. CONTRATOS Y CONVENIOS PROFECO 2015



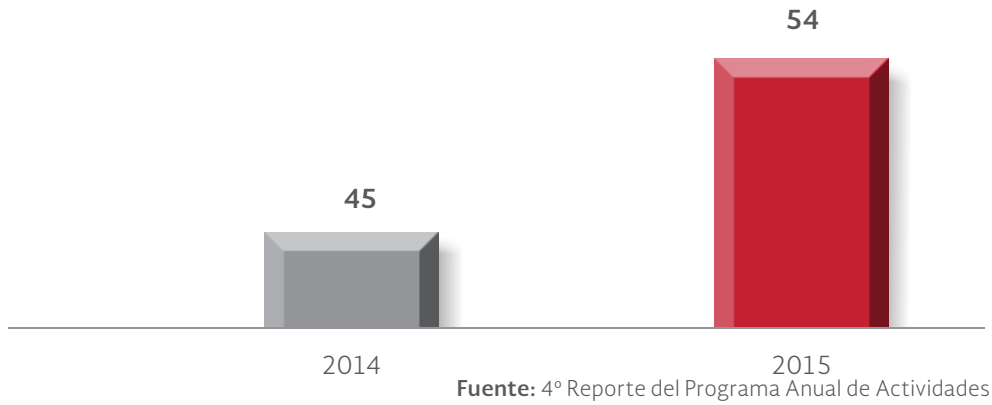
Fuente: Informes Anuales de Actividades.

Para el cierre de 2015, 242 contratos y 242 convenios fueron autorizados. Para el mismo periodo, se inscribieron en el Registro de Contratos y Convenios Institucionales 296 contratos y 206 convenios celebrados.

4.2.4. DERECHOS HUMANOS

De conformidad con la facultad conferida en el Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor, con relación al trámite y seguimiento de las solicitudes de información formuladas por la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH), en 2015 se recibieron 54 requerimientos de información, en los cuales se proporcionó la documentación necesaria en tiempo y forma.

GRÁFICA 19. REQUERIMIENTOS DE LA CNDH



Fuente: 4º Reporte del Programa Anual de Actividades 2014 y 2015

4.3. DEFENSA DE ACTOS DE AUTORIDAD

La Dirección General de lo Contencioso y de Recursos (DGCR), como Unidad Administrativa adscrita a la Subprocuraduría Jurídica de la Procuraduría Federal del Consumidor, es la encargada de representar legalmente a la Procuraduría y al Procurador o Procuradora, en los procedimientos administrativos, judiciales, laborales y contencioso administrativos en los que la Procuraduría sea parte; así como intervenir en apoyo de la Coordinación General de Administración en las controversias de carácter laboral en las que participen las unidades de la Procuraduría y las o los servidores públicos.

Se reporta información sobre las actividades que se desarrollan en cada uno de los procedimientos que realizan las áreas que conforman la DGCR, precisando su responsabilidad y participación, ya que documenta las actividades que se llevan a cabo en el cumplimiento de las atribuciones y funciones encomendadas que el personal debe hacer.

4.3.1. DEMANDAS Y SENTENCIAS EN JUICIOS DE NULIDAD

La Procuraduría Federal del Consumidor en materia contenciosa ante el Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa tuvo notificación de 7,196 demandas durante 2014. Asimismo, en el año 2015, fueron notificadas 8,111 demandas promovidas e interpuestas en contra de diversas resoluciones emitidas por esta Institución.

Entorno a las variantes de tramitación del juicio de nulidad, tanto en la vía ordinaria como sumaria, en 2015 se recibieron 950 demandas más que el año inmediato anterior.

TABLA 7. VARIANTES DE TRAMITACIÓN DEL JUICIO DE NULIDAD					
AÑO	RECIBIDO	ORDINARIO	VIA EN LA QUE SE RECIBIO		
			ORDINARIO EN LÍNEA	SUMARIO	SUMARIO EN LÍNEA
2011	7,329	6,346	18	929	36
2012	7,064	1,778	14	5,198	74
2013	6,695	1,231	19	5,355	90
2014	7,161	1,504	49	5,576	32
2015	8,111	1,855	64	6,121	71

Fuente: Archivos y registros de la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos

Es pertinente precisar, que el trámite de juicio en línea disminuye los costos de acceso a la justicia administrativa y tiende a incrementar los juicios de nulidad que se tramitan, comparativamente con años anteriores en la vía sumaria.

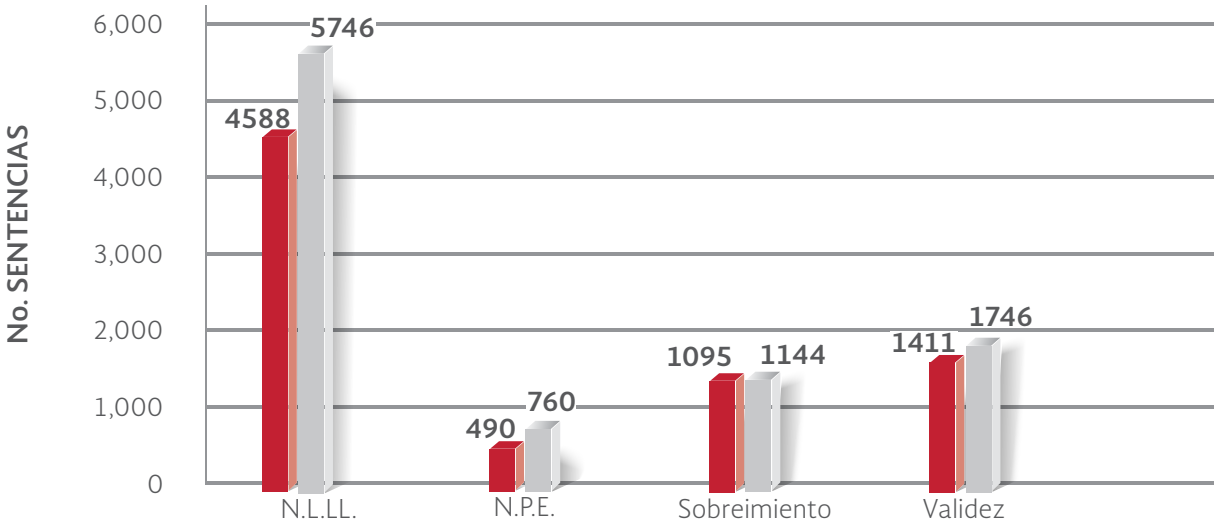
En 2014 las demandas en la vía sumaria representaban el 78.31% del total, mientras que para 2015 representan el 76.34%.

Cabe mencionar que en el año 2014, el Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa notificó a la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos, un total de 7,584 sentencias, en tanto que para el mismo periodo en 2015, se han resuelto 9,396, las cuales se resolvieron en cuatro sentidos que a continuación se detallan:

TABLA 8. SENTENCIAS NOTIFICADAS DURANTE 2014 Y 2015		
SENTIDO	ENERO-DICIEMBRE 2014	ENERO-DICIEMBRE 2015
Nulidad Lisa y Llana	4,588	5,746
Nulidad Para Efectos	490	760
Sobreseimiento	1,095	1,144
Validez	1,411	1,746
Gran total	7,584	9,396

Fuente: Archivos y registros de la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos

GRÁFICA 20. COMPARATIVO SENTENCIAS AÑOS 2014 Y 2015



***N.L.LL.:** Nulidad Lisa y Llana
***N.P.E.:** Nulidad Para Efectos

Fuente: Archivos y registros de la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos

4.3.2. JUICIOS DE AMPARO INDIRECTO

Durante el periodo de enero-diciembre de 2015, se llevaron los procesos ante Juzgados de Distrito de 195 demandas de amparo indirecto, siendo así 133 demandas menos en comparación con 2014, rindiéndose los pertinentes informes previos y justificados con apego a los términos señalados en la Ley de Amparo.

TABLA 9. PROCESOS ANTE JUZGADOS DE DISTRITO 2014 Y 2015 (JUICIOS DE AMPARO INDIRECTO)

AMPARO	ENERO-DICIEMBRE 2014	ENERO-DICIEMBRE 2015
Recibidos	328	195
Resueltos	430	278

Fuente: Archivos y registros de la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos

4.3.3 JUICIOS LABORALES

En cuanto hace a la materia laboral de los conflictos que se tramitan en contra de esta Institución por los extrabajadores, como consecuencia de la terminación de la relación laboral, en el periodo de 2015, se tienen 31 juicios menos, lo que equivale a un 42% en comparación con el año 2014, detallándolo de la siguiente manera:

TABLA 10. COMPARATIVO DE JUICIOS LABORALES 2014-2015		
	ENERO-DICIEMBRE 2014	ENERO-DICIEMBRE 2015
Recibidos	73	42
Resueltos	139	16

Fuente: Archivos y registros de la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos

4.3.4. DENUNCIAS PENALES

En materia penal se formularon denuncias por hechos o actos que pueden constituir delitos cometidos en agravio de esta Institución o contra de las y los consumidores, la comparación con el año 2014 es la siguiente:

TABLA 11. DENUNCIAS POR HECHOS O ACTOS EN AGRAVIO DE ESTA INSTITUCIÓN		
PENAL	ENERO-DICIEMBRE 2014	ENERO-DICIEMBRE 2015
Recibidos	48	71
Resueltos	33	1

Fuente: Archivos y registros de la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos

4.4. PROFECO EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL

4.4.1. ASUNTOS INTERNACIONALES

Refrendando el compromiso del Licenciado Enrique Peña Nieto, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, de ser una fuerza positiva y propositiva en el mundo, una Nación al servicio de las causas de la Humanidad, en la que participemos conjuntamente con otros países en favor de un bien común, México a través de esta Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), fue anfitrión de la Tercera Cumbre sobre Seguridad de Productos de Consumo que se llevó a cabo en noviembre de 2015, según lo acordado desde la primera cumbre con los otros dos países.

En cumplimiento al objetivo de la Dirección General Adjunta de Asuntos Internacionales de *conducir las actividades de carácter internacional en materia de protección al consumidor, mediante acciones de cooperación, promoción y fortalecimiento de la presencia de la Procuraduría Federal del Consumidor en reuniones y foros bilaterales y multilaterales, con la finalidad de participar de manera activa en la definición de la política pública de protección al consumidor.*

4.4.1.1. PARTICIPACIÓN BILATERAL

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

Pasantías:

- Se llevó a cabo la primera pasantía de funcionarios del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) de Chile a la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) en el marco del proyecto del Fondo de Cooperación México-Chile "Proyecto de Cooperación Técnica para la Vigilancia de la Seguridad de Productos en el mercado Mexicano y Chileno".

- Durante los meses de junio y julio del 2015, se asistió a dos pasantías a Chile en el marco del Fondo de Cooperación México - Chile, a la ciudad de Santiago de Chile, Chile.

- Se llevó a cabo una pasantía de funcionarios del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) de Chile a la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) en el marco del proyecto del Fondo de Cooperación México-Chile "Proyecto de Cooperación Técnica para la Vigilancia de la Seguridad de Productos en el mercado Mexicano y Chileno" del 24 al 27 de agosto del 2015.

- Se llevó a cabo una pasantía de funcionaria de Profeco en El Salvador del 17 al 21 de agosto del 2015 con el propósito de diseñar e Implementar un Sistema Arbitral de Consumo en el país en la solución de las reclamaciones.

Visitas de Trabajo:

- Se llevó a cabo la Visita de Trabajo de la Unidad de Estudios de la Defensoría del Consumidor de El Salvador, para asesoría por parte de la Subprocuraduría de Servicios y de la Coordinación General de Educación y Divulgación, relacionado al Proyecto de Fortalecimiento Técnico de la Defensoría del Consumidor.

- Se llevó a cabo el Ejercicio de Aduanas Estados Unidos – México en materia de Seguridad de Productos del 26 al 29 de octubre del 2015.

- Se sostuvo una reunión de trabajo con la Presidenta de la Federal Trade Comission (FTC) de los Estados Unidos de América los días 20 y 21 de mayo del 2015.

- Se sostuvieron reuniones con el director de la Better Bussiness Bureau, Bernardo Altamirano Rodríguez y con Itsaso Atutxa, Presidenta de la BBB el 28 de mayo del 2015.

Memorándums de Entendimiento:

- En el Marco de la Visita de Estado del Presidente de la República de Colombia, Sr. Juan Manuel Santos, se llevó a cabo la firma del Memorándum de Entendimiento entre la Procuraduría Federal del Consumidor de los Estados Unidos Mexicanos y la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) de la República de Colombia en materia de Protección al Consumidor.

- Se llevó a cabo la firma del Memorándum de Entendimiento entre la Procuraduría Federal del Consumidor de los Estados Unidos Mexicanos y la Oficina de Normas de Belice (BBS) el 20 de julio del 2015.

- Se llevó a cabo la firma del Memorándum de Entendimiento entre la Procuraduría Federal del Consumidor de los Estados Unidos Mexicanos y el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) de la República de Chile el 13 de agosto del 2015.

- Se llevó a cabo la firma del Memorándum de Entendimiento entre la Procuraduría Federal del Consumidor de los Estados Unidos Mexicanos y la Comisión de Seguridad de Productos del Consumidor (CPSC) de EUA el 19 de noviembre del 2015.

  Derivado de este Memorándum de Entendimiento se llevó a cabo la firma del Acuerdo de Colaboración Relativo al Préstamo de Excedentes de Equipo entre la Procuraduría Federal del Consumidor de los Estados Unidos Mexicanos y la Comisión de Seguridad de Productos del Consumidor (CPSC) de EUA el 19 de noviembre del 2015.

- Se llevó a cabo la firma del Memorándum de Entendimiento entre la Procuraduría Federal del Consumidor de los Estados Unidos Mexicanos y la Dirección de Apoyo al Consumidor del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) de Costa Rica el 19 de noviembre del 2015.

- Se llevó a cabo la firma del Memorándum de Entendimiento entre la Procuraduría Federal del Consumidor de los Estados Unidos Mexicanos y la Secretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario de Paraguay el 19 de noviembre del 2015.

- Se recibió el Memorándum de Entendimiento entre la Procuraduría Federal del Consumidor de los Estados Unidos Mexicanos y la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) del Reino de España en materia de Protección al Consumidor por parte de la Secretaría de Relaciones Exteriores. Debidamente firmado por Profeco el 6 de abril de 2015 y por AECOSAN el 25 de mayo de 2015.

4.4.1.2. PARTICIPACIÓN MULTILATERAL

Se fortaleció la presencia de México en foros internacionales especializados en protección a las y los consumidores. En ellos, se participó activamente en las actividades y proyectos internacionales en los que contribuye en la definición de una agenda internacional en materia de protección al consumidor. En ese sentido la Profeco tuvo participación en las siguientes:

Organización Internacional de Seguridad y Salud de Productos de Consumo (ICPHSO)

- El Subprocurador Jurídico, Licenciado Rafael Ochoa Morales, participó en la Reunión Anual de la Organización Internacional de Seguridad y Salud de Productos de Consumo (ICPHSO) en el panel "El aumento de la transparencia en las Américas: Comunicaciones en curso e Iniciativas de Seguridad de Productos entre Las Agencias".

Programa de Competencia y Protección al Consumidor en América Latina (COMPAL) y la Organización de los Estados Americanos (OEA)

- La Procuradora Federal del Consumidor, Licenciada Lorena Martínez Rodríguez, participó en la Conferencia de Cierre del COMPAL II y Lanzamiento del COMPAL III así como en el Lanzamiento de la Segunda Fase del Sistema Interamericano de Alertas Rápidas (SIAR) de la Red de Consumo Seguro y Salud (RCSS) de la Organización de los Estados Americanos (OEA). Asimismo, se asistió a la Escuela INDECOPI – COMPAL del 15 al 19 de junio del 2015.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

- Se asistió a la 89ª sesión de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en Paris, Francia del 20 al 22 de abril del 2015.

Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT)

- Se asistió a la Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT) del 12 al 17 de abril del 2015.

Red de Consumo Seguro y Salud (RCSS)

- Se asistió a la Reunión de Trabajo de la Comisión de Servicios Públicos y Defensa del Usuario y el Consumidor del Parlatino de la Red de Consumo Seguro y Salud (RCSS) en Cartagena de Indias, Colombia el 2 septiembre del año 2015.
- Se asistió a las Jornadas Académicas sobre Consumo Seguro y Salud de la Red de Consumo Seguro y Salud (RCSS) en Cartagena de Indias, Colombia el 4 de septiembre del 2015.

Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD)

- Se asistió al V Foro Internacional sobre Protección al Consumidor de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) en Cusco, Perú el 15 y 16 de septiembre del 2015.

Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC)

- Se asistió al IX Foro FIAGC del Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC) en Cusco, Perú el 17 y 18 de septiembre del 2015.

III Cumbre de Seguridad de Productos de Consumo de América del Norte

Se llevó a cabo la III Cumbre de Seguridad de Productos de Consumo de América del Norte del 17 al 19 de noviembre del 2015 en la Ciudad de México de la cual esta Procuraduría Federal del Consumidor fue anfitriona.

5. EDUCACIÓN Y DIVULGACIÓN

5.1. COORDINACIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN Y DIVULGACIÓN

La Coordinación General de Educación y Divulgación de la Profeco realiza la labor fundamental de informar y orientar a las y los consumidores fomentando entre ellos una cultura de consumo responsable e inteligente. Entre los factores sobre los cuales se busca incidir se encuentran:

- El poco conocimiento que tienen los consumidores de los derechos que los asisten y de las obligaciones que conlleva una relación de consumo.
- La asimetría de información existente entre consumidores y proveedores respecto de las características de los productos y servicios que se encuentran disponibles en el mercado.
- La escasa instrucción para la toma de decisiones de consumo que tienen los consumidores.

Para ello, la Coordinación General de Educación y Divulgación actúa en función de las siguientes líneas de trabajo:

- Brindar información a los consumidores acerca de los derechos que los asisten en sus relaciones de consumo, a través de campañas de orientación que fomenten el interés por conocer estos derechos y campañas de información sobre cómo ejercerlos, en los distintos medios de comunicación con que cuenta la Profeco.
- Reducir la asimetría de información entre proveedores y consumidores, a través de la disminución del costo de adquisición de la información sobre los productos en el mercado, difundiendo información completa, objetiva y útil que influya positivamente en las tendencias de consumo.
- Brindar instrucción para la toma de decisiones de consumo, lo cual se realiza a través de la formulación y realización de programas de educación para el consumo, así como de difusión y orientación respecto de las materias a que se refiere la Ley Federal de Protección al Consumidor.
- Esto involucra a su vez el apoyo a las organizaciones de consumidores, fomentando en ellas el desarrollo de esquemas de autogestión y una activa participación de sus miembros, para que conozcan y aprendan a defender por sí mismos sus derechos e intereses, sirviendo a su vez como mecanismos de transmisión de la cultura de consumo responsable e inteligente hacia la sociedad.

Esta labor se lleva a cabo a través de tres áreas sustantivas, que corresponden a las tres Direcciones Generales adscritas a la Coordinación General de Educación y Divulgación de Profeco:

1. Difusión de la cultura de consumo responsable e inteligente.
2. Educación y Organización de Consumidores.
3. Estudios sobre Consumo.

5.1.1. REVISTA DEL CONSUMIDOR

La estrategia de difusión que utiliza Profeco tiene como fortaleza emblemática a la Revista del Consumidor, publicación que en 2015 cumplió 39 años ininterrumpidos de circulación mensual y cuyo objetivo es brindar información de calidad, veraz y oportuna a las y los consumidores. Este impreso que se distribuye de manera comercial y estratégica alimenta con sus contenidos al resto de los medios de comunicaciones institucionales (radio, televisión, otros impresos e internet) lo que genera un círculo virtuoso de promoción conjunta de los productos informativos generados, es decir, entre ellos se refuerzan y maximiza los recursos y el capital humano.

Su finalidad es difundir y orientar a las y los consumidores en una variedad de temas como: seguridad de productos, salud, nutrición, finanzas personales, publicidad engañosa, estudios de calidad, tecnologías domésticas, platillos sabios, entre otros; temas que son muy atractivos para los consumidores, toda vez que les permite tomar decisiones de compra informadas o elaborar productos que les permitan generar ahorros para la economía familiar.

Durante enero a diciembre de 2015, el tiraje de la Revista del Consumidor se mantuvo en 40,000 ejemplares mensuales, con la finalidad de distribuirse en nuestra base de consumidores. Su tiraje acumulado fue de 480,000 ejemplares y se llevó a cabo el rediseño total, incluyendo nuevos gráficos, cabezal, así como nuevas secciones y contenidos destacando la sección Platillo Sabio Profeco, ahora a todo color y coleccionable.

IMAGEN 2. REVISTAS DEL CONSUMIDOR 2015

Fuente: Coordinación General de Educación y Divulgación, 2015

5.1.2. RADIO Y TELEVISIÓN

El programa semanal Revista del Consumidor TV de Profeco surgió en 1979, tres años después que su publicación hermana, la Revista del Consumidor, con el objetivo principal de impulsar la difusión de los contenidos del impreso.

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

Con el fin de ofrecer una programación con contenidos de calidad que contribuyan a generar una cultura de consumo inteligente en la población mexicana, la Dirección General de Difusión produce:

Revista del Consumidor TV: es un programa semanal de 5 minutos con diferentes secciones: Ahorra o Nunca, Yo consumidor, Consumo Cuidado, En caso de..., Reformas en acción y los Platillos Sabios Profeco, que regularmente es transmitido en espacios oficiales del Estado a través de las gestiones de Dirección General de Radio, Televisión y Comunicaciones (RTC) con las televisoras públicas y privadas de todo el país. De enero a diciembre de 2015 se difundieron 49 programas en el sitio de la Revista del Consumidor en Línea.

Adicionalmente a la producción de Revista del Consumidor TV, se realizan spots y cápsulas con duración desde 30 segundos hasta 4 minutos sobre diversas temáticas de consumo que se difunden en línea y a través de las gestiones realizadas con los Sistemas Estatales de Radio y Televisión de todo el país. Producto de las citadas gestiones, de enero a diciembre de 2015 se difundieron 188 cápsulas en diversos medios públicos nacionales.

Revista de Consumidor Radio: se realizan dos programas semanales con diferentes secciones, entre ellas Ahorra o Nunca, Yo consumidor, Consumo Cuidado, En caso de, Reformas en acción y los Platillos Sabios Profeco; el primero con una duración de 15 minutos y el segundo titulado Con lo mejor de la Revista de Consumidor Radio, de 5 minutos. Regularmente se transmiten de manera semanal en los tiempos oficiales del Estado, y por internet en el sitio de la Revista del Consumidor en Línea. De enero a diciembre de 2015 se difundieron en línea 100 programas.

Con la finalidad de ampliar la capacidad de difusión institucional se tienen establecidos acuerdos con diversos medios y los Sistemas Estatales de Radio y Televisión, los cuales desde 2014, han apoyado en la transmisión de la producción de radio y TV de Profeco. Gracias a estos acuerdos, de enero a diciembre de 2015 se difundieron 65 cápsulas de radio en diversos medios públicos locales, incluyendo 7 cápsulas en La Hora Nacional, que produce RTC.

Por otra parte, se tienen acuerdos con líneas aéreas, *Terra Network*, Dirección General de Televisión Educativa, con la que se realizaron 28 programas de televisión de 30 minutos y otros medios alternos como los 9 millones de impactos al mes en los Camiones Estrella Blanca con spots de 30 segundos sobre temas de temporada de consumo. Esta producción también se difunde en el sitio de la Revista del Consumidor en Línea y en el canal de YouTube Profeco TV.

Asimismo, se realizan spots de radio y televisión mensuales de promoción para la Revista del Consumidor y otros spots de temporada de alto consumo para orientar a la y el consumidor.

5.1.3. DIFUSIÓN EN INTERNET

Internet, y las redes sociales, son medios con impacto creciente en la población, por lo que se han adoptado como herramientas fundamentales de difusión. Con este objeto, la institución tiene una activa participación en *YouTube, Twitter y Facebook,* además de contar con el citado sitio dedicado a la *Revista del Consumidor* (revistadelconsumidor.gob.mx) y el *Portal del Consumidor*.

Tanto el *Portal del Consumidor* como la Revista del Consumidor en Línea, se han convertido en espacios virtuales para publicar los productos informativos producidos y así brindar orientación a las y los consumidores para ejercer sus derechos y tomar mejores decisiones de compra, y a los proveedores, conocer sus obligaciones. En el periodo reportado, las páginas vistas de estos sitios superan la cifra de 7 millones y más de 3.3 millones de visitantes registrados.

Revista del Consumidor *webcast:* es un audiovisual animado con duración máxima de 3 minutos. Ofrece información sobre lo más destacado de la Revista del Consumidor y temas de alto consumo. Se publican en *YouTube, Revista del Consumidor en Línea* y *Portal del Consumidor*. En 2015, se difundieron 53 webcast, incluyendo una serie animada de siete audiovisuales divulgados en marzo con motivo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor.

Revista del Consumidor Podcast y el Rincón del Geek: en 2015 se programó triplicar la producción de podcast con respecto al 2014. Son productos dirigidos al público joven direccionado vía redes sociales. Estos podcast se publican en revistadelconsumidor.gob.mx y son escuchados a través de *Itunes*®, cuyos temas a tratar están orientados hacia el consumo informado y tecnológico. De enero a diciembre se difundieron 71 podcast.

5.1.3.1. REDES SOCIALES

Las redes sociales son un importante espacio de difusión para Profeco, pero también se han constituido a través del tiempo como espacio de atención a la población consumidora. Por medio de los perfiles públicos de *Facebook* y *Twitter* de Profeco se mantiene contacto permanente con consumidoras y consumidores, especialmente con quienes buscan recibir orientación o asesoría, presentar una queja o denuncia, o bien para obtener información sobre sus derechos y las acciones que realiza la institución en su defensa.

Con este objeto, la institución tiene una activa participación en redes sociales mediante las siguientes cuentas:

1. Twitter: @Profeco y @r_consumidor.
2. Facebook: perfiles de Consumidor inteligente y Profeco Oficial
3. YouTube: canal de profecotv

La cantidad de usuarios combinados en dichas redes registran una tasa de crecimiento muy significativa, superando de manera combinada los 996 mil seguidores. Dentro de estas cuentas destaca @Profeco de *Twitter*, la cual registra poco más de 769 mil seguidores y se posiciona como una de las que cuenta con mayor

número de usuarios entre las dependencias del Gobierno Federal; mientras que la cuenta @r_consumidor ya cuenta con más de 15 mil seguidores. Por su parte, los perfiles de *Facebook*, en tendencia de incremento, registran 153 mil usuarios registrados, no obstante toda la información publicada se puede consultar de manera gratuita y sin necesidad de que el usuario sea seguidor registrado.

En el mismo sentido, *YouTube*, la red social de videos más grande del mundo, se ha convertido en un espacio muy eficaz para difundir los productos audiovisuales de la Procuraduría. El canal cuenta con más de 58 mil suscriptores y en el periodo reportado de 2015 se han reproducido 3.4 millones de veces sus contenidos.

A manera de fortalecer la difusión del consumo responsable en redes sociales, a partir de 2015 se producen cápsulas animadas, exclusivas para su publicación en redes sociales de Profeco (*Twitter y Facebook*). De enero a diciembre se han publicado 33 cápsulas.

IMAGEN 3. REVISTA DEL CONSUMIDOR EN FACEBOOK

IMAGEN 4. REVISTA DEL CONSUMIDOR EN YOUTUBE

Fuentes: https://www.facebook.com/consumidorinteligente, https://revistadelconsumidor.gob.mx

5.1.4. DIFUSIÓN EN MEDIOS IMPRESOS

Además de la *Revista del Consumidor,* la Procuraduría ha conseguido espacios públicos y privados para la difusión de sus contenidos en medios impresos mediante convenios institucionales y gestiones públicas.

Derivado de lo anterior, en 2015 se han alcanzado 363 inserciones de artículos en medios externos, destacando dos revistas y diversos diarios de circulación local en Estados como Coahuila, Tlaxcala y Yucatán, entre otros.

De igual forma, en este periodo reportado se editó el informe sobre Defensa de los Derechos del Consumidor, el folleto sobre el Derecho a una Alimentación Saludable con motivo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, celebrado en marzo, la Guía de regreso a clases y el Informe Anual de Profeco 2014.

5.1.5. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN

La Procuraduría tiene identificadas diversas temporadas del año en que se incrementa el consumo de manera general o específica en ciertos sectores del mercado. De esta forma, el programa coordina y supervisa las siguientes campañas en las que utiliza sus propios medios para difundirlas:

Campaña del Día de San Valentín, del Día Mundial del Consumidor, de cuaresma y vacaciones de Semana Santa, del Día del Niño, del Día de la Madre, del Día del Padre, de Vacaciones de Verano, de Regreso a Clases, del Buen Fin y de Fin de Año.

A efecto de fortalecer la difusión de las citadas campañas, Profeco realiza distintos productos informativos adicionales a los programados, así como el diseño de diversos micrositios web e impresos como folletos, cuadernillos y carteles para incrementar el impacto y cobertura en la población consumidora.

IMAGEN 5. CONVENIO CFE-PROFECO-FIDE

Del mismo modo la institución se suma a las campañas del Gobierno Federal en el ámbito de su competencia y diseña campañas para dar a conocer las acciones de Profeco en materia de verificaciones o servicios y de convenios institucionales que benefician a múltiples sectores de la población, como la realizada conjuntamente entre la Comisión Federal de Electricidad (CFE), el Fideicomiso para Ahorro de Energía Eléctrica (FIDE) y la Profeco sobre el convenio para la revisión de los medidores de luz, uno de los principales motivos por los que se presentan quejas en Profeco. Esta campaña incluyó medios masivos, radio, televisión, espectaculares, micrositio en internet, etcétera.

Un producto adicional es la línea de espera del Teléfono del Consumidor, que son mensajes institucionales y de orientación sobre consumo, cuyo audio se reproduce mientras el consumidor espera su turno de atención en el Teléfono del Consumidor en las líneas institucionales. Dichas líneas de espera se programan de manera semanal y se han realizado 52 en el periodo reportado.

IMAGEN 6. FIRMA DEL CONVENIO CFE-PROFECO-FIDE

Fuente: CGED, Profeco, 2015.

5.2. EDUCACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES

5.2.1. MANUAL DE EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO

Con el fin de dar mayor dinamismo al Manual de Educación para el Consumo, en el 2015 se desarrolló una versión con cinco temas y cada uno con un decálogo para las y los consumidores; el enfoque preventivo de la Procuraduría para difundir sus acciones y el tema: Todas y todos somos consumidores, cuyo texto tiene un enfoque incluyente para enfatizar la igualdad entre mujeres y hombres en las relaciones comerciales. Los temas se envían a las Delegaciones de Profeco por parte de la Dirección General Educación y Organización para su difusión en sesiones educativas que se complementan con temas de temporalidad para llevar a la práctica el marco teórico del Manual y cubrir la agenda de todo el año por parte de los promotores de educación de esta dependencia.

El Manual consiste en cinco temas:

1. La sociedad de consumo.
2. El consumo responsable.
3. Profeco, la Ley Federal de Protección al Consumidor y los derechos.
4. Antes de una compra: La prevención.
5. Después de una compra: Reacción.

IMAGEN 7. MANUAL DE EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO, EN EL 2015

Fuente: Dirección General de Educación y Organización de Consumidores-CGED, Profeco, 2015.

Mismos que tienen por objetivo apoyar las labores de capacitación del Personal de los Departamentos de Educación y Divulgación en las Delegaciones y Subdelegaciones de Profeco. Por otro lado, se diseñó el *Kit de Promotores* el cual contiene el Manual, un rotafolio, una Lotería y un juego de Serpientes y Escaleras como material didáctico para el desarrollo de los temas que conforman el Manual de Educación.

5.2.2. GUÍAS DE EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO

Son materiales educativos cuyo objetivo es ofrecer a la población información clara y precisa sobre temas relacionados con el consumo para fomentar mejores decisiones de compra.

- Guía práctica: Educación para el consumo responsable dirigida a pequeñas y pequeños consumidores.
- Guía: Conoce tus hábitos de consumo y tus Derechos al comprar. 10 de mayo Día de las madres.
- Guía: Tus Derechos y Consejos Profeco para la Cuaresma.
- Guía: Día Mundial de los Derechos del Consumidor, Derecho a una alimentación saludable.
- Guía: Tus Derechos y consejos Profeco para las vacaciones.
- Guía práctica: Acciones de educación para el consumo en el Regreso a clases 2015.
- Guía: En las fiestas Patrias, haz un consumo responsable.
- Guía: Consumo responsable para cuidar tus finanzas personales 2015.
- Guía: Tus derechos y consejos Profeco para las vacaciones.
- Guía de Educación Financiera 2015, en colaboración con la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF).

5.2.3. FOLLETOS

- Derechos mínimos en servicios de telecomunicaciones.
- Infografía: Reduce tu Huella Hídrica con un consumo responsable.
- Decálogos para el consumidor de tequila.

5.2.4. COLABORACIÓN CON OTRAS DEPENDENCIAS

Con el Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM) se asiste a reuniones bimestrales con el Consejo de Coordinación Interinstitucional sobre el Tema de Adultos Mayores, con la finalidad de conocer e intercambiar experiencias de trabajo de diferentes instituciones como la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol), el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), etcétera.

5.2.5. COLABORACIÓN INTERINSTITUCIONAL
5.2.5.1. SECRETARÍA DE SALUD DEL DISTRITO FEDERAL

En el mes de septiembre de 2015 se brindó capacitación al personal del Programa de Salud Escolar de la Secretaría de Salud del Distrito Federal, profesionales de la nutrición, trabajo social, enfermería, medicina y personal administrativo, quienes realizan detecciones de salud y pláticas informativas en escuelas primarias, contando con la asistencia de más de 300 personas.

5.2.5.2. INSTITUTO NACIONAL DEL EMPRENDEDOR (INADEM), RED DE APOYO AL EMPRENDEDOR

Desde el año 2014, el INADEM y Profeco colaboran a través del producto de Proveedor Responsable para que las y los emprendedores conozcan los servicios que ofrece Profeco y se sensibilicen sobre los derechos y las obligaciones mínimas que deben observar en materia de consumo apegados a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

TABLA 12. VINCULACIONES RECIBIDAS DE LA RED DE APOYO AL EMPRENDEDOR PARA EL PRODUCTO DE PROVEEDOR RESPONSABLE 2015

	ACEPTADAS	EN ATENCIÓN	ASESORADAS	TOTAL
Vinculaciones	23	5	262	290

Fuente: Reporte de vinculaciones a través de la Red de Apoyo al Emprendedor

5.2.5.3. INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS (UNAM)

Fomentar adecuados hábitos de alimentación en la niñez es uno de los mejores legados que se puede dar a las niñas y niños de México. Para ello, el 18 de mayo de 2015 se llevó a cabo el "Foro sobre Consumo Saludable de los niños y niñas", organizado por el Instituto de Investigaciones Jurídicas (IIJ) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco). Se

convocaron a profesionales de: OPS/OMS, IIJ de la UNAM, Profeco, Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN), Universidad Anáhuac, Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), Alianza por la Salud Alimentaria y Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, para discutir temas relacionados con los problemas de salud que actualmente sufre la población infantil en México y las políticas públicas que se han adoptado.

Se llevaron a cabo 3 mesas de discusión que trataron los siguientes temas: Derechos Humanos de los niños y niñas y consumo en el contexto internacional; Dilemas y desafíos del etiquetado de alimentos y bebidas en México, y Entorno propicio para el consumo saludable de los niños y niñas.

IMAGEN 8. MESA DE DISCUSIÓN EN EL FORO DE CONSUMO SALUDABLE DE LOS NIÑOS Y NIÑAS

Fuente: Archivo de la Coordinación General de Educación y Divulgación, 2015

IMAGEN 9. CARTEL PROMOCIONAL DEL FORO DE CONSUMO SALUDABLE DE LOS NIÑOS Y NIÑAS 2015

Fuente: Archivo de la Coordinación General de Educación y Divulgación, 2015

5.2.5.4. INSTITUTO LATINOAMERICANO DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA (ILCE)

Como resultado de la firma del convenio Profeco – ILCE en octubre de 2014, durante los primeros meses de 2015 se trabajó con promotoras y promotores de las delegaciones metropolitanas y personal de la Dirección de Organización de Consumidores. El 11 de junio de 2015 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Acuerdo del Comité Técnico del Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales, en el que sale el Estándar de Competencia 0541 Impartición del programa de educación para el consumo responsable.

Por su parte, entre mayo y junio de 2015 se comenzó a trabajar en los contenidos del curso de capacitación en línea el cual tiene como objetivo que las y los promotores puedan preparase para hacer su evaluación y conseguir su certificación. El curso está disponible en el portal de promotores.

IMAGEN 10. INSTITUTO LATINOAMERICANO DE COMUNICACION EDUCATIVA (ILCE)

ILCE

conocer
conocimiento • competitividad • crecimiento

5.2.6. OTROS PROYECTOS

5.2.6.1. FERIAS DE REGRESO A CLASES 2015

Es un evento institucional sin fines de lucro, que se realiza una vez al año a través de las Delegaciones y Subdelegaciones de Profeco, en el que se invita a participar a proveedores de bienes y servicios, instituciones públicas y privadas y a la población en general, ofreciendo:

- Útiles escolares.
- Uniformes.
- Calzado.

En coordinación con los Gobiernos Estatales y Municipales, se ofrecen servicios gratuitos para la población asistente, tales como exámenes de la vista, exámenes médicos, corte de cabello, limpieza dental y orientación nutricional.

A nivel nacional se realizaron 71 Ferias de Regreso a Clases, con presencia en todos los Estados de la República Mexicana, en donde asistieron aproximadamente 1,118, 251 consumidores, los resultados obtenidos se describen en la tabla siguiente:

TABLA 13. FERIA DE REGRESO A CLASES 2015	
Ferias realizadas	71
Número aproximado de asistentes	1,118,251
Número de proveedores	2,464
Porcentaje de descuento otorgado a los consumidores	5 al 75%
Pláticas y talleres impartidos en las Ferias	1,189

Fuente: Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, Dirección de Capacitación, 2015.

5.2.6.2. FOROS EN LÍNEA PARA PROMOTORES DE PROFECO EN TODA LA REPÚBLICA MEXICANA

Estos foros se llevan a cabo los miércoles de cada semana a través del portal http://promotores.profeco.gob.mx. El propósito es actualizar a las y los promotores sobre temas de consumo. A lo largo de 2015 se llevaron a cabo 26 foros abordando los asuntos coyunturales sobre este tema.

5.2.6.3. RETO MX: HÉROES SALUDABLES

Tras haber participado en la convocatoria hecha por la Coordinación de la Estrategia Digital Nacional de la Presidencia de la República, para realizar *apps* electrónicas relacionadas con nuestro rubro, el proyecto que presentó la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores al respecto, fue el que más participantes tuvo a nivel nacional, resultando ganadora la aplicación "Héroes Saludables", hecha por la empresa *Yogome*.

La *app* con el juego Héroes Saludables concluyó en el mes de diciembre de 2015. Fue presentada en conferencia de prensa por la entonces titular de Profeco, Lcda. Lorena Martínez Rodríguez. La *app* se encuentra disponible de manera gratuita en la plataforma Android (Google Play) y en breve lo estará también para IOS (Apple).

5.2.6.4. MUSEO ITINERANTE DE PEQUEÑOS CONSUMIDORES

El Museo Itinerante de Pequeños Consumidores es un espacio lúdico que consta de talleres educativos e instalaciones para fomentar una cultura del consumo responsable, sustentable y solidario en niñas y niños de entre 6 y 13 años, así como en sus familias.

En 2015, el Museo se montó en dos Estados de la República: Del 23 de enero y el 31 de marzo en el Museo Descubre, de la ciudad de Aguascalientes, donde se registraron 10,673 visitantes; y del 28 de abril al 15 de agosto en el Centro de Ciencias de Sinaloa, en la ciudad de Culiacán donde se registraron 29,685 visitantes.

IMAGEN 11. NIÑOS Y NIÑAS EN LA SECCIÓN EL ÁGORA DEL MUSEO ITINERANTE DE PEQUEÑOS CONSUMIDORES EN CULIACÁN, SINALOA

Fuente: Archivo fotográfico de la Delegación Profeco en Sinaloa, 2015

IMAGEN 12. NIÑOS Y NIÑAS EN LA SECCIÓN EL ÁGORA DEL MUSEO ITINERANTE DE PEQUEÑOS CONSUMIDORES EN CULIACÁN, SINALOA

Fuente: Archivo fotográfico de la Delegación Profeco en Sinaloa, 2015

5.2.7. PROGRAMA NACIONAL DE TECNOLOGÍAS DOMÉSTICAS PROFECO 2015

Entre las actividades que lleva a cabo el personal del Departamento de Educación y Divulgación en las Delegaciones y Subdelegaciones Profeco, se encuentra la realización de talleres de tecnologías domésticas, que son una serie de procedimientos para elaborar de forma doméstica, productos de consumo cotidiano de utilidad similar a los que se obtienen en centros de consumo, permitiendo ahorrar, con seguridad, higiene y calidad. Asimismo, permite aprovechar productos de temporada, optimizar la nutrición y obtener ingredientes con facilidad.

Con la finalidad de beneficiar a los consumidores que son atendidos en todo el país, al brindarles mejores opciones para hacer rendir su dinero, impulsar la creatividad y la de su familia, así como fomentar la vocación emprendedora, Profeco llevó a cabo el Programa Nacional de Tecnologías Domésticas 2015, mediante dicho programa se llevó a cabo la adquisición de 54,000 paquetes para la elaboración de Tecnologías Domésticas, beneficiando a 355,872 consumidores y sus respectivas familias; con formulaciones para cloro, champú para cabello normal y jabón líquido universal, productos que se elaboraron y distribuyeron durante el ejercicio 2015 de la siguiente manera:

TABLA 14. PROGRAMA NACIONAL DE TECNOLOGÍAS DOMÉSTICAS PROFECO 2015		
PROGRAMA NACIONAL DE TECNOLOGÍAS DOMÉSTICAS PROFECO 2015	TOTAL DE PAQUETES	NO. DE CONSUMIDORES/AS BENEFICIADOS/AS
Cloro	18,000	355,872
Champú para cabello normal	18,000	
Jabón líquido universal	18,000	
Total paquetes	54,000	

Fuente: Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, Dirección de Capacitación, 2015.

5.2.8. ACCIONES DE EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO

A través del Programa de Educación para el Consumo, Profeco promueve y apoya la organización de consumidores, siendo la institución del Estado Mexicano encargada de diseñar programas y acciones tendientes a fomentar una cultura del consumo responsable e inteligente, objetivo principal de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores.

Mediante los 51 Departamentos de Educación y Divulgación en las Delegaciones y Subdelegaciones de Profeco, en el Periodo enero–diciembre 2015 se llevaron a cabo 4,434 actividades de promoción para 90,265 consumidores.

Asimismo, se constituyeron 2,853 grupos de consumidores, lo cual permitió impartir temas del Programa de Educación para el Consumo a más de 59 mil personas, logrando con ello la participación activa de las mismas, en el conocimiento y protección de sus derechos como consumidores. Al cierre del ejercicio 2015, al mes de diciembre se contaba con un Padrón de 2,822 grupos de consumidoras/es con 59,252 integrantes registrados.

Acciones Sustantivas del Departamento de Educación y Divulgación en las Delegaciones y Subdelegaciones de Profeco:

Promoción: Actividad permanente para dar a conocer a la población consumidora las acciones y servicios que Profeco realiza en favor de los consumidores.
Constitución de Grupos de Consumidores: Conformar grupos con un mínimo de 15 consumidoras/es que voluntariamente se comprometen a recibir las sesiones de educación para el consumo.
Sesiones educativas: Acciones sistemáticas de análisis respecto de un tema de consumo, a través de actividades didácticas acordes a las características del grupo de consumidores, derivadas del Programa de Educación para el Consumo.
Además de los cinco temas antes mencionados del Manual de Educación para el Consumo, los temas que se enviaron a las Delegaciones de Profeco por parte de la Dirección General para su difusión en sesiones educativas de enero a diciembre, fueron los temas de temporalidad siguientes:

Acciones realizadas por las y los promotores:

-- Un consumo responsable en la cuesta de enero.
-- Regale afecto, no lo compre (día del amor y la amistad).
-- Día mundial de los Derechos de los Consumidores.
-- Tus derechos y consejos Profeco en Cuaresma y Vacaciones de Semana Santa.
-- Día del Niño.
-- La sociedad de consumo.
-- El consumo responsable.
-- Tus derechos y consejos Profeco para el día de las madres y día del padre.
-- Profeco, la Ley Federal de Protección al Consumidor y los derechos.
-- Educación financiera.
-- Tus derechos y consejos Profeco en las fiestas patrias.
-- Tus derechos y consejos Profeco en el día de muertos.
-- Buen fin.
-- Fin e inicio de año.

Fuente: Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, Dirección de Capacitación, 2015.

TABLA 15. RESULTADOS ALCANZADOS (ENERO- DICIEMBRE 2015)

ACCIONES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Promoción	504	466	453	329	275	325	410	421	402	316	278	255
Consumidores atendidos en acciones de promoción	10,040	9,999	9,820	6,241	5,460	5,787	8,084	8,258	9,582	6,192	5,895	4,907
Constitución de nuevos grupos de consumidores	451	434	356	221	149	203	184	149	371	203	88	44
Altas de integrantes	9,085	6,799	4,229	3,118	3,503	3,383	3,199	9,897	4,230	1,741	817	9,085
Padrón de grupos de consumidores	1,769	2,037	2,285	2,425	2,524	2,645	2,695	2,731	2,794	2,783	2,799	2,822
Total de integrantes de los grupos de consumidores	39,391	44,975	49,546	52,255	54,486	56,381	56,868	57,236	58,410	58,445	58,857	59,252
Consumidores de población abierta atendidos (asisten a sesiones educativas y no pertenecen a grupos de consumidores)	3,878	5,736	5,107	5,229	5,517	5,704	3,508	5,067	5,230	4,527	4,137	3,878
Total sesiones educativas impartidas a nivel nacional	1,663	1,911	2,194	2,259	2,356	2,556	2,526	1,868	2,586	2,633	2,751	2,602
Integrantes Asesorados	33,574	38,446	43,395	43,600	45,449	49,405	47,654	31,908	49,007	50,344	50,503	50,308

Fuente: Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, Dirección de Capacitación.

Nota: El Padrón de grupos de consumidores e integrantes es actualizado con el cierre de información cada fin de mes.

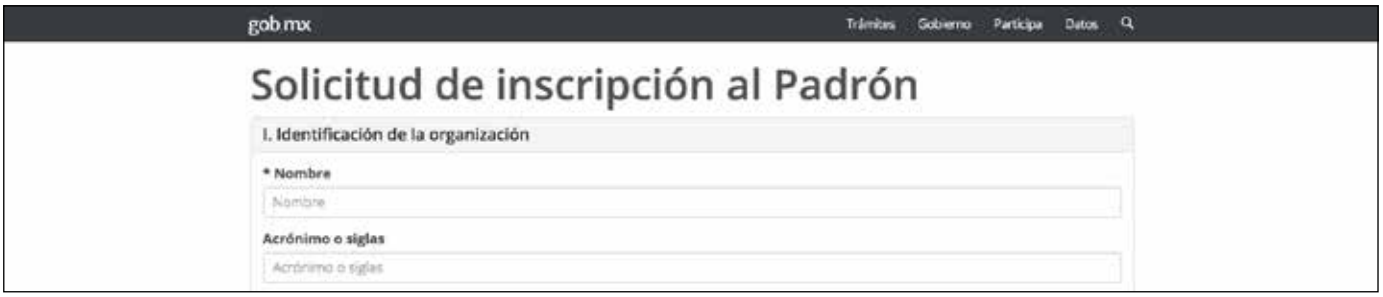
5.2.9. APOYO A ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL Y ORGANIZACIONES SOCIALES

Padrón de Organizaciones de la Sociedad Civil

Con el objetivo de estrechar la relación entre las Organizaciones Sociales y la Profeco, la DGEOC trabaja con Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) que prioritariamente desarrollan acciones en beneficio de las y los consumidores, así como temas de protección y defensa de los derechos del consumidor.

A partir de noviembre de 2014, se comenzó a trabajar en la reestructuración de padrón existente y se publicó el formato de registro en línea (http://200.53.148.96/osc/). Hasta diciembre de 2015 se contaba con 65 organizaciones registradas.

IMAGEN 13. FORMATO ELECTRÓNICO DE INSCRIPCIÓN AL PADRÓN DE OSC DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES



Fuente: Formulario en línea de inscripción al Padrón http://200.53.148.96/osc/

TABLA 16. ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL REGISTRADAS EN EL PADRÓN DE LA DGEOC 2015

MES	ORGANIZACIONES REGISTRADAS
Enero	32
Febrero	40
Marzo	37
Abril	37
Mayo	39
Junio	43
Julio	43
Agosto	46
Septiembre	57
Octubre	60
Noviembre	62
Diciembre	65

Fuente: Archivo del Padrón de OSC de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, 2015.

A lo largo del año 2015, las OSC recibieron 125 apoyos de difusión de noticias relevantes, convocatorias diversas y materiales elaborados por Profeco como la Revista del Consumidor, Brújula de compra, Quién es Quién en los Precios (QQP), etcétera.

5.2.9.1. REUNIONES CON ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL

Se realizó una reunión de trabajo sobre el tema de tecnologías domésticas con la Organización "Al Comprar" el 31 de marzo de 2015. Además, el 23 de octubre de 2015 se impartieron 5 sesiones de capacitación sobre Tecnologías Domésticas a las OSC:

- Facere360, A.C.
- Asociación Manos que Ayudan, A.C.
- Frente Nacional de Pobladores Rurales y Urbanos, A.C.
- Servir para Vivir A.C.
- Fundación causas blancas por tí.

5.2.9.2. SECCIÓN ODCS. ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES EN LA REVISTA DEL CONSUMIDOR

A partir del rediseño que tuvo la Revista del Consumidor en el mes de marzo de 2015, la DGEOC tiene a su cargo la sección "ODCS. Organizaciones de Consumidores". En dicha sección se han publicado entrevistas de personas que son reconocidas tanto a nivel nacional como internacional por trabajar en favor de los derechos de las y los consumidores y la participación ciudadana. Además, se publican perfiles de organizaciones de la sociedad civil que están registradas en el padrón y se difunden las actividades que llevan a cabo organizaciones en otros países.

TABLA 17. CONTENIDO DE LA SECCIÓN ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES ODCS DE LA REVISTA DEL CONSUMIDOR 2015

SECCIÓN ODCS	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
Entrevista	Anna Glayzer. Consumers International	Issa Luna Pla. UNAM	Juana Lomelí. Al comprar	Fernanda Somuano. Colegio de México	Se dedicó la sección al "Foro de Consumo Saludable de los niños y niñas" – Organizado por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM y Profeco.
Perfil OSC Nacional	El Poder del Consumidor, A.C.	Federación Nacional de Asociaciones de Padres de Familia, A.C.	Centro de Apoyo a la Mujer Margarita Magón A.C.	Tendiendo Puentes, A.C.	
En el mundo	Facua – Consumidores en acción. España	Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (Aspec). Perú	Comparativo educación para el consumidor	Red Internacional de Protección al Consumidor y Aplicación de la Ley (ICPEN)	

SECCIÓN ODCS	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Entrevista	Irene Levy, Observatel, A.C.	Marco Antonio León, SOMEICCA	Enriqueta Medellín, Presidenta de Conciencia Ecológica, A.C.	Alex Ricardo Caldera	Maite Cortés, Colectivo Ecologista Jalisco, A.C.
Perfil OSC Nacional	Observatel, A.C.	Asociación Mexicana de Ayuda Ciudadana San Rafael, A.C.	Fundación Consejo Organizacional del Consumidor, A.C.	Instituto Mexicano de Educación para el Consumo, A.C.	Ecologista Jalisco, A.C.
En el mundo		OCU. – España	Consumidores Libres - Argentina	Option consommateurs - Canadá	Consumers Union

Fuente: Archivo histórico de la sección Organizaciones de Consumidores ODCS de la Revista del Consumidor

5.2.9.3. PARTICIPACIÓN EN FERIAS

Participación en la Feria de Organizaciones de la Sociedad Civil en la Cruzada Nacional Contra el Hambre del Instituto Nacional de Desarrollo Social (Indesol) – 27 y 28 de febrero, por tercer año consecutivo, la Profeco, a través de la DGEOC, ha participado en el evento que organiza el Indesol. Las y los Jefes de Departamento de las Delegaciones metropolitanas Profeco de Oriente, Sur, Poniente y Centro fueron las encargadas de asesorar a las y los asistentes a la Feria y de llevar a cabo Tecnologías Domésticas y platillos sabios, en total, participaron alrededor de 500 personas, se repartieron 1,000 Revistas del Consumidor, folletos sobre Profeco, consumo sustentable, entre otros.

5to día del emprendedor FESE – 26 y 27 de marzo, por segunda ocasión Profeco, a través de la DGEOC, participó en el evento organizado por la Fundación Educación Superior-Empresa (FESE), la cual es una asociación civil sin fines de lucro que unifica los esfuerzos entre universidad-sector productivo-gobierno, los materiales que se repartieron a los asistentes fueron: Revistas del consumidor, el folleto "¿Qué es Profeco?" y algunos discos compactos con folletos y presentaciones, dirigidos a emprendedores que estén interesados en obtener más información.

GS1 - Fábrica de Negocio – 1° de julio, Profeco, a través de la DGEOC, participó en la primera edición de GS1 Fábrica de Negocio -La incubadora de PyMEs para el retail más grande de México-. El evento fue organizado principalmente por el sector privado. Participaron alrededor de 500 personas, se repartieron más de 1,000 Revistas del Consumidor, folletos sobre Profeco, consumo sustentable, entre otros.

Semana Nacional del Emprendedor – Del 5 al 10 de octubre de 2015, la Coordinación General de Educación y Divulgación participó en la Semana Nacional del Emprendedor; un evento empresarial y de emprendimiento más importante de México, que organiza el Gobierno de la República, a través del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y la Secretaría de Economía, para obtener apoyos y soluciones concretas en el inicio de los negocios o el crecimiento de las micro, pequeña o mediana empresas. Durante el evento se atendieron a 2,388 emprendedoras y emprendedores.

TABLA 18. EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES ATENDIDOS POR LA COORDINACIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN Y DIVULGACIÓN DURANTE LA SEMANA NACIONAL DEL EMPRENDEDOR

5 AL 10 DE OCTUBRE DE 2015

Día	Personas atendidas en el stand Red de Apoyo	Personas atendidas en el stand Comercio electrónico	Total
05-oct	200	45	245
06-oct	250	98	348
07-oct	283	126	409
08-oct	204	149	353
09-oct	466	157	623
10-oct	251	159	410
Total	**1654**	**734**	**2388**

Fuente: Registro de la Coordinación General de Educación y Divulgación

IMAGEN 14. ENTRADA PRINCIPAL AL EVENTO DE LA SEMANA NACIONAL DEL EMPRENDEDOR, EDICIÓN 2015

Fuente: Archivo de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, 2015

IMAGEN 15. PERSONAL DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES DANDO UNA CAPACITACIÓN A LOS EMPRENDEDORES EN LA SEMANA NACIONAL DEL EMPRENDEDOR, EDICIÓN 2015

Fuente: Archivo de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, 2015

5.2.10. CAPACITACIÓN

5.2.10.1. ORGANIZACIONES EMPRESARIALES Y ENTIDADES PROVEEDORAS DE BIENES Y SERVICIOS

La Dirección es responsable de organizar capacitaciones dirigidas a proveedores de bienes y servicios en el marco de la cultura de Proveedor Responsable. A fin de que adopten mejores prácticas y accedan voluntariamente a mecanismos que favorezcan una mejor percepción de los consumidores sobre la calidad de la atención y sus servicios. En el 2015 se dieron en total 7 capacitaciones y 1 orientación a entidades proveedoras.

TABLA 19. REGISTRO DE CAPACITACIONES A ENTIDADES PROVEEDORAS 2015

FECHA	TEMA DE CAPACITACIÓN	A QUIÉN	LUGAR	ASISTENTES
08-abr-15	Orientación	Walmart	Profeco Oficinas Centrales	2
23-abr-15	Comercio Electrónico	Asociación Mexicana de Ventas Online	Polanco	32
07-may-15	Comercio Electrónico	AMIPCI	WTC	52
04-jun-15	Proveedor Responsable	CANIPEC	Hotel Camino Real Polanco	47
25-jun-15	Proveedor Responsable	CANADEVI - FOVISSSTE	Oficinas de CANADEVI	700
08-oct-15	Taller - ¿Sabes de qué se quejan tus clientes?	Emprendedores	Expo Bancomer	70
30-oct-15	PR/Publicidad engañosa	ALSEA	"El Greco"	51
16-dic-15	INADEM	Emprendedora	Profeco Oficinas Centrales	1

Total de asistentes 955

IMAGEN 16. PERSONAL DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES DANDO UNA CAPACITACIÓN A LA CANADEVI Y FOVISSSTE EN 2015

Fuente: Archivo de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, 2015.

IMAGEN 17. ASISTENTES A LA CAPACITACIÓN DE LA CANIPEC EN 2015

Fuente: Archivo de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, 2015.

IMAGEN 18. PERSONAL DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES DANDO UNA CAPACITACIÓN A LA CANIPEC EN 2015

Fuente: Archivo de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores

5.2.11. CONSEJO CONSULTIVO DE CONSUMO (CCC)

El Consejo Consultivo del Consumo (CCC) es un órgano interdisciplinario de participación ciudadana, encargado de analizar diversos temas en materia de consumo y de protección al consumidor. Propone programas y acciones públicas relacionadas con las atribuciones de Profeco. Su sustento jurídico es el Acuerdo por el que se crea el Consejo Consultivo del Consumo publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 27 de abril de 2005.

Entre los principales objetivos del CCC se encuentran:

- Emitir opiniones y presentar propuestas respecto de los planes y programas de trabajo de la Procuraduría.
- Analizar diversos temas en materia de consumo y de protección al consumidor.
- Proponer programas y acciones públicas relacionadas con las atribuciones de la Profeco.
- Fomentar la participación ciudadana en los diferentes aspectos que afectan al consumo, en el conocimiento y ejercicio de sus derechos.

La XXIV Sesión ordinaria del CCC se llevó a cabo el 11 de Marzo de 2015 en la Torre Ejecutiva de la Secretaría de Economía. Durante la reunión los temas que se desarrollaron fueron:

- Toma de protesta a 4 nuevos consejeros y 1 nueva consejera que fueron aprobados por el Consejo en la sesión anterior.
- Además, las y los consejeros revisaron y comentaron la Norma Oficial Mexicana 185 "Programas Informáticos y Sistemas Electrónicos que controlan el funcionamiento de los sistemas para Medición y Despacho de gasolina y otros Combustibles Líquidos- Especificaciones, Métodos de Prueba y de Verificación", concluyendo en recomendaciones a la Subprocuraduría de Verificación.
- Expresaron sus comentarios con respecto a la Carta de Derechos Mínimos de las Usuarias y Usuarios de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones presentada por la Subprocuraduría de Servicios.
- Quedaron conformados los grupos de trabajo en cuatro ejes;
    1. Educación y participación ciudadana.
    2. Defensa del Consumidor
    3. Reformas estructurales
    4. Derechos Humanos y Acciones de protección de los Consumidores;
- Se presentó ante la Secretaría Técnica del CCC el Manual de Integración de los Consejos Consultivos Estatales.

La XXV Sesión ordinaria del CCC, se llevó a cabo el 14 de septiembre de 2015 en el Auditorio Salvador Pliego Montes de la Procuraduría Federal del Consumidor. Durante la reunión los temas que se abordaron fueron:

- Se aprobó al Ing. Luis Toussaint Elossua como nuevo Consejero del CCC.
- El diseño de un semáforo de indicadores generales para publicarlos en la página oficial de la Procuraduría, a fin de transparentar las acciones realizadas por la institución, a cargo de la Dirección General de Planeación y Evaluación.
- El relanzamiento del portal del CCC, el cual cuenta con foros de discusión para facilitar los trabajos de este órgano colegiado, la Secretaría Técnica del Consejo proporcionó a las y los consejeros sus nombres de usuario y contraseñas para utilizar el portal del CCC.
- Algunos de los temas sugeridos por la Procuradora para las reuniones posteriores fueron: agenda verde, productos orgánicos y seguridad de automóviles, entre otros.

5.2.12. CONSEJOS CONSULTIVOS DE CONSUMO ESTATALES

El tema se discutió en la XXIII Sesión Ordinaria (11 de diciembre de 2014) del CCC, en donde se presentó la propuesta del nuevo Reglamento del Consejo. En dicho documento se incluyen aspectos que se consideran necesarios para fortalecer los mecanismos de participación ciudadana en los temas que se incluyen dentro de los objetivos de la Procuraduría. En el Título Sexto del Reglamento se consideró incluir las bases que permitirán activar el funcionamiento de los Consejos Estatales en materia de Consumo, teniendo como ejemplo los lineamientos de operación del Consejo Consultivo a nivel Federal.

IMAGEN 19. LOGOTIPO DE LOS CONSEJOS CONSULTIVOS DE CONSUMO ESTATALES

CONSEJOS CONSULTIVOS DEL CONSUMO ESTATALES

Fuente: Archivo de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores

Consejos Consultivos de Consumo Estatales que se conformaron en el año 2015

La conformación de los Consejos Estales se discutió en la XXIII Sesión Ordinaria del CCC, el 11 de diciembre de 2014, en cuya ocasión se presentó la propuesta del nuevo Reglamento Interno de Funcionamiento del Consejo. Dicho Reglamento Interno incluye aspectos que se consideran necesarios para fortalecer los mecanismos de participación ciudadana en los temas que se comprenden dentro de los objetivos de la Procuraduría.

En el Titulo Sexto del Reglamento se incluyen las bases que permiten activar el funcionamiento de los Consejos Estatales en materia de Consumo, teniendo como ejemplo los lineamientos de operación del Consejo Consultivo a nivel Federal.

Durante el año 2015 se instalaron los siguientes Consejos Consultivos:

TABLA 20. CONSEJOS ESTATALES CONSULTIVOS INSTALADOS EN 2015

ESTADO	FECHA DE INSTALACIÓN
Baja California	5 de noviembre 2015
Baja California Sur	11 de noviembre 2015
Coahuila	14 de octubre de 2015
Chiapas	28 de octubre 2015
Chihuahua	17 de noviembre 2015
Durango	27 de octubre 2015
Estado de México	30 de octubre 2015
Guanajuato	30 de octubre 2015
Guerrero	22 de octubre 2015
Jalisco	18 de noviembre 2015
Michoacán	29 de octubre 2015
Morelos	11 de diciembre 2015
Nayarit	29 de octubre 2015
Nuevo León	4 de noviembre 2015
Puebla	5 de noviembre 2015
Querétaro	15 de octubre 2015
Quintana Roo	9 de noviembre 2015
San Luis Potosí	29 de octubre 2015
Sinaloa	28 de octubre 2015
Tabasco	29 de octubre 2015
Tamaulipas	28 de octubre 2015
Tlaxcala	29 de octubre 2015
Veracruz	22 de octubre de 2015
Yucatán	28 de octubre 2015
Zacatecas	6 noviembre 2015

Fuente: DGEOC, Profeco, 2015.

5.3. ESTUDIOS SOBRE CONSUMO

La Dirección General de Estudios sobre Consumo desarrolla estudios e investigaciones en campo y documentales sobre la compra de productos y servicios útiles para la toma de decisiones de compra de las y los consumidores y de esta forma fomentar un consumo responsable. Los programas que coordina el área son el Quién es Quién en los Precios (QQP), Quién es Quién en el Envío de Dinero (QQED) que se operan en sus secciones de levantamiento, validación y análisis de la información, así como el Monitoreo de tiendas virtuales (MTV). Además de la aplicación de cuestionarios, el levantamiento de sondeos y encuestas en sus distintas fases: piloto, aplicación definitiva, captura de datos y análisis de datos. De igual forma, los resultados se refuerzan y complementan través de investigación documental para generar materiales informativos como el boletín electrónico Brújula de Compra y aportaciones periódicas para la Revista del Consumidor.

Los programas e información se enfocan en generar información y estudios que ayuden a disminuir las asimetrías de información entre consumidores y proveedores, a través de información objetiva que permita a las y los consumidores hacer elecciones de compra informadas y generar una cultura de consumo responsable. Lo anterior, a través de la divulgación de precios en el QQP que se realiza a través de la página de internet institucional, y una aplicación para teléfonos celulares con sistemas operativos iOS y Android en la cual las y los consumidores pueden consultar precios de más de 3,700 productos y que cuenta con un archivo histórico a disposición de las y los consumidores. La elaboración de encuestas sostenidas metodológicamente sobre temas de consumo permite la indagación de hábitos de compra, percepción de servicios por parte de las y los consumidores y evaluación de cumplimiento de la regulación por parte de los proveedores que a su vez genera información para áreas de servicios y verificación de la propia Procuraduría.

Por otra parte, la difusión de información de materiales informativos como el boletín electrónico Brújula de Compra, se realiza con base en el análisis de las temporadas estacionales de consumo como cuaresma y regreso a clases, además de la identificación de sectores con alta demanda por parte de los consumidores, con la finalidad de atender las necesidades de información de las y los consumidores en sus procesos de elección de compra. Además, se ofrecen recomendaciones que las y los consumidores pueden tomar en cuenta antes de iniciar una relación de consumo; por ejemplo, la realización de presupuestos y el cálculo de ingresos y gastos personales, entre otros.

Por lo anterior, la información que se genera tiene un amplio impacto en diversos sectores de la población, ya que los consumidores pueden encontrar elementos para orientar sus decisiones de consumo. Asimismo, esta información se puede utilizar para generar estudios económicos y permite a los proveedores conocer hábitos de compra de las y los consumidores, la percepción de sus clientes y su propio cumplimiento a la regulación. La información no sólo va dirigida a población nacional, ya que, como el caso del QQED, los residentes en Estados Unidos pueden utilizar esta información para conocer las formas y recomendaciones de envío de dinero a México.

Los resultados de estos programas, trabajos de investigación documental y de campo son publicados en la sección de Educación y Divulgación del sitio institucional de Profeco, donde los consumidores pueden consultarlos y utilizarlos para realizar decisiones de consumo informadas.

5.3.1. QUIÉN ES QUIÉN EN LOS PRECIOS (QQP)

Es una herramienta que proporciona información sobre precios de productos de consumo generalizado registrados en diferentes establecimientos comerciales con el fin de proporcionar opciones de compra para ejercer un consumo informado.

Durante 2015 se captaron y difundieron 16,256,891 precios de productos de consumo generalizado, lo cual representó un incremento de 32% respecto al año anterior, resultado de visitas semanales a 656 supermercados, 148 pescaderías, 367 farmacias, 299 papelerías, 353 tiendas especializadas en electrodomésticos y departamentales, así como 1,013 tortillerías en 53 ciudades del país.

Quién es Quién en los Precios recopila información adicional en fechas de alto consumo, como cuaresma, el regreso a clases y la temporada decembrina. El número de suscriptores acumulado alcanzó los 136,982 usuarios durante 2015, 21% más que en 2014.

TABLA 21. PRECIOS CAPTADOS Y SUSCRIPTORES DEL QUIÉN ES QUIÉN EN LOS PRECIOS

CONCEPTO	2013	2014	2015
Precios captados	9,989,553	12,309,954	16,256,891
Suscriptores	95,552	113,181	136,982

Fuente: Sistema Nacional de Información al Consumidor y Base de datos de la Canasta Inteligente. Profeco, 2015.

El programa Quién es Quién en los Precios aporta información importante para el comparativo de precios de productos básicos que se publica, a partir de 2013, todas las semanas en *twitter* con la finalidad de dar información de calidad a las y los consumidores.

En febrero de 2015 se presentó una nueva aplicación para teléfonos inteligentes en la que se puede consultar la información del Quién es Quién en los Precios la cual permite elegir los lugares de compra más convenientes para cada consumidor a través de la comparación de precios y generación de canastas inteligentes por los propios usuarios.

Asimismo, durante 2015, se implementó el Sistema Nacional de Información al Consumidor (SNIC) 2.0.0, sistema que permite la validación y generación de información del QQP, y a partir de noviembre de 2015, se eliminó por parte de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público la tarifa sobre los datos de la información histórica del QQP, la cual formará parte de los datos abiertos de la Profeco.

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

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

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

En 2015 se realizaron 52 actualizaciones en el portal institucional, en donde se reportaron 2,848 precios de 19 empresas en promedio.

5.3.3. MONITOREO DE TIENDAS VIRTUALES (MTV)

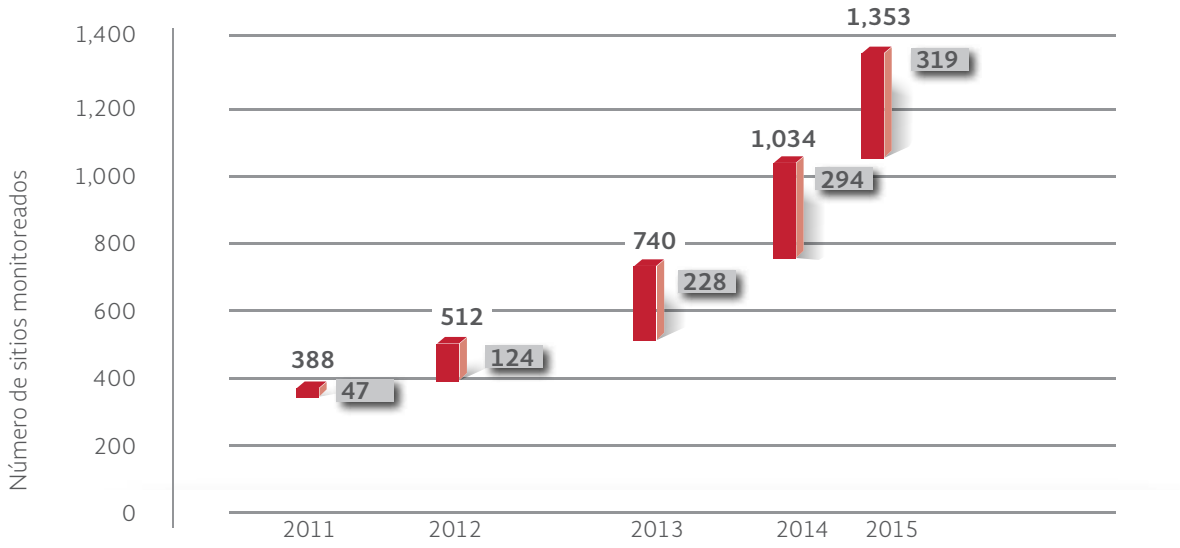
El Monitoreo de Tiendas Virtuales (MTV) consiste en la revisión a las tiendas que comercializan en México sus productos y/o servicios a través de internet, observando que cumplan con lo estipulado en el artículo 76 bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Los resultados del monitoreo se publican quincenalmente en el sitio de Profeco a través de reportes en donde se muestra cuáles son los sitios que no cumplen con los elementos que garantizan la seguridad en las compras y la protección de los derechos de los consumidores y consumidoras.

En estos reportes quincenales se muestra el nombre y dirección del sitio. Para cada sitio monitoreado se detalla si cumplió o no con presentar al público consumidor información sobre políticas de privacidad y seguridad, seguridad en datos personales y financieros, datos generales como domicilio físico, número telefónico, correo electrónico, descripción detallada de los bienes y servicios, costos totales e impuestos, y condiciones de entrega, de cancelación o cambio.

Al finalizar 2015, se revisaron 1,353 tiendas virtuales.

TABLA 22. NÚMERO DE SITIOS MONITOREADOS MTV



Fuente: Base de datos del programa Monitoreo de Tiendas Virtuales. Profeco, 2015.

5.3.4. BRÚJULA DE COMPRA

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

Estos artículos se encuentran disponibles en el sitio oficial de la Profeco y contribuyen a la toma de decisiones informadas del público consumidor. Además, en el mismo sitio, las consumidoras y consumidores se pueden suscribir para recibir las actualizaciones en su correo electrónico.

En 2015, se publicaron 24 artículos, los temas que se abordaron fueron los siguientes:

- **Comparativo de precios de productos:** Alimentos bajos en calorías; toallas sanitarias; medicamentos genéricos y de patente, ¿Cuánto cuestan?; Comparativo de precios de lavadoras, pantallas y refrigeradores.
- **Recomendaciones para consumo de temporada y eventos:** Especial de pescados y mariscos; Las necesidades de tu bebé en sus primeros dos años de vida; Celebración del día del padre. Comida en casa; Compra de útiles escolares para el regreso a clases; Uniformes escolares, no gastes de más; Celebra el grito. Precios de cerveza y Tequila; Plantea tus compras, para que el Buen Fin, tenga buen fin; Cena Navideña 2015; Árboles de Navidad. Una compra al natural; Comparativo de precios de juguetes; ¿Y cómo estuvo el buen fin?
- **Finanzas personales:** Sí, nos empeñamos en informarte: préstamos con garantía prendaria; papá, mamá, hablemos de ahorro y consumo; Comprar una vivienda usada. Que tu sueño no se convierta en pesadilla; Contratos de Adhesión.

- **Información sobre servicios:** El derecho a una alimentación saludable; Visitas tripartitas: Profeco-CFE-Fide; Electrodomésticos y la eficiencia energética; Telefonía móvil: operadores virtuales, reforma y tus derechos como consumidor; Pueblos Mágicos; Libros electrónicos. Del papel a los Bits.

Durante 2015 se alcanzó una cifra acumulada de 38,776 suscriptores, un incremento de 8% respecto a 2014.

5.3.5. ARTÍCULOS PARA LA REVISTA DEL CONSUMIDOR

Mensualmente se colabora con el área editorial en la elaboración de artículos de acuerdo con la temática de la Revista del Consumidor. En 2015, se realizaron los siguientes artículos:

- Los costos del divorcio (edición de febrero 2015).
- Anticonceptivos (edición de marzo 2015).
- Salones de fiestas infantiles (edición de abril 2015).
- Cines (edición de mayo 2015).
- Movilidad urbana (edición de junio 2015).
- Apagón analógico (edición de julio 2015).
- Restaurantes (edición de septiembre 2015).
- Descanse en paz (edición de octubre 2015).
- Transporte foráneo (edición de noviembre 2015).
- Telefonía móvil (edición de diciembre 2015).
- Pensiones caninas (edición de enero 2016).
- Soltero y sin compromiso (edición de febrero 2016).

Adicionalmente, se realizaron levantamientos especiales para la Revista del Consumidor utilizando datos del Programa Quién es Quién en los Precios, con la siguiente información:

TABLA 23. LEVANTAMIENTOS DE PRECIOS PARA LA REVISTA DEL CONSUMIDOR, 2015

MES	TEMA
Ene	Miel de abeja
Feb	Atún
Mar	Pañales
Abr	Planchas de pelo
May	Ollas exprés
Jun	Útiles escolares / Sintonizadores y antenas
Jul	Computadoras
Ago	Palomitas
Sep	Audífonos
Oct	Televisores
Nov	Tablets
Dic	Alimento para perros

Fuente: Archivo del programa Quién es Quién en los Precios. Profeco. 2015.

5.3.6 ENCUESTAS Y SONDEOS

Con el objetivo de conocer los hábitos de consumo de la población, así como las características de los servicios ofrecidos por los proveedores y la percepción que las y los consumidores tienen de su propia situación cuando entablan una relación de consumo con éstos, en 2015 se realizaron 5 encuestas y sondeos sobre distintos temas y 2 encuestas sobre el nivel de conocimiento y penetración que tienen los productos informativos y servicios ofrecidos por la CGED en materia de consumo responsable.

TABLA 24. ENCUESTAS Y SONDEOS 2015

NO.	NOMBRE DE LA ENCUESTA O SONDEO
1	Encuesta sobre movilidad urbana en la Ciudad de México.
2	Encuesta sobre autotransporte terrestre de pasajeros.
3	Indicador de la Coordinación General de Educación y Divulgación (primera medición 2015).
4	Encuesta sobre hábitos de uso, gasto y satisfacción del servicio de internet fijo y móvil.
5	Encuesta sobre satisfacción del servicio de telefonía móvil.
6	Sondeo en línea sobre las expectativas para las compras de El Buen Fin 2015.
7	Indicador de la Coordinación General de Educación y Divulgación (segunda medición 2015).

Fuente: Encuestas y Sondeos. Dirección General de Estudios sobre Consumo. Profeco, 2015.

Ejemplos de los objetivos de algunas de las encuestas realizadas:

- *Encuesta sobre autotransporte terrestre de pasajeros*

Conocer los hábitos de la población en general sobre el uso de autobuses foráneos, así como el nivel de satisfacción del servicio recibido antes y durante el viaje.

- *Encuesta sobre hábitos de uso, gasto y satisfacción del servicio de internet fijo y móvil*

Conocer los hábitos de consumo de los servicios de internet fijo y móvil para uso personal y por las cuales se realice algún gasto, así como la satisfacción que tienen de este servicio y de la información proporcionada por el proveedor del servicio.

5.3.6.1. EL BUEN FIN 2015

Con motivo del programa El Buen Fin en su edición 2015, que se llevó a cabo del 13 al 16 de noviembre, se realizó un levantamiento de precios de los catálogos de electrodomésticos y línea blanca, y algunos vinos y licores seleccionados, los cuales fueron difundidos a través de la página de internet y la *app* móvil del programa Quién es Quién en los Precios y del micro sitio de Profeco para El Buen Fin. Lo anterior, para proporcionar al público consumidor información que le permitiera comparar precios de los productos de mayor demanda antes y durante El Buen Fin y estar en posibilidades de realizar una compra informada.

Datos acumulados del levantamiento de precios de los días 13, 14, 15 y 16 de noviembre de 2015 durante El Buen Fin 2015:

TABLA 25. RESULTADOS DEL LEVANTAMIENTO DE PRECIOS DURANTE EL BUEN FIN 2015	
Número de productos	28
Número de marcas	106
Número de presentaciones	548
Número de precios	158,028
Número de tiendas	564
Estados	32
Ciudades	52
Municipios	80

Fuente: Sistema Nacional de Información al Consumidor. Profeco, 2015.

TABLA 26. RESULTADOS POR DÍA DEL LEVANTAMIENTO DE PRECIOS DURANTE EL BUEN FIN 2015				
RESULTADOS POR DÍA	13/11/2015	14/11/2015	15/11/2015	16/11/2015
Número de precios a la alza. (respecto al último precio capturado antes del Buen Fin)	1,542	1,505	1,440	1,454
Número de precios a la baja. (respecto al último precio capturado antes del Buen Fin)	17,475	18,842	18,741	18,191
Número de precios sin variación. (respecto al último precio capturado antes del Buen Fin)	15,852	15,028	14,629	14,013
Número de precios sin información previa	4,348	4,914	5,025	5,029

Fuente: Sistema Nacional de Información al Consumidor. Profeco, 2015.

5.3.6.2. AMAS DE CASA VIGILANTES

Amas de Casa Vigilantes inició en julio del 2013 como un programa piloto de la Procuraduría Federal del Consumidor, que incentiva la participación ciudadana a través de dos actividades fundamentales, el monitoreo de precios de productos básicos y la denuncia de los comercios que cometan abusos hacia las y los consumidores con amas de casa participantes. Durante 2015, se reportaron 10,171 precios. Los productos con más precios reportados fueron leche (559), aceite vegetal comestible (517), y detergente para ropa (375).

6. TELECOMUNICACIONES

La Subprocuraduría de Telecomunicaciones tiene la importante tarea de promover, proteger, asesorar, defender, conciliar y representar a las y los usuarios y consumidores, frente a los concesionarios o autorizados de servicios de telecomunicaciones y/o ante comités consultivos de normalización.

IMAGEN 20. PERSONAL DE LA SUBPROCURADURÍA DE TELECOMUNICACIONES

Fuente: Subprocuraduría de Telecomunicaciones

Antes de relacionar las primeras acciones de esta Subprocuraduría, es importante señalar que aunque fue hasta el mes de septiembre del 2015 que se creó la Subprocuraduría de Telecomunicaciones de la PROFECO, la institución no fue omisa en la atención y defensa de las y los consumidores de estos servicios.

6.1. ACTIVIDADES

Debido a que al momento de elaborar el Programa Anual de Actividades (PAA) 2015 de la Procuraduría Federal del Consumidor aún no se creaba la Subprocuraduría de Telecomunicaciones, no se contemplaron actividades específicas para esta área. No obstante, de las primeras acciones emprendidas por esta nueva Subprocuraduría se destacan las siguientes:

a) Capacitación inicial. Con el respaldo de la Coordinación General de Administración (CGA), se implementaron una serie de cursos de capacitación del personal entre los meses de septiembre a diciembre de 2015 en los temas siguientes:

- Introducción a las Telecomunicaciones y sus aspectos legales, el cual fue brindado por expertos del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) y de esta Procuraduría en 13 sesiones durante octubre y noviembre.
- ABC de la accesibilidad web, impartido del 2 al 15 de noviembre (curso en línea) por el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED).
- Comportamiento de consumo y prácticas comerciales de telecomunicaciones, impartido del 7 al 11 de diciembre por The Competitive Intelligence Unit (CIU).

- Análisis publicitario en materia de telecomunicaciones, impartido el 8 y 9 de diciembre por el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria A.C. (CONAR).
- Responsabilidades de las y los servidores públicos, impartido en diciembre por el Órgano Interno de Control de PROFECO.

IMAGEN 21. CURSO DE INTRODUCCIÓN A LAS TELECOMUNICACIONES Y SUS ASPECTOS LEGALES

Inauguración del curso, 12 de octubre de 2015

Fuente: Subprocuraduría de Telecomunicaciones

IMAGEN 22. SESIÓN DE CAPACITACIÓN, 14 DE OCTUBRE DE 2015

Fuente: Subprocuraduría de Telecomunicaciones

b) Actualización del Convenio IFT-PROFECO. Con fecha 12 de octubre de 2015, se modificó este convenio signado desde el 27 de junio de 2014, a fin de designar al Subprocurador de Telecomunicaciones como enlace con el IFT.

c) Comparecencia en el Senado de la República. El 14 de octubre de 2015 comparecieron ante la Comisión de Comunicaciones y Transportes los Titulares de la PROFECO, IFT y de la Subsecretaría de Telecomunicaciones de la SCT.

El Subprocurador acompañó a la Titular de la PROFECO a la reunión de trabajo, quien informó de los avances de la Institución en materia de atención a los usuarios de los servicios de telecomunicaciones.

Entre los acuerdos adoptados fue la realización de estas reuniones de trabajo cada tres meses, a fin de que el Poder Legislativo Federal pueda ir evaluando la reforma del sector de telecomunicaciones.

IMAGEN 23. REUNIÓN DE TRABAJO CON SERVIDORES PÚBLICOS DE LA SCT Y LA PROFECO EN EL SENADO DE LA REPÚBLICA

Streaming del Senado de la República, 14 de octubre de 2015

Fuente: Subprocuraduría de Telecomunicaciones

d) Inicio de trabajos de actualización de la NOM-184-SCFI-2012. Desde el 15 de septiembre del 2015, la Subprocuraduría de Telecomunicaciones se encuentra colaborando con la Secretaría de Economía y el IFT en la revisión de las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) que garanticen los derechos de los usuarios, ya sea modificando las vigentes como la NOM 184[4] o creando otras como mandata la LFTyR en su artículo 194.

e) Modificaciones al Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor. Por parte de la Dirección General de Planeación y Evaluación de la PROFECO se realizaron adecuaciones al Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor (PNPDC), las cuales se publicaron en el DOF el 24 de noviembre de 2015[5]. En este documento se estableció el "Objetivo 5. Desarrollar acciones para garantizar la protección de los derechos de los consumidores de telecomunicaciones", argumentándose:

[4]NORMA Oficial Mexicana NOM-184-SCFI-2012, Prácticas comerciales-Elementos normativos para la comercialización y/o prestación de los servicios de telecomunicaciones cuando utilicen una red pública de telecomunicaciones.
[5]http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5416715&fecha=24/11/2015

"[...] El proceso dinámico de los mercados, exige a las instituciones adaptarse a las nuevas necesidades de mercado, por lo que las adecuaciones al marco jurídico en materia de telecomunicaciones demandan una atención inmediata en beneficio de los consumidores de este tipo de servicios.
Como parte fundamental de este ajuste al marco jurídico nacional es necesario que la Profeco actúe y atienda las demandas generadas por esta nueva dinámica lograda por las reformas en materia de telecomunicaciones [...]".

El PNPDC 2013-2018 ya modificado considera para este sector dos estrategias con sus respectivas líneas de acción: *a) Estrategia 5.1. Promover acciones de protección a los usuarios de los servicios de telecomunicaciones; y b) Estrategia 5.2. Promover los derechos y difundir las acciones de protección por parte de la Institución a los consumidores de telecomunicaciones.*

Al mismo tiempo, el mencionado Acuerdo por el que se modificó el PNPDC, añadió el indicador correspondiente a esta materia:

INDICADOR 5	**Porcentaje del monto recuperado en beneficio de las y los consumidores de Telecomunicaciones**
OBJETIVO	**5. Desarrollar acciones para garantizar la protección de los derechos de las y los consumidores de telecomunicaciones.**
DESCRIPCIÓN GENERAL	Mide la suma de los montos recuperados, mediante los procedimientos conciliatorio, arbitral, por infracciones a la ley, y acciones de defensa colectiva con respecto al total reclamado en las quejas presentadas por los consumidores de telecomunicaciones.
OBSERVACIONES	La suma total de dinero recuperado en favor de las y los consumidores con respecto al total reclamado en las quejas presentadas, es un indicador parcial que da cuenta de la capacidad, en este caso de eficacia, de la institución para responder al requerimiento de su intervención como autoridad para la solución de controversias que afectan el patrimonio e intereses de los consumidores de telecomunicaciones.
PERIODICIDAD	Anual
FUENTE	Subprocuraduría de Telecomunicaciones
REFERENCIAS ADICIONALES	

LÍNEA BASE 2013	META 2018
0%	83%

Fuente: Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor 2013-2018

f) Credenciales de Verificadores de Telecomunicaciones. Otro acto jurídico-administrativo fue la emisión del Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos para la expedición de las credenciales de los servidores públicos de la PROFECO que realizan funciones de verificación y vigilancia de telecomunicaciones, el cual fue publicado en el DOF el 3 de diciembre de 2015.

IMAGEN 24. FORMATO DE CREDENCIAL PARA VERIFICADOR DE LA SUBPROCURADURÍA DE TELECOMUNICACIONES DE LA PROFECO

Fuente: Imagen digitalizada del formato

g) Manuales de Organización. Dentro del plazo de 120 días previsto en el artículo tercero transitorio del Decreto que reformó el Reglamento de la PROFECO, se procedió a la elaboración de los 4 Manuales de Organización de la Subprocuraduría y sus Unidades Administrativas, proceso que concluyó el 15 de diciembre con su aprobación en el seno de la 4ª Sesión Ordinaria del 2015 del Comité de Mejora Regulatoria Interna (COMERI) de la PROFECO celebrada el 15 de diciembre de 2015.

h) Manuales de Procedimientos. Dentro del mismo plazo fijado en el artículo tercero transitorio del Decreto que reformó el Reglamento de la PROFECO, se elaboraron los 3 Manuales de Procedimientos correspondientes a cada una de las Direcciones Generales de la Subprocuraduría, los cuales fueron aprobados en la 1ª Sesión Extraordinaria del COMERI del 21 de diciembre de 2015.

i) Sistema Integral de Atención a los Usuarios de Telecomunicaciones. En el marco de la rueda de Prensa celebrada el 14 de diciembre de 2015, en el Auditorio Salvador Pliego Montes, donde se presentaron proyectos de "PROFECO Virtual", se dio a conocer el *"Sistema Integral de Atención a los Usuarios de Telecomunicaciones"* de esta Subprocuraduría.

Se trata de un Portal Web especializado, el cual está conceptualizado, desde dos perspectivas: 1) Una diseñada para la interacción entre las y los consumidores y proveedores de servicios de telecomunicaciones con la Procuraduría, en cuestiones informativas y de trámites en línea; y 2) La segunda tiene la finalidad de simplificar la gestión y desahogo de los procesos internos de esta Unidad Administrativa y la coordinación con Delegaciones y Subdelegaciones[6].

[6]Disponible para consulta a través de:
http:/telecomunicaciones.profeco.gob.mx/TelecomunicacionesProfeco/Default.aspx

Con esta herramienta, la PROFECO encauza los propósitos del Programa de Justicia Cotidiana promovido por el Presidente de la República; la modernización del gobierno planteado en la Estrategia Digital Nacional; y un proyecto estratégico enmarcado en el Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018 del Gobierno de la República.

IMAGEN 25. MICROSITIO DE LA SUBPROCURADURÍA DE TELECOMUNICACIONES DE LA PROFECO

Impresión de pantalla del micrositio

Fuente: Subprocuraduría de Telecomunicaciones

j) Reuniones con Delegados y Subdelegados de la PROFECO. Con el apoyo de la Dirección General de Delegaciones, se llevaron a cabo dos reuniones con titulares de delegaciones y subdelegaciones.

La primera se celebró en la Ciudad de México el 9 de noviembre de 2015 con delegadas y delegados de la zona metropolitana, quienes estuvieron acompañados de jefes y jefas de departamento de servicios y jurídico.

La segunda tuvo verificativo el 17 de diciembre en el marco de la 4ª Reunión Nacional de Delegados y Subdelegados de la PROFECO celebrada en la Ciudad de Campeche, Campeche México.

En ambas reuniones se presentaron los avances de la Subprocuraduría de Telecomunicaciones y se solicitó su participación en esta materia a través de las y los jefes de departamento jurídico de cada delegación o subdelegación.

IMAGEN 26. CUARTA REUNIÓN NACIONAL DE DELEGADOS Y SUBDELEGADOS

Fuente: Subprocuraduría de Telecomunicaciones

k) Difusión de la Carta de Derechos Mínimos. En diciembre de 2015 se comenzó a difundir la "Carta de Derechos" a través de 13 videoclips elaborados por la Coordinación General de Educación y Divulgación de la PROFECO, y a través de un cartel inicial desarrollado en la Subprocuraduría de Telecomunicaciones:

IMAGEN 27. CARTEL DE LA CARTA DE DERECHOS MÍNIMOS DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Fuente: Digitalización del cartel elaborado por la Dirección General de Difusión de la PROFECO

l) Acuerdo delegatorio de facultades. En el DOF del 30 de diciembre de 2015, se publicó el "ACUERDO mediante el cual se delegan a diversos servidores públicos de la Procuraduría Federal del Consumidor las atribuciones que se indican"[7].

Dicho acuerdo fue suscrito por la Titular de la PROFECO el 4 de diciembre de 2015, para redistribuir atribuciones entre distintos servidores públicos de la Subprocuraduría de Telecomunicaciones.

No se omite señalar que en la elaboración de los instrumentos jurídicos, administrativos y programáticos, la nueva Subprocuraduría contó con el respaldo de la Subprocuraduría Jurídica, de la Coordinación General de Administración, de la Dirección General de Planeación y Evaluación y del Órgano Interno de Control. En lo operativo se contó con la orientación y el apoyo inicial de las Subprocuradurías de Servicios y Verificación.

Igualmente debe mencionarse que desde el 8 de septiembre de 2015, se han sostenido diversas reuniones relevantes, como son las siguientes:

- Reunión con el Consejo Consultivo del IFT. Septiembre 4 de 2015.
- Consejo Consultivo del Consumo. Septiembre 14 de 2015. Tres Reuniones con Comisionados del IFT. Diversas fechas, iniciando el 22 de septiembre de 2015.
- Reunión con Magistrados del Tribunal de Justicia Fiscal y Administrativa. 7 Octubre de 2015.
- Reunión con la Titular de la Subsecretaría de Comunicaciones de la SCT Lic. Mónica Aspe. 22 Octubre de 2015.
- Participación en la sesión del Grupo de Trabajo de Telecomunicaciones del Comité Especializado de Estadísticas de Precios del INEGI el 30 de noviembre de 2015.
- Reuniones con diversos proveedores del servicio de telecomunicaciones y fabricantes de equipos terminales de telefonía móvil así como con representantes de organismos empresariales y organizaciones de consumidores, tales como:

    - Huawei
    - Apple
    - Iusacell/Nextel
    - Unefon
    - Telefónica
    - Dish
    - Telmex
    - Telcel
    - Izzi
    - Total Play
    - AMIPCI
    - ANATEL
    - OBSERVATEL
    - BBB México

[7] Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421744&fecha=30/12/2015

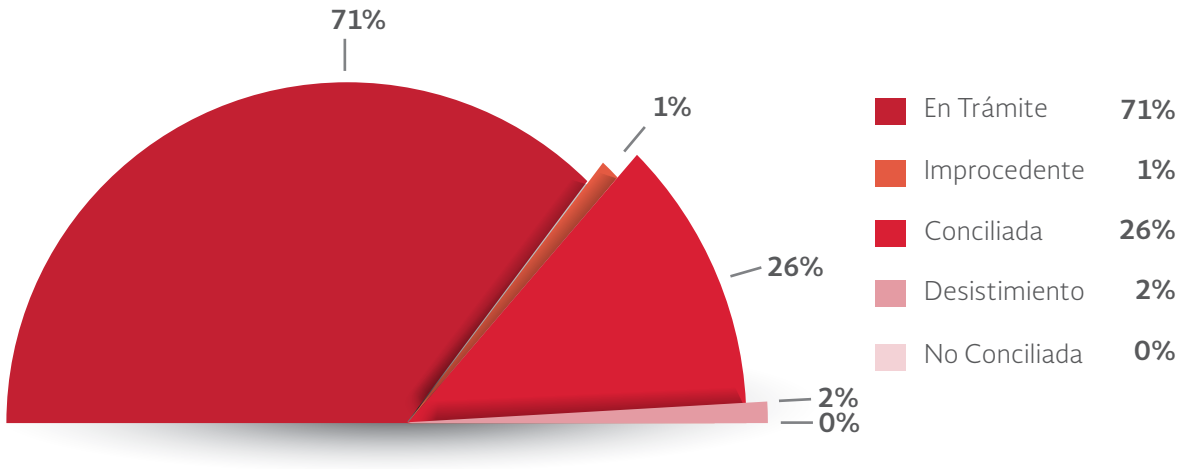
Objetivos alcanzados

Numeralia. A partir de la creación de la Subprocuraduría de Telecomunicaciones se registró en el período del 8 de septiembre al 31 diciembre de 2015 la siguiente información:

6.2. QUEJAS DE TELECOMUNICACIONES

Se recibieron 1,755 quejas, de las cuales 565 fueron radicadas provenientes de la plataforma informática Concilianet, alcanzándose 98% de conciliación, lo equivalente a un monto recuperado de $661,550.57 m.n.

GRÁFICA 21. ESTADO PROCESAL QUEJAS TELECOMUNICACIONES SEPT A DIC 2015



Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), 2015.

Siendo los proveedores con más quejas:

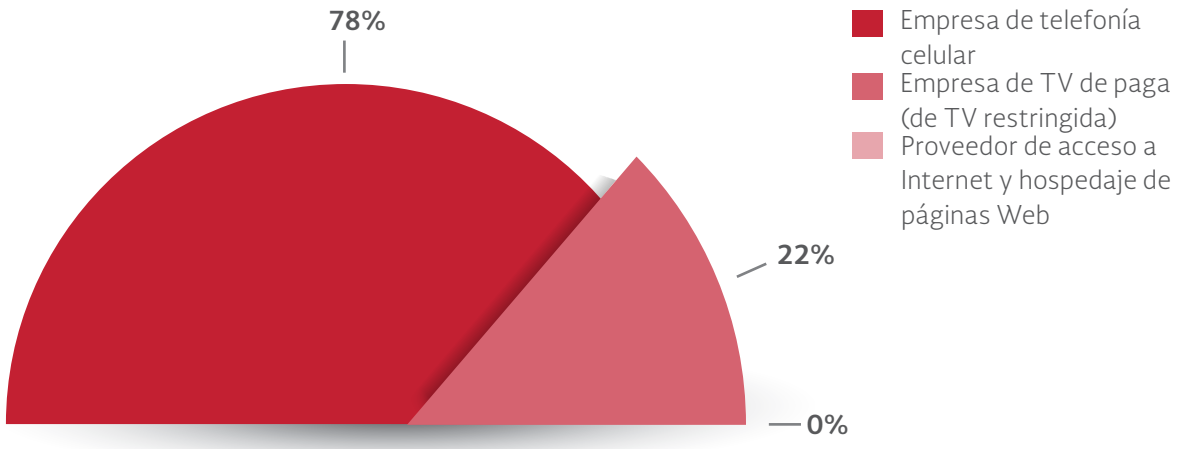
TABLA 27. PRINCIPALES PROVEEDORES CON QUEJAS TELECOMUNICACIONES

NÚMERO	PROVEEDOR	QUEJAS
1	Radio Móvil DIPSA, SA DE CV	160
2	Pegaso PCS, S.A. de C.V.	105
3	Comunicaciones Nextel de México, S.A. de C.V.	95
4	Iusacell, S.A. de C.V.	75
5	Total Play Telecomunicaciones, S.A. de C.V.	55

Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), 2015.

Desglose de quejas por tipo de servicio:

GRÁFICA 22. QUEJAS POR TIPO DE SERVICIO SEPTIEMBRE A DICIEMBRE 2015

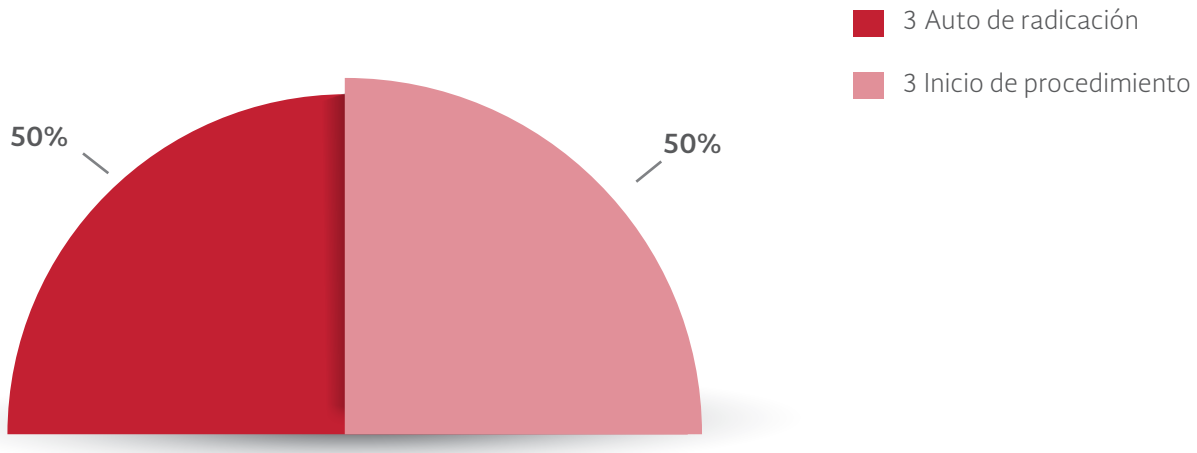


Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), 2015.

6.3. PROCEDIMIENTOS POR INFRACCIONES A LA LEY

Con relación a los procedimientos por infracciones a la ley (PIL), se iniciaron 3 procedimientos y 3 se encuentran en auto de radicación.

GRÁFICA 23. ESTADO DE LOS PROCEDIMIENTOS POR INFRACCIONES A LA LEY

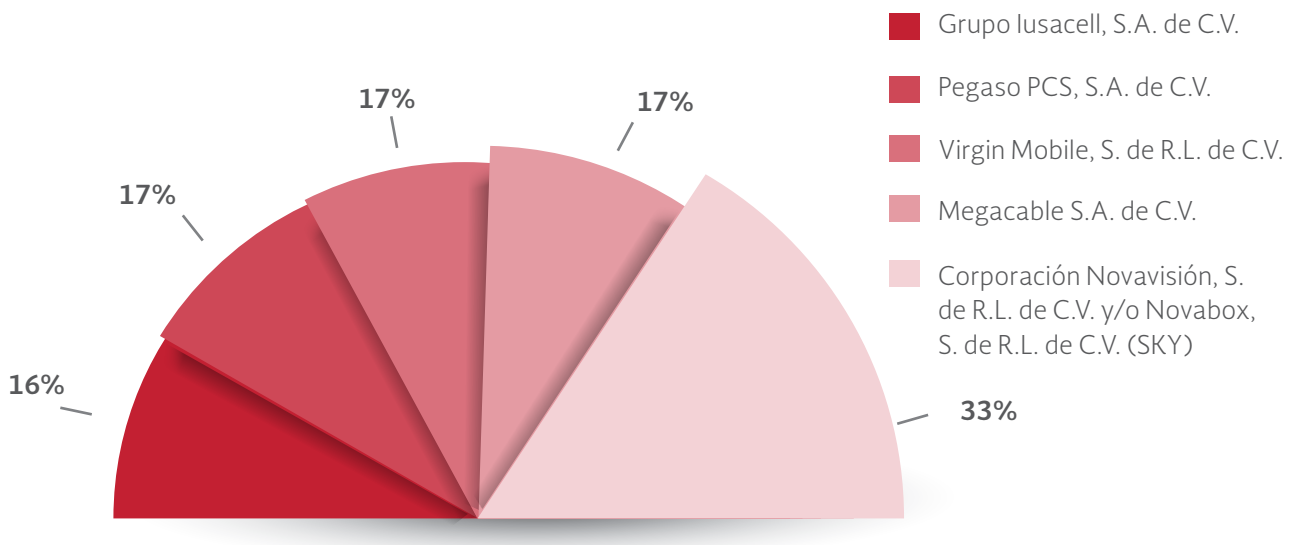


Fuente: Dirección de Procedimientos y Sanciones de Telecomunicaciones

6.4. PUBLICIDAD ENGAÑOSA

En el tema de monitoreo, se emitieron 6 requerimientos para la modificación de la publicidad a los siguientes proveedores:

GRÁFICA 24. REQUERIMIENTOS EMITIDOS PARA MODIFICACIÓN DE PUBLICIDAD

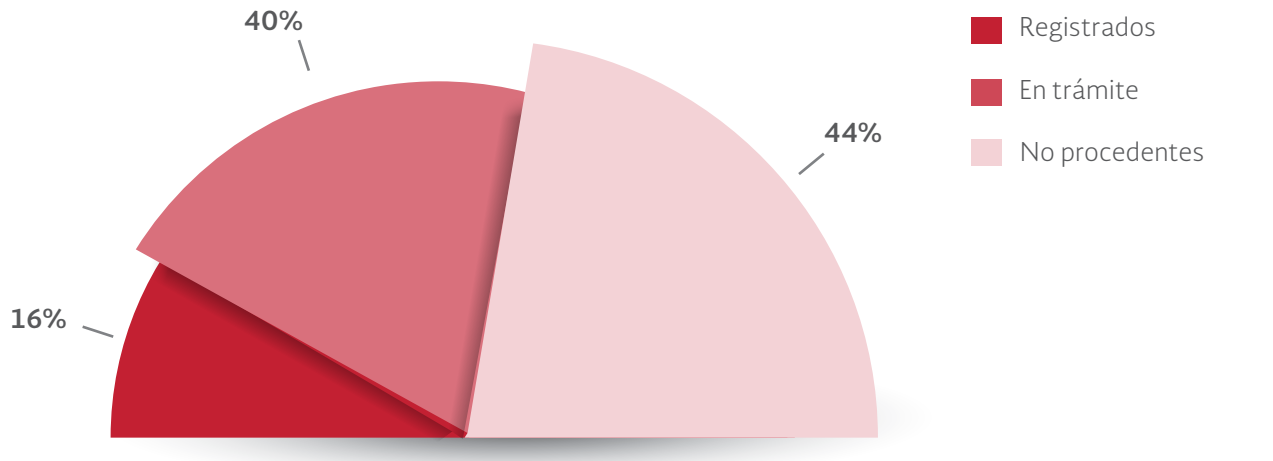


Fuente: Dirección de Sanciones y Análisis de Publicidad de Telecomunicaciones, 2015.

6.5. CONTRATOS DE ADHESIÓN

Con relación a contratos de adhesión de telecomunicaciones se recibieron 84 solicitudes siendo su estado procesal:

GRÁFICA 25. ESTADO PROCESAL DE CONTRATOS DE ADHESIÓN

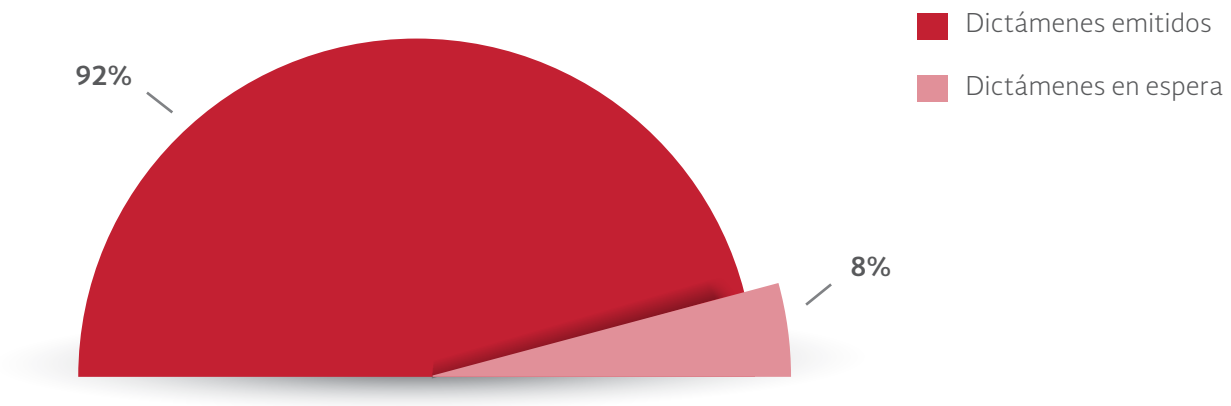


Fuente: Dirección de Registro de Contratos de Adhesión de Telecomunicaciones, 2015.

6.6. DICTÁMENES

Respecto al tema de dictámenes se recibieron 13 solicitudes de emisión de dictamen, de los cuales se emitieron 12:

GRÁFICA 26. ESTADO DE DICTÁMENES SOLICITADOS



Fuente: Dirección de Registro de Contratos de Adhesión de Telecomunicaciones

6.7. ASPECTOS A DESTACAR DE LA SUBPROCURADURÍA DE TELECOMUNICACIONES

Con una perspectiva de especialidad se ha integrado a la nueva área el servicio público de atención de quejas y conciliación, que junto con el tema de denuncias y verificación implica una dimensión integral de atención a la y el consumidor con la misma finalidad de brindar un servicio integral, se realiza el análisis, dictamen y registro de contratos de adhesión, a efecto de que existan relaciones comerciales equitativas, además de fungir como mecanismo de prevención para proteger los derechos de las y los consumidores, previo al establecimiento de una relación comercial con algún proveedor; asimismo se tiene la facultad de tutelar los derechos previstos en la LFTyR y en la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC).

Lo anterior, con el apoyo de estudios e investigaciones en materia de telecomunicaciones que a su vez sirvan de insumo para definir acciones de política pública en la materia; participar en comités consultivos nacionales de normalización e institucionales en telecomunicaciones; intercambiar información con el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) así como con las demás unidades administrativas sobre prácticas de consumo que permitan elaborar nuevos mecanismos para la defensa de los derechos de las y los consumidores; proponer mecanismos que aseguren la accesibilidad a la información comercial de las personas con discapacidad; proponer contenido técnico de campañas de difusión en materia de protección de los derechos del consumidor de telecomunicaciones.

Asimismo, mediante esta instancia la PROFECO colabora con el IFT y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), para garantizar que los servicios de telecomunicaciones sean prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, acceso libre, continuidad y sin injerencias arbitrarias, según lo establecido en el Apartado B del Artículo 6 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

6.8. TRANSPARENCIA

Para dar cumplimiento de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPG), su Reglamento y demás disposiciones aplicables, además de garantizar el acceso a la información pública en posesión de la Procuraduría Federal del Consumidor, durante el 2015 la Unidad de Enlace dio atención a las 676 solicitudes de Información presentadas a través del Sistema de Solicitudes de Información INFOMEX.

El tiempo promedio estimado de respuestas a las solicitudes de información en el 2015, fue de 17 días hábiles, tomando en consideración que las respuestas otorgadas no excedieron el plazo de 20 días hábiles establecido por la normatividad aplicable.

La calificación del Portal de Obligaciones de Transparencia (POT) para el Primer Semestre de 2015, recibida a través de la herramienta de comunicación, sistema propio del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI), el 08 de septiembre del 2015 fue informado solo el resultado de los indicadores A3C, RSI, 2015-1, es decir los indicadores de Alineación de Criterios, Comportamiento de las Resoluciones y su Cumplimiento; así como el Indicador de respuestas a las Solicitudes de Información; haciendo hincapié que las evaluaciones de los indicadores Atención Prestada por las Unidades de Enlace y Obligaciones de Transparencia fueron notificadas de manera posterior.

Cabe señalar que no es posible informar la calificación correspondiente al Segundo Semestre de 2015, toda vez que el INAI aún no la ha emitido.

TABLA 28. ATENCIÓN Y SEGUIMIENTO A LAS SOLICITUDES DE TRANSPARENCIA DURANTE EL AÑO 2015, AL CORTE, 31 DE DICIEMBRE DE 2015

SOLICITUDES INGRESADAS INFOMEX	ATENDIDAS Y RESUELTAS	SOLICITUDES EN PROCESO DE TRÁMITE PARA SU RESPUESTA
676	620	56

Fuente: Sistema Electrónico de Solicitudes "INFOMEX Gobierno Federal", al 31/12/2015.

TABLA 29. "COMPORTAMIENTO DE EVALUACIONES AL PORTAL DE OBLIGACIONES DE TRANSPARENCIA"

SEMESTRE	CALIFICACIÓN
2do. Semestre 2010	90.51
1er. Semestre 2011	88.13
2do. Semestre 2011	95.5
1er. Semestre 2012	91.60
2do. Semestre 2012	89.2
1er. Semestre 2013	92.5
2do. Semestre 2013	86.9
1er. Semestre 2014	92.3
2do. Semestre 2014	96.2
1er. Semestre 2015	94.5

Fuente: Dirección General de Evaluación del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, 2015.

7. NUESTRA INSTITUCIÓN

7.1. DELEGACIONES

La Procuraduría Federal del Consumidor se organiza para el despacho de los asuntos a su cargo, con oficinas centrales, delegaciones, subdelegaciones y demás unidades que estima convenientes, entre ellas la Dirección General de Delegaciones, a quien entre otras funciones, le corresponde establecer criterios, lineamientos y procedimientos que regulan la operación de las delegaciones, subdelegaciones y unidades de servicio de la Procuraduría, así como coordinar, supervisar y evaluar las actividades de dicha unidades administrativas y fungir como enlace y vínculo permanente de coordinación entre éstas.

Como parte esencial de los objetivos de la Dirección General de Delegaciones, es el de contribuir dentro del ámbito jurídico administrativo para lograr la misión de esta institución que protege y promueve los derechos de las y los consumidores, garantizando relaciones comerciales equitativas que fortalezcan la cultura de consumo responsable y el acceso a mejores condiciones de mercado en productos y servicios, asegurando certeza, legalidad y seguridad jurídica dentro del marco normativo de los Derechos Humanos reconocidos por la población consumidora, así como al cumplimiento de los objetivos, metas y programas Institucionales.

La Profeco cuenta con representación en cada estado de la República, a fin de facilitar la cercanía a la gente y así ofrecer servicios encaminados a proteger y promover los derechos de las y los consumidores en un marco de legalidad y seguridad jurídica.

7.1.1. PRESENCIA NACIONAL DE LA PROFECO

En virtud de lo anterior, en todas las entidades federativas de la República Mexicana, la Profeco brinda servicios a los consumidores a través de 38 delegaciones, 13 subdelegaciones, 5 unidades de servicio y 63 módulos, todos coordinados por medio de la Dirección General de Delegaciones.

TABLA 30. PRESENCIA NACIONAL DE LA PROFECO

DELEGACIONES		
Aguascalientes	Jalisco	San Luis Potosí
Baja California	Michoacán	Sinaloa
Baja California Sur	Morelos	Sonora
Campeche	Naucalpan	Sur
Centro	Nayarit	Tabasco
Chiapas	Nezahualcóyotl	Tamaulipas
Chihuahua	Nuevo León	Tlalnepantla
Coahuila	Oaxaca	Tlaxcala
Colima	Oriente	Toluca
Durango	Poniente	Veracruz
Guanajuato	Puebla	Yucatán
Guerrero	Querétaro	Zacatecas
Hidalgo	Quintana Roo	

SUBDELEGACIONES		
Subdelegación Cd. Obregón	Subdelegación Manzanillo	Subdelegación Tapachula
Subdelegación Chihuahua	Subdelegación Mexicali	Subdelegación Torreón
Subdelegación Ecatepec	Subdelegación Playa del Carmen	Subdelegación Xalapa
Subdelegación Iguala	Subdelegación Reynosa	
Subdelegación Irapuato	Subdelegación Tampico	

UNIDADES DE SERVICIO		
La Villa	Matamoros	Chetumal
San Juan del Río	Coatzacoalcos	

MODULOS DE SERVICIO	
Módulos	63

RESUMEN DE LAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS DE LA PROFECO	
Delegaciones	38
Subdelegaciones	13
Unidades de Servicio	5
Módulos	63
Total	119

Fuente: Base de datos de la Dirección de Planeación, Capacitación y Desarrollo de las Delegaciones y Subdelegaciones, 2015.

7.1.2. ENLACE DE LAS DELEGACIONES Y SUBDELEGACIONES CON LAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS DE PROFECO.

Las delegaciones y subdelegaciones están conformadas por los titulares de las unidades administrativas, los departamentos de: Servicios, Verificación y Vigilancia, Telecomunicaciones, Educación y Divulgación, los cuales con su equipo de trabajo, brindan a las consumidoras y consumidores asesoría e información respecto a sus derechos, garantizando relaciones comerciales equitativas que fortalezcan la cultura de consumo responsable, dan atención a quejas, reclamaciones, denuncias, realizan visitas de verificación para evitar que los proveedores de bienes y servicios cometan prácticas abusivas en contra de las consumidoras y consumidores.

7.1.3. CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON LOS TRES ÓRDENES DE GOBIERNO

A efecto de cumplir con el ejercicio de sus atribuciones, en beneficio de la población consumidora, Profeco celebró convenios de colaboración con gobiernos estatales y municipales, a través de los cuales se obtiene apoyo consistente en recursos materiales en donación o comodato, como mobiliario, vehículos, equipo de cómputo, inmuebles o espacios físicos, entre otros; así también se obtienen recursos financieros y recursos humanos, mediante personal comisionado, el cual sin dejar de tener vínculo laboral con dichos gobiernos, brinda apoyo en las unidades administrativas de la Procuraduría. Además, se suscribieron convenios de colaboración y coordinación con dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, Universidades, Medios de Comunicación (radio, prensa, televisión, etc.), entre otros, mismos que en la tabla 31. se detallan.

De los convenios celebrados con gobiernos estatales y municipales, se obtienen recursos para una mejor operación de las unidades administrativas, siendo en total 48 y entre los principales se refieren los siguientes:

TABLA 31. CONVENIOS CELEBRADOS EN EL EJERCICIO 2015		
CANTIDAD	CONCEPTO	PRINCIPALES LOGROS O ACTIVIDADES EN 2014
8	Convenios con Gobiernos Estatales	Derivado de la aportación de recursos financieros otorgados por los Gobiernos Estales, las Delegaciones y Subdelegaciones cuentan con la posibilidad de contratar personal de honorarios, pago de servicios, etcétera, para ofrecer un mejor servicio a las y los consumidores.
20	Convenios con Municipios y/o Ayuntamientos	Con estos convenios se obtiene un espacio físico, recursos financieros, mobiliario, equipo y personal comisionado, los cuales permiten asesorar y orientar en cuanto a los servicios de Profeco, a la población consumidora de municipios lejanos a las Delegaciones o Subdelegaciones.
9	Convenios con Instituciones Educativas	Con estos convenios, se logra que estudiantes de carreras afines a las funciones de la Profeco, presten su servicio social, el cual se refleja en apoyo para las diferentes áreas que conforman a una Delegación o Subdelegación.
5	Convenios con Medios de Difusión	Se celebraron diversos convenios de colaboración con los cuales las Delegaciones y Subdelegaciones que los celebraron, cuentan con herramientas para la difusión de información para los consumidores.
6	Convenios con otras Secretarías y/o Instituciones	Con estos convenios, se logra obtener recursos humanos, para brindar apoyo en la funciones de esta Institución.
48	TOTAL	

Fuente: Base de datos de la Dirección de Planeación, Capacitación y Desarrollo de las Delegaciones y Subdelegaciones, 2015.

7.1.4. REUNIONES NACIONALES

Con la finalidad de integración, así como la unificación de criterios, establecimiento de líneas a seguir, conocer los programas institucionales, alcances, estrategias y solución a problemáticas, en el año 2015, se llevaron a cabo dos Reuniones Nacionales de Delegados, Subdelegados y demás titulares de las Unidades Administrativas:

TABLA 32. REUNIONES NACIONALES					
FECHAS	DÍAS	DELEGACIONES	SUBDELEGACIONES	LUGAR	NO. PERSONAS PARTICIPANTES
Septiembre	9, 13 y 11	38	13	HUASCA DE OCAMPO, HIDALGO	51
Diciembre	17 y 18	37	13	CAMPECHE, CAMPECHE	87

Fuente: Base de datos de la Dirección de Planeación, Capacitación y Desarrollo de las Delegaciones y Subdelegaciones, 2015.

7.1.5. CAPACITACIONES REGIONALES

En la actualidad la capacitación es la respuesta a la necesidad que tienen las instituciones de contar con personal calificado y productivo, es el desarrollo de tareas con el fin de mejorar el rendimiento productivo, al elevar la capacidad de los servidores públicos, mediante la mejora de la habilidades, actitudes y conocimientos, por lo que preocupados por esta práctica, nos dimos a la tarea de impartir acciones de capacitación orientadas a la actualización, desarrollo y fortalecimiento del desempeño de las y los servidores públicos, llevando a cabo en el ejercicio 2015, las siguientes acciones:

TABLA 33. PROGRAMA DE CAPACITACIONES REGIONALES

REGIÓN	DÍAS	UNIDADES ADMINISTRATIVAS	SEDE	NÚMERO DE PERSONAS PARTICIPANTES
1	12, 13 y 14 mayo	22	Ciudad de México	285
2	16, 17 y 18 junio	9	Villahermosa, Tabasco	116
3	26, 27 Y 28 mayo	10	Saltillo, Coahuila	128
4	23, 24 y 25 junio	8	Ciudad Juárez, Chihuahua	118
5	20, 21 y 22 mayo	8	Guadalajara, Jalisco	123

Fuente: Base de datos de la Dirección de Planeación, Capacitación y Desarrollo de las Delegaciones y Subdelegaciones, 2015.

7.2. PLANEACIÓN Y EVALUACIÓN

7.2.1. MODIFICACIÓN DEL PROGRAMA NACIONAL DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR 2013-2018 (PNPDC)

Con la finalidad de asegurar que los programas y proyectos de la Profeco contribuyan al cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013 -2018, a través de la mejora de su desempeño, la Dirección General de Planeación y Evaluación (DGPE) aplica políticas, lineamientos y procedimientos necesarios para llevar a cabo el proceso de planeación y seguimiento.

Asimismo, en cumplimiento de la normatividad en materia de consumo y de planeación, y en congruencia con el Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018 (PRODEINN), la Procuraduría Federal del Consumidor, a través de la Dirección General de Planeación y Evaluación, emprendió el proceso de modificación de su programa institucional, considerando la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones, y en particular, las atribuciones conferidas a la Procuraduría derivadas de tal modificación, así como la creación de la Subprocuraduría de Telecomunicaciones.

Durante el periodo enero – marzo 2015, se realizó una Investigación documental y de bases de datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), a fin de integrar el apartado complementario para el Diagnóstico del consumo de la población mexicana, que se incorporó en la nueva versión del Programa

Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor 2013-2018 (PNPDC). Este apartado, tomó como base la Encuesta Nacional de Ingreso y Gastos de los Hogares 2012 del INEGI, a partir de los deciles de ingresos de la población del país. En consecuencia, se realizó un ajuste al apartado de "distribución del gasto en los hogares en México", se actualizaron datos del año 2014 para algunas secciones (verificaciones, quejas y pruebas de laboratorio), y se agregó un nuevo objetivo estratégico derivado de las nuevas atribuciones de la Procuraduría en materia de telecomunicaciones, con 9 líneas de acción, para el cual se agregó también un nuevo indicador estratégico.

En este marco, se consultó también a cada una de las áreas de la Profeco para detectar aquellas líneas de acción que ameritaran algún ajuste en su redacción. Una vez concluido el proceso de actualización del Programa Institucional, así como su revisión, atención de observaciones y autorización por parte de la Secretaría de Economía, el día 24 de noviembre de 2015 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Acuerdo que Modifica el Programa Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor 2013-2018.

7.2.3. PROGRAMA ANUAL DE ACTIVIDADES (PAA) 2015

El Programa Anual de Actividades (PAA) plasma las actividades estratégicas y sustantivas de la Procuraduría Federal del Consumidor de forma calendarizada, estas actividades se derivan de las líneas estratégicas del Programa Nacional de Protección al Consumidor a los Derechos del Consumidor 2013-2018; del Programa de Desarrollo Innovador (Prodeinn) 2013-2018 de la Secretaría de Economía y del Estatuto Orgánico de la Institución. Su objetivo es definir las actividades relevantes de la PROFECO para asegurar el cumplimiento de objetivos y metas, así como su evaluación y seguimiento a través de la DGPE. El PAA, además de reportarlo a la Auditoría Superior de la Federación (ASF), permite a la Procuraduría cubrir requerimientos de información de Entidades Externas como: Órgano Interno de Control (OIC), Auditores Externos, Secretaría de Economía (SE) y Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).

El "Índice de efectividad en la protección y promoción de los derechos del consumidor" mide el cumplimiento de las actividades programadas en el PAA, otorga un cero por incumplimiento y un uno si se cumple la actividad, se obtiene la calificación por unidad responsable y se promedia para definir el cumplimiento institucional. Este índice, para el cierre del ejercicio 2015, se ubicó en 96.59% logrando una variación positiva de más de 6 puntos porcentuales sobre el indicador estándar autorizado de 90.30.

TABLA 34. ÍNDICE DE EFECTIVIDAD EN LA PROTECCIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

2015	1ER TRIM.	2DO TRIM.	3ER. TRIM	4TO TRIM.
Cumplimiento trimestral por reactivo*	97.59%	97.02%	95.37%	96.59%
indicador estándar programado	90.30%			
Porcentaje de cumplimiento	108.07%	107.44%	105.62%	106.96%

* El cumplimiento se calcula únicamente con los reactivos que competen por área, no reflejan el nivel de cumplimiento de las actividades programadas en el PAA.

7.2.4. SEGUIMIENTO, MONITOREO Y EVALUACIÓN A LAS MATRICES DE INDICADORES PARA RESULTADOS 2015 (MIR´S)

A fin de asegurar el cumplimiento de objetivos y metas institucionales se dio puntual seguimiento a los tres programas presupuestarios que cuentan con una Matriz de Indicadores para Resultados en el ejercicio fiscal 2015, a saber:

- B-002 Promoción de una cultura de consumo responsable e inteligente.
- E-005 Protección de los derechos de los consumidores y el desarrollo del Sistema Nacional de Protección al Consumidor.
- G-003 Vigilancia del cumplimiento de la normatividad aplicable y fortalecimiento de la certeza jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

La información fue cargada en el Sistema PASH (Portal Aplicativo de la Secretaría de Hacienda), de manera mensual (ver Anexos 1, 2 y 3) y se informó puntualmente del comportamiento de los indicadores al Comité de Control y Desempeño Institucional (COCODI).

De igual manera, el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) coordinó la formulación de las fichas de Monitoreo y Evaluación mandatadas en el Programa Anual de Evaluación 2015 (PAE) de los Programas B 002 Promoción de una cultura de consumo responsable e inteligente y E 005 Protección de los derechos de los consumidores y el desarrollo del Sistema Nacional de Protección al Consumidor.

Bajo la coordinación del CONEVAL se elaboraron las Fichas de Monitoreo y Evaluación 2014-2015, se incorporó la información requerida en los Sistemas que para tal efecto diseñó el CONEVAL denominados Módulo de Información para la Evaluación Específica del Desempeño (MEED) y el Sistema de Evaluación Específica de Desempeño (SIEED). La Ficha de cada programa presupuestario fue enviada para su difusión a la SHCP; CONEVAL, ASF, SFP y a la Cámara de Diputados y Senadores. También fueron publicadas en la página de Internet institucional.

7.2.5. EVALUACIONES EXTERNAS DE PROGRAMAS PRESUPUESTARIOS

En enero 2015, las Secretarías de Hacienda y Crédito Público (SHCP), de la Función Pública (SFP) y el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), emitieron el Programa Anual de Evaluación para el Ejercicio Fiscal 2015 de los Programas Federales de la Administración Pública Federal (PAE 2015), estableciendo la responsabilidad de esta Procuraduría para realizar la Evaluación Específica de Desempeño al Programa Presupuestario (Pp) "E005 Protección de los derechos de los consumidores y el desarrollo del Sistema Nacional de Protección al Consumidor" a cargo de la Subprocuraduría de Servicios y de la Subprocuraduría Jurídica; así como la Evaluación de Procesos al Programa Presupuestario: "G003 Vigilancia del cumplimiento de la normatividad aplicable y fortalecimiento de la certeza jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores" operado por la Subprocuraduría de Verificación.

En octubre de 2015, esta Procuraduría remitió vía oficio los informes finales de ambas evaluaciones realizadas por la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) a la Auditoría Superior de la Federación, a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, a la Secretaría de la Función Pública y al CONEVAL. Asimismo, a través de la Secretaría de Economía, se remitieron dichos informes a las Comisiones de las Cámaras de Diputados y de Senadores del H. Congreso de la Unión.

TABLA 35. EVALUACIONES REALIZADAS A PROGRAMAS PRESUPUESTARIOS DE LA PROFECO EN 2015

EVALUACIÓN	ELABORADA POR	PERIODO EN EL QUE SE DESARROLLÓ	UNIDAD ADMINISTRATIVA RESPONSABLE DE LA INFORMACIÓN
Evaluación Específica de Desempeño del Programa "E005 Protección de los derechos de los consumidores y el desarrollo del Sistema Nacional de Protección al Consumidor"	Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)	Del 25 de junio al 30 de septiembre de 2015.	Subprocuraduría de Servicios Subprocuraduría Jurídica.
Evaluación de Procesos del programa "G003 Vigilancia del cumplimiento de la normatividad aplicable y fortalecimiento de la certeza jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores"	Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)	25 de junio al 23 de octubre de 2015.	Subprocuraduría de Verificación.

Fuente: Dirección General de Planeación y Evaluación, PROFECO, 2015.

Estas evaluaciones detectan áreas de oportunidad de los programas, y contienen recomendaciones relacionadas con la operación, consistencia, diseño y desempeño de los programas, así como en la identificación del problema que enfrenta la población objetivo y que se pretende resolver.

7.2.6. SEGUIMIENTO A ASPECTOS SUSCEPTIBLES DE MEJORA (ASM)

Con relación a las evaluaciones realizadas en 2014 a los programas "E005, Protección de los Derechos de los Consumidores y el desarrollo del Sistema Nacional de Protección al Consumidor", y "B002, Promoción de una cultura de consumo responsable e inteligente" realizadas por el Colegio de Ingenieros Civiles del Estado de Jalisco, A.C. y la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa "UAM-I" respectivamente; las Unidades Responsables de los programas presupuestales, en coordinación con la Dirección General de Planeación y Evaluación, definieron los Aspectos Susceptibles de Mejora (ASM) que se incluyeron en los Documentos de Trabajo y Documento Institucional en el mes de abril de 2015. Estos ASM surgen a partir de las recomendaciones emitidas en los informes finales y, junto el Posicionamiento Institucional, fueron publicados en la plataforma del Sistema de Seguimiento de Aspectos Susceptibles de Mejora (SSAS) y en la página de internet institucional. Asimismo, se entregaron físicamente ante la SFP, CONEVAL y SHCP el 29 de abril de 2015, de acuerdo con el "*Mecanismo para el seguimiento a los aspectos susceptibles de mejora derivados de informes y evaluaciones a los programas presupuestarios de la Administración Pública Federal (MSASM 2011)*"

Conforme a lo establecido en su numeral 14 del PAE, relacionado con la implementación y seguimiento hasta su conclusión de los Aspectos Susceptibles de Mejora (ASM) derivados de evaluaciones externas realizadas durante 2014 y ejercicios anteriores; el 30 de septiembre de 2015 se informó, vía oficio a la SFP y al CONEVAL, la atención del total de los ASM determinados en la Evaluación Específica de Desempeño del Programa Presupuestario "B002 Promoción de una Cultura de Consumo Responsable e Inteligente", remitiendo el soporte documental de los ASM concluidos, así como de su publicación en el Sistema de Seguimiento a Aspectos Susceptibles de Mejora (SSAS).

En adición, y conforme a lo estipulado en el MSASM 2011 vigente, y de acuerdo a las actividades comprometidas en el Programa Anual de Actividades 2015 para la DGPE, en el mes de septiembre, se elaboró el "Reporte de Avance de Documento de Trabajo de Aspectos Susceptibles de Mejora para el Programa Presupuestario E005 Protección de los Derechos de los consumidores y el Desarrollo del Sistema Nacional de Protección al Consumidor", así como el "Reporte de Avance de Documento Institucional de Aspectos Susceptibles de Mejora para el Programa Presupuestario E005 Protección de los Derechos de los consumidores y el Desarrollo del Sistema Nacional de Protección al Consumidor", subidos en la plataforma creada para su seguimiento denominada Sistema de Seguimiento a los Aspectos Susceptibles de Mejora (SSAS) el 27 de septiembre de 2015, y entregados a la Secretaría de la Función Pública el 30 de septiembre de 2015.

7.2.7. CENTRO DE DOCUMENTACIÓN (CEDOC)

El Centro de Documentación de la Profeco, proporciona asesoría e información a las y los usuarios en materia de consumo, a efecto de contribuir con la educación de la sociedad, el acceso a mejores condiciones de mercado a productos y servicios y fomento de una cultura de consumo responsable.

El Centro de documentación cuenta con:

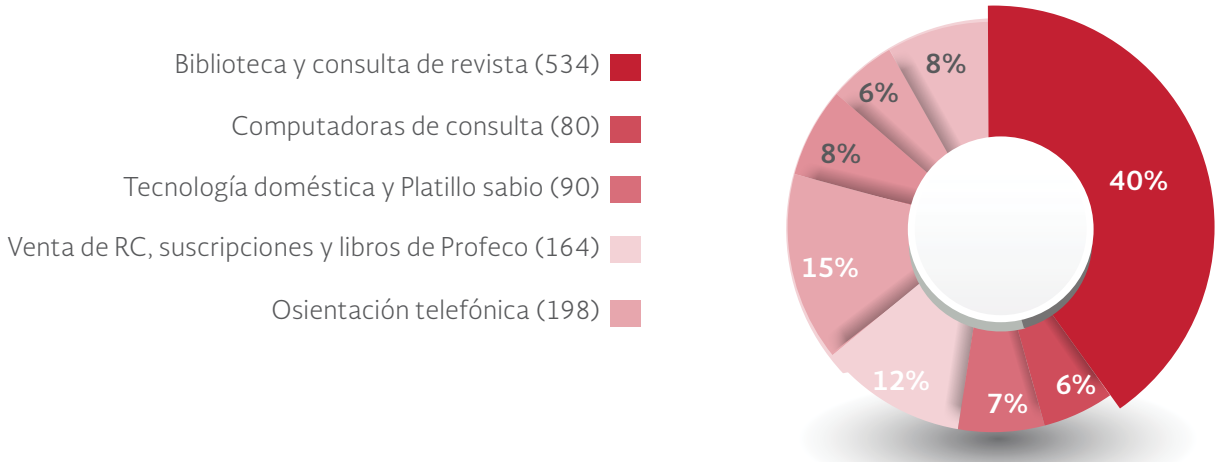
- 2,198 libros, constituidos principalmente por textos relacionados con temas de consumo.
- 466 números de la Revista del Consumidor para su consulta y venta.
- 10 enciclopedias.
- 3 computadoras, para navegación en la página oficial de la Profeco y micrositios relacionados.

Con motivo de la remodelación del Centro de Documentación, la afluencia de visitantes ha disminuido, dado que sólo se cuenta con Revista del Consumidor para consulta y venta; el acervo bibliográfico se encuentra en una sede alterna de Profeco, por lo que aquel material bibliográfico que se solicite se entrega al día siguiente.

Durante 2015 el CEDOC celebró 5 convenios interbibliotecarios entre los que destaca el realizado con la Biblioteca Central de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM); atendió 1,349 solicitudes a través de las diferentes formas de contacto como son: presenciales, vía telefónica y correo electrónico; entre ellas 77 préstamos de libros.

Los productos informativos más solicitados fueron estudios de calidad, reportajes especiales publicados en la revista, Quién es quién en los precios y el marco jurídico de la dependencia. Dentro de los productos de consumo de mayor consulta se encuentran: decodificadores, calentadores, multifuncionales, computadoras y tabletas, impermeabilizantes, lavadoras y refrigeradores.

GRÁFICA 27. SERVICIOS GENERALES DEL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN EN 2015



El presente gráfico muestra la atención brindada a las y los usuarios del Centro de Documentación

Fuente: Cifras 2014-2015 generadas en la Dirección de Dictámenes.

7.3. COMUNICACIÓN SOCIAL

En cumplimiento a lo establecido en los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2015 http://www.dof.gob.mx 31/12/2014, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 2014, la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) delineó y ejecutó las estrategias convenientes para la difusión de la información relacionada con las actividades que realiza la Procuraduría Federal del Consumidor, con el objetivo de promover la defensa y respeto de los derechos de las y los consumidores, la cultura de consumo informado y la protección de la economía familiar.

Como parte de la estrategia, la DGCS gestionó espacios en medios de comunicación (impresos, radio y televisión) para la realización de entrevistas con la entonces titular y funcionarios y funcionarias de la Procuraduría que ayudaron a difundir las actividades y acciones de la institución, principalmente en temporadas de alto consumo (Día de Reyes, Semana Santa, Día de las Madres, Regreso a Clases, Navidad y Fin de Año, entre otras) y las relacionadas con temas coyunturales (cancelación de conciertos, desastres naturales, irregularidades de Gas Express Nieto, investigación de caso VW, etcétera).

7.3.1. ACTIVIDADES

Personal adscrito a la Dirección de Análisis de Medios, diariamente realizó el seguimiento informativo para la elaboración y envío de los siguientes materiales informativos

- Síntesis Informativa.
- Cortes Informativos.
- Síntesis de Delegaciones.
- Análisis semanal.

Para la difusión de la información generada por la Procuraduría, la Dirección de Atención a Medios tiene a su cargo :

- Elaboración de boletines informativos.
- Atención a solicitudes de información y entrevistas de los medios de comunicación.
- Apoyo a la Dirección General en organización de conferencias.
- Versiones estenográficas de las entrevistas al titular.
- Elaboración y actualización de los directorios de medios de comunicación y de delegaciones.

Las reuniones con representantes y directivos de medios de comunicación estuvieron a cargo del Director General de Comunicación Social. Toda la información generada se envió a las Delegaciones y Subdelegaciones de la Profeco en los estados para que sean distribuidos a los medios de comunicación locales y se logre un mayor impacto y presencia de la Profeco en el interior del país.

7.3.2. OBJETIVOS

Como resultado de los boletines, entrevistas, conferencias de prensa e información proporcionada a solicitud de los medios, se logró un total de **10,944** impactos informativos en medios de comunicación nacionales y en algunos casos, de difusión internacional.

En el 2015 la meta cuantitativa programada fue la siguiente:

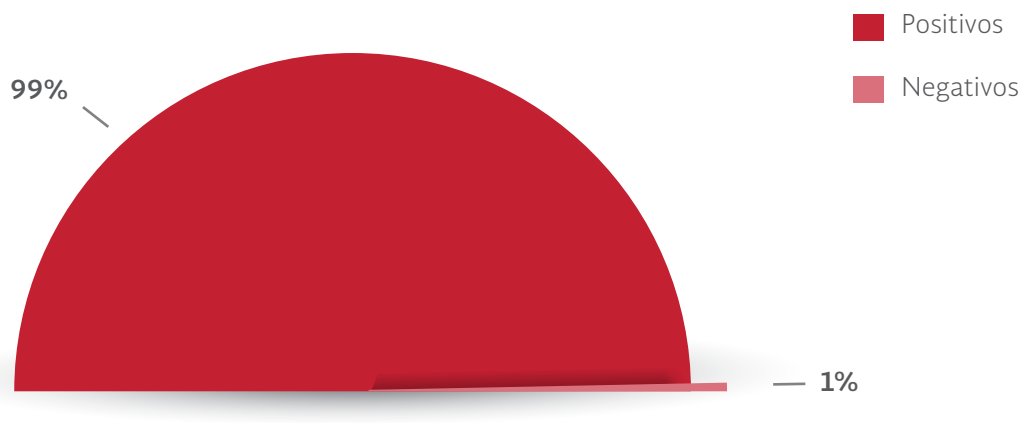
TABLA 36. METAS PROGRAMADAS EN 2015			
PROGRAMA ANUAL DE ACTIVIDADES 2015			
PRODUCTOS	COMPROMISO 2015	TOTAL REALIZADO	DIFERENCIA
Impactos informativos	6,300	10,944	4,644
Reuniones con medios	59	107	48
Conferencias	12	19	7
Boletines de prensa	68	80	12
Entrevistas a funcionarias/os de la institución	312	205	-107
Síntesis informativas de medios nacionales	363	363	0
Síntesis de delegaciones	263	264	0
Cortes informativos	526	526	0
Análisis semanal	52	52	0

Fuente: Programa Anual de Actividades y registro de notas de medios impresos de la DGCS

TABLA 37. CLASIFICACIÓN DE IMPACTOS INFORMATIVOS CAPTADOS EN 2015

IMPACTOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Positivos	10,785	99%
Negativos	159	1%
Total	**10,944**	**100%**

GRÁFICA 28. TENDENCIA INFORMATIVA 2015



Fuente: Archivo del registro de notas informativas de la DGCS

La DGCS determinó reforzar la estrategia de acercamiento y reuniones con medios de comunicación, y la realización de conferencias de prensa, lo que permitió obtener resultados positivos en el número de impactos informativos.

En coordinación con las delegaciones y subdelegaciones de Profeco, la DGCS organizó la cobertura informativa en las giras de trabajo de la titular de la Procuraduría Federal del Consumidor en diversos puntos del país.

Toda la información captada en medios impresos, así como de los principales espacios informativos de radio y televisión, se conserva en archivos electrónicos.

7.4. ADMINISTRACIÓN

La Coordinación General de Administración tiene entre sus atribuciones establecer normas, criterios, sistemas y procedimientos para la administración de los recursos humanos, materiales, financieros y tecnologías de la información y telecomunicaciones, respetando los principios de ética, legalidad, eficacia, eficiencia, austeridad, transparencia, control y rendición de cuentas.

En cumplimiento al Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones en Materia de Control Interno y se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 12 de julio del 2010, con su última reforma de fecha el 2 de mayo del 2014, el Titular de la Coordinación General de Administración es el Coordinador de Control Interno y tiene la responsabilidad de la aplicación de las Disposiciones contenidas en el Acuerdo.

a) Sistema de Control Interno Institucional

El control interno es un proceso efectuado por el Titular de la Procuraduría y todo el personal que la conforma, con el objeto de proporcionar una seguridad razonable sobre la consecución de las metas y objetivos institucionales y la salvaguarda de los recursos públicos, así como para prevenir la corrupción.

El Informe del estado que guarda el Control Interno Institucional al 30 de abril de 2015 de la Profeco, se presentó a la Secretaría de la Función Pública el 30 de junio de 2015, conforme a la fecha establecida en el Oficio Circular No. UCGP/209/002/2015 emitido por la Unidad de Control de la Gestión Pública de la Secretaría de la Función Pública.

La autoevaluación del Sistema de Control Interno Institucional (SCII) se realizó mediante la aplicación de 98 Encuestas de Autoevaluación a tres procesos sustantivos (Difusión de hábitos y prácticas de consumo, Registros de contratos apegados a la Ley y Verificación de combustibles) y dos adjetivos (Recursos Humanos y Recursos Financieros), así como a los niveles de control interno Estratégico y Operativo-TIC´s:

TABLA 38. ENCUESTAS APLICADAS DE AUTOEVALUACIÓN DEL SCII DE LA PROFECO

PROCESO / NIVEL DE CONTROL INTERNO	ENCUESTAS APLICADAS
Difusión de Hábitos y Prácticas de Consumo	13
Registros de Contratos Apegados a la Ley	8
Verificación de Combustibles	35
Recursos Humanos	14
Recursos Financieros	9
Estratégico	6
Operativo-TIC´s	13
Total	**98**

Fuente: Dirección de Innovación Gubernamental, 2015.

El resultado obtenido mediante la aplicación de las encuestas de autoevaluación por nivel de Control Interno, ubicó a la Institución con un porcentaje de cumplimiento general del 79.2% (superior al del ejercicio 2014: 67.5%) con un grado de madurez del SCII "Óptimo":

Para dar atención a las debilidades y/o áreas de oportunidad del SCII se elaboró el Programa de Trabajo de Control Interno (PTCI-2015), en el cual se establecieron acciones de mejora para dar atención a las principales debilidades o áreas de oportunidad detectadas:

- Insuficiente capacitación en materia de control interno y administración de riesgos.
- Insuficiente difusión y conocimiento de las normatividad interna.
- Insuficiente difusión y conocimiento de los controles existentes en los procesos institucionales.
- Inexistencia de un Plan de contingencias que dé continuidad a la operación de las TIC´s de la Institución.
- Falta de una política que establezca la obligación de que los mandos medios y superiores evalúen y actualicen el control interno.
- Carencia de una política institucional a efecto de que los mandos medios y superiores tengan la obligación de cumplir con sus responsabilidades, respecto de la administración de riesgos; así como de la evaluación y actualización de los controles en sus respectivas sedes o unidades administrativas.

El cumplimiento del Programa de Trabajo de Control Interno 2015 (PTCI) fue del 100%; este porcentaje reflejó el esfuerzo de la Procuraduría en el fortalecimiento de su Sistema de Control Interno Institucional, dando certidumbre a la toma de decisiones y logrando de manera eficaz y eficiente sus objetivos y metas.

Se destacan las siguientes acciones de mejora implementadas en el PTCI 2015:

TABLA 39. ACCIONES Y RESULTADOS DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE CONTROL INTERNO 2015

ACCIÓN DE MEJORA	RESULTADOS ALCANZADOS
Difundir los manuales específicos de organización y de procedimientos de la Dirección General de Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento (DGCARA) con el personal.	Mediante correo electrónico y manifiestos de conocimiento, se difundieron los manuales de organización y de procedimientos a todo el personal de la DGCARA.
Difusión entre el personal de los Manuales de Organización y Procedimientos de la Dirección General de Difusión.	Se determinó actualizar los Manuales de Organización y Procedimientos de la Dirección General de Difusión para someterlos a la aprobación del Comité de Mejora Regulatoria Interna (COMERI).
Capacitar al personal de la Dirección General de Verificación de Combustibles (DGVC) en la operación del Sistema "Administrador de Procesos de Verificación".	El personal de la DGVC conoce el Sistema "Administrador de Procesos de Verificación".
Reunir al personal de la DGCARA con el fin de identificar la causa raíz de las debilidades del control interno institucional	La DGCAR atendió los riesgos y debilidades de control interno identificados en la autoevaluación de 2015.

Dar seguimiento y atención a la causa de los riesgos y debilidades del control interno institucional a través de reuniones con el personal.	El Director de Contratos de Adhesión realiza reuniones con el personal de contratos de adhesión en las que se recibe una retroalimentación de los posibles factores que originen un nuevo riesgo en el proceso.
Difusión entre el personal de las acciones de mejora del Programa de Trabajo de Administración de Riesgos.	Se difundieron entre el personal las acciones realizadas para cumplir con el PTAR.
Gestionar la creación de un nuevo Sistema de Control UVA's con el área de informática, que permita conocer el destino de cada holograma verificado y describiendo el instrumento de medición verificado.	Se creó un nuevo sistema de Control de UVA´s, el cual será compartido entre EMA, Profeco y DGN. El software permitirá conocer el destino de cada holograma verificado y la descripción del instrumento de medición verificado.
Realizar el Acta de levantamiento de inventarios de bienes muebles e informáticos en la Dirección General de Difusión.	La Coordinación Administrativa de la Dirección General de Difusión formalizó el Acta de levantamiento de inventarios de bienes muebles e informáticos; asimismo, se realizó el registro y control de los resguardos de dichos bienes.
Difusión entre el personal de la Dirección General de Difusión las acciones de mejora del Programa de Trabajo de Administración de Riesgos, del Programa de Trabajo de Control Interno y avances del Programa Anual de Actividades.	Se hizo del conocimiento del personal de la Dirección General de Difusión los avances alcanzados en 2015 del Programa de Trabajo de Administración de Riesgo.
Difundir mediante correo electrónico a todo el personal de la Dirección General de Verificación y Vigilancia (DGVC) las debilidades del control interno para planificar las acciones correctivas y preventivas para la eficacia y eficiencia de las actividades del proceso y de las operaciones.	Se difundieron las debilidades de control interno a través de correos electrónicos a todo el personal de la DGVC.
Reunir al personal de la DGCARA con el fin de identificar y evaluar los cambios internos que afecten los riesgos y el sistema de control interno institucional.	La DGCARA atendió los riesgos y debilidades de control interno identificados en la autoevaluación de 2015.
Llevar a cabo reuniones de trabajo en junio, septiembre y diciembre de 2015, con el objetivo de informar sobre el seguimiento a las acciones de control determinadas para cada uno de los factores en los riesgos identificados para la Dirección General de Recursos Humanos (DGRH).	Se aplicó la metodología institucional para la identificación, evaluación, atención y seguimiento de los riesgos durante el ejercicio 2015 en la DGRH.

Fuente: Informe del periodo julio 2015 - marzo 2016 del Programa de Trabajo de Control Interno, Coordinación general de Administración.

b) Administración de riesgos institucionales

La Administración debe evaluar los riesgos que enfrenta la institución para el logro de sus objetivos. Esta evaluación proporciona las bases para el desarrollo de respuestas al riesgo apropiadas. Asimismo, debe evaluar los riesgos que enfrenta la institución tanto de fuentes internas como externas.

En cumplimiento a lo establecido en el ACUERDO en Materia de Control la entonces Titular de la Institución, autorizó la Matriz de Administración de Riesgos (MAR), el Mapa de Riesgos y el Programa de Trabajo de Administración de Riesgos 2015 (PTAR), en el cual se identificaron veintiún riesgos.

Los avances trimestrales del PTAR-2015 fueron reportados en tiempo y forma en las Sesiones Ordinarias del H. Comité de Control y Desempeño Institucional (COCODI). Su cumplimiento fue de 100%; este porcentaje reflejó el esfuerzo de la Institución para dar cumplimiento de las acciones de mejora comprometidas y dar seguimiento a los riesgos a que están expuestas las Unidades Administrativas en el desarrollo de sus actividades y, con ello, asegurar el cumplimiento de la Misión, Visión, Objetivos y Metas institucionales.

Se destacan los siguientes resultados alcanzados por las 82 acciones de mejora comprometidas en los 21 Riesgos Institucionales identificados en el PTAR 2015:

TABLA 40. RESULTADOS ALCANZADOS POR EL PROGRAMA DE TRABAJO DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS 2015

RIESGO	RESULTADOS ALCANZADOS
1.- Delegaciones, Subdelegaciones y Unidades De Servicio Supervisadas y Evaluadas Deficientemente.	Se realizaron visitas de supervisión a las Delegaciones y Subdelegaciones de conformidad al Programa de Trabajo establecido. Durante el periodo se realizaron 33 visitas de supervisión integral a las 28 DS programadas.
	Se capacitó a 770 servidores públicos adscritos a las delegaciones, subdelegaciones y unidades de servicio.
2.- Casas de Empeño no registradas en el Registro Público de Casas de Empeño (RPCE).	Con la implementación de las videoconferencias la operación del RPCE se realiza en tiempo y forma. Además la difusión del registro es más clara y oportuna.
3.- Contratos de Adhesión registrados con cláusulas inequitativas o desproporcionadas que afecten a las y los consumidores.	Durante el 2015 personal de la DGCARA puso a disposición 28 contratos tipo de los sectores de mayor impacto. Con esta acción los consumidores contarán con mayor certeza jurídica en sus relaciones de consumo.
4.- Procedimientos por Infracciones a la Ley rezagados en materia de servicios.	Al cierre de 2015 la DGP no cuenta con rezago en sus procedimientos por infracciones a la ley. Asimismo, en las delegaciones y subdelegaciones se logró concluir el rezago de 2013.
5.- Servicios que se brindan a través del Teléfono del Consumidor (Telcon), Concilianet y Módulos de temporada proporcionados de manera deficiente.	A través de esta plataforma electrónica Profeco moderniza y estandariza los mecanismos de atención y conciliación a favor del consumidor.
6.- Procedimientos Por Infracciones a la Ley (PIL´S) con resoluciones administrativas declaradas nulas.	El resultado de la acción comprometida fue óptimo, al dar cumplimiento con los informes mensuales de productividad y registro de resoluciones emitidas dentro del tiempo establecido.

7.- Denuncias recibidas sin procesar.	Se logró abatir el rezago en atención de denuncias cerrando el año con una atención de 86.74%, es decir, 6.74% arriba de lo establecido en los indicadores de gestión.
8.- Visitas de verificación y Procedimiento por Infracciones a la Ley (PIL's) en materia de combustibles impugnadas.	Se logró realizar acciones de supervisión sobre el personal que practica las diligencias de verificación en los domicilios de los proveedores, como mecanismo para la identificación de áreas de oportunidad y fortalecer el sustento de los actos de verificación.
9.- Información difundida a medios de comunicación errónea o imprecisa.	Se atendieron de manera oportuna las inconformidades y dudas publicadas en medios de comunicación.
10.- Productos informativos elaborados con recursos obsoletos.	Personal de la Dirección de Contenidos (7) asistió a cursos de capacitación. Se efectuó el proceso de contratación de 26 servicios profesionales.
11.- Programa de Educación para el Consumo implementado deficientemente.	Se realizaron acciones de asesoría y capacitación a promotores, promotoras, jefas y jefes de departamento vía teleconferencias, telefónicas y acciones de actualización mediante los foros de discusión en línea, así como el programa de evaluación permanente en relación al Programa de Educación para el Consumo.
12.- Información del "Programa Quién es Quién en los Precios" proporcionada de forma inoportuna para la toma de decisiones de consumo.	A través del monitoreo del sitio web *Quién es Quién en los Precios* se logró verificar la correcta publicación de precios del programa.
13.- Información desactualizada de indicadores para medir los avances del Programa de Desarrollo Innovador (PRODEINN) y del Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor (PNPDC).	Contar con información veraz y oportuna para brindar informes de calidad a las entidades globalizadoras y a la ciudadanía.
RIESGO	**RESULTADOS ALCANZADOS**
14.- Bienes y servicios suministrados no acorde a lo programado en el Programa Anual de Adquisiciones y Servicios (PAAS).	Se cumplió al 100% con relación a las solicitudes de adquisición de bienes y/o contratación de servicios requeridos por las áreas que integran Profeco.
15.- Recursos económicos y presupuestales reducidos a las áreas sustantivas.	Conforme a las cifras reflejadas por los sistemas, se tuvo contacto constante con las áreas ejecutoras del presupuesto, a fin de que se ejerciera el presupuesto programado al cuarto trimestre de 2015 y evitar el subejercicio.
16.- Servicios de tecnologías de la información entregados insuficientemente.	Con la información obtenida para identificar los equipos críticos se establecieron políticas de administración para la seguridad perimetral en control de accesos a internet, sistema de prevención de intrusos y firewall.
17.- Inventarios de bienes muebles instrumentales no conciliados con las unidades responsables.	Se concluyó la carga masiva en el módulo de activo fijo correspondiente a los años 2012 y 2013, 2014 y 2015, con lo que se tiene actualizado el módulo de inventario de activo fijo.
18.- Recursos ministrados a las unidades responsables fuera del plazo estipulado.	Se evitaron los embargos a las cuentas bancarias institucionales derivados de juicios laborales, mediante mecanismos que permitieron atenderlos oportunamente en materia financiera.
19.- Capacitación inadecuada para el desempeño del puesto.	Se cuenta con 16 servidores públicos internos certificados por la Secretaría de Trabajo y Previsión Social.

20.- Nómina de personal pagada fuera de calendario autorizado.	Se pagó la nómina al personal de la Entidad, con oportunidad y en apego a la normatividad establecida.
21.- Actos Administrativos emitidos en contravención a la ley.	Se aplicaron 132 cuestionarios a Delegadas, Delegados, Subdelegadas, Subdelegados, Jefas y Jefes de Departamento Jurídico, de Servicios y de Verificación y Vigilancia dentro de las 33 visitas de supervisión integral realizadas a Delegaciones y Subdelegaciones, a efecto de medir el nivel de conocimientos desde los niveles de Delegada/o a Jefas/es de Departamento.
	En el ejercicio se concluyó el abatimiento del rezago existente y se instruyó a los Titulares a evitar la caducidad en lo sucesivo.
	Se llevaron a cabo supervisiones y revisiones constantes a los abogados de trámite y resolutores de la Dirección General de Verificación y Combustibles para cumplir con los plazos y términos que señala la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como la Ley Federal de Procedimiento Administrativo. A la fecha se emiten resoluciones administrativas en materia de combustibles en término de lo establecido por el artículo 17 y 60 de la Ley Federal de Procesos Administrativos (LFPA), para evitar crear rezago de procedimientos administrativos.

Fuente: Reporte Anual del Comportamiento de los Riesgos Institucionales 2015, Coordinación General de Administración.

c) Certificación de la PROFECO en la Norma Mexicana para la Igualdad Laboral entre Mujeres y Hombres NMX-R-025-SCFI-2012.

En el marco de la ceremonia por el 39 aniversario de la Procuraduría Federal del Consumidor celebrada el 5 de febrero de 2015, el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, A.C. (IMNC) otorgó a la PROFECO la certificación de la Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2012, para la igualdad laboral entre mujeres y hombres, que garantiza la equidad sustantiva en el acceso a oportunidades para el personal de la Institución. El Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres) felicitó los esfuerzos realizados para lograr dicha certificación, distinguiendo a la Institución como una dependencia de vanguardia preocupada y ocupada por avanzar en la igualdad social.

Se incluyó en el Código de Conducta Institucional el valor "Igualdad de género" definido para brindar a las mujeres y a los hombres las mismas oportunidades, condiciones y trato, eliminando estereotipos y considerando sus diferencias para garantizar el acceso a sus derechos, tanto en las relaciones laborales como en aquellas que se establezcan con las y los consumidores. Ello, en atención a las líneas estratégicas del Programa Nacional para la Igualdad de Oportunidades y no Discriminación contra las Mujeres 2013-2018 (PROIGUALDAD).

Asimismo, se diseñó e implementó el "Mecanismo de intervención para la atención de casos de violencia laboral", entre los que se contemplan los casos de acoso y hostigamiento sexual; el documento fue avalado y prologado por el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES).

Se firmó un convenio de colaboración con el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) el que tiene por objeto, entre otros, ejecutar diversas estrategias y acciones para:

- La promoción, difusión y protección de los derechos de las y los consumidores y de una cultura de consumo responsable, así como para propiciar la igualdad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones de consumo.
- Promover la incorporación de la perspectiva de género para la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito laboral y la no discriminación en el trabajo, así como para fortalecer, promover, proteger y difundir los d erechos humanos entre mujeres y hombres, así como el derecho de las mujeres a vivir una vida libre de violencia.

d) Comité de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés

En cumplimiento a lo establecido en el Acuerdo que tiene por objeto emitir el Código de Ética de los servidores públicos del Gobierno Federal, las Reglas de Integridad para el ejercicio de la función pública, y los Lineamientos generales para propiciar la integridad de los servidores públicos y para implementar acciones permanentes que favorezcan su comportamiento ético, a través de los Comités de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés, (DOF 20/08/2015), se instaló el Comité de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés, órgano colegiado de la Profeco, que difunde e incentiva la adopción de los valores y principios establecidos en el Código de Ética de los servidores públicos del Gobierno Federal y el Código de Conducta de la Institución, así como de las Reglas de Integridad para el ejercicio de la función pública.

Entre los trabajos realizados destacan:

- Programa Anual de Trabajo (PAT) 2015.
- Establecimiento de los indicadores para medir el cumplimiento del Código de Conducta de la Profeco 2015.
- Atención de 5 Avisos de Incumplimiento al Código de Conducta de la Profeco.
- De conformidad con el Acuerdo emitido por la Secretaría de la Función Pública (SFP), se llevaron a cabo las siguientes acciones:
  - Proceso para elegir a las y los integrantes del Comité de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés 2015-2017; quienes representan a cada uno de los niveles de la plantilla de personal.
  - Instalación del Comité de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés (14/12/2015).
  - Actualización de los instrumentos que regulan el funcionamiento del Comité:
    - Código de Conducta de la Procuraduría Federal del Consumidor.
    - Bases para la integración, organización y funcionamiento del Comité de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés de la Procuraduría Federal del Consumidor.
    - Mecanismo de comunicación para atender los casos de incumplimiento del Código de Conducta de la Procuraduría Federal del Consumidor.
    - Formato de Delación por incumplimiento al Código de Conducta.

7.4.1. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS GENERALES

El presente apartado está basado en las actividades realizadas por la Dirección General de Recursos Materiales y Servicios Generales, que comprende a la Dirección de Adquisiciones y Obra (DAO), así como la Dirección de Servicios Generales (DSG), en el periodo 2015.

La DGRMySG tiene como objetivo administrar y optimizar los recursos materiales de la Procuraduría Federal del Consumidor, mediante el cumplimiento de las normas que regulan su desarrollo y aprovechamiento, realiza sus funciones dentro del ámbito jurídico administrativo de su competencia, enmarcando el quehacer de sus áreas orientadas a contribuir en el logro de la misión y visión de la PROFECO, así como al cumplimiento de los objetivos, metas y programas institucionales.

Para el correcto suministro de bienes y servicios, la DGRMySG, a través de la DAO, atiende las necesidades de suministro de bienes y servicios mediante los procedimientos de licitación pública, invitaciones a cuando menos tres personas y adjudicación directa, tal como establece el artículo 26 de la LAASSP.

Por otra parte, la DSG es la encargada de dirigir, controlar y optimizar los recursos materiales de la PROFECO, a través de diversas funciones, como son: mantenimiento vehicular, dotación y control de combustible, administración del parque vehicular, administración de diversos contratos de servicios generales, administración del almacén de insumos e inventarios de bienes, así como archivo de concentración.

Adquisiciones

En lo referente al suministro de bienes y servicios, durante el periodo de enero a diciembre de 2015, y en el marco del Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios (PAAAS), se atendieron todas las solicitudes de compra remitidas por las Unidades Administrativas y se llevaron a cabo los siguientes procedimientos de contratación:

TABLA 41. INFORME TRIMESTRAL DEL PROGRAMA ANUAL DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS

CANTIDAD	PROCEDIMIENTO	MONTO ADJUDICADO
8	Licitación Publica	$70,330.241.29
16	Invitación a cuando Menos tres Personas (Artículo 42)	$15,338.540.41
11	Adjudicación Directa (Artículo 41) incluye contrato marco	$102,688.467.06
165	Adjudicación directa (Artículo 42)	$25,086.870.66
3	Adjudicación directa (Artículo 1°)	$4,180.176.00
192	**TOTAL**	**$217,624.295.42**

Fuente: Informe Trimestral presentado al Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios 2015.

Con respecto a la tabla 41, cabe destacar lo siguiente:

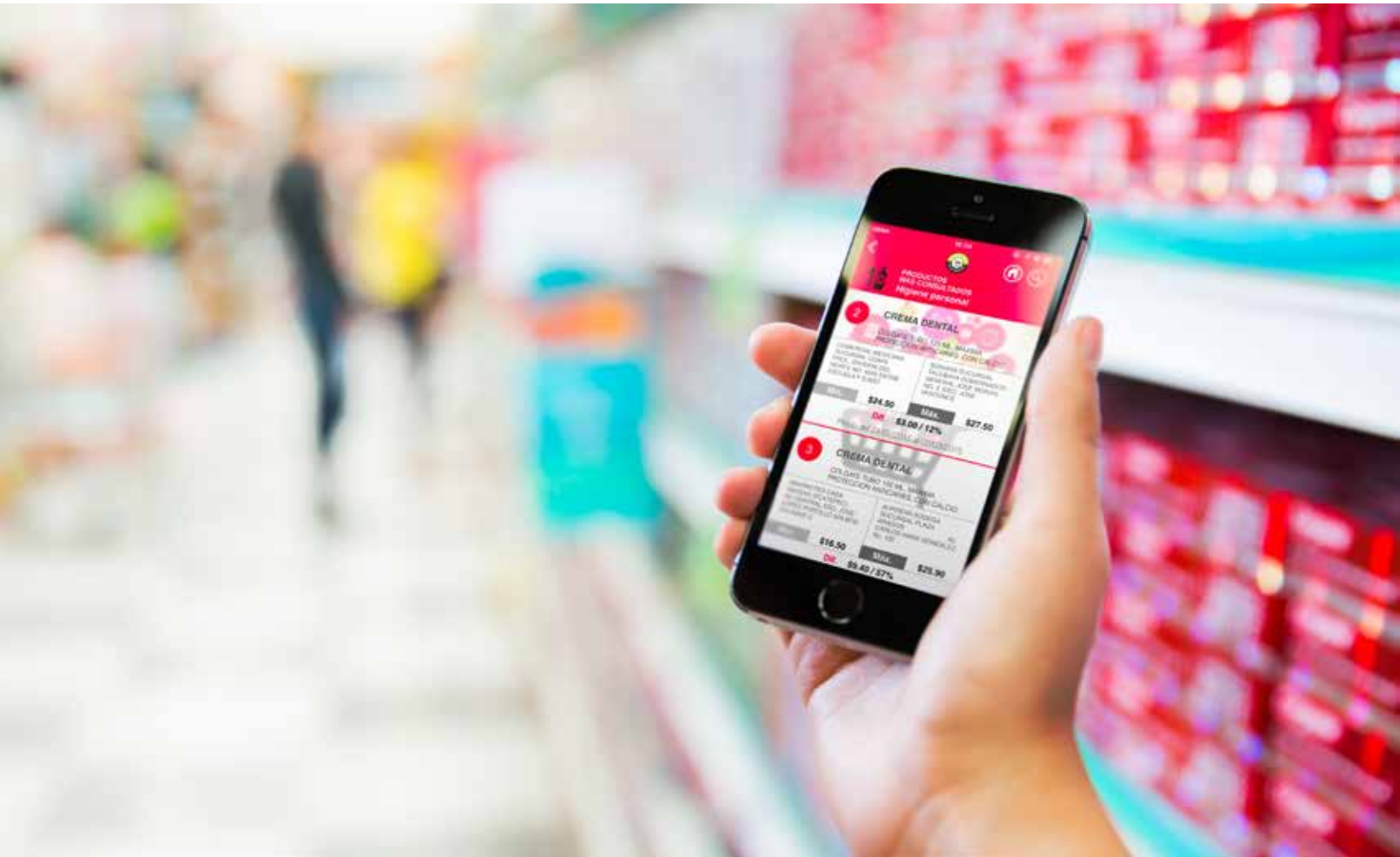
1. La suma de contratos, pedidos y convenios modificatorios, corresponde a todas las contrataciones realizadas en el ejercicio 2015, considerando en su caso, los montos máximos y montos totales (plurianuales).
2. En el mes de diciembre del ejercicio 2015, se elaboraron 85 contratos con vigencia a partir del 1 de enero de 2016.
3. Se elaboraron y adjudicaron 95 convenios modificatorios sobre contratos y 7 convenios modificatorios sobre pedidos.
4. Se aplicó pena convencional a 22 proveedores y/o prestadores de servicios, por un monto total de $44,780.00 (CUARENTA Y CUATRO MIL SETECIENTOS OCHENTA PESOS 00/100, M.N.), por concepto de atraso en la entrega de bienes o incumplimiento en la entrega total de los mismos.
5. El 100% de los procedimientos adjudicados por Licitación Pública, Invitación a Cuando Menos Tres Personas y Directas se llevaron a cabo por medio del Sistema Electrónico Gubernamental CompraNet.
6. Las adjudicaciones directas (Artículo 41) incluyeron contratos y pedidos marco.

En el ejercicio 2015, se llevaron a cabo 192 procedimientos y se elaboraron 213 instrumentos jurídicos que comprenden contratos y pedidos.

Servicios Generales

En relación al área de vehículos se atendieron los siguientes puntos:

- Se atendieron 340 órdenes de trabajo de mantenimiento Preventivo y Correctivo del parque vehicular de Oficinas Centrales y Delegaciones Metropolitanas.
- Se realizaron 324 verificaciones de vehículos de emisión de contaminantes para cumplir con la conservación del medio ambiente.
- Se dio el seguimiento del servicio de agencia a vehículos oficiales para conservar la garantía.
- Atención a 17 siniestros por robo y colisión de vehículos, los cuales serán pagados en especie por la aseguradora.
- Se brindó el servicio de trasporte al personal de diferentes unidades administrativas de Oficinas Centrales en 1,886 ocasiones.
- Se realizaron 170 trámites para el pago de tenencias y derechos vehiculares, 60 renovaciones de tarjetas de circulación, 12 altas de vehículos y 16 bajas de placas de vehículos oficiales para su enajenación.
- Se realizó la actualización de 320 resguardos de todo el parque vehicular.
- Se suministró combustible mensualmente al parque vehicular de Oficinas Centrales, Delegaciones Metropolitanas y Federales.



Los Contratos con los que se brindaron los servicios durante 2015, son los siguientes:

TABLA 42. CONTRATOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS 2015				
CONTRATO NO.	PROVEEDOR	OBJETO	VIGENCIA	IMPORTE
ITP-NE/01/2015	Grupo Automotriz en Servicios de Combustible, S. A. de C. V.	Servicio de mantenimiento preventivo y correctivo al parque vehicular	Del 17 de abril al 31 de diciembre de 2015	Mínimo $1,300,000.00 Máximo $2,200,000.00
ITP-NE/01/2015 Ampliación del monto del 20% al contrato original	Grupo Automotriz en Servicios de Combustible, S. A de C. V.	Servicio de Mantenimiento preventivo y correctivo al parque vehicular.	Del 7 diciembre al 31 de diciembre de 2015	$440,000.00
LPNEC 00010051-01-2015-C1	Seguros Banorte, S. A. de C. V., Grupo Financiero Banorte	Partida 1: Póliza de Seguro Múltiple Empresarial	Del 4 de marzo al 31 de diciembre de 2015	$1,010,432.91
LPNEC 00010051-01-2015-C2	General de Seguros, S. A. B.	Partida 2: Póliza de Seguro del Parque Vehicular	Del 4 de marzo al 31 de diciembre de 2015	$1,780,258.57
LPNE 10315004-02/2015-C1	Consorcio Gasolinero Plus, S. A. de C. V.	Servicio de suministro de combustible mediante dispositivos electrónicos para la partida 1	Del 01 de abril al 31 de diciembre de 2015	Mínimo $1,200,000.00 Máximo $1,500,000.00
LPNE 031500402/2015-C2	Edenred México, S. A. de C. V.	Servicio de suministro de combustible mediante dispositivos electrónicos	Del 01 de abril al 31 de diciembre de 2015	Mínimo $5,782,000.00 Máximo $7,000,000.00
PFC/AD/05/2015	Jet Van Car Rental, S. A. de C. V.	Arrendamiento puro sin opción a compra a la Arrendadora, siete vehículos nuevos de su propiedad	Del 4 de agosto de 2015 al 4 de agosto de 2018	$5,554,038.24

Fuente: Dirección General de Servicios Generales y Recursos Materiales, Profeco, 2015.

Protección Civil

Se realizó la visita a tres inmuebles en Delegaciones Federales Chihuahua, Chihuahua; Culiacán, Sinaloa y a Hermosillo, Sonora, para la revisión de los Programas de Protección Civil. Asimismo, se impartieron 9 cursos de Inducción de Protección Civil (reseña de los temas y conocimientos básicos que se deben tener con relación a Protección Civil, Búsqueda y Rescate, Evacuación, Primeros Auxilios, Combate y control de Incendios autoprotección etc.). A continuación se detallan los cursos impartidos:

TABLA 43. CURSOS DE INDUCCIÓN DE PROTECCIÓN CIVIL IMPARTIDOS

NOMBRE DEL CURSO	FECHAS	LUGAR
EVACUACIÓN	1. 13 de abril 2015 2. 21 de mayo 2015 3. 22 de mayo de 2015	1. Centro de Capacitación y Desarrollo de Personal (CECADEP) 2. 2 .y 3. Conjunto Toltecas
PREVENCIÓN DE INCENDIOS	1. 14 de abril de 2015 2. 21 de mayo de 2015 3. 22 de mayo	1. Centro de Capacitación y Desarrollo de Personal (CECADEP) 2. y 3. Conjunto Toltecas
PRIMEROS AUXILIOS	1. 15 de abril de 2015 2. 21 de octubre de 2015	1. Centro de Capacitación y Desarrollo de Personal (CECADEP) 2.Oficinas Centrales
BÚSQUEDA Y RESCATE	1. 16 de abril de 2015 2. 21 y 22 de mayo de 2015	1. Centro de Capacitación y Desarrollo de Personal (CECADEP) 2. Conjunto Toltecas

Fuente: Dirección General de Servicios Generales y Recursos Materiales, Profeco, 2015.

IMAGEN 28 Y 29. PRÁCTICAS EN PRIMEROS AUXILIOS Y EVACUACIÓN

IMAGEN 30, 31, 32, 33, 34 Y 35 CURSOS Y PRÁCTICAS EN PRIMEROS AUXILIOS

IMAGEN 36 Y 37. CURSOS Y PRÁCTICAS EN BÚSQUEDA Y RESCATE

IMAGEN 38 Y 39. CURSOS Y PRÁCTICAS PREVENCIÓN Y CONTROL DE INCENDIOS

IMAGEN 40 Y 41. USO Y MANEJO DE EXTINTORES

IMAGEN 42 Y 43. USO Y MANEJO DE CAMILLA

Almacén e Inventarios

Se llevó a cabo el Levantamiento Físico del Inventario de Bienes Muebles Instrumentales de las Unidades Administrativas, así como las conciliaciones del Inventario de Bienes Muebles 2015.

TABLA 44. CUENTA CONTABLE DEL ACTIVO FIJO

	TIPO DE BIENES	NO. DE BIENES	MONTO
1	Muebles de Oficina y Estantería	17,979	16,083,101.37
2	Maquinaria y Equipo Industrial	3,253	47,987,079.91
3	Herramientas y Máquinas	383	2,693,063.03
4	Equipo de Cómputo y Tecnología de Informática	2,730	40,795,166.26
5	Vehículos y Equipo Terrestre	628	77,790,699.87
6	Bienes Artísticos, Culturales y Científicos	28	1,679,412.96
7	Equipo de Comunicación y Telecomunicación	2,869	15,047,330.12
	TOTAL	**27,870**	**202,075,853.52**

Fuente: Base de Datos de Activo Fijo

Se llevó a cabo el convenio con el Sistema de Administración y Enajenación de Bienes, para realizar transferencia de bienes muebles no útiles para la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), así como vehículos ubicados en Oficinas Centrales, Delegaciones y Subdelegaciones Federales. Asimismo, se firmó convenio con la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG), para la donación de papel archivo autorizado por el Archivo General de la Nación (AGN).

TABLA 45. PROGRAMA ANUAL DE DISPOSICIÓN FINAL DE BIENES MUEBLES 2015							
DELEGACIONES Y SUBDELEGACIONES.							
Cuadro Resumen de Disposición Final Bienes de Desechos y Papel Archivo	Cantidad de vehículos propuestos en la 1ra. y 3ra sesión ordinaria 2012	Cantidad de bienes propuestos en la 2da. sesión ordinaria 2015	Cantidad de bienes propuestos en la 3ra. sesión ordinaria 2015	Cantidad de bienes propuestos en la 7ma. sesión ordinaria 2015	Cantidad de bienes propuestos en la 9na. sesión ordinaria 2015	Gran Total de Bienes y Papel Archivo vendidos	% compromiso atendido al 2015
Se concluyó la enajenación de bienes muebles			100	132		232	100%
Se concluyó la enajenación de bienes de consumo en kilogramos		198.50	1,314.37	1,108.20		2,621.07	100%
Donación de papel Archivo (Conaliteg) en kilogramos			4,210	5,480	4,905	14,595	100%
Enajenación de papel archivo en kilogramos			2,334	1,200		3,534	100%
OFICINAS CENTRALES.							
Cuadro Resumen de Disposición Final Bienes de Desechos y Vehículos	Cantidad de vehículos propuestos en la 1ra y 3ra sesión ordinaria 2012	Cantidad de bienes propuestos en la 2da sesión ordinaria 2015	Cantidad de bienes propuestos en la 3ra sesión ordinaria 2015	Cantidad de bienes propuestos en la 7ma sesión ordinaria 2015	Cantidad de bienes propuestos en la 9na. sesión ordinaria 2015	Gran Total de Bienes y Vehículos	% compromiso atendido al 2015
Enajenación de Bienes Muebles (SAE)		329	62	791		1,182	100%
Enajenación de vehículos por parte del SAE dele-gaciones y subdelega-ciones	62					62	97%

Administración de Documentos

Se administraron los recursos financieros, materiales y humanos del Departamento de Administración de Documentos, vigilando la adecuada aplicación, aprovechamiento y funcionamiento de los mismos gestionando las contrataciones para los servicios de mensajería y paquetería, los pagos a los proveedores, la supervisión de los servicios de mensajería, la gestión y administración del personal del Departamento ponderando el trabajo y las necesidades del servicio y las actividades cotidianas.

En la 2da. Sesión Ordinaria se presentó al Comité de Transparencia el Cuadro General de Clasificación Archivística y el Catálogo de Disposición Documental para su revisión, visto bueno y aprobación. Posteriormente se acudió a las instalaciones del Archivo General de la Nación (AGN) para ser asesorados y detallar la estructura del Cuadro y Catálogo.

Durante la 9ª. Sesión Ordinaria del Comité de Transparencia fue aprobada la publicación en el Portal de Obligaciones de Transparencia (POT) la guía simple de archivos y el calendario de avances e informe de cumplimiento en materia de archivos. Se continúa con asesoría por parte del A.G.N. para la actualización del Catálogo de Disposición Documental y el Cuadro General de Clasificación Archivística.

Se completó la etapa de identificación de las series documentales, mismas que se enviaron para revisión al Archivo General de la Nación.

Del 31 de agosto al 11 de septiembre se capacitó en materia de archivos a un total de 18 servidoras/es públicos con un total de 20 horas.

Del 7 al 9 de diciembre se impartió una capacitación a 11 servidoras/es públicos con el tema “Archivo de trámite” con una duración total de 10 horas.

Administración de correspondencia

Se realizaron un total de 90,742 envíos de correspondencia, despachando un total de 117,047 piezas de acuerdo a lo siguiente:

- Recepción y despacho de correspondencia en la Oficialía de Partes General 46,656 piezas.
- Recepción y despacho de correspondencia por Correos de México 20,740 piezas.
- Recepción y despacho de correspondencia en la Ciudad de México y Municipios del Estado de México 11,923 piezas.
- Recepción y despacho de correspondencia hacia Delegaciones y Subdelegaciones Federales 34,019 piezas.
- Recepción y despacho de correspondencia hacia y desde las Brigadas de la Dirección General de Verificación de Combustibles 3,709 piezas.

Archivo General

Se recibieron un total de 39,598 expedientes para resguardo, en un total de 1,084 cajas de archivo y se entregaron en calidad de préstamo 1,053 expedientes de acuerdo a lo siguiente:

- Transferencia al área de custodia precautoria de los archivos de trámite 72 expedientes.
- Transferencia al Archivo de Concentración 39,526 expedientes
- Préstamo de expedientes del área de custodia precautoria de los archivos de trámite 720 expedientes.
- Préstamo de expedientes del Archivo de Concentración 333 expedientes.

Obra Pública

Se realizaron mantenimientos en Oficinas Centrales, Conjunto Toltecas y Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, y se realizaron las contrataciones de los siguientes servicios:

1. Suministro de agua purificada embotellada consolidado con la Secretaria de Economía y su Sector Coordinado.
2. Suministro de Gas L.P. para servicio del Comedor Institucional y el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.
3. Mantenimiento a seis elevadores marca Schindler con materiales y refacciones de Oficinas Centrales de la PROFECO.
4. Trabajos de mantenimiento y conservación de diferentes áreas en los inmuebles de la Procuraduría Federal del Consumidor.
5. Trabajos de servicio de mantenimiento y conservación de equipo de bombeo y plantas de emergencia de la Procuraduría Federal del Consumidor.
6. Trabajos de mantenimiento y conservación de drenaje pluvial y sanitario en Conjunto Toltecas de la Procuraduría Federal del Consumidor.
7. Trabajos de mantenimiento de Comedor Institucional y equipo de cocina del inmueble de la Procuraduría Federal del Consumidor, Oficinas Centrales.
8. Se actualizaron los avalúos que determina el Instituto de Administración y Avalúos de Bienes Nacionales, con el fin de dar cumplimiento a lo establecido en el Artículo 27 de la Ley General de Contabilidad Gubernamental.
9. Adquisición de herramientas menores y materiales diversos para mantenimiento a inmuebles.

IMAGEN 44 Y 45. TRABAJOS DE MANTENIMIENTO A OFICINAS DE LA DIRECCIÓN GENERAL ADJUNTA DE CASAS DE EMPEÑO

IMAGEN 46 Y 47. TRABAJOS DE MANTENIMIENTO A OFICINAS DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE DIFUSIÓN

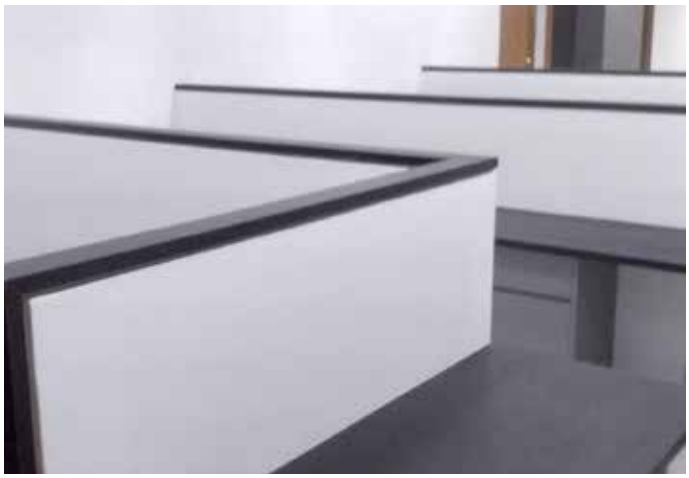


IMAGEN 48 Y 49. TRABAJOS DE MANTENIMIENTO A PLANTAS DE EMERGENCIA Y EQUIPO DE BOMBEO DE OFICINAS CENTRALES

IMAGEN 50 Y 51. TRABAJOS DE MANTENIMIENTO Y CONSERVACIÓN DE DRENAJE PLUVIAL Y SANITARIO EN CONJUNTO TOLTECAS DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

TABLA 46. DETERMINACIÓN DEL VALOR DE LOS INMUEBLES PROPIEDAD DE LA PROFECO

DETERMINACIÓN DEL VALOR DE LOS INMUEBLES PROPIEDAD DE LA PROFECO		
NO. REGISTRO FEDERAL INMOBILIARIO	DESCRIPCIÓN DEL BIEN INMUEBLE	VALOR AVALÚOS PARAMÉTRICOS
09-17498-7	Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor	$ 20,679,133.80
09-17522-2	Contacto Ciudadano	$ 11,701,725.32
09-17054-9	Conjunto Tolteca, calle 10 #23 bis	$ 44,392,477.13
09-20069-3	Conjunto Tolteca, calle 10 #23 bis	$ 41,761,247.52
09-20070-0	Conjunto Tolteca, calle 10 #23 bis,	$ 2,887,423.42
09-21017-0	Estacionamiento sótano	$ 6,450,541.64
09-21018-0	Planta Baja Oficinas	$ 41,100,052.98
09-21022-3	Estacionamiento E-1 Oficinas	$ 6,450,601.69
09-21020-5	Estacionamiento E-2 Oficinas	$ 6,450,601.69
09-71144-2	Estacionamiento E-3	$ 5,467,623.15
09-21023-2	Piso 4 Oficinas	$ 21,797,008.60
09-21024-2	Piso 5	$ 21,572,127.97
09-21025-0	Piso 6	$ 21,572,127.97
09-21026-0	Piso 7 Oficinas	$ 21,572,127.97
09-21027-9	Piso 8 Oficinas	$ 21,572,127.97
09-21028-8	Piso 9 Oficinas	$ 21,572,127.97

09-21021-5	Piso 10 Oficinas	$ 12,779,632.23
09-17497-8	Piso 11 Oficinas	$ 21,604,923.11
09-02109-9	Piso 12 Oficinas	$ 21,572,127.97
09-71141-5	Piso 13 Oficinas	$ 21,764,996.10
09-71142-4	Piso 14 Oficinas	$ 21,764,996.10
09-71143-3	Piso 15 Oficinas	$ 21,764,996.10
09-21029-7	Piso 16 Oficinas	$ 21,572,127.97
09-21030-3	Piso 17 Oficinas	$ 21,572,127.97
09-21031-2	Piso 18 Oficinas	$ 8,861,804.34
Totales		**$ 490,256,808.68**

Fuente: Sistema de Inventario del Patrimonio Inmobiliario Federal y Paraestatal (INDAABIN).

7.4.2. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES

La Dirección General de Informática realiza sus funciones dentro del ámbito Administrativo de su competencia, enmarcando el quehacer del área, orientadas a contribuir en el logro de la misión y visión de la Profeco, así como al cumplimiento de los objetivos, metas y programas Institucionales. Tomando en cuenta que en los artículos 17, fracción II del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor y 23, fracciones I, II, X y XI del Estatuto Orgánico de la propia Procuraduría, de los que se desprende que la Dirección General de Informática tiene como atribuciones, entre otras, las de:

- Proponer y aplicar las políticas, normas, lineamientos, planes, programas, y estrategias institucionales en materia de tecnologías de información y comunicaciones para la sistematización y optimización de funciones, recursos y procesos dentro de las unidades administrativas de la Procuraduría y vigilar su cumplimiento; emitir opinión técnica respecto a la celebración de contratos, convenios y demás instrumentos jurídicos en materia de tecnologías de información y comunicaciones; proponer, difundir y aplicar medidas preventivas y planes de contingencia respecto a la información contenida en los equipos informáticos de la Procuraduría, y vigilar su complimiento; así como determinar la viabilidad técnica y operativa de los requerimientos de las unidades administrativas de las Procuraduría respecto a la aplicación y desarrollo de sistemas informáticos, adquisición de bienes y contratación de servicios en materia de tecnologías de la información y comunicaciones.

Con base en las atribuciones anteriores podemos enumerar las siguientes actividades realizadas en el año 2015, así como los objetivos alcanzados en el mismo periodo para mejorar el desempeño de la Procuraduría y que esta Dirección General participa directamente.

Sistemas

- Se modernizaron y adecuaron a lo establecido en el proyecto de Ventanilla Única Nacional de la Coordinación de la Estrategia Digital Nacional y la Unidad de Gobierno Digital los sistemas: 1) Registro de Contratos de Adhesión en Línea (RCAL); 2) Concilianet; 3) Registro Público de Casas de Empeño (RPCE); y 4) Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP); teniendo en nivel 3 y 4 de digitalización (que permiten realizar a través de internet todo el proceso) un total de 9 trámites.
- Se publicaron fichas informativas, información detallada, formatos de solicitud y sistemas con la gráfica base para 24 trámites dependiendo del nivel en que se encuentren, los 9 formatos de Profeco de publicaron en el Diario Oficial de la Federación.
- En el mes de octubre, se solicitaron los proyectos estratégicos a todas las áreas de Profeco para incluirlos en el Plan Estratégico de Tecnologías de la Información.
- Se desarrollaron los sistemas "Aplicación del Buen Fin", "Datos Abiertos", "Estrados Electrónicos", "Recepción de inconformidades desde IFT", "Sistema Nacional de Educación sobre el Consumo", "Quién es quién en los combustibles" y se dio acompañamiento técnico a la empresa contratada para el desarrollo de la aplicación "Quién es Quién en los precios".
- Se realizaron adecuaciones en los flujos del Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP) para permitir disminuir el tiempo de captura y la calidad de la atención brindada a consumidores y proveedores, esto se logró integrando directamente la información desde el sistema fuente a SIIP.
- Se brindó un soporte en los tiempos definidos para la atención en el 99.95% de las 23,310 solicitudes recibidas en la línea de soporte a usuarios internos de la Institución (Línea SIIP).

Redes y telecomunicaciones

- Se contuvieron el 100% de los ataques externos a la información de PROFECO.
- Se actualizó la última versión soportada por la infraestructura de la plataforma del teléfono del consumidor.
- Se mantuvo el servicio de atención a quejas y reportes por arriba del 98%.

7.4.3. RECURSOS HUMANOS

Clima y Cultura Organizacional

Como parte de las líneas de acción del Programa para un Gobierno Cercano y Moderno (PGCM) 2013-2018, la Procuraduría promueve el modelo de cultura organizacional y de servicio público para incentivar el logro de resultados, para lo cual aplica anualmente a través del uso de las TIC´s la Encuesta de Clima y Cultura Organizacional (ECCO) a todo su personal.

A partir de los resultados obtenidos se determinaron las estrategias que permitirán mantener nuestras fortalezas y desarrollar acciones de mejora en atención a las áreas de oportunidad detectadas, habiéndose obtenido una calificación de 10 puntos respecto del cumplimiento de los criterios establecidos por la Secretaría de la Función Pública.

Transparencia, integridad y honradez en el servicio público

Como resultado de la publicación de los *Lineamientos generales, que regirán la conducta de los servidores públicos al servicio de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal,* la Profeco realizó la difusión a todo su personal de los documentos normativos siguientes: "Código de Ética de los Servidores Públicos del Gobierno Federal", "Reglas de Integridad para el Ejercicio de la Función Pública" y "Código de Conducta de la Procuraduría Federal del Consumidor", los cuales propician la integridad del personal y determinan la implementación de acciones permanentes que favorezcan su comportamiento ético. Asimismo, en seguimiento a las acciones del Programa de Trabajo 2015-2016 para fortalecer las estrategias para enfrentar la corrupción en la Profeco se anexó el apartado sobre ética a los perfiles de puesto autorizados.

En ese sentido, en la metodología para el otorgamiento del Reconocimiento a la Transparencia, Integridad y Honradez en el Servicio Público 2015, se integró como factor de competencia "Eficiencia y Eficacia" con el objetivo de evaluar que la conducta del personal se desarrolle conforme a una cultura de servicio orientada al logro de resultados, esforzándose en incrementar su productividad para alcanzar las metas institucionales.

El 2 de diciembre de 2015 se llevó a cabo la entrega de reconocimientos a 94 servidoras y servidores públicos adscritos a 25 unidades responsable de Oficinas Centrales y 28 a Delegaciones y Subdelegaciones.

Programa de Estímulos y Recompensas

La evaluación del desempeño es el procedimiento que mide el rendimiento del personal en su puesto, a través de un grupo de indicadores previamente definidos para un periodo determinado.

En este ejercicio fiscal se realizó la evaluación de 52.14% del personal operativo del nivel 9 al 14 y se obtuvo una calificación global de 92.54 puntos con un nivel de desempeño, en términos de la normatividad aplicable, de *"muy bueno"*.

La ceremonia de entrega de reconocimientos se realizó el 17 de noviembre de 2015 en la que se otorgaron 59 estímulos que consisten en 10 días de vacaciones extraordinarios y 76 estímulos y recompensas, éstas últimas por un importe de $ 10,536.38 (Diez mil quinientos treinta y seis pesos 38/100 M.N.), a un total de 135 servidoras y servidores públicos.

Desarrollo de Personal

Con el propósito de promover un clima laboral que eleve el desempeño y la productividad de su personal, se realizaron 11 eventos deportivos, recreativos y culturales para las y los trabajadores y sus familias.

Se llevaron a cabo 3,457 consultas médicas, así como 7,530 actividades de enfermería; se realizaron 500 pruebas de glucosa, 300 somatometrías, 200 detecciones de diabetes mellitus, 100 detecciones de insuficiencia venosa, 60 pruebas de Papanicolaou y detección de VPH, 105 exámenes de la vista, 197 mastografías y se aplicaron 630 vacunas contra la influenza.

Capacitación

Para dar cumplimiento al Programa Anual de Capacitación 2015, se llevaron a cabo 123 acciones de capacitación con la participación de 3,597 trabajadoras y trabajadores. Se firmaron convenios de colaboración con las Facultades de Contaduría y Administración, Derecho e Ingeniería de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), con el Instituto Nacional de Administración Pública (INAP) y con la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) para impartir acciones de capacitación vinculadas a la profesionalización del personal.

Asimismo, se realizaron 27 acciones de capacitación en materia de No discriminación, género, inclusión y tolerancia; 6 con Inmujeres; 14 con el Conapred y 7 con el Centro Educativo Truper del Museo Memoria y Tolerancia, 19 en línea y 8 presenciales, con la participación de 452 servidoras y servidores públicos.

Cabe señalar que se dio especial atención a la Subprocuraduría de Telecomunicaciones de reciente creación, donde se capacitó a todo el personal con el curso Introducción a las Telecomunicaciones y sus Aspectos Legales, Impartido por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) del 12 de octubre al 11 de noviembre.

Se recibió por parte de la Secretaría de la Función Pública la invitación a participar en el Foro Mejores Prácticas en Gestión del Conocimiento Institucional, en el mes de octubre, ya que fue identificado como un caso de éxito el proyecto “Capacitación a distancia mediante la transmisión en vivo y a través de Internet”.

En colaboración con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) la Procuraduría Federal del Consumidor logró la acreditación como Agentes Multiplicadores de 15 instructoras e instructores internos.

Prestaciones al Personal

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

Creación de plazas

Atendiendo el Decreto Presidencial para la puesta en marcha de la Subprocuraduría de Telecomunicaciones se crearon 54 plazas de estructura con vigencia a partir del 8 de septiembre de 2015, con el objetivo de dar atención a la defensa de los derechos de las y los usuarios de servicios de telecomunicaciones.

7.4.4. PROGRAMACIÓN, ORGANIZACIÓN Y PRESUPUESTO

Medidas de austeridad

La Procuraduría Federal del Consumidor contribuyó con el Programa Nacional de Reducción del Gasto Público en el ejercicio 2015, con 117.4 millones de pesos.

Los rubros en los que se participó fueron:

- 26.8 millones de pesos corresponden a la reducción del 10% a mandos medios y superiores y seguridad social.
- 20.9 millones de pesos corresponden a la partida 12201 sueldo base personal eventual por concepto de la reducción del 10%.
- 34.0 millones de pesos de servicios personales, que se transfieren al ramo general 23 al concepto restitución de remanentes del paquete salarial.
- 17.1 millones de pesos por concepto de vacancia y seguridad social.
- 16.5 millones de pesos que corresponde a asignaciones presupuestarias medidas de cierre.
- 2.1 millones de pesos, que corresponde a la reducción líquida del 10% en recursos propios, en la partida de honorarios.

Solventación de las observaciones emitidas por Auditoría Externa

En el mes de marzo de 2015, se solicitó a la Dirección General de Recursos Materiales y Servicios Generales, instruyera lo conducente a fin de que a la brevedad se obtuviera el valor catastral de los inmuebles propiedad de la Profeco, determinado por el INDAABIN, y dar cumplimiento al Acuerdo 1 aprobado por el Consejo de Armonización Contable emitido (CONAC), así como a la observación parte del Auditor Externo.

En el mes de noviembre la Dirección General de Recursos Materiales y Servicios Generales remitió 21 avalúos paramétricos emitidos por el INDAABIN, correspondientes a los inmuebles propiedad de la Profeco, por lo que se procedió al registro de la actualización del valor de los inmuebles.

Adicionalmente, en el mes de abril de 2015, se solicitó a la Dirección General de Informática, instruyera lo conducente a fin de emitir una valoración técnica del Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), considerando las adecuaciones necesarias a fin de que se continuará utilizando el Sistema Informático de Contabilidad Gubernamental; el cual cumpliera con las necesidades de registro, procesamiento, clasificación, información, interpretación de las transacciones, y eventos que, derivados de la actividad económica, modifican la situación patrimonial de Profeco, así como incluir las adecuaciones para permitir registrar los momentos contables de los ingresos y egresos.

En el mes de noviembre de 2015, la Dirección General de Informática una vez concluidas las pruebas, determinó que las cuentas de orden presupuestales ya corrían en línea, y se veían reflejadas en el estado financiero del mismo mes de noviembre. Con ello se dio cumplimiento a lo estipulado en la Ley General de Contabilidad Gubernamental.

Mejora Regulatoria

Para dar cumplimiento a lo establecido en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018 y al Programa de Gobierno Cercano y Moderno (PGCM) 2013-2018, de manera interna se dio seguimiento al Programa de Modernización Administrativa y Reestructuración (PMAR) y al Programa de trabajo del Comité de Mejora Regulatoria Interna (Comeri), lo que permitió la actualización y depuración del marco normativo institucional, para lograr fortalecer la eficiencia y eficacia en el cumplimiento de los objetivos de Profeco. Asimismo, al lograr otorgar mayor certeza y seguridad jurídica en el desarrollo de las funciones de los servidores públicos en los diferentes procesos sustantivos y administrativos, se tiene un mayor impacto en los procesos que regulan las relaciones entre proveedores y consumidores.

Los esfuerzos principalmente estuvieron dirigidos a enfocar el proceso de calidad regulatoria en la actualización del marco normativo interno de las áreas sustantivas: Subprocuraduría de Verificación, Subprocuraduría de Servicios y Subprocuraduría de Telecomunicaciones.

Programa de Modernización Administrativa y Reestructuración (PMAR)

Mediante el proceso de calidad regulatoria establecido al interior de la Institución, las áreas sustantivas y de apoyo administrativo establecieron un programa de trabajo para la actualización de sus marcos normativos, al cual se le dio seguimiento a través del Comité de Mejora Regulatoria Interna (Comeri). Cabe destacar que se logró superar la meta inicial establecida en el programa de trabajo 2015 de dicho Comité, ya que algunas áreas sometieron a consideración un mayor número de proyectos normativos tales como: la Subprocuraduría Jurídica que tenía considerados 4 y sometió 8, la Subprocuraduría de Servicios tenía 4 y sometió 9, y la Subprocuraduría de Telecomunicaciones no tenía ninguno considerado y sometió 7.

ANEXO 1. AVANCE EN LOS INDICADORES DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO: B002 PROMOCIÓN DE UNA CULTURA DE CONSUMO RESPONSABLE E INTELIGENTE

DATOS DEL PROGRAMA			
Programa presupuestario	Ramo 10	Unidad responsable	Enfoques transversales
B002 Promoción de una cultura de consumo responsable e inteligente	Economía	LAT-Procuraduría Federal del Consumidor	Sin Información

Clasificación Funcional			
Finalidad 3 - Desarrollo Económico	Función 1 - Asuntos Económicos, Comerciales y Laborales en General	Subfunción 1 - Asuntos Económicos, Comerciales y Laborales en General	Actividad Institucional 7 - Equidad en las relaciones de consumo

RESULTADOS

NIVEL	OBJETIVOS	INDICADORES						AVANCE	
		Denominación	Método de cálculo	Unidad de medida	Tipo-Dimensión-Frecuencia	Meta anual		Realizado al periodo	Avance % anual vs Modificada
						Aprobada	Modificada		
Fin	Contribuir a promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral mediante una cultura de consumo responsable e inteligente.	Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial Indicador Seleccionado	El Foro Económico Mundial obtiene la calificación a partir de la respuesta en la Encuesta de Opinión Ejecutiva a la siguiente pregunta: En su país, ¿cómo evaluaría la intensidad de la competencia en los mercados locales? [Considerando valores entre 1 (ninguna capacidad) hasta 7 (en gran medida)]. Asimismo, la calificación observada para México en 2013 (5.05), y que se establece como línea base, corresponde a la posición 65 de 148 economías que considera el índice. En los últimos cinco años, México se ha ubicado en promedio en la posición 83. En tanto, la meta 2018 corresponde a la calificación obtenida por el país mejor ubicado en América Latina en 2013 (Chile), que lo posiciona en el lugar 37.	Índice	Estratégico-Eficacia-Anual	N/A	5	N/A	N/A
		Porcentaje del gasto de los hogares sobre el que se realizaron estudios	(Sumatoria del gasto corriente total de los hogarse mexicanos en los productos abordados / Sumatoria del gasto corriente total de los hogares mexicanos) * 100	Porcentaje	Estratégico-Calidad-Anual	N/A	60,00	67,05	N/A
Propósito	Los consumidores utilizan la información proporcionada por Profeco para la toma de una mejor decisión en sus compras	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	(Personas entrevistadas a las que les han sido útiles dos o más de los productos informativos de la Profeco / Total de personas entrevistadas en la encuesta sobre los servicios de la Profeco)*100	Porcentaje	Estratégico-Eficacia-Semestral	N/A	50,00	53,77	N/A

RESULTADOS									
NIVEL	OBJETIVOS	INDICADORES						AVANCE	
		Denominación	Método de cálculo	Unidad de medida	Tipo-Dimensión-Frecuencia	Meta anual		Realizado al periodo	Avance % anual vs Modificada
						Aprobada	Modificada		
Componente	A Contenidos de Profeco consultados por los consumidores para una toma de decisión de compra	Porcentaje de la población que consulta los productos informativos de la Profeco y los considera útiles para tomar mejores decisiones de consumo o compra.	Personas entrevistadas a las que les han sido útiles dos o más de los productos informativos de la Profeco / Personas entrevistadas que han consultado dos o más de los productos informativos de la Profeco.	Porcentaje	Estratégico-Eficacia-Semestral	N/A	75,00	70,00	N/A
	B Asesorías otorgadas a población abierta en temas de consumo	Porcentaje de la población abierta atendida en temas de consumo	(Población atendida / Población abierta objetivo)*100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Semestral	N/A	100,00	101,62	N/A
	C Impactos alcanzados de los materiales informativos para su difusión entre los consumidores.	Porcentaje de impactos de los productos del programa de difusión sobre consumo	(Sumatoria de impactos alcanzados / Total de impactos programados)*100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Cuatrimestral	N/A	100,00	111,88	N/A
Actividad	A 1 Estudios sobre consumo difundidos sobre distintos medios.	Porcentaje de cumplimiento al Programa Anual de Estudios sobre consumo	(Número de estudios realizados en el transcurso del año / Número de estudios planeados en el año) * 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Mensual	N/A	100,00	100,57	N/A
	B 2 Producción y actualización de contenidos de educación para el consumo	Porcentaje de contenidos producidos y/o actualizados	(Contenidos producidos y/o actualizados /Programa Anual de Contenidos) x 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Trimestral	N/A	100,00	102,86	N/A
	B 3 Atención a los integrantes registrados en los grupos de consumidores	Porcentaje de integrantes asesorados	(Integrantes asesorados / Total de integrantes)*100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Mensual	N/A	80,00	82,59	N/A
	C 4 Difusión de materiales informativos para los consumidores	Porcentaje de avance del programa de difusión sobre consumo	(Productos de difusión realizados / Total de productos de difusión programados)*100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Mensual	N/A	100,00	129,43	N/A

PRESUPUESTO			
	Meta anual	Ejercicio	Avance %
	Millones de pesos	Millones de pesos	Anual
PRESUPUESTO ORIGINAL	368,2	402,8	109,4
PRESUPUESTO MODIFICADO	423,6	402,8	95,1

ANEXO 1. AVANCE EN LOS INDICADORES DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO: B002 PROMOCIÓN DE UNA CULTURA DE CONSUMO RESPONSABLE E INTELIGENTE (CONTINUACIÓN).
JUSTIFICACIÓN DE DIFERENCIA DE AVANCES CON RESPECTO A LAS METAS PROGRAMADAS
Indicadores con frecuencia de medición con un periodo mayor de tiempo al anual. Estos indicadores no registraron información ni justificación, debido a que lo harán de conformidad con la frecuencia de medición con la que programaron sus metas.
Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial Sin Información, Sin justificación
Porcentaje del gasto de los hogares sobre el que se realizaron estudios Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 donde se abordaron un número similar de rubros de gasto de los hogares (293 de 759) considerados por la ENIGH que los abordados en 2014 (294). Sin embargo, los rubros de los que se proveyó información a los consumidores en 2015 representan en promedio mayores erogaciones para los hogares mexicanos, que aquellos considerados en el año previo. De esta forma se superó la línea base establecida para este indicador (61.32%) y se cumplió con la meta establecida. Efecto: Se cumple con proveer a los consumidores de información sobre aquellos productos y servicios que representan un mayor gasto para los hogares mexicanos.
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 Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015, se entrevistaron en el Distrito Federal a población en general a 664 personas para la encuesta sobre servicios de la Profeco de las cuales 357 entrevistados les han sido útiles dos o más de los productos informativos de la Profeco, lo cual nos proporciona un porcentaje del 53.77%. - No se contó con recursos para ampliar el levantamiento de la encuesta a otras ciudades del país, por lo que sólo se realizó en la Ciudad de México, por lo que se obtuvo una muestra menor a la originalmente programada. Efecto: Al aplicar la encuesta se conoce información sobre los hábitos y preferencias de la población e información más precisa sobre la utilidad que representan los productos informativos de Profeco a la población del área geográfica en donde se realizó la encuesta. Otros Motivos: Mediante oficio CGED/139/2015 se solicitó a la CGA recursos para la ampliación de la encuesta sobre los servicios de la CGED a tres ciudades más, sin respuesta al cierre de 2015. Al no realizarse el levantamiento en otras ciudades, los resultados de la encuesta sólo captan los hábitos y preferencias de la población que habita la capital del país.
Porcentaje de la población que consulta los productos informativos de la Profeco y los considera útiles para tomar mejores decisiones de consumo o compra. Causa : 9) Otras causas que por su naturaleza no es posible agrupar No se cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015, se entrevistaron 510 personas que han consultado dos o más productos informativos de la Profeco de las cuales 357 les han sido útiles dos o más productos informativos, lo cual representa un 70% de 75% programado. No se contó con recursos para ampliar el levantamiento de la encuesta a otras ciudades del país, por lo que se obtuvo una muestra menor a la originalmente programada. Efecto: Fomentar la difusión de temas que sean de mayor utilidad a la población, así como a dar mayor difusión a cada uno de los productos informativos, a fin de que sean conocidos por una mayor proporción de la población. Otros Motivos: Mediante oficio CGED/139/2015 se solicitó a la CGA recursos para la ampliación de la encuesta sobre los servicios de la CGED a tres ciudades más, sin respuesta al cierre de 2015. Al no realizarse el levantamiento en otras ciudades, los resultados de la encuesta sólo captan los hábitos y preferencias de la población que habita la capital del país.
Porcentaje de la población abierta atendida en temas de consumo Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 al atender a 1,321,058 consumidores en el año de una población abierta objetivo de 1,300,000 obteniendo así un porcentaje de 101.62% Efecto: Las acciones de promoción permiten difundir los derechos de los consumidores, a fin de reorientar sus hábitos de consumo. Otros Motivos: En el ejercicio 2015, el estándar presenta el 1.62 % arriba del autorizado, derivado de la atención a población abierta a través del Programa Especial de Tecnologías Domésticas 2015.

Porcentaje de impactos de los productos del programa de difusión sobre consumo
Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 debido a que se superaron los impactos al lograr 11,187,942 impactos de 10,000,000 impactos programados de páginas vistas de los portales del Consumidor y de la Revista del Consumidor en Línea, obteniendo así un porcentaje de cumplimiento de 111.88% lo que un cumplimiento al programa de difusión sobre consumo. El resultado varía conforme a lo programado debido a que se superó la meta estimada de impactos de páginas vistas de los portales del Consumidor y de la Revista del Consumidor en Línea, así como el crecimiento constante de las vistas de los contenidos de Profeco en su canal de YouTube y el incremento acelerado de seguidores en Twitter. Efecto: Mediante los productos informativos realizados por la Profeco que se publican o distribuyen en medios impresos y electrónicos, se generan impactos para atender y orientar a los consumidores con mensajes difundidos contribuyendo al fomento del consumo responsable.

Porcentaje de cumplimiento al Programa Anual de Estudios sobre consumo
Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 al realizar 353 estudios de 351 estudios programados, obteniendo así un porcentaje de 100.57% cumpliendo con el programa anual de estudios 2015. Efecto: Con la información difundida, se contribuye al objetivo de generar un consumo informado y responsable, debido a que se proporciona al consumidor las herramientas para la toma de decisiones en sus compras.
Otros Motivos: Durante el ejercicio 2015 se elaboraron y difundieron los siguientes productos: 24 publicación del Boletín Brújula de Compra; 253 actualizaciones del programa Quién es Quién en los Precios; 52 actualizaciones del programa Quién es Quién en el Envío de Dinero; 24 actualizaciones del Monitoreo de Tiendas Virtuales; Adicionalmente se realizaron 11 Cuadros comparativos y 9 Artículo para la Revista del Consumidor.

Porcentaje de contenidos producidos y/o actualizados
Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 al producir y/o actualizar 36 contenidos, lo cual representa 102.86% de avance al programa anual. Efecto: Los contenidos elaborados tienen un efecto educativo en consumidoras y consumidores para realizar sus adquisiciones de modo tal que logren un mejor aprovechamiento de sus recursos, al tiempo que cuidan el medio ambiente, contribuyen al desarrollo de la sociedad y actúan de forma solidaria en cada compra o contratación que realizan en el marco de un consumo responsable.
Otros Motivos: Si bien la Profeco tiene un compromiso esencial para cada año en cuanto a la producción de materiales educativos, en ocasiones, con el fin de consolidar a éstos y brindar una mejor atención al público consumidor, se añaden algunos contenidos que en un principio pudieran no tenerse considerados. Cabe destacar que en el ya finalizado año 2015, la creación de la Subprocuraduría de Telecomunicaciones, fue también un motivo para producir nuevos contenidos que en un principio no necesariamente se tuvieran considerados.

Porcentaje de integrantes asesorados
Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se cumplió la meta al cierre del ejercicio al obtener 82.59% lo cual representa 44,466 integrantes asesorados en promedio de un total de 53,842 integrantes, derivado de la atención a 2,751 grupos de consumidores, asesorando a 50,308 consumidores aproximadamente en el mes. Efecto: Las acciones de orientación, asesoría y capacitación a los integrantes de los grupos de consumidores, permiten el conocimiento y ejercicio de sus derechos para que tomen decisiones de consumo responsable e inteligente. Otros Motivos: En el cierre del ejercicio 2015 se tiene 82.59% acumulado, lo que representa el 2.59% arriba del estándar autorizado.

Porcentaje de avance del programa de difusión sobre consumo
Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 al realizar 1,016 productos de difusión de 785 productos programados, lo que representa un porcentaje de cumplimiento de 129.43% Efecto: Mediante los diversos productos informativos realizados por la Profeco que se publican en medios impresos y electrónicos, se puede atender y orientar a diversos sectores de consumidores a los cuales se les hacen llegar mensajes difundidos por la Institución en beneficio de su economía, contribuyendo al fomento de un consumo responsable, crítico e informado. Otros Motivos: Al cierre del ejercicio 2015 el número de usuarios combinados de las cuentas de redes sociales de Profeco en Twitter, Facebook y Youtube alcanzó la cifra de 996,633.

ANEXO 2. AVANCE EN LOS INDICADORES DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO: E005 PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y EL DESARROLLO DEL SISTEMA NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

DATOS DEL PROGRAMA			
Programa presupuestario	Ramo 10	Unidad responsable	Enfoques transversales
E005 Protección de los derechos de los consumidores y el desarrollo del Sistema Nacional de Protección al Consumidor	Economía	LAT-Procuraduría Federal del Consumidor	Sin Información

Clasificación Funcional			
Finalidad 3 - Desarrollo Económico	Función 1 - Asuntos Económicos, Comerciales y Laborales en General	Subfunción 1 - Asuntos Económicos, Comerciales y Laborales en General	Actividad Institucional 7 - Equidad en las relaciones de consumo

RESULTADOS

NIVEL	OBJETIVOS	INDICADORES						AVANCE	
		Denominación	Método de cálculo	Unidad de medida	Tipo-Dimensión-Frecuencia	Meta anual		Realizado al periodo	Avance % anual vs Modificada
						Aprobada	Modificada		
Fin	Contribuir a promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral mediante la protección de los derechos de la población consumidora ante el incumplimiento de proveedores del mercado formal de bienes y servicios.	Porcentaje del monto recuperado en los procedimientos concluido	(Monto recuperado mediante los procedimientos conciliatorio, arbitral y por infracciones a la Ley en el área de servicios concluidos en el periodo / Monto reclamado de los procedimientos concluidos en el área de sevicios en el periodo) x 100	Porcentaje	Estratégico-Eficacia-Trimestral	N/A	74,00	88,38	N/A
		Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial Indicador Seleccionado	El Foro Económico Mundial obtiene la calificación a partir de la respuesta en la Encuesta de Opinión Ejecutiva a la siguiente pregunta: En su país, ¿cómo evaluaría la intensidad de la competencia en los mercados locales? [Considerando valores entre 1 (ninguna capacidad) hasta 7 (en gran medida)]. Asimismo, la calificación observada para México en 2013 (5.05), y que se establece como línea base, corresponde a la posición 65 de 148 economías que considera el índice. En los últimos cinco años, México se ha ubicado en promedio en la posición 83. En tanto, la meta 2018 corresponde a la calificación obtenida por el país mejor ubicado en América Latina en 2013 (Chile), que lo posiciona en el lugar 37.	Índice	Estratégico-Eficacia-Anual	N/A	5	N/A	N/A

RESULTADOS									
NIVEL	OBJETIVOS	INDICADORES						AVANCE	
		Denominación	Método de cálculo	Unidad de medida	Tipo-Dimensión-Frecuencia	Meta anual		Realizado al periodo	Avance % anual vs Modificada
						Aprobada	Modificada		
Propósito	La población consumidora está protegida en sus derechos ante prácticas abusivas	Porcentaje de procedimientos conciliatorios concluidos dentro de un plazo de 90 días	(Número de procedimientos conciliatorios concluidos dentro de un plazo de hasta 90 días naturales / Número de procedimientos concluidos) x 100	Porcentaje	Estratégico-Calidad-Cuatrimestral	N/A	65,00	47,66	N/A
Componente	A Controversias entre la población consumidora y proveedora, solucionadas.	Porcentaje de quejas conciliadas mediante el procedimiento conciliatorio	(Número de quejas conciliadas mediante el procedimiento conciliatorio / Número de quejas concluidas mediante el procedimiento conciliatorio) x 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Mensual	N/A	74,00	79,42	N/A
Componente	B Consultas para asesorar e informar a la población consumidora en el ejercicio de sus derechos, brindadas.	Porcentaje de atención en los servicios del Teléfono del Consumidor	(Número de consultas atendidas en los servicios de Teléfono del Consumidor / Número de consultas recibidas en el Teléfono del Consumidor) * 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Mensual	N/A	95,00	98,36	N/A
Actividad	A 1 Dotar a la población consumidora de una herramienta útil con validez jurídica, cuando no hay satisfacción a su queja.	Porcentaje de dictámenes emitidos	(Número de dictámenes emitidos / Número de dictámenes solicitados) * 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Cuatrimestral	N/A	90,00	91,78	N/A
Actividad	A 2 Interposición de Acciones Colectivas	Porcentaje de Acciones Colectivas admitidas	(Acciones Admitidas / Acciones Presentadas) x 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Semestral	N/A	50,00	50,00	N/A
Actividad	A 3 Recepción de las solicitudes de denuncia de la población consumidora que no desea recibir publicidad telefónica.	Porcentaje de denuncias ante el Registro Público para Evitar Publicidad (Repep)	(Número de denuncias recibidas de telefonos de consumidores registrados en el Registro Público para Evitar Publicidad (Repep) por ser molestados con publicidad no deseada / Números telefónicos registrados en el Registro Público para Evitar Publicidad (Repep)) x 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Trimestral	N/A	0,98	0,81	N/A

Actividad	A 4 Registro de contratos de adhesión obligatorios y voluntarios.	Porcentaje de resoluciones a las solicitudes de registro de contrato de adhesión emitidas en los términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor y la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.	(Número de resoluciones a las solicitudes de registro de contratos de adhesión emitidas en términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) y Ley Federal de Procedimiento Administrativo.(LFPA) / Número de resoluciones emitidas) x 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Bimestral	N/A	80,00	78,46	N/A
	B 5 Supervisión de las consultas atendidas a través de los diferentes medios que ofrece el Teléfono del Consumidor	Promedio de atención de consultas por agente en el Teléfono del Consumidor	(Total de consultas atendidas en el Teléfono del Consumidor en el periodo/ Número de agentes) *100	Consulta	Gestión-Eficiencia-Mensual	N/A	650,00	818,00	N/A

PRESUPUESTO			
	Meta anual	Ejercicio	Avance %
	Millones de pesos	Millones de pesos	Anual
PRESUPUESTO ORIGINAL	315,7	324,1	102,7
PRESUPUESTO MODIFICADO	341,4	324,1	94,9

ANEXO 2. AVANCE EN LOS INDICADORES DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO: E005 PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y EL DESARROLLO DEL SISTEMA NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR (CONTINUACIÓN).

JUSTIFICACIÓN DE DIFERENCIA DE AVANCES CON RESPECTO A LAS METAS PROGRAMADAS

Indicadores con frecuencia de medición con un periodo mayor de tiempo al anual.

Estos indicadores no registraron información ni justificación, debido a que lo harán de conformidad con la frecuencia de medición con la que programaron sus metas.

Porcentaje del monto recuperado en los procedimientos concluido
Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Al cierre del ejercicio 2015 el monto de las quejas concluidas en los procedimientos conciliatorio, por infracciones a la ley y arbitral fue por $ 774,034,929.24 pesos, de una cantidad reclamada $ 875,820,443.89 pesos, con lo cual el resultado en el periodo fue de 88.38 % Nota: El resultado se obtiene de la siguiente manera: Al cierre del ejercicio: Monto de las quejas concluidas en los procedimientos conciliatorio, por infracciones a la ley y arbitral $774,034,929.24 entre Monto reclamado de las quejas concluidas en los procedimientos conciliatorio, por infracciones a la ley y arbitral $ 875,820,443.89 = 88.38% presentadas por los litigantes. Efecto: Las delegaciones cuentan con información periódica de su funcionamiento para estar en posibilidades de tomar decisiones con el fin de mejorar los procesos que dan lugar a recuperar lo reclamado por los consumidores. Otros Motivos: Los montos corresponden al total recuperado y reclamado en Delegaciones, Subdelegaciones, Unidades de Servicio y Oficinas Centrales, en los tres procedimientos (conciliatorio, por infracciones a la ley y arbitral).

Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial
Sin Información, Sin Justificación

Porcentaje de procedimientos conciliatorios concluidos dentro de un plazo de 90 días
Causa: 9) Otras causas que por su naturaleza no es posible agrupar No se cumplió la meta al cierre del ejercicio de los 136,664 procedimientos conciliatorios concluidos, 65,133 fueron concluidos dentro de un plazo de hasta 90 días naturales, obteniéndose un porcentaje de 47.66%, lo anterior debido incremento en la recepción de quejas en 2013 y 2014 que repercuten en la saturación de la agenda para la programación de las audiencias de conciliación. El incremento se dio en mayor medida por quejas contra la Comisión Federal de Electricidad, en 2013 incrementó en un 34% respecto a 2012, en 2014 incrementó 61% respecto a 2013. Efecto: Un incremento en las quejas recibidas implica una carga de trabajo mayor con procedimientos tardíos que provocan una percepción negativa de los consumidores hacía la institución. Otros Motivos:

Porcentaje de quejas conciliadas mediante el procedimiento conciliatorio
Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió con la meta al cierre del ejercicio al conciliar 53,979 quejas de un total de 67,964 quejas presentadas en el periodo, lo que representa un porcentaje de 79.42%, lo anterior debido al seguimiento que se llevó en los expedientes a través de cortes de información. Efecto: Al lograr mejores resultados se impacta en el nivel de confianza de las y los consumidores para acudir a solicitar apoyo a la Institución en la resolución de sus problemáticas con algún proveedor. Otros Motivos: No obstante, al cumpl imiento de la meta, hay 13 unidades administrativas que no alcanzaron la meta, Chiapas, Ecatepec, Hidalgo, Naucalpan, Nezahualcóyotl, Oriente, Poniente y San Luis Potosí, están por debajo del 70.0%; con excepción de San Luís Potosí, se observa que el bajo porcentaje de conciliación en estos casos se debe a quejas de CFE.

Porcentaje de atención en los servicios del Teléfono del Consumidor
Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015, se atendieron 586,776 solicitudes en los servicios del Teléfono del consumidor de un total de solicitudes recibidas de 596,565, logrando un porcentaje de cumplimiento del 98.36%, lo cual se debe a que se continuó con el control de tiempos auxiliares utilizados por los agentes. Efecto: Con la atención de un mayor número de consumidores y consumidoras se refuerza la confianza hacía la Institución. Otros Motivos:

Porcentaje de dictámenes emitidos
Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió con la meta al cierre del ejercicio, se emitieron 346 dictámenes con un monto total dictaminado de $45,706,848.39 a favor de diversos consumidores, lo que representa un porcentaje de 91.78%. Efecto: Se proporciona el apoyo a la población consumidora para garantizar la recuperación del monto de lo reclamado en la queja al momento de hacer efectivo el documento ante la instancia judicial. Otros Motivos: La emisión de dictámenes se realiza de acuerdo a las solicitudes remitidas por las Unidades Administrativas de la Profeco, que reúnen los requisitos de procedencia que establece la Ley Federal de Protección al Consumidor y su Reglamento.

Porcentaje de Acciones Colectivas admitidas
Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015, fueron admitidas durante el año dos demandas promovidas en contra de Aerovías de México S.A. de C.V. (Aeroméxico) y Consorcio de Ingeniería Integral S.A. de C.V. (Casas Ara y Geo D.F., Banco Invex y otros) Efecto: Se protege el derecho que tiene un grupo de personas contra uno o varios proveedores que vulneren sus derechos. Otros Motivos: Al cierre del ejercicio se cumplió la meta autorizada del 50%, toda vez que se presentaron 4 demandas de acciones colectivas y se admitieron 2. Se encuentran pendientes de admisión las demandas promovidas en contra de "Alicia Fuentes Mercado, Gallística De Occidente (Ticket smx)", "Urbi Desarrollos Urbanos S.A.B. De C.V.", "Sistemas Innovadores S.A. De C.V. (Boletea Tickets)" y Verónica Santillán Álvarez, comercialmente conocida como "Sofacity".

Porcentaje de denuncias ante el Registro Público para Evitar Publicidad (Repep) Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se cumplió la meta al cierre del ejercicio, recibiendo 3,065 denuncias de un total de 376,435 de números de teléfonos de consumidores registrados en el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP), logrando un cumplimiento del 0.81%, menor al 0.98% establecido. Se han tomado medidas en contra de los proveedores denunciados, como envío de requerimientos de información, multas como medida de apremio por desacato a mandamiento de autoridad, lo anterior con la finalidad de que se abstengan de realizar llamadas publicitarias a números inscritos en el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP). Efecto: Las acciones emprendidas por la Procuraduría en contra de las empresas denunciadas, ha permitido que no se aumenten de manera considerable las denuncias de los consumidores interpuestas por recibir publicidad no deseada. Otros Motivos: Debido a la promoción y difusión del Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP) en medios electrónicos e impresos con los que cuenta la Institución, como lo son la revista del consumidor radio, así como el envío de cartas a los domicilios de consumidores en las cuales se da a conocer el servicio que presta el REPEP, se ha logrado un incremento en la inscripción de consumidores. Adicionalmente, a partir de mayo de 2015 ya es posible la inscripción a través del portal web del REPEP. Nota.-Este indicador es negativo, no debe rebasarse el estándar autorizado de 0.98, mientras menor sea el resultado se dan mayores niveles de cumplimiento.

Porcentaje de resoluciones a las solicitudes de registro de contrato de adhesión emitidas en los términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor y la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.
Causa: 9) Otras causas que por su naturaleza no es posible agrupar No se cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 al dar atención a 6,966 resoluciones a las solicitudes de registro de contratos de un total de 8,878 resoluciones emitidas, lo que representa un porcentaje de 78.46%, inferior a la meta en 1.54 puntos porcentuales, Es importante mencionar que al cierre del 621 bimestre se tiene 21% más de resoluciones en términos de la Ley, que en igual periodo de 2014. Efecto: Menor protección hacía la población consumidora, debido a que diversos proveedores estarían comercializando bienes y servicios con cláusulas que afecten la economía de dicha población. Otros Motivos: Como dato importante, se tiene que en el bimestre se tuvo un 23% más de resoluciones que lo reportado en el mismo periodo del año pasado.

Promedio de atención de consultas por agente en el Teléfono del Consumidor
Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio al atender 818 consultas por asesor. El resultado depende de las solicitudes que ingresan para ser atendidas y del número de agentes presentes. Asimismo, depende de los factores tecnológicos y su adecuado funcionamiento. Efecto: Se logra atender a un mayor número de consumidoras y consumidores que solicitan el apoyo de la Institución. Otros Motivos:

ANEXO 3. AVANCE EN LOS INDICADORES DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO: G003 VIGILANCIA DEL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVIDAD APLICABLE Y FORTALECIMIENTO DE LA CERTEZA JURÍDICA EN LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES

DATOS DEL PROGRAMA

Programa presupuestario	Ramo 10	Unidad responsable	Enfoques transversales
G003 Vigilancia del cumplimiento de la normatividad aplicable y fortalecimiento de la certeza jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores	Economía	LAT-Procuraduría Federal del Consumidor	Sin Información

Clasificación Funcional

Finalidad	Función	Subfunción	Actividad Institucional
3 - Desarrollo Económico	1 - Asuntos Económicos, Comerciales y Laborales en General	1 - Asuntos Económicos, Comerciales y Laborales en General	7 - Equidad en las relaciones de consumo

RESULTADOS

NIVEL	OBJETIVOS	INDICADORES						AVANCE	
		Denominación	Método de cálculo	Unidad de medida	Tipo-Dimensión-Frecuencia	Meta anual		Realizado al periodo	Avance % anual vs Modificada
						Aprobada	Modificada		
Fin	Contribuir a promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral mediante la vigilancia y el cumplimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor por parte de los proveedores.	Porcentaje del monto recuperado de las quejas concluidas	(Monto recuperado mediante los procedimientos conciliatorio, arbitral y por infracciones a la Ley en el área de servicios concluidos en el periodo/ Monto reclamado de los procedimientos concluidos en el área de sevicios en el periodo) x 100	Porcentaje	Estratégico-Eficacia-Trimestral	N/A	74,00	88,38	N/A
		Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial Indicador Seleccionado	El Foro Económico Mundial obtiene la calificación a partir de la respuesta en la Encuesta de Opinión Ejecutiva a la siguiente pregunta: En su país, ¿cómo evaluaría la intensidad de la competencia en los mercados locales? [Considerando valores entre 1 (ninguna capacidad) hasta 7 (en gran medida)]. Asimismo, la calificación observada para México en 2013 (5.05), y que se establece como línea base, corresponde a la posición 65 de 148 economías que considera el índice. En los últimos cinco años, México se ha ubicado en promedio en la posición 83. En tanto, la meta 2018 corresponde a la calificación obtenida por el país mejor ubicado en América Latina en 2013 (Chile), que lo posiciona en el lugar 37.	Índice	Estratégico-Eficacia-Anual	N/A	5	N/A	N/A

RESULTADOS									
NIVEL	OBJETIVOS	INDICADORES						AVANCE	
		Denominación	Método de cálculo	Unidad de medida	Tipo-Dimensión-Frecuencia	Meta anual		Realizado al periodo	Avance % anual vs Modificada
						Aprobada	Modificada		
Propósito	Los proveedores cumplen las obligaciones establecidas en la Ley Federal de Protección al Consumidor en el territorio nacional	Porcentaje de municipios en los que se realizan acciones de verificación y vigilancia	(Número de municipios con cobertura de verificados al Trimestre / Número total de municipios del país)*100	Porcentaje	Estratégico-Eficiencia-Trimestral	N/A	45,01	38,79	N/A
Componente	A Establecimientos comerciales verificados	Porcentaje de visitas de verificación a establecimientos comerciales	(Visitas de verificación de establecimientos comerciales realizadas/ Programa anual de acciones de verificación a establecimientos comerciales)*100	Porcentaje	Estratégico-Eficacia-Trimestral	N/A	100,00	125,98	N/A
	B Proveedores del mercado de combustibles verificados	Porcentaje de proveedores del mercado de combustibles verificados	(Proveedores del mercado de combustibles verificados / Proveedores del mercado de combustibles de acuerdo a padrón de establecimientos) * 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Semestral	N/A	18,00	26,92	N/A
	C Productos evaluados y publicados	Porcentaje de Oportunidad en la elaboración de estudios de calidad	(Número de estudios de calidad entregados en tiempo para su publicación/ número de estudios de calidad realizados) * 100	Porcentaje	Gestión-Eficiencia-Trimestral	N/A	100,00	104,17	N/A
	D Servicios proporcionados de ajuste por calibración de instrumentos de medición y análisis de información comercial	Porcentaje de información comercial analizada con cumplimiento	(Oficios de opinión emitidos con cumplimiento/ Elementos para análisis recibidos)* 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Mensual	N/A	45,00	51,48	N/A
	E Resoluciones administrativas emitidas sobre proveedores con irregularidades	Porcentaje de eficacia y legalidad de las resoluciones en materia de combustibles	[(Total de juicio de nulidad resueltos en favor del proveedor + Total de recursos de revisión resueltos en favor del proveedor)/ Total de impugnaciones resueltas] * 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Trimestral	N/A	40,00	20,15	N/A
Actividad	A 1 Verificación de comportamiento comercial	Porcentaje de visitas de verificación de comportamiento comercial	(Visitas de verificación de comportamiento comercial realizadas / Programa anual de acciones de verificación en materia de comportamiento comercial) *100.	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Mensual	N/A	100,00	127,34	N/A
	A 2 Verificación de normas oficiales mexicanas	Porcentaje de visitas de verificación de normas oficiales mexicanas	(Visitas de verificación de normas oficiales mexicanas realizadas / Programa anual de acciones de verificación en materia de normas oficiales mexicanas) *100.	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Mensual	N/A	100,00	123,50	N/A
	A 3 Comprobación de metrología	Porcentaje de visitas de verificación de metrología	(Visitas de verificación de metrología realizadas /Programa anual de acciones de verificación en materia metrológica) *100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Mensual	N/A	100,00	127,76	N/A

RESULTADOS

NIVEL	OBJETIVOS	INDICADORES						AVANCE	
		Denominación	Método de cálculo	Unidad de medida	Tipo-Dimensión-Frecuencia	Meta anual		Realizado al periodo	Avance % anual vs Modificada
						Aprobada	Modificada		
Actividad	A 4 Atención de denuncias en contra de establecimientos comerciales	Porcentaje de atención de denuncias en contra de establecimientos comerciales	(Denuncias en contra de establecimientos comerciales atendidas/ denuncias en contra de establecimientos comerciales susceptibles de atención) * 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Mensual	N/A	80,00	86,74	N/A
	B 5 Verificación de Proveedores de combustibles en localidades con alta concentración poblacional	Porcentaje de localidades con alta concentración poblacional que cuentan con verificaciones a proveedores de combustible	(Municipios con mas de 100 mil habitantes con verificaciones a proveedores de combustible / Total de municipios con mas de 100 mil habitantes) * 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Trimestral	N/A	79,90	92,16	N/A
	C 6 Realización de pruebas de laboratorio para el servicio externo	Porcentaje de informes de prueba del laboratorio (servicio externo)	(Número de informes de resultados aceptados por el cliente /número total de informes emitidos.) * 100	Porcentaje	Gestión-Calidad-Mensual	N/A	100,00	100,00	N/A
	D 7 Atención de servicios de ajuste por calibración	Porcentaje de instrumentos de medición ajustados por calibración	(Instrumentos de medición ajustados por calibración/ Instrumentos de medición con solicitud de ajuste por calibración) * 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Mensual	N/A	90,00	99,24	N/A
	E 8 Emisión oportuna de acuerdos en el procedimiento administrativo en materia de combustibles	Porcentaje de oportunidad en la emisión de acuerdos en materia de combustibles	(Total de promociones acordadas / Total de promociones presentadas por proveedores de combustible) * 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Mensual	N/A	100,00	100,00	N/A

PRESUPUESTO

	Meta anual	Ejercicio	Avance %
	Millones de pesos	Millones de pesos	Anual
PRESUPUESTO ORIGINAL	323,1	302,1	93,5
PRESUPUESTO MODIFICADO	318,4	302,1	94,9

ANEXO 3. AVANCE EN LOS INDICADORES DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO: G003 VIGILANCIA DEL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVIDAD APLICABLE Y FORTALECIMIENTO DE LA CERTEZA JURÍDICA EN LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES (CONTINUACIÓN).

JUSTIFICACIÓN DE DIFERENCIA DE AVANCES CON RESPECTO A LAS METAS PROGRAMADAS

Indicadores con frecuencia de medición con un periodo mayor de tiempo al anual.
Estos indicadores no registraron información ni justificación, debido a que lo harán de conformidad con la frecuencia de medición con la que programaron sus metas.

Porcentaje del monto recuperado de las quejas concluidas

Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Al cierre del ejercicio 2015 el monto de las quejas concluidas en los procedimientos conciliatorio, por infracciones a la ley y arbitral fue por $ 774,034,929.24 pesos, de una cantidad reclamada $ 875,820,443.89 pesos, con lo cual el resultado en el periodo fue de 88.38 % Nota: El resultado se obtiene de la siguiente manera: Al cierre del ejercicio: Monto de las quejas concluidas en los procedimientos conciliatorio, por infracciones a la ley y arbitral $ 774,034,929.24 entre Monto reclamado de las quejas concluidas en los procedimientos conciliatorio, por infracciones a la ley y arbitral $ 875,820,443.89 = 88.38% presentadas por los litigantes. Efecto: Las delegaciones cuentan con información periódica de su funcionamiento para estar en posibilidades de tomar decisiones con el fin de mejorar los procesos que dan lugar a recuperar lo reclamado por los consumidores. Otros Motivos: Los montos corresponden al total recuperado y reclamado en Delegaciones, Subdelegaciones, Unidades de Servicio y Oficinas Centrales, en los tres procedimientos (conciliatorio, por infracciones a la ley y arbitral).

Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial Sin Información, Sin Justificación

Porcentaje de municipios en los que se realizan acciones de verificación y vigilancia

Causa: 9) Otras causas que por su naturaleza no es posible agrupar No se cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015. Profeco llevó a cabo acciones de Verificación y Vigilancia en 953 municipios del país, relacionadas con el Programa Nacional de Verificación y Vigilancia de Establecimientos, que son los permanentes: Productos Básicos, Seguridad de Producto, Bebidas Alcohólicas y Programas Especiales de Verificación como: Día de Reyes, Día del amor y la amistad, Cuaresma, Semana Santa. Los 6 puntos porcentuales por debajo de la meta, después de un estudio de las posibles causas, nos arroja: a) Del año 2013 al 2015, el porcentaje de cobertura en municipios ha sido de entre 28 y 38%. b) Durante el ejercicio, se tuvo la necesidad de focalizar los operativos de verificación en temas específicos coyunturales, de temporalidad y de reacción inmediata. c) Las verificación específica a estaciones de servicio, misma que puede proporcionar una mayor cobertura territorial, por la dispersión de los domicilios de los proveedores, se han reducido debido a la disminución de la capacidad instalada en la unidad administrativa que lo realiza. 4. Durante 2015 existieron cambios estructurales dentro de la Institución que impactaron la actividad de verificación. Efecto: Con las acciones de verificación y vigilancia, se procura la presencia de Profeco en toda la República Mexicana para verificar y vigilar que las relaciones de consumo entre proveedores y consumidores sean equitativas y con apego a los derechos que como consumidor promueve la Ley Federal de Protección al Consumidor. Otros Motivos: Adicionalmente se realizaron acciones por parte de brigadas con las que cuenta la institución, en las diferentes zonas de la República.

Porcentaje de visitas de verificación a establecimientos comerciales

Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio realizar 105,256 visitas de verificación a establecimientos comerciales, lo que representa un porcentaje de 125.98%, lo cual es un avance al programa anual y corresponde al reforzamiento de las acciones de verificación en los tres departamentos (metrología, normas oficiales mexicanas y comportamiento comercial) cumpliendo con todos los programas y operativos efectuados de manera independiente o conjunta con otras autoridades, se mantuvo operación permanente aún días y horas inhábiles- Efecto: Un mayor número de verificaciones a establecimientos comerciales contribuye a que las y los proveedores respeten lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor, y en los ordenamientos aplicables. Otros Motivos:

Porcentaje de proveedores del mercado de combustibles verificados

Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 se realizaron 3,242 verificaciones a proveedores del mercado de combustibles de acuerdo al padrón de establecimientos de 12,041, obteniendo un 26.92% lo que representa 8.92 puntos porcentuales arriba del programado, lo cual obedece a que se logró establecer una logística que favoreciera la verificación de proveedores que durante el presente ejercicio no habían sido verificados y con esto aumentar la cobertura respecto al total de proveedores Efecto: Se logró intensificar la actividad de verificación y establecer una logística que favoreciera la cobertura de los padrones de proveedores de combustibles. Otros Motivos: Es relevante tomar como referencia el padrón de proveedores de estaciones de servicio y de plantas de gas licuado de petróleo en la ejecución de los programas anuales de verificación en materia de combustibles, ya que es posible contribuir en la vigilancia y protección de los derechos del consumidor al tener una cobertura estratégica respecto el universo de proveedores existentes que comercializan combustible líquido y gas LP al público en general.

Porcentaje de Oportunidad en la elaboración de estudios de calidad

Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 al realizar 25 estudios de 24 programados, obteniendo un porcentaje de cumplimiento de 104.17% , Se realizaron los estudios correspondientes a la evaluación de calidad de: atún, baterías portátiles, papillas y jugos para bebé, pañales desechables (niños y adultos), aceite de oliva y alaciadoras para el pelo, bebidas con cafeína y taurina, ollas de presión, antenas y dosificadores TDT, útiles escolares, computadoras portátiles, leches y productos lácteos saborizados, palomitas de maíz , pinturas vinílicas, audífonos, barras de sonido, café soluble y cappuccino, bebidas alcohólicas de menos de 100 pesos y televisiones de led, Vino tinto mexicano de menos de $400, alimento seco para perros adultos, tablets, impermeabilizante, puré de tomate y cátsup Efecto: Se incluyeron productos de temporalidad (cuaresma), y alto consumo, para ofrecer al consumidor información para la orientación de su compra. Otros Motivos: La entrega de los estudios fue en tiempo para su publicación.

Porcentaje de información comercial analizada con cumplimiento

Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015, se emitieron 609 oficios de opinión con cumplimiento de un total de elementos recibidos para análisis de 1,183, logrando un porcentaje de cumplimiento del 51.48%. El cumplimiento en el estándar autorizado se debe a que se recibieron solicitudes de análisis de información comercial contando con los elementos (empaques, instructivos, garantías y cartas menú) los cuales fueron analizados en su totalidad- Efecto: Un mayor número de oficios con cumplimiento genera mayor seguridad para la población consumidora respecto de los productos que consumen. Otros Motivos: Se atendieron la totalidad de solicitudes de oficios de opinión (1,183) de los cuales 609 cumplieron y los 574 restantes incumplieron con alguna disposición normativa aplicable.

Porcentaje de eficacia y legalidad de las resoluciones en materia de combustibles

Causa : 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 con 352 juicios de nulidad y recursos resueltos en favor del proveedor lo que representa 20.15% de impugnaciones resueltas, por lo cual se ha logrado una mayor eficacia y legalidad en las resoluciones administrativas que emita la Profeco, toda vez que se han fundado y motivado las mismas con mayor certeza. Nota: El indicador es de carácter descendente, es decir mientras se encuentre por debajo del estándar programado, se estará cumpliendo el objetivo de que los actos de autoridad de Profeco tengan impacto en el comportamiento de los proveedores. Efecto: Mayor certeza y garantía a los actos administrativos iniciados por la Institución, dando como resultado mayor eficacia a las resoluciones administrativas. Otros Motivos: Se ha disminuido el índice de juicios de nulidad perdidos por la Institución, en el primer segundo trimestre de un total de 461 juicios solo 68 fueron resueltos a favor de los proveedores, lo cual demuestra que se ha logrado una mejoría en la fundamentación y motivación tanto en las órdenes y actas de verificación, así como en los procedimientos administrativos.

Porcentaje de visitas de verificación de comportamiento comercial

Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 al realizar 51,859 verificaciones en materia de comportamiento comercial, lo que representa un porcentaje de cumplimiento de 127.34% al al programa anual de acciones de verificación; durante el ejercicio se reforzaron las acciones de verificación en materia de comportamiento comercial a los programas comparativo de precios, vacaciones, turístico, cuaresma , semana santa, Día del Niño, Día de las Madres y Día del Padre, fiestas patrias, decembrino y basílica entre otros. Efecto: Un mayor número de verificaciones en materia de comportamiento comercial genera certeza a la población consumidora ya que se están respetando los derechos establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor y normas aplicables.. Otros Motivos:

Porcentaje de visitas de verificación de normas oficiales mexicanas

Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 al realizar 38,086 verificaciones de normas oficiales mexicanas, lo que representa un porcentaje de cumplimiento de 123.50% cumpliendo con el programa anual de acciones en materia de normas oficiales mexicanas; en 2015 se reforzaron las acciones de verificación en materia de normas oficiales mexicanas, en el marco del programa vacacional, turístico, bebidas alcohólicas, seguridad de productos, los programas permanentes y de temporada, en aduanas, autos usados y funerarias antes del programa de día de muertos, basílica y fiestas decembrinas entre otros. Efecto: Un mayor número de verificaciones en materia de normas oficiales mexicanas, genera que las y los proveedores otorguen bienes, productos o servicios de acuerdo a la normatividad aplicable. Otros Motivos:

Porcentaje de visitas de verificación de metrología
Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 al realizar 15,311 verificaciones de metrología, lo que representa un porcentaje de cumplimiento de 127.76% cumpliendo con el programa anual; en 2015 se reforzaron las acciones en materia de metrología en el marco de los programa temporales y permanentes como productos básicos , el Día del padre, vacacional, turístico, regreso a clases, fiestas patrias, estacionamientos públicos en cuanto a los instrumentos de bajo, medio y alto alcance, asimismo se realizaron verificaciones a relojes checadores, fiestas decembrinas, basílica, entre otros. Efecto: Un mayor número de verificaciones en materia de metrología, contribuye a que las y los proveedores entreguen a la población consumidora cantidades y tiempos exactos, lo que genera que se respeten sus derechos. Otros Motivos:

Porcentaje de atención de denuncias en contra de establecimientos comerciales
Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 al atender 8,932 denuncias en contra de establecimientos comerciales de un total susceptible de atención de 10,297 denuncias, registrando un porcentaje de cumplimiento del 86.74%. El cumplimiento en el estándar autorizado se debe a que las delegaciones y subdelegaciones reforzaron las verificaciones en materia de atención a denuncias. Efecto: Un mayor número de denuncias atendidas genera que la población consumidora tenga mayor confianza en la institución, además, se detectan las prácticas comerciales abusivas de las y los proveedores. Otros Motivos:

Porcentaje de localidades con alta concentración poblacional que cuentan con verificaciones a proveedores de combustible
Causa: 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 al lograr 92.16% de una meta programada de 80%, lo anterior obedece a que se realizaron verificaciones a proveedores de combustibles en 188 municipios con más de 100 mil habitantes y es derivado de que se logró focalizar las acciones de verificación, priorizando los municipios con alta concentración poblacional. Efecto: Priorizando la verificación en zonas de alta concentración poblacional, el impacto y presencia de verificación, beneficia a una mayor cantidad de consumidores en el Otros Motivos: Además de la estrategia y planeación implementada en el periodo, se logró direccionar y optimizar los recursos económicos y humanos para priorizar la verificación en municipios con alto nivel poblacional.

Porcentaje de informes de prueba del laboratorio (servicio externo)
Causa : 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015, se realizaron 413 informes de resultados aceptados por el cliente de un total de 413 informes emitidos. Se atendieron todas las solicitudes de clientes externos que fueron factibles de realizarse. El tiempo justo y recibiendo las cantidades exactas. Efecto: El servicio se otorga para que el proveedor conozca la evaluación de su producto y ofrezca productos de calidad. Otros Motivos: Los servicios de laboratorio en el periodo de enero-noviembre generaron ingresos a la Institución por $2,953,952.30. En el ejercicio se emitieron informes sobre análisis de pinturas, televisores, calzado, uniformes, ropa desechable, telas, y equipo de seguridad (guantes, lámparas, mandiles, gorros, cofias cascos dieléctricos, entre otros).

Porcentaje de instrumentos de medición ajustados por calibración
Causa : 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se sobre cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015, se atendieron 189,139 instrumentos de medición ajustados por calibración de un total de 190,595 instrumentos de medición con solicitud de ajuste por calibración, lo anterior obedece a que se reforzaron las acciones en materia de calibración tanto en básculas de bajo, mediano y alto alcance, en todo el territorio nacional. Efecto: Un mayor número de calibraciones genera confianza en la población consumidora ya que pueden estar seguros que están pagando el tiempo justo y recibiendo las cantidades exactas. Otros Motivos:

Porcentaje de oportunidad en la emisión de acuerdos en materia de combustibles
Causa : 10) Otras explicaciones a las variaciones, cuando se trate de resultados por encima del 100 por ciento de cumplimiento. Se cumplió la meta al cierre del ejercicio 2015 con un total de promociones acordadas de 2,327 de un total de 2,327 promociones presentadas por proveedores de combustible, lo que representa 100%. No existe variación en las solicitudes que se reciben y las que se atienden, ya que el objetivo es buscar la eficiencia y celeridad en el acuerdo a las promociones presentadas por los litigantes. Efecto: El principal efecto, es lograr que las empresas distribuidoras de gas L.P., así como las estaciones de servicio (gasolineras) ajusten sus instrumentos de medición que utilizan durante las transacciones comerciales que realizan, de tal forma, que proporcionen un servicio justo al público consumidor. Otros Motivos: Una de las principales metas es lograr una atención pronta y expedita a las solicitudes de levantamiento de la medida precautoria, misma que se ha logrado con una eficaz atención a dichas solicitudes.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

LISTADO DE SIGLAS Y ACRÓNIMOS

CAAS	Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios.
CNDH	Comisión Nacional de los Derechos Humanos
COCODI	Comité de Control y Desempeño Institucional
COMERI	Comité de Mejora Regulatoria Interna
CONAC	Consejo de Armonización Contable
CONAPRED	Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación
DAO	Dirección de Adquisiciones y Obra
DGCARA	Dirección General de Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento
DGRH	Dirección General de Recursos Humanos
DGRMySG	Dirección General de Recursos Materiales y Servicios Generales
DGRMySG	Dirección General de Recursos Materiales y Servicios Generales
DGVC	Dirección General de Verificación de Combustibles
DSG	Dirección de Servicios Generales
ECCO	Encuesta de Clima y Cultura Organizacional
IFT	Instituto Federal de Telecomunicaciones
IMNC	Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, A.C.
INAP	Instituto Nacional de Administración Pública
INDAABIN	Instituto de Administración y Avalúos de Bienes Nacionales
INMUJERES	Instituto Nacional de las Mujeres
LFIBMI	Levantamiento Físico del Inventario de Bienes Muebles Instrumentales
LFPA	Ley Federal de Procesos Administrativos
MAR	Matriz de Administración de Riesgos
OIC	Órgano Interno de Control
PAAAS	Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios
PGCM	Programa para un Gobierno Cercano y Moderno 2013-2018
PIL´s	Procedimientos Por Infracciones a la Ley
PMAR	Programa de Modernización Administrativa y Reestructuración
PND	Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018
PNPDC	Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor
POT	Portal de Obligaciones de Transparencia
PRODEINN	Programa de Desarrollo Innovador
PROFECO	Procuraduría Federal del Consumidor
PROIGUALDAD	Programa Nacional para la Igualdad de Oportunidades y no Discriminación contra las Mujeres 2013-2018.
PTAR	Programa de Trabajo Administración de Riesgos
PTCI	Programa de Trabajo de Control Interno
SCII	Sistema de Control Interno Institucional
SFP	Secretaría de la Función Pública
SIIP	Sistema Integral de Información y Procesos
STPS	Secretaría del Trabajo y Previsión Social
Telcon	Teléfono del Consumidor
UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

SERVICIOS

Teléfono del Consumidor

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

Registro Público para Evitar Publicidad

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

Contacto ciudadano

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

Procitel

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

Quién es Quién en los Precios

herramienta en línea para consultar el precio de cerca de 2 mil productos.

Brújula de compra

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

Conciliannet

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

Revista del Consumidor en línea

consulta artículos sobre consumo informado en **revistadelconsumidor.gob.mx**

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

DIRECTORIO

Lcdo. Ernesto Nemer Álvarez
Procurador Federal del Consumidor

Lcdo. Rafael Ochoa Morales
Subprocurador Jurídico

Lcda. Noreli Domínguez Acosta
Subprocuradora de Servicios

Lcdo. Salvador Farias Higareda
Subprocurador de Verificación

Mtro. Carlos de Jesús Ponce Beltrán
Subprocurador de Telecomunicaciones

Lcda. Flora Martha Angón Paz
Coordinadora General de Educación y Divulgación

Lcdo. Aldo Pavón Segura
Coordinador General de Administración

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

Mtro. Eriko Flores Pérez
Director General de Delegaciones

Lcdo. Héctor Alejandro Gutiérrez Ordaz
Director General de Planeación y Evaluación

Lcdo. José Enrique Rodríguez Martínez
Director General de Comunicación Social

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

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

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

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