

DOF: 29/09/2020**ACUERDO por el que se da a conocer el Programa Institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor.****Al margen un logotipo, que dice: Procuraduría Federal del Consumidor.- Oficina del Procurador.**

ACUERDO POR EL QUE SE DA A CONOCER EL PROGRAMA INSTITUCIONAL 2020-2024 DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

DOCTOR FRANCISCO RICARDO SHEFFIELD PADILLA, Procurador Federal del Consumidor, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 1, 20, 24, 27, fracciones IX y XI, así como 31 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; 4 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo; 9, primer y segundo párrafo, fracciones II y III del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, y

CONSIDERANDO

Que el artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dispone que el Estado garantizará que el desarrollo nacional fortalezca la soberanía de la Nación y su régimen democrático y que, por medio de la competitividad, el fomento al crecimiento económico, el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, permita el pleno ejercicio de la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales;

Que el artículo 26 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, prevé las bases para que el Estado organice el sistema de planeación democrática del desarrollo nacional que imprima solidez, dinamismo, competitividad, permanencia y equidad al crecimiento de la economía para la independencia y la democratización política, social y cultural de la nación. Los fines del proyecto nacional contenidos en la Constitución determinarán los objetivos de la planeación;

Que el Plan Nacional de Desarrollo se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 12 de julio de 2019, y establece los siguientes Ejes Generales: I. Política y Gobierno, II. Política Social y III. Economía; para lograr su cumplimiento, el propio Plan prevé como principios rectores: "Honradez y honestidad"; "No al gobierno rico con pueblo pobre"; "Al margen de la ley, nada; por encima de la ley, nadie"; "Economía para el bienestar"; "El mercado no sustituye al Estado"; "Por el bien de todos, primero los pobres"; "No dejar a nadie atrás, no dejar a nadie fuera"; "No puede haber paz sin justicia"; "El respeto al derecho ajeno es la paz"; "No más migración por hambre o por violencia"; "Democracia significa el poder del pueblo", y "Ética, libertad, confianza";

Que, en congruencia con los Ejes Generales del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, y con el eje III "Economía", el quehacer de la Procuraduría Federal del Consumidor se orienta a empoderar al consumidor mediante la protección efectiva del ejercicio de sus derechos y la confianza ciudadana, promoviendo un consumo razonado, informado, sostenible, seguro y saludable, a fin de corregir injusticias del mercado, fortalecer el mercado interno y el bienestar de la población;

Que para la consecución de estos objetivos, se debe impulsar el empoderamiento del consumidor a nivel nacional, disminuir los costos de transacción a través de mecanismos que garanticen la protección efectiva de los derechos de los consumidores y fortalecer la capacidad institucional para proteger a los consumidores sin dejar a nadie atrás;

Que la Procuraduría Federal del Consumidor, elaboró el Programa Institucional para el periodo 2020-2024, de manera conjunta con la Secretaría de Economía, y en congruencia con el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 y el Programa Sectorial de Economía 2020-2024, relacionado con las políticas de protección al consumidor, de conformidad con lo establecido en el artículo 31 de la Ley Federal de Protección al Consumidor y el artículo 9 fracción II del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, y

Que derivado de lo anterior, y previa a probación de la Secretaría de Economía, he tenido a bien expedir el siguiente:

ACUERDO POR EL QUE SE DA A CONOCER EL PROGRAMA INSTITUCIONAL 2020-2024 DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

ARTÍCULO PRIMERO.- Se aprueba el Programa institucional de la Procuraduría Federal del Consumidor 2020-2024, el cual es de observancia obligatoria para todas las unidades administrativas de la Procuraduría, en el ámbito de sus respectivas competencias.

ARTÍCULO SEGUNDO.- La Dirección General de Planeación y Evaluación, de manera conjunta con las demás unidades administrativas de la Procuraduría, dará seguimiento a la implementación de las acciones puntuales, contenidas en el presente Programa.

TRANSITORIO

ÚNICO.- El presente Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Ciudad de México, a 21 de septiembre de 2020.- El Procurador Federal del Consumidor, **Francisco Ricardo Sheffield Padilla.-** Rúbrica.

Programa Institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor

Procuraduría Federal del Consumidor

PROGRAMA INSTITUCIONAL DERIVADO DEL PLAN NACIONAL

DE DESARROLLO 2019-2024

- 1.- Índice
- 2.- Fundamento normativo del programa
- 3.- Siglas y acrónimos
- 4.- Origen de los recursos para la instrumentación del Programa
- 5.- Análisis del estado actual
 - 5.1 Problemáticas relevantes
 - 5.2 Principios Rectores
 - 5.3 Contribución al Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024
 - 5.4 Cambios Esperados
- 6.- Objetivos prioritarios

Vinculación del Programa Institucional 2020 2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor con el Programa Sectorial de Economía 2020 - 2024

Vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

 - 6.1.- Relevancia del Objetivo prioritario 1: Impulsar el empoderamiento del consumidor a nivel nacional.
 - 6.2.- Relevancia del Objetivo prioritario 2: Disminuir los costos de transacción a través de mecanismos que garanticen la protección efectiva de los derechos del consumidor para impulsar la confianza de los consumidores.
 - 6.3.- Relevancia del Objetivo prioritario 3: Fortalecer la capacidad institucional para proteger a los consumidores sin dejar a nadie atrás.
- 7.- Estrategias prioritarias y Acciones puntuales
- 8.- Metas para el bienestar y Parámetros
- 9.- Epílogo: Visión hacia el futuro

2.- Fundamento normativo del programa

La generación de planes y metas al interior de las instituciones emana de una alineación coherente a una planificación global e incluyente, de la cual se tomarán las bases y lineamientos sobre los cuales se forjarán las acciones de las dependencias de la Administración Pública Federal para contribuir a la consecución de esta planificación global, integrada por la convergencia de ideas y visiones, así como propuestas y líneas de acción para llevar a México a su máximo potencial.

De ahí que corresponda al Estado la rectoría del desarrollo nacional, precepto establecido en el Artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que permite garantizar un desarrollo integral y sustentable, para fortalecer la soberanía de la nación y su régimen democrático, y que, mediante la competitividad, el fomento del crecimiento económico y el empleo, mejoren la equidad social y el bienestar de las familias mexicanas.

El desarrollo nacional es tarea de todos; es por ello que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su Artículo 26 concibe la planeación democrática del desarrollo nacional como el eje que articula las políticas públicas garantes de potenciar al país emprendidas por el Gobierno de la República, así como la fuente directa de la democracia participativa a través de la consulta con la sociedad. Asimismo, en dicho precepto constitucional se establece que habrá un Plan Nacional de Desarrollo al que se sujetarán obligatoriamente los programas de la Administración Pública Federal.

Respecto a la concatenación e inducción que existe en la estructura del Plan Nacional de Desarrollo, es necesario destacar el Capítulo Cuarto, Plan y Programas, donde se encuentra el Artículo 22 de la Ley de Planeación, en el que se precisa que el Plan indicará los programas sectoriales, institucionales, regionales y especiales que deberán ser elaborados conforme a este capítulo.

Para dicho fin, existe un Sistema Nacional de Planeación Democrática, concebido en el Capítulo Segundo del Artículo 12 de la Ley de Planeación, que mandata que: *"Los aspectos de la Planeación Nacional del Desarrollo que correspondan a las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal se llevarán a cabo, en los términos de esta Ley, mediante el Sistema Nacional de Planeación Democrática"*.

Los programas institucionales se sujetarán a los Lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo, pero, de igual forma cumplimentando el Artículo 24 de la Ley de Planeación, deberán sujetarse a las previsiones del programa sectorial que les corresponda.

Para dar cumplimiento a ello, la Secretaría de Economía emitió, mediante Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el 24 de junio de 2020, la aprobación de su programa sectorial denominado Programa Sectorial de Economía 2020-2024 (PROSECO), en el cual, entre otras cosas, se ostenta fortalecer y propiciar mejores condiciones del mercado interno y una protección efectiva a los derechos del consumidor.

En concordancia con lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por la fracción II del Artículo 9 del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, es facultad del Procurador Federal del Consumidor, proponer a la Secretaría de Economía, la política de protección al consumidor.

Asimismo, en atención a lo dispuesto por la fracción II del Artículo 17 de la Ley de Planeación, la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) asume la responsabilidad de cumplimentar la normatividad en materia de planeación, por lo que ha formulado el Programa Institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor, con el cual señala su visión a mediano

plazo para colocarse como una institución caracterizada por ser aliada del consumidor, fortaleciendo su labor acorde a la nueva realidad del país, en cumplimiento de lo establecido en el Artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en alineación a lo dispuesto por el Ejecutivo Federal a través del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2019-2024.

En este contexto, conforme al Artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se puntualiza a la PROFECO como un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio, con funciones de autoridad administrativa, encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores, y que para tal encargo se organiza de manera desconcentrada para el despacho de los asuntos a su cargo, con oficinas centrales y las oficinas de defensa del consumidor que estime convenientes.

En el marco de la planeación nacional, el Programa Institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor define y difunde de manera oficial las directrices que orientarán los esfuerzos por llevar a cabo una promoción y protección de los derechos del consumidor más eficaz y eficiente que priorice la perspectiva preventiva.

La Dirección General de Planeación y Evaluación de la PROFECO es la unidad responsable de coordinar la publicación, ejecución y seguimiento del programa.

3.- Siglas y acrónimos

CONCILIAEXPRÉS	Servicio de Conciliación Inmediata de la PROFECO
CONCILIANET	Servicio de Conciliación en Línea de la PROFECO
CONEVAL	Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social
DOF	Diario Oficial de la Federación
ENDUTIH	Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares
ENIGH	Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares
IFT	Instituto Federal de Telecomunicaciones
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
LFPC	Ley Federal de Protección al Consumidor
LNPC	Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PAE	Procedimiento Administrativo de Ejecución
PIB	Producto Interno Bruto
PIPFC	Programa Institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor
PND	Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024
PROFECO	Procuraduría Federal del Consumidor
PROSECO	Programa Sectorial de Economía 2020-2024
REPEP	Registro Público para Evitar Publicidad

4.- Origen de los recursos para la instrumentación del Programa

La totalidad de las acciones que se consideran en este Programa, incluyendo aquellas correspondientes a sus Objetivos prioritarios, Estrategias prioritarias y Acciones puntuales, así como las labores de coordinación interinstitucional para la instrumentación u operación de dichas acciones y el seguimiento y reporte de las mismas, se realizarán con cargo al presupuesto autorizado de los ejecutores de gasto participantes en el Programa mientras éste tenga vigencia.

5.- Análisis del estado actual

La Cuarta Transformación de la vida pública nacional entiende a la PROFECO como un actor clave para recuperar la fortaleza del Estado, como mediador de los conflictos entre consumidores y proveedores de bienes y servicios, de conformidad con la Ley Federal de Protección al Consumidor, y como una pieza fundamental para ejercer la rectoría económica del Estado.

La PROFECO tiene el compromiso de empoderar al consumidor mediante la protección efectiva del ejercicio de sus derechos y la confianza ciudadana, promoviendo un consumo razonado, informado, sostenible, seguro y saludable, a fin de corregir injusticias del mercado, fortalecer el mercado interno y propiciar el bienestar de la población.

Durante el periodo neoliberal, la lógica del mercado se antepuso a los derechos de los consumidores, entendiéndolos como un engranaje fundamental de la maquinaria económica, pero no como titulares de derechos. En ese contexto, el nivel de ingreso determinaba la capacidad para ejercer estrategias de consumo: a mayor poder adquisitivo, el orden neoconservador garantizaba una mejor toma de decisiones.

Ante el dominio incuestionable de la lógica del libre mercado, la información privilegiada era, en algunos sectores, la única garantía para poder acceder plenamente a los derechos como consumidor. En el periodo neoliberal, en resumen, muchos se quedaban atrás.

A partir de la identificación de las principales problemáticas que enfrenta el consumidor en México en la actualidad, como son la asimetría de la información, los altos costos de transacción y la débil capacidad institucional en la protección de los derechos del consumidor, el Programa Institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor, plantea los objetivos prioritarios, estrategias y acciones puntuales que la PROFECO implementará durante la presente administración, encaminadas a impulsar el empoderamiento del consumidor a nivel nacional; disminuir los costos de transacción a través de mecanismos que garanticen la protección efectiva de los derechos del consumidor para impulsar la confianza de los consumidores; y fortalecer la capacidad institucional para proteger a los consumidores sin dejar a nadie atrás.

5.1 Problemáticas relevantes

La asimetría de la información existente entre consumidores y proveedores, los altos costos de transacción para el ejercicio de los derechos del consumidor, y la débil capacidad institucional en la protección de los derechos del consumidor, son tres problemáticas que han inhibido la protección efectiva de los derechos del consumidor.

En las relaciones de consumo, durante el intercambio de bienes y/o servicios se presenta la **asimetría de la información existente entre consumidores y proveedores**. Los proveedores no dudan en utilizar una amplia variedad de recursos, tanto monetarios como publicitarios para vender y convencer a los consumidores de adquirir sus bienes y/o servicios, mientras que los consumidores generalmente quedan en desventaja al no contar con suficiente información ni asesoría para enfrentar las estrategias (campañas publicitarias) de los proveedores. Dicha asimetría afecta profundamente la toma de decisión de los consumidores, lo cual puede ocasionar una pérdida de bienestar.

El nivel educativo juega un papel determinante en la toma de decisiones adecuadas para la búsqueda de información y la capacidad de procesarla. La baja cultura de consumo responsable, provocada por el poco conocimiento de los consumidores sobre los derechos que establece la LFPC, y la calidad oculta y/o información incompleta de productos y servicios en nuevas formas de transacción como el comercio electrónico, son factores que alimentan la asimetría. Por ejemplo, la orientación al consumo de alimentos poco nutritivos que se llevan a la mesa, por falta de información suficiente, provoca un detrimento en la salud y bienestar de las familias mexicanas.

La educación y la información son herramientas esenciales para un abordaje gubernamental centrado en la garantía de los derechos para empoderar a todos los miembros de la sociedad, sin dejar a nadie fuera.

La PROFECO debe proteger a aquellos consumidores históricamente relegados. De acuerdo con la Encuesta Intercensal 2015 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)(1), a nivel nacional, la población de 15 años y más tiene en promedio 9.2 grados de escolaridad, el equivalente a la educación básica concluida. Esto, sumado a la escasa educación financiera y de economía, deriva en el desconocimiento del consumidor respecto de sus derechos y de cómo ejercerlos; así como en una mayor dificultad para diferenciar entre productos, servicios, marcas y calidad.

Las prácticas desleales y la opacidad de proveedores hacia el consumidor es otra de las causas relacionadas con la asimetría de información. Al respecto, la concentración de mercados se traduce en precios altos, poca diversidad de productos y mala calidad, lo que alimenta la poca transparencia de éstos para el consumidor. México ocupa la posición 88 de 141 países en la dimensión de concentración del poder de mercado, de acuerdo con el Reporte de competitividad Global(2) del Foro Económico Mundial 2019.

La forma de adquirir productos y servicios ha cambiado sustancialmente, las compras por Internet son un común denominador a la fecha. Lo anterior se refleja con cifras del INEGI sobre comercio electrónico en los crecimientos de este mercado, del 24.3% del 2017 al 2018, y un incremento en su participación del PIB en el periodo 2013-2017 del 3% al 4.5%, lo cual es reflejo de la penetración del Internet en la población. Según lo reportado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) mediante Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2019(3), para 2019 existían 80.6 millones de usuarios de este medio de comunicación en el país. Dicha modificación en el intercambio de bienes y/o servicios no permite al consumidor conocer de forma directa el producto, el servicio, o a la persona con la que está realizando su compra, generando así la posibilidad de un incremento de la asimetría de la información entre el consumidor y el proveedor.

Por otro lado, el aumento en la economía informal representa un gran reto en término de defensa del consumidor. Tan solo en 2018, de acuerdo con el INEGI, este mercado representó el 22.5% del total del PIB, lo cual implica que existe otro gran número de proveedores de productos, bienes y servicios que no otorgan los elementos necesarios para el ejercicio íntegro de los derechos de la población consumidora. Esto, dado que ofrecen productos a bajos precios, con la posibilidad de ser adquiridos de forma sencilla y de calidad cuestionable; toda vez que no cumplen con la normatividad que busca proteger la salud y la economía de la población.

Bajo este contexto, la exigibilidad de los derechos de los consumidores a través de información clara y pertinente es una manera de empoderar al consumidor, no como un actor cautivo a unas reglas de mercado utilitarias, sino como un sujeto de derechos, activo, propositivo y demandante: un ciudadano en toda la extensión de la palabra.

En el mercado actual los consumidores deben tomar decisiones de todo tipo, entre ellas las de qué comprar, dónde hacerlo y a qué precio; pero si dicho producto o servicio es defectuoso o no cumple con lo prometido por el proveedor, éstos deberán decidir si presentar o no una reclamación, una queja o una denuncia para ejercer sus derechos como consumidores.

La desigualdad es un factor determinante en la toma de decisión de las personas que menos tienen. La Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) 2018 del INEGI,(4) muestra que la disparidad de ingresos entre los hogares de mayor capacidad económica en contraste con los que tienen menos es aproximadamente ocho veces el ingreso de los últimos. En sus resultados se presentan las diferencias entre el ingreso diario más bajo, en promedio de \$43, y el más alto con \$778; así como de la disparidad del ingreso promedio en las localidades rurales (\$30,016) y las urbanas (\$55,495), lo que en la práctica se traduce en un factor determinante en la toma de decisión de las personas que menos tienen, que no cuentan con el tiempo, ni el dinero para destinarlos a algo distinto a su manutención.

De esta manera, los **altos costos de transacción para el ejercicio de los derechos del consumidor** propician una desprotección de los derechos de la población consumidora, ya que implican un cargo extraordinario para el consumidor al tener

que identificar la institución a la que debe acercarse y la instancia en la que debe ejercer sus derechos, así como decidir cuánto tiempo, esfuerzo y dinero está dispuesto a invertir para esta acción y cuál será su beneficio. Por este motivo, el nivel de ingreso se manifiesta como un determinante en la capacidad para ejercer estrategias de consumo.

Ante la ausencia de una eficiente intervención del Estado, el nivel de ingreso y la información privilegiada eran, en algunos sectores, la única garantía para poder acceder plenamente a los derechos como consumidor. En el periodo neoliberal, en resumen, muchos se quedaban atrás.

Por otra parte, la falta de confianza en las autoridades responsables de la protección al consumidor en los sexenios anteriores, tanto de los consumidores como de los proveedores, entre cuyas causas se encontraban tanto la corrupción institucional, como el "moche" y la extorsión que formaban parte de la práctica habitual de algunos servidores públicos, generó una sensación de impunidad en el consumidor.

En el Índice de Percepción de la Corrupción 2018(5) realizado por Transparencia Internacional, México fue calificado con 28/100 y se situó en el lugar 138 de 180 países que fueron parte de la encuesta. Dicha encuesta muestra la percepción que tienen expertos y personas de negocio sobre la corrupción de los países en el sector público. Esto revela un fallo de las pasadas administraciones en el control de acciones consideradas como corrupción, lo cual deterioró la relación de confianza de los consumidores y proveedores con el gobierno.

Muestra de ello es el comportamiento histórico del número de quejas recibidas en materia de servicios, que en el año 2014 se reportaron 133,562, disminuyendo a 93,112 en 2018, y, por ende, en las quejas atendidas en la misma materia, en el periodo 2014-2018 el porcentaje de conciliación también disminuyó, al pasar de 80% a 75%.

Por ende, los altos costos de transacción para el ejercicio de los derechos del consumidor son resultado, entre otras cosas, de fallas en esquemas de regulación, pérdida de confianza en las autoridades y altos costos de reclamar y bajos beneficios para el consumidor, entre otros factores; es por eso que la relación entre la sociedad y el Estado se encontraba fracturada, propiciando una desprotección de los derechos de la población consumidora.

Las Tecnologías de Información y Comunicación son necesarias para disminuir los costos de transacción, mismas que exigen requerimientos mínimos de calidad de los trámites y servicios que ofrece la Institución, sin embargo, cuando hay debilitamiento en la coordinación en el sistema encargado de la información con los procesos de Educación, Verificación y Vigilancia, se limita la correcta aplicación de la promoción y defensa de los derechos de los consumidores.

Esta administración tendrá como política la defensa de la confianza ciudadana, garantizando la tutela de los derechos de los consumidores cuando se violen, como se establece en el principio rector "Al margen de la ley, nada; por encima de la ley, nadie".

Otra problemática clave que vulnera la protección efectiva de los derechos de los consumidores es la **débil capacidad institucional en la protección de los derechos del consumidor**, que tiene fundamento en los grupos cerrados del neoliberalismo, que centraron su accionar en un Estado mecanizado y acotado al servicio de grupos empresariales de gran alcance con herramientas que orillaban al pueblo al sometimiento y pérdida ante los intereses primordiales de esos grandes entes privados.

Por otra parte, la fragilidad institucional que se origina por el atraso en la actualización de la normatividad, dejando de lado el acceso a mejoras prácticas desde el interior de la PROFECO, representa una parte esencial de la problemática que dificulta la defensoría de la confianza ciudadana y la efectividad de la protección de los derechos del consumidor a lo largo del país, impidiendo particularmente, el empoderamiento de la población vulnerable en situación de pobreza, en un país en el que de acuerdo al Consejo Nacional de Evaluación de la Política Social (CONEVAL), ésta constituye el 41,9% de la población.

La defensa y protección de los derechos e intereses colectivos a través de la figura jurídica de la acción colectiva en materia de consumo, es un mecanismo de acceso a la justicia al alcance de los consumidores, cuya falta de difusión ocasionada por la debilidad en la capacidad institucional de la PROFECO, origina una limitada participación ciudadana en el uso de esta herramienta jurídica, tan es así, que en administraciones pasadas, entre 2012 y 2018 sólo se promovieron dos demandas en promedio por año.

Según el Índice de Competitividad Global 2019(6), México se encuentra en el lugar 59 de 141 en el indicador "desempeño del sector público", lo cual ejemplifica la fragmentación y desactualización de sus instituciones, a lo cual no es ajena la PROFECO.

La actualización normativa es esencial para fortalecer la capacidad institucional; en 2019 se abrogaron el Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor de 2006 y el Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor de 2004; en 2020 se emite el Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor que abrogó el emitido en 2006. El importante proceso de fortalecer la Institución recae en un correcto diagnóstico de los procesos y controles de la Institución para dar atención a la ciudadanía a través de trámites y servicios, lo cual, conlleva la actualización de la normatividad interna relativa a la organización y a los procedimientos.

Por lo anterior, se plantea que una PROFECO fuerte es indispensable para llevar a cabo acciones orientadas a fomentar el cambio en el comportamiento comercial de los proveedores, que garanticen la protección efectiva de los derechos de los consumidores a lo largo y ancho del país, por lo que resulta indispensable impulsar la participación ciudadana, la sofisticación normativa, la realización de investigaciones y estudios técnico-científicos y el uso de herramientas tecnológicas que fortalezcan esa capacidad institucional que garantice no dejar a nadie atrás.

5.2 Principios Rectores

El cumplimiento de las estrategias y acciones del Programa está directamente relacionado con los siguientes principios rectores plasmados en el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024: *Honradez y honestidad; No al gobierno rico con pueblo pobre; Al margen de la ley, nada; por encima de la ley, nadie; Economía para el bienestar; El mercado no sustituye al Estado; Por el bien de todos, primero los pobres; No dejar a nadie atrás, no dejar a nadie fuera; Ética, libertad, confianza.*

En apego a dichos principios, la orientación estratégica de la PROFECO consiste fundamentalmente en empoderar al consumidor mediante la protección efectiva del ejercicio de sus derechos y la confianza ciudadana, promoviendo un consumo razonado, informado, sostenible, seguro y saludable, a fin de corregir injusticias del mercado, fortalecer el mercado interno y el bienestar de la población.

5.3 Contribución al Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024

El Programa Institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor, se alinea al Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 en el Eje 3 Economía. Las estrategias y acciones planteadas en este Programa contribuyen a fortalecer la competencia y el mercado interno, equilibrando las relaciones de consumo entre proveedores y consumidores, y empoderando a este último mediante la protección efectiva del ejercicio de sus derechos.

De igual forma, para contribuir al bienestar nacional y garantizar que nadie se quede atrás, se visualiza la creación de una cultura de consumo responsable, informado, sostenible, seguro y saludable, la modernización de la PROFECO como encargada de la protección del consumidor, la incorporación de nuevos métodos de atención y servicio a los ciudadanos, y el fortalecimiento de la presencia institucional y la certidumbre en los procesos.

5.4 Cambios Esperados

En el Programa se detallan acciones y políticas públicas que permitirán equilibrar las relaciones de consumo entre proveedores y consumidores, a través del empoderamiento de estos últimos, la protección efectiva de sus derechos y el fortalecimiento de la capacidad institucional para no dejar a nadie atrás.

En ese sentido, la PROFECO, en su papel de actor clave para recuperar la fortaleza del Estado como árbitro de los conflictos entre consumidores y proveedores de bienes y servicios de conformidad con la Ley Federal de Protección al Consumidor y como una pieza fundamental para ejercer la rectoría económica del Estado, contribuirá a la transformación de un México fuerte, garante de la soberanía, la estabilidad y el estado de derecho.

Con la coordinación de esfuerzos entre la PROFECO y su coordinadora de sector, se alcanzarán los cambios esperados, a través de estrategias prioritarias y acciones puntuales que se agrupan en tres objetivos prioritarios: 1. Impulsar el empoderamiento del consumidor a nivel nacional; 2. Disminuir los costos de transacción a través de mecanismos que garanticen la protección efectiva de los derechos del consumidor para impulsar la confianza de los consumidores; y 3. Fortalecer la capacidad institucional para proteger a los consumidores sin dejar a nadie atrás.

6.- Objetivos prioritarios

Los Objetivos prioritarios contenidos en el Programa Institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor, se alinean con lo establecido en el Eje 3. Economía del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, y a los objetivos prioritarios del Programa Sectorial de Economía 2020-2024.

Los Objetivos prioritarios derivan del análisis puntual de las problemáticas más relevantes para el desarrollo económico nacional, los cuales promoverán el desarrollo productivo e inclusivo, generando condiciones de certidumbre que estimulen la inversión, propiciando espacios para la colaboración público-privada encaminados a diseñar proyectos estratégicos de mediano y largo plazo.

En ese sentido, los **objetivos prioritarios del Programa** son:

Objetivos prioritarios del Programa Institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor
1.- Impulsar el empoderamiento del consumidor a nivel nacional.
2.- Disminuir los costos de transacción a través de mecanismos que garanticen la protección efectiva de los derechos del consumidor para impulsar la confianza de los consumidores.
3.- Fortalecer la capacidad institucional para proteger a los consumidores sin dejar a nadie atrás.

Vinculación del Programa Institucional 2020 2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor con el Programa Sectorial de Economía 2020 - 2024

Los objetivos prioritarios, del presente Programa se vinculan con los contenidos en el Programa Sectorial de Economía 2020 - 2024, dicha alineación se indica en la tabla que se muestra a continuación:

Objetivo Prioritario PIPFC	Objetivo Prioritario PROSECO
Objetivo prioritario 1.- Impulsar el empoderamiento del consumidor a nivel nacional.	Objetivo prioritario 2.- Impulsar la competencia en el mercado interno y la mejora regulatoria.
Objetivo prioritario 2.- Disminuir los costos de transacción a través de mecanismos que garanticen la protección efectiva de los derechos del consumidor para impulsar la confianza de los consumidores.	Objetivo prioritario 2.- Impulsar la competencia en el mercado interno y la mejora regulatoria.
Objetivo prioritario 3.- Fortalecer la capacidad	Objetivo prioritario 1.- Fomentar la innovación y el

institucional para proteger a los consumidores sin dejar a nadie atrás.

desarrollo económico de los sectores productivos.

Objetivo prioritario 2.- Impulsar la competencia en el mercado interno y la mejora regulatoria.

Vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Asimismo, los objetivos prioritarios del Programa Institucional 2020 - 2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor, contribuirán al cumplimiento de la Agenda 2030, auspiciada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) e integrada por 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, de los cuales el presente Programa se vincula a los siguientes objetivos y metas:

Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030	
Objetivo	Meta
2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible	Adoptar medidas para asegurar el buen funcionamiento de los mercados de productos básicos alimentarios y sus derivados y facilitar el acceso oportuno a información sobre los mercados, en particular sobre las reservas de alimentos, a fin de ayudar a limitar la extrema volatilidad de los precios de los alimentos
10. Reducir la desigualdad en y entre los países	Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de los resultados, en particular mediante la eliminación de las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y la promoción de leyes, políticas y medidas adecuadas a ese respecto
12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	Para 2030, velar por que las personas de todo el mundo tengan información y conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza

El Programa se vincula con el objetivo 2, en el entendido de que la PROFECO tiene el compromiso de facilitar el acceso a contenidos informativos y educativos en materia de consumo con lo que promueve un consumo razonado, informado, sostenible, seguro y saludable, a fin de corregir injusticias del mercado, fortalecer el mercado interno y propiciar el bienestar integral de la población y su entorno, impulsando una cultura de consumo sostenible, entendiendo por ello, que sea amigable en lo ecológico, viable en lo económico y equitativo en lo social.

Con relación a la alineación al objetivo 10, la PROFECO mediante estrategias y acciones puntuales encaminadas a empoderar al consumidor, pretende mejorar las herramientas de acceso a buenas prácticas de consumo, así como el uso de la educación y la información como mecanismos esenciales para un abordaje gubernamental centrado en la garantía de los derechos, que mantenga la presencia del Estado en esas decisiones de compra y con esto, garantizar la protección efectiva de los derechos del consumidor así como procurar relaciones de consumo sanas, sin dejar a nadie atrás, para contribuir a la reducción de la desigualdad en el país.

En lo relativo al objetivo 12 y su vinculación con el Programa, se da en cuanto a que la verificación y vigilancia, la educación y la información son herramientas esenciales para un abordaje gubernamental centrado en la garantía de los derechos para empoderar a los sectores más desprotegidos de la población, y garantiza la correcta aplicación de la promoción y defensa de los derechos de los consumidores. La PROFECO en la búsqueda de mejorar su eficiencia, tendrá como política la defensa de la confianza ciudadana, ampliando su cobertura nacional y haciendo uso de las tecnologías disponibles, garantizando la protección de los derechos de los consumidores cuando éstos sean violentados, como lo establece el principio rector "Al margen de la ley, nada; por encima de la ley, nadie", protegiendo al consumidor de información engañosa en productos básicos alimentarios y sus derivados, así como ante incrementos injustificados a precios por fenómenos naturales, meteorológicos o contingencias sanitarias.

6.1.- Relevancia del Objetivo prioritario 1: Impulsar el empoderamiento del consumidor a nivel nacional.

El bienestar del individuo está íntimamente relacionado con el consumo de productos de primera y segunda necesidad, desde el alimento, la comida y el vestir, hasta los viajes, los artículos electrónicos, etcétera. Para cubrir estas necesidades, el consumidor deberá acudir, casi siempre, al mercado, donde podrá encontrar una amplia gama de productos ofrecidos por otro número importante de proveedores.

En un entorno globalizado, contar con información para la mejor toma de decisiones de consumo ante los cambios que surgen en la vida nacional e internacional permite hacer frente a posibles injusticias por parte de proveedores de bienes y servicios. Por este motivo, la exigibilidad de los derechos de los consumidores a través de información clara y pertinente es un mecanismo de empoderar al consumidor, no como un actor cautivo a unas reglas de mercado utilitarias, sino como un sujeto de derechos, activo, propositivo y demandante: un ciudadano en toda la extensión de la palabra. La educación y la información son herramientas esenciales para un abordaje gubernamental centrado en la garantía de los derechos para empoderar a todos los sectores de la población, con énfasis en los sectores más desprotegidos.

Una problemática central en el bienestar de la población es la asimetría de información existente entre consumidores y proveedores, que se origina principalmente, entre otras causas, por los bajos niveles educativos en el país, ausencia de una

eficiente intervención del Estado, la economía informal, y la dinámica de mercados.

Baja cultura de consumo responsable

Un factor determinante en la baja cultura de consumo responsable por el desconocimiento de los derechos contenidos en la LFPC, está vinculado con el nivel educativo, esto, derivado de la búsqueda de información y la capacidad para procesarla para tomar decisiones adecuadas. Por lo tanto, en materia de consumo es esencial contar con los elementos informativos y educativos para la toma de mejores decisiones en pro del bienestar de los consumidores, que consoliden al consumidor como un participante activo en la transformación del país desde sus decisiones de consumo y que contribuyan a modificar los hábitos de consumo de las familias mexicanas con orientación al consumo nutritivo y de productos regionales que llevan a su mesa, para mejorar su bienestar y aportar al equilibrio de las relaciones de consumo.

Si bien el día de hoy el nivel de analfabetismo es el menor en toda la historia de México, los niveles educativos solamente llevan a la representación de la educación básica concluida con un promedio de 9.2 grados de escolaridad de acuerdo a la Encuesta Intercensal 2015 del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información (INEGI) a nivel nacional.

Existe escasa educación financiera y de economía en la población, lo cual repercute en el desconocimiento del consumidor respecto de derechos, cómo ejercerlos o cómo contar con las herramientas necesarias para diferenciar entre productos, servicios, marcas y calidad.

Ineficiente intervención del Estado

La intervención del Estado respecto a la información con la que cuentan los consumidores para tomar una decisión de consumo, los empodera. Por otra parte, una ineficiente intervención de parte del Estado, desencadena una disparidad de capacidades de los consumidores para ejercer estrategias de consumo, dependiendo de su poder adquisitivo, así como en una concentración de mercados que se traduce en precios altos, poca diversidad de productos y mala calidad.

La Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) 2018 del INEGI, muestra que la disparidad de ingresos entre los hogares de mayor capacidad económica en contraste con los que tienen menos es aproximadamente ocho veces el ingreso de los últimos. Al considerarse el ingreso como un determinante en la capacidad para ejercer estrategias de consumo: a mayor poder adquisitivo, el orden neoconservador garantizaba una mejor toma de decisiones. Ante la ausencia de una eficiente intervención del Estado, la información privilegiada era, en algunos sectores, la única garantía para poder acceder plenamente a los derechos como consumidor.

De acuerdo con la ENIGH, en los hogares de México se destina alrededor del 35% del gasto cotidiano en alimentos y bebidas, seguido de 20% en transporte y comunicaciones. De ahí la importancia de tutelar los derechos de los consumidores en estos rubros, en los que se presentan el mayor número de abusos por parte de los proveedores.

México ocupó la posición 91 de 140 países en la dimensión de concentración del poder de mercado, de acuerdo con el Reporte de competitividad Global del Foro Económico Mundial 2018. La concentración de mercados se traduce en precios altos y poca diversidad de productos. Lo anterior, puede facilitar prácticas desleales y opacidad de proveedores hacia el consumidor.

Aumento en la Economía informal

Dada la diferencia en los niveles de ingresos en los hogares, la economía informal se vuelve una opción de consumo para millones de personas, puesto que en este mercado se ofrecen productos a bajos precios, con la posibilidad de ser adquiridos de forma sencilla; sin embargo, de calidad cuestionable toda vez que no cumplen con la normatividad que busca proteger la salud y la economía de la población. La economía informal representa un gran reto en término de defensas del consumidor, tan solo en 2018, de acuerdo al INEGI, este mercado representó el 22.5% del total del PIB.

Por lo anterior, resulta necesario incrementar los contenidos educativos para la población a través de información que permita al consumidor conocer las diferencias y características que deben contener los productos con la finalidad de proteger su salud y su economía.

Calidad oculta y/o información incompleta de productos y servicios en nuevas formas de transacción como el comercio electrónico

La forma de adquirir productos y servicios ha cambiado sustancialmente, las compras por Internet son un común denominador a la fecha. El mercado electrónico, de acuerdo a las cifras reportadas por el INEGI sobre comercio electrónico, muestra los crecimientos de este mercado, del 24.3% del 2017 al 2018, y en un incremento en su participación del PIB en el periodo 2013-2017, del 3% al 4.5%, lo cual es reflejo de la penetración del Internet en la población: 80.6 millones de usuarios de este medio de comunicación según lo reportado por el IFT mediante la ENDUTIH 2019(7).

El comercio electrónico trae nuevos retos en cuanto a qué y cómo informar a la población consumidora sobre la protección de sus derechos en estas nuevas formas de transacción. Los proveedores, al ofrecer de manera impersonal los productos o servicios, infringiendo la ley, pueden ser tan transparentes u opacos como ellos consideren para obtener un beneficio, lo cual se convierte en un factor que alimenta la asimetría de información entre oferentes y demandantes. Por lo anterior, se hace indispensable la intervención del Estado para informar a la población consumidora, la manera como pueden defender sus derechos dentro del comercio electrónico a fin de realizar un consumo razonado.

En suma, la relevancia del objetivo "Impulsar el empoderamiento del consumidor a nivel nacional", está en desarrollar y difundir contenidos para la población y ayudarla a la toma de decisiones de todo tipo, qué comprar, dónde hacerlo y a qué precio, si es seguro, entre otras; y si es el caso, dónde y cómo presentar una queja o una denuncia para proteger sus derechos como consumidor. Lo cual será desarrollado a través de un conjunto de estrategias, que buscan informar, educar e impulsar la participación de la población con la finalidad de empoderar al consumidor ante injusticias del mercado mediante la protección y promoción de una cultura de confianza ciudadana y consumo responsable.

6.2.- Relevancia del Objetivo prioritario 2: Disminuir los costos de transacción a través de mecanismos que garanticen la protección efectiva de los derechos del consumidor para impulsar la confianza de los consumidores.

En aras de mejorar el bienestar de la población, el papel del Estado resulta de vital importancia como principal protector, promotor y garante de los derechos. La PROFECO, como entidad federal, tiene como prioridad hacer cumplir la Ley Federal de Protección al Consumidor; la cual tiene por objeto la promoción y protección de los derechos y cultura del consumidor, procurando equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Dicha protección debe ser lo más accesible en términos monetarios, de tiempo y de esfuerzo que el consumidor invierte. Es por esa razón que los altos costos de transacción para acceder a aquellos bienes y servicios ofrecidos por el Estado pueden desincentivar la participación activa de la población consumidora en el ejercicio de sus derechos.

El consumidor debe contar con las herramientas para la mejor toma de decisiones y el acceso a mecanismos que le permitan hacer frente a las injusticias del mercado y al abuso de los proveedores. Esto bajo la tutela de un Estado que vea por su bienestar, a través de la efectiva protección de sus derechos mediante la vigilancia de los proveedores, así como los distintos servicios ofertados que resulten en una eficiente atención de sus quejas y denuncias.

Una de las problemáticas identificadas para que el consumidor decida llevar a cabo acciones en pro de su bienestar son los **altos costos de transacción para el ejercicio de los derechos del consumidor** (tiempo, esfuerzo y dinero) como resultado de fallas en esquemas de regulación, pérdida de confianza en las autoridades y altos costos de reclamar y bajos beneficios para los consumidores; consecuencia de un rezago tecnológico, entre otros factores. Lo anterior, se ve reflejado en la pérdida de confianza del consumidor en las Instituciones, entre cuyas causas se encuentran la mal llamada "burocracia", y la corrupción institucional, la cual da una sensación de impunidad en el consumidor, quien le confía al Estado la resolución de su conflicto con el proveedor.

Altos costos de reclamar y bajos beneficios para los consumidores

Una de las evidencias contundentes que dejó el paso neoliberal fue la apertura de la brecha en la percepción de ingresos de la población. La ENIGH 2018 presenta en sus resultados las diferencias entre el ingreso diario más bajo en promedio de \$43 y el más alto con \$778; así como de la disparidad del ingreso promedio en las localidades rurales (\$30,016) y las urbanas (\$55,495).

La desigualdad mostrada, es un factor determinante en la toma de decisión de las personas que menos tienen, dado que en la práctica no cuentan con el tiempo, ni el dinero para destinarlos a algo distinto a su manutención. Es por esto que se busca tanto facilitar el acceso a los servicios ofertados por la PROFECO, así como su modernización.

Pérdida de confianza en las autoridades

Durante el periodo neoliberal, en el libre mercado se priorizaron los beneficios privados e individuales sobre los de la población en general; vulnerando los intereses y derechos de los consumidores, lo anterior bajo la escasa intervención del Estado. Es por esto que una de las tareas prioritarias que tiene la actual administración consiste en recuperar la confianza ciudadana en el papel interventor del Estado.

En el Índice de Percepción de la Corrupción 2019 realizado por Transparencia Internacional, México fue calificado con 29/100 y se situó en el lugar 130 de 180 países que fueron parte de la encuesta. Dicha encuesta muestra la percepción que tienen expertos y personas de negocio sobre la corrupción de los países en sector público. Esto revela un fallo de las pasadas administraciones en el control de acciones consideradas como corrupción, lo cual deterioró la relación de confianza de los consumidores y proveedores con el gobierno.

Al realizar mejoras en los procesos institucionales en los diversos niveles de atención, sea presencial o a distancia, se busca mostrar la fortaleza y confiabilidad de la PROFECO como interventora en la efectiva protección de los derechos del consumidor.

Fallas en esquemas de regulación

La eficiencia institucional resulta ser un punto medular para recuperar la confianza de los consumidores, quienes esperan que sus conflictos sean resueltos de forma correcta, pronta y expedita.

El rezago tecnológico, así como la burocratización de los trámites y servicios ofertados; son algunas de las causas por las cuales la eficiencia institucional se ve comprometida, lo cual no beneficia a la defensoría de los derechos del consumidor.

Las fallas en esquemas de regulación ocasionadas por la baja eficiencia institucional que deriva del rezago tecnológico, obstaculizan la resolución pronta y expedita de los conflictos entre proveedores y consumidores, lo que provoca que se eleven los costos de transacción.

El papel que desempeñan las Tecnologías para la mejora de la eficiencia institucional, resulta indispensable en dos vertientes. Por un lado, el objetivo del uso de las Tecnologías de Información y Comunicación será maximizar el alcance de la tutela del Estado y por otro, simplificar los trámites y servicios que ofrece la Institución.

Por lo que esta administración, en búsqueda de mejorar su eficiencia, tendrá como política la defensa de la confianza ciudadana, haciendo uso de las tecnologías disponibles, garantizando la protección de los derechos de los consumidores cuando estos sean violentados, como se establece en el principio rector "Al margen de la ley, nada; por encima de la ley, nadie".

Por estos motivos, la relevancia del Objetivo prioritario de "Disminuir los costos de transacción a través de mecanismos que garanticen la protección efectiva de los derechos del consumidor para impulsar la confianza de los consumidores", consiste en desarrollar mecanismos efectivos en la protección de los derechos del consumidor, lo cual implica una serie de estrategias que permitirán ofrecer servicios al consumidor para realizar el proceso de queja o denuncia, como son la mejora de trámites y servicios que ofrece la PROFECO, facilitar el acceso de los mismos a la población y fortalecer la vigilancia del mercado dentro de

la competencia de esta institución, haciendo uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Lo anterior con la finalidad de que le sea lo menos onerosa posible, en cuestión de tiempo y esfuerzo, a la población.

6.3.- Relevancia del Objetivo prioritario 3: Fortalecer la capacidad institucional para proteger a los consumidores sin dejar a nadie atrás.

El papel fundamental del Estado radica en ser el garante de la soberanía, la seguridad y la civilidad, árbitro de los conflictos así como en contar con instituciones rectoras e impulsoras del desarrollo, la justicia y el bienestar. Es el Estado quien debe ayudar a corregir distorsiones, desequilibrios, injusticias y aberraciones.

En ese contexto, la PROFECO como institución rectora, está encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Es así que, si bien toda transacción comercial supone algún tipo de acuerdo de voluntades en el cual una parte se obliga a entregar el bien o servicio que ha ofrecido y que otra parte requiere, la naturaleza jurídica implica que para establecer dentro del plano tangible la existencia y reconocimiento de los derechos, en este caso del consumidor, es necesaria su previsión en la ley; de modo que para los aspectos no contemplados en la legislación vigente, los actos que incurran en ellos no pueden ser considerados ilícitos, por lo que no puede recaer en éstos sanción alguna.

Por eso, la importancia de contar con una PROFECO fuerte y eficaz, con un marco regulatorio sólido, sin lagunas legales, que contemple las atribuciones y facultades necesarias para equilibrar las relaciones de consumo y garantizar la protección efectiva de los derechos del consumidor, en especial de los sectores más vulnerables de la población.

La consecuencia del fortalecimiento del mercado interno lo constituye la tutela gubernamental de los derechos de los consumidores, ya que todo proceso productivo y de servicios tiene como fin último la satisfacción de los consumidores. Por eso, el fortalecimiento del mercado interno estaría incompleto si no se aborda el tema de la protección al ciudadano que consume los bienes y servicios que se producen y comercializan en México.

En adición a lo anterior, es un compromiso cerrar las brechas que abrieron durante décadas los gobiernos neoliberales, y garantizar a la población el respeto de sus derechos como consumidores, lo que forma parte esencial del papel del Estado como garante de la vigencia del Estado de derecho, donde vela por el respeto de los derechos fundamentales de los ciudadanos y al mismo tiempo, se relaciona con su función de combatir la pobreza, procurar la igualdad de oportunidades y cuidar la sustentabilidad ambiental.

La ONU, a través de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, reconoce que los consumidores afrontan a menudo desequilibrios en cuanto a capacidad económica, nivel de educación y poder de negociación; y toma en cuenta que los consumidores deben tener el derecho de acceso a productos que no sean peligrosos, así como la importancia de promover un desarrollo económico y social justo, equitativo y sostenible y la protección del medio ambiente.

En este sentido, esta Conferencia emite las Directrices para la Protección del Consumidor, que persiguen los siguientes objetivos: a) Ayudar a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de consumidores; b) Facilitar modalidades de producción y distribución que respondan a las necesidades y los deseos de los consumidores; c) Alentar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios y de su distribución a los consumidores a que adopten estrictas normas éticas de conducta; d) Ayudar a los países a poner freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, a nivel nacional e internacional, que perjudiquen a los consumidores; e) Facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor; f) Fomentar la cooperación internacional en la esfera de la protección del consumidor; g) Promover el establecimiento de condiciones de mercado que den a los consumidores una mayor selección a precios más bajos; y, h) Promover un consumo sostenible.

De esta manera, se identifican como causas asociadas a la problemática de la débil capacidad institucional en la protección de los derechos del consumidor, lo siguiente: a) Marco regulatorio deficiente; b) Falta de difusión y limitada participación ciudadana en el mecanismo de actuación colectiva en materia de consumo; c) Bajos niveles de coordinación con instituciones avocadas a la protección del consumidor.

Marco regulatorio deficiente

Un marco normativo sólido y acorde a la realidad actual, brinda a la PROFECO las atribuciones y facultades necesarias para actuar con una visión transformadora en defensa de la población consumidora.

Tanto la Ley Federal de Protección al Consumidor y su Reglamento, como el Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, su Estatuto Orgánico y la normatividad interna, deben estar orientados a resolver los problemas que exige la dinámica social actual y garantizar el equilibrio en las relaciones de consumo.

Falta de difusión y limitada participación ciudadana en el mecanismo de actuación colectiva en materia de consumo

Difundir la actuación colectiva y la participación ciudadana para generar un entorno de confianza entre proveedores, consumidores y la Administración Pública Federal, basado en el cumplimiento permanente de las obligaciones regulatorias es indispensable para fortalecer la capacidad institucional de la PROFECO.

Asimismo, brindar capacitación en materia de información comercial y prácticas pro consumidor a proveedores, entre ellos micro, pequeños y medianos empresarios, aportará al ejercicio de la protección efectiva de los derechos del consumidor.

Bajos niveles de coordinación con instituciones avocadas a la protección del consumidor

La coordinación, colaboración y cooperación con agentes estratégicos que colaboran en la protección de los derechos del consumidor, es esencial para asegurar el equilibrio en las relaciones de consumo y fortalecer las capacidades institucionales ampliando la esfera de actuación.

También lo es, la vinculación con instituciones públicas de todos los niveles de gobierno, con instituciones privadas orientadas a la protección de los derechos de los consumidores y con los mismos proveedores que aportan esfuerzos a través de prácticas pro consumidor.

En este contexto, la relevancia del Objetivo prioritario "Fortalecer la capacidad institucional para proteger a los consumidores sin dejar a nadie atrás", radica en adecuar el marco normativo y regulatorio de la PROFECO a la realidad actual, a fin de equilibrar las relaciones de consumo y garantizar una protección efectiva de los derechos del consumidor, mediante un conjunto de estrategias, mismas que fortalecerán el actuar institucional, las competencias y la especialización del capital humano, e impulsarán la vinculación público privada para garantizar ese equilibrio, todo ello con el fin de fortalecer el mercado interno.

No dejar a nadie atrás, no dejar a nadie fuera

La PROFECO pugna por el equilibrio de las relaciones de consumo, por tanto, en esa materia busca poner en un mismo plano a aquellos grupos históricamente relegados que han vivido situaciones históricas de exclusión o trato desventajoso inmerecido por su condición, situación social, económica o cultural, como son los pueblos indígenas, la comunidad afroamericana, personas con discapacidad, personas mayores, niñas, niños, adolescentes, personas discriminadas por su orientación sexual e identidad de género y migrantes, entre otros.

Todos estos grupos han vivido prácticas, políticas y contextos de desventaja y desigualdad de tratamiento, debido a los prejuicios y creencias negativas que existen en su contra en forma sistemática, por eso, el Estado debe perseguir asegurar su bienestar.

En ese sentido, la PROFECO como encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores, fortalecerá su capacidad institucional para no dejar a nadie atrás y asegurar la protección a los consumidores de todos los estratos sociales, con énfasis en la población más vulnerable.

7.- Estrategias prioritarias y Acciones puntuales

Los tres objetivos prioritarios planteados en el Programa Institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor se desdoblán en una serie de estrategias, las cuales son implementadas mediante acciones puntuales.

Estas acciones puntuales son actividades que realizarán las áreas responsables de la PROFECO para el cumplimiento de las estrategias, lo cual se habrá de traducir en el cumplimiento de los objetivos prioritarios y contribuirá al logro de los objetivos y fines plasmados en el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 y en el Programa Sectorial de Economía 2020-2024.

Objetivo prioritario 1.- Impulsar el empoderamiento del consumidor a nivel nacional.

Estrategia prioritaria 1.1.- Difundir artículos informativos y educativos que faciliten la toma de decisión para el consumo razonado, informado, sostenible, seguro y saludable, sin distinción alguna.

Acción puntual
1.1.1.- Elaborar y difundir, a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas, material educativo para los diferentes niveles escolares en el país.
1.1.2.- Elaborar y difundir, a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas, material informativo sobre consumo razonado, informado, sostenible, seguro y saludable.
1.1.3.- Difundir, a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas, contenidos informativos y educativos acordes a temporadas de alto consumo.
1.1.4.- Difundir, a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas, los estudios de los productos y bienes que se ofrecen en el mercado, realizados por el LNPC.
1.1.5.- Difundir de manera mensual los trámites y servicios con los que cuenta la PROFECO, a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas.
1.1.6.- Divulgar, durante la administración actual, los derechos del consumidor en lenguas indígenas, a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas para no dejar a nadie atrás.
1.1.7.- Elaborar y difundir, a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas, material educativo para promover el consumo de alimentos saludables.

Estrategia prioritaria 1.2.- Impulsar la participación ciudadana en la protección de los derechos de los consumidores para fomentar el actuar de la población.

Acción puntual
1.2.1.- Promover, durante la presente administración, el uso de la figura de las acciones colectivas a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas a nivel nacional.
1.2.2.- Desarrollar la Red Nacional de Consejos Consultivos de Consumo.
1.2.3.- Implementar y difundir la campaña "El mejor verificador es el consumidor", a través de los diversos medios informativos.

1.2.4.- Fortalecer el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP), mediante la proposición, difusión y aplicación de la normatividad para organizarlo y operarlo, a fin de brindar atención a las denuncias de los consumidores de manera eficiente para proteger su derecho a la privacidad.
1.2.5.- Difundir, a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas, información actualizada de temas de consumo entre las Organizaciones de la Sociedad Civil y Asociaciones de Consumidores a nivel nacional.
1.2.6.- Fomentar, a través de proyectos, la creación de grupos de consumidores a nivel nacional.
1.2.7.- Fortalecer, a través de la observancia de las disposiciones jurídicas aplicables, los procesos del Registro Público de Contratos de Adhesión, a fin de prevenir posibles vulneraciones a los derechos de los consumidores en sus relaciones comerciales.
1.2.8.- Fortalecer el Registro Público de Casas de Empeño, mediante la proposición, difusión y aplicación de la normatividad para organizarlo y operarlo, a fin de garantizar que los proveedores respeten los derechos de los consumidores que contratan los servicios de mutuo con interés y garantía prendaria.

Estrategia prioritaria 1.3.- Desarrollar contenidos informativos innovadores, a través de medios tradicionales y de las nuevas plataformas de comunicación para ampliar el alcance de la Institución.

Acción puntual
1.3.1.- Realizar contenidos para su difusión en las distintas plataformas con las que cuenta la Institución.
1.3.2.- Producir y difundir a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas, contenidos educativos que aborden las nuevas tendencias del consumo y la economía circular.
1.3.3.- Desarrollar a través de las nuevas plataformas, mecanismos innovadores de presentar los programas "Quién es Quién".
1.3.4.- Impulsar la difusión, a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas, de tecnologías domésticas que aborden las necesidades del consumidor.
1.3.5.- Administrar las aplicaciones tecnológicas para difundir información sobre consumo.
1.3.6.- Impulsar la difusión del Dictamen a que se refiere el Artículo 114 de la LFPC dentro del procedimiento conciliatorio, facilitando contenidos en diferentes plataformas.
1.3.7.- Difundir e impulsar, a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas, el arbitraje dentro de la etapa conciliatoria como un procedimiento flexible e imparcial para la solución de controversias entre consumidores y proveedores.

Estrategia prioritaria 1.4.- Promover la realización de convenios y/o eventos en materia de contenidos para impulsar la educación para el consumo.

Acción puntual
1.4.1.- Promover la realización de convenios en materia de contenidos con centros educativos para impulsar la educación para el consumo.
1.4.2.- Desarrollar contenidos de educación para el consumo mediante convenios de colaboración con centros educativos del sector público y privado.
1.4.3.- Dar seguimiento a los convenios de colaboración para impulsar la educación para el consumo.
1.4.4.- Promover la realización de ferias del consumidor para impulsar la educación para el consumo en los principales municipios del país.
1.4.5.- Coordinar la realización de Foros en materia de consumo.

Objetivo prioritario 2.- Disminuir los costos de transacción a través de mecanismos que garanticen la protección efectiva de los derechos del consumidor para impulsar la confianza de los consumidores.

Estrategia prioritaria 2.1.- Atender de forma efectiva las quejas y denuncias del consumidor a través de la vía tecnológica para mejorar los servicios ofrecidos a la población.

Acción puntual
2.1.1.- Promover la celebración de convenios de colaboración con proveedores en territorio nacional, para sustanciar el procedimiento conciliatorio a través de la plataforma electrónica denominada CONCILIANET.
2.1.2.- Modernizar las herramientas electrónicas de atención a los consumidores, como CONCILIANET y las contenidas en redes sociales, para generar un uso amigable de las plataformas.
2.1.3.- Promover la celebración de convenios de colaboración con proveedores en territorio nacional para la notificación electrónica en materia de servicios.

2.1.4.- Fortalecer la difusión de los Derechos del Consumidor en el Comercio Electrónico, para propiciar una adecuada prevención y protección en las transacciones electrónicas.
2.1.5.- Desarrollar e implementar el programa "Distintivo Digital PROFECO".
2.1.6.- Simplificar la firma de las actuaciones que se llevan a cabo en CONCILIANET, a través de la implementación de la firma electrónica.
2.1.7.- Promover, a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas, la conciliación exprés y los acuerdos telefónicos inmediatos a nivel nacional.
2.1.8.- Promover la presentación de denuncias de los consumidores a través de correo electrónico, Internet y redes sociales.

Estrategia prioritaria 2.2.- Realizar análisis de información y publicidad de productos y servicios ofertados, con la finalidad de proteger el bienestar de los consumidores.

Acción puntual
2.2.1.- Realizar verificaciones de comportamiento comercial (precios, tarifas, promociones u ofertas, entre otros), con énfasis en temporadas de alto consumo.
2.2.2.- Realizar verificaciones y acciones de vigilancia para corroborar el cumplimiento de las Normas Oficiales Mexicanas (etiquetado, entre otros), con énfasis en temporadas de alto consumo.
2.2.3.- Realizar verificaciones de instrumentos de medición que sirven de base en transacciones comerciales, con énfasis en temporadas de alto consumo.
2.2.4.- Colaborar con organismos nacionales para impulsar la realización de análisis de información y publicidad.
2.2.5.- Realizar monitoreos sobre el contenido de la publicidad e información relativa a bienes, productos y servicios que se difunda por cualquier medio.
2.2.6.- Realizar monitoreos de tiendas virtuales (comercio electrónico).

Estrategia prioritaria 2.3.- Vigilar el mercado de combustibles (gas y gasolina) para beneficiar a los consumidores.

Acción puntual
2.3.1.- Llevar a cabo campañas de vigilancia del expendio al público de gasolina, diésel y gas licuado de petróleo.
2.3.2.- Atender denuncias en materia de combustibles en el territorio nacional.
2.3.3.- Reforzar las acciones de verificación sobre los proveedores que no han brindado las facilidades para el desahogo de las diligencias por medio de la coordinación con otras instituciones del Gobierno Federal.
2.3.4.- Fomentar la cultura de denuncias en materia de combustibles a través de la aplicación "Litro por Litro" y otras herramientas digitales.

Estrategia prioritaria 2.4.- Facilitar el acceso a los servicios que ofrece la PROFECO a lo largo del territorio nacional para impulsar la confianza de los consumidores.

Acción puntual
2.4.1.- Agilizar la atención de quejas en el territorio nacional.
2.4.2.- Agilizar la atención de denuncias en el territorio nacional.
2.4.3.- Instalar, en temporadas y zonas de alto consumo, los módulos de información y atención al consumidor.
2.4.4.- Implementar el programa "Báscula itinerante" en centros de abasto y mercados públicos con mayor afluencia en el país.
2.4.5.- Impulsar las mejores prácticas existentes respecto al cumplimiento de los derechos de accesibilidad en materia de telecomunicaciones de los grupos vulnerables.
2.4.6.- Promover, a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas, el Teléfono del Consumidor como instrumento de información para el acceso a los servicios de la PROFECO.
2.4.7.- Efectuar "Jornadas para el consumidor" en localidades con alta concentración poblacional.

Objetivo prioritario 3.- Fortalecer la capacidad institucional para proteger a los consumidores sin dejar a nadie atrás.

Estrategia prioritaria 3.1.- Transitar de una política de verificación a una de protección efectiva del derecho de los consumidores y confianza ciudadana, sin distinción alguna.

Acción puntual

3.1.1.- Transformar la Subprocuraduría de Verificación en la Subprocuraduría de Verificación y Defensa de la Confianza para proteger a los que menos tienen.
3.1.2.- Elaborar propuesta de cambio en el Reglamento de la PROFECO y en su Estatuto Orgánico para implementar la Subprocuraduría de Verificación y Defensa de la Confianza.
3.1.3.- Fortalecer la figura de los Verificadores como defensores de la confianza mediante la capacitación continua.
3.1.4.- Impulsar las acciones de vigilancia como medio preventivo previo a la verificación en las entidades federativas del país.

Estrategia prioritaria 3.2.- Actualizar la normatividad institucional para beneficio de la población consumidora.

Acción puntual
3.2.1.- Formular propuestas de actualización a la LFPC para dar atención a las necesidades de la población consumidora.
3.2.2.- Elaborar las propuestas de actualización al Reglamento de la PROFECO a partir de las actualizaciones a la LFPC.
3.2.3.- Elaborar la propuesta de actualización al Estatuto Orgánico de la PROFECO.
3.2.4.- Mejorar los trámites y servicios en el marco del Programa de Mejora Regulatoria para facilitar el acceso de la población a los mismos.

Estrategia prioritaria 3.3.- Fortalecer al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor para ampliar la diversidad de estudios y análisis en salvaguarda de los derechos del consumidor.

Acción puntual
3.3.1.- Capacitar mediante talleres y reuniones al personal del LNPC para el análisis de productos regulados.
3.3.2.- Revisar el procedimiento para realizar análisis a productos objeto de un acto de verificación para hacer eficientes los mecanismos de toma de muestras.
3.3.3.- Generar instructivos para que las muestras que se tomen como parte de actos de verificación cumplan con los requisitos para su análisis.
3.3.4.- Analizar los productos y bienes que se ofrecen en el mercado mediante los estudios que se realizan en el LNPC.

Estrategia prioritaria 3.4.- Optimizar los recursos de la PROFECO para la eficiente defensa de los derechos de los consumidores.

Acción puntual
3.4.1.- Reorganizar la distribución de espacios físicos para la atención de los consumidores.
3.4.2.- Garantizar el adecuado uso de los recursos materiales de la PROFECO mediante la observancia de la normatividad, para su eficiente utilización en la defensa de los derechos de los consumidores.
3.4.3.- Ejecutar programas de mantenimiento de la infraestructura institucional.
3.4.4.- Garantizar el eficiente uso de los recursos financieros de la PROFECO mediante la observancia de la normatividad, para su eficiente utilización en la defensa de los derechos de los consumidores.
3.4.5.- Fortalecer el Sistema Integral de Información y Procesos mediante la actualización del software.

Estrategia prioritaria 3.5.- Generar alianzas con micro, pequeños y medianos empresarios para disminuir la vulneración a los derechos del consumidor.

Acción puntual
3.5.1.- Capacitar a proveedores sobre temas de cumplimiento de obligaciones contenidas en las Normas Oficiales Mexicanas, a través de reuniones o talleres presenciales o a distancia.
3.5.2.- Asesorar, por medio de los medios tradicionales o las nuevas plataformas, a proveedores en materia de información comercial.
3.5.3.- Difundir, a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas, el procedimiento de análisis de información comercial para que los proveedores cumplan con las disposiciones jurídicas que sus productos o servicios deban contener.
3.5.4.- Difundir, a través de los medios tradicionales y las nuevas plataformas, el trámite de ajuste por calibración.

Estrategia prioritaria 3.6.- Inhibir prácticas desleales de proveedores a través del correcto cobro de multas para la protección de los consumidores.

Acción puntual

3.6.1.- Informar y orientar, mediante vía telefónica, presencial y/o por buzón tributario a proveedores sobre las opciones de pago que tienen para solventar sus adeudos.

3.6.2.- Impulsar la página web de PROFECO-PAE para concientizar a los proveedores de las acciones de cobro que la PROFECO efectúa.

3.6.3.- Conciliar, con las áreas que imponen multas, el llenado de los datos que permitan realizar la recaudación de manera más puntual.

3.6.4.- Reforzar las acciones de cobro de créditos fiscales a través de medios electrónicos y, de ser el caso, la ejecución del procedimiento administrativo de ejecución.

8.- Metas para el bienestar y Parámetros

Con la finalidad de dar seguimiento al desempeño de las actividades plasmadas en cada uno de los tres Objetivos Prioritarios del Programa Institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor, se han diseñado tres Metas para el Bienestar (una para cada Objetivo Prioritario) y seis Parámetros (dos para cada Objetivo Prioritario). Dichas Metas para el Bienestar y Parámetros permitirán conocer de manera oportuna y eficiente los avances en el quehacer de la PROFECO.

Las Metas para el Bienestar cuentan con valores objetivo expresados en forma numérica, mientras que los Parámetros podrán ser referentes de la tendencia que tiene la medición de interés cada que se calcula, es decir, sirven para saber si el desempeño institucional es acorde con lo esperado a partir de los referentes

establecidos.

A continuación, se presentan las fichas de las metas para el bienestar, seguido por las fichas de los Parámetros de cada Objetivo Prioritario.

Meta para el bienestar del Objetivo 1

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO						
Nombre	Percepción del consumidor en la utilidad de los servicios y productos informativos proporcionados por la PROFECO					
Objetivo prioritario	Impulsar el empoderamiento del consumidor a nivel nacional.					
Definición o descripción	La PROFECO realiza una encuesta digital abierta a todo público a nivel nacional. El objetivo consiste en conocer la percepción que se tiene sobre los servicios y productos institucionales ofrecidos, tales como la Revista del consumidor, programas en radio y televisión, entre otros. El indicador se obtiene con la respuesta de las personas de 18 años o más de edad, sobre la utilidad de cada uno de los servicios y productos informativos. De esta manera, el empoderamiento se relaciona de manera proporcional a la percepción de utilidad en la información y servicios ofrecidos por la PROFECO.					
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual			
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Periódico			
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	enero-diciembre			
Dimensión	Eficiencia	Disponibilidad de la información	Enero			
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Coordinación General de Educación y Divulgación			
Método de cálculo	(Personas encuestadas que le han sido útil al menos dos de los servicios o productos informativos proporcionados por la PROFECO / Total de personas encuestadas) X 100					
Observaciones						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE						
La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2018 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.						
Nombre variable 1	Personas encuestadas que le han sido útil al menos dos de los servicios e información proporcionados por la PROFECO	Valor variable 1	410	Fuente de información variable 1	Coordinación General de Educación y Divulgación https://www.gob.mx/profeco/documentos/encuestas-y-sondeos-34675	
Nombre variable 2	Total de personas encuestadas	Valor variable 2	862	Fuente de información variable 2	Coordinación General de Educación y Divulgación https://www.gob.mx/profeco/documentos/encuestas-y-sondeos-34675	
Sustitución en método de cálculo	(410 / 862) X 100					
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
Línea base			Nota sobre la Línea base			
Valor	47.56		Se han observado valores cercanos a la meta en ediciones previas de la encuesta sobre los servicios. Resultado obtenido de la edición más reciente de la Encuesta sobre los servicios. El valor fue ajustado para el ejercicio 2017.			
Año	2018					
Meta 2024						
50						
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO						
Se deberán registrar los valores acorde a la frecuencia de medición de la Meta para el bienestar o Parámetro. Pude registrar NA (No aplica) y ND (No disponible) cuando corresponda.						
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
NA	NA	NA	53.77	31.87	47.07	47.56

METAS

Sólo aplica para Metas para el bienestar.

Puede registrar NA cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.

2020	2021	2022	2023	2024
45	47	48	49	50

Parámetro 1 del Objetivo 1

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO			
Nombre	Promedio de interacciones positivas por productos informativos y/o educativos de la PROFECO en medios digitales		
Objetivo prioritario	Impulsar el empoderamiento del consumidor a nivel nacional.		
Definición o descripción	Busca medir la utilidad de la publicación de productos informativos y/o educativos de la PROFECO en medios digitales; contabilizando las interacciones positivas como: compartir, me gusta, retwit, visualización de duración total del audiovisual, comentarios positivos y agradecimientos, de acuerdo a la plataforma utilizada.		
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Acumulado
Unidad de medida	Promedio	Periodo de recolección de los datos	enero-diciembre
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	Enero
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Coordinación General de Educación y Divulgación
Método de cálculo	(Interacciones positivas en los productos informativos y/o educativos en medios digitales en el periodo / Total de productos informativos y/o educativos en medios digitales en el periodo)		
Observaciones	No se cuenta con valores históricos a 2018, al ser un indicador de nueva creación		

APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE

La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2018 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.

Nombre variable 1	Interacciones positivas en los productos informativos y/o educativos en medios digitales en el periodo	Valor variable 1	N/D	Fuente de información variable 1	Coordinación General de Educación y Divulgación https://www.gob.mx/profeco	
Nombre variable 2	Total de productos informativos y/o educativos en medios digitales en el periodo	Valor variable 2	N/D	Fuente de información variable 2	Coordinación General de Educación y Divulgación https://www.gob.mx/profeco	
Sustitución en método de cálculo	N/D					
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
Línea base			Nota sobre la Línea base			
Valor	0		Como se trata de un indicador de reciente creación, aún no se cuenta con valores a reportar, por lo cual, se establece cero como línea base.			
Año	2019					
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO						
Se deberán registrar los valores acorde a la frecuencia de medición de la Meta para el bienestar o Parámetro. Puede registrar NA (No aplica) y ND (No disponible) cuando corresponda.						
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

Parámetro 2 del Objetivo 1

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO					
Nombre	Porcentaje de resolución de quejas en favor de los derechos del consumidor				
Objetivo prioritario	Impulsar el empoderamiento del consumidor a nivel nacional.				
Definición o descripción	El indicador mide el porcentaje de quejas presentadas por la población consumidora que son resueltas a su favor. Esta medición busca reflejar el empoderamiento de los consumidores a través del ejercicio de sus derechos.				
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual		
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Acumulado		
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	enero-diciembre		
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	Enero		
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Subprocuraduría de Servicios y Subprocuraduría de Telecomunicaciones		
Método de cálculo	(Total de quejas conciliadas mediante el procedimiento conciliatorio / Total de quejas concluidas mediante del procedimiento conciliatorio) X 100				
Observaciones					
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE					
La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2018 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.					
Nombre variable 1	Total de quejas conciliadas mediante el procedimiento conciliatorio	Valor variable 1	54,728	Fuente de información variable 1	Subprocuraduría de Servicios Subprocuraduría de Telecomunicaciones https://www.gob.mx/profeco
Nombre variable 2	Total de quejas concluidas mediante del procedimiento conciliatorio	Valor variable 2	67,611	Fuente de información variable 2	Subprocuraduría de Servicios Subprocuraduría de Telecomunicaciones https://www.gob.mx/profeco

Sustitución en método de cálculo	(54,728) / (67,611) X 100					
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
Línea base			Nota sobre la Línea base			
Valor	80.95					
Año	2018					
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO						
Se deberán registrar los valores acorde a la frecuencia de medición de la Meta para el bienestar o Parámetro. Puede registrar NA (No aplica) y ND (No disponible) cuando corresponda.						
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
NA	80.89	79.87	79.42	80.44	78.13	80.95

Meta para el Bienestar del Objetivo 2

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO	
Nombre	Porcentaje de efectividad en la defensa de los derechos de los consumidores

Objetivo prioritario	Disminuir los costos de transacción a través de mecanismos que garanticen la protección efectiva de los derechos del consumidor para impulsar la confianza de los consumidores		
Definición o descripción	El indicador mide el porcentaje de monto que se logra recuperar a favor de la población consumidora en cuatro vertientes, tres de ellas mediante los siguientes procedimientos: 1) proceso conciliatorio entre consumidor y proveedor, 2) sanciones económicas resultado de una infracción a la ley por parte de los proveedores, 3) resolución arbitral a favor del consumidor y la cuarta se refiere a acciones colectivas con resarcimientos a favor de grupos de personas consumidoras.		
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Periódico
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	enero-diciembre
Dimensión	Eficiencia	Disponibilidad de la información	Febrero
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Subprocuraduría de Servicios, Subprocuraduría de Telecomunicaciones y Subprocuraduría Jurídica
Método de cálculo	(Monto recuperado en los procedimientos conciliatorio, por infracciones a la ley, arbitral y de acciones colectivas concluidos en el periodo/ Monto reclamado en los procedimientos conciliatorio, por infracciones a la ley, arbitral y de acciones colectivas concluidos en el periodo) X 100		
Observaciones			

APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE						
La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2018 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.						
Nombre variable 1	Monto recuperado en los procedimientos conciliatorio, por infracciones a la ley, arbitral y de acciones colectivas concluidos en el periodo	Valor variable 1	851	Fuente de información variable 1	Secretaría de Hacienda y Crédito Público https://nptp.hacienda.gob.mx/programas/jsp/programas/fichaPrograma.jsp?id=10E005	
Nombre variable 2	Monto reclamado en los procedimientos conciliatorio, por infracciones a la ley, arbitral y de acciones colectivas concluidos en el periodo	Valor variable 2	1,062	Fuente de información variable 2	Secretaría de Hacienda y Crédito Público https://nptp.hacienda.gob.mx/programas/jsp/programas/fichaPrograma.jsp?id=10E005	
Sustitución en método de cálculo	(851/1062) X 100					
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
Línea base			Nota sobre la Línea base			
Valor	80					
Año	2017					
Meta 2024						
86						
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO						
Se deberán registrar los valores acorde a la frecuencia de medición de la Meta para el bienestar o Parámetro. Puede registrar NA (No aplica) y ND (No disponible) cuando corresponda.						
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
87.09	85	81	88	89	80.16	100.09
METAS						
Sólo aplica para Metas para el bienestar. Puede registrar NA cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.						
2020	2021	2022	2023	2024		
84	84	85	85	86		

Parámetro 1 del Objetivo 2

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO	
Nombre	Percepción del consumidor en la disminución de costos de transacción
Objetivo prioritario	Disminuir los costos de transacción a través de mecanismos que garanticen la protección efectiva de los derechos del consumidor para impulsar la confianza de los consumidores.

Definición o descripción	La PROFECO realiza una encuesta digital abierta a todo público a nivel nacional. El objetivo consiste en conocer el efecto que tienen los servicios y productos institucionales ofrecidos a distancia, tales como el Teléfono del Consumidor, redes sociales, CONCILIANET y CONCILIAEXPRES, así como encuestas de satisfacción de los servicios referidos. El indicador se obtiene con la respuesta de las personas de 18 años de edad y más que participan y que responden a la pregunta de si consideran que sus costos de transacción han disminuido debido a los medios electrónicos con los que cuenta la PROFECO. De esta manera, la reducción de costos de transacción se relaciona de manera proporcional a la percepción de confianza en la información y servicios ofrecidos por la PROFECO.		
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Acumulado
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	enero-diciembre
Dimensión	Calidad	Disponibilidad de la información	Enero
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Coordinación General de Educación y Divulgación
Método de cálculo	(Personas encuestadas que consideran que sus costos de transacción han disminuido debido al uso de medios electrónicos con los que cuenta la Institución y que confían en la PROFECO / Total de personas encuestadas) X 100		
Observaciones	Como se trata de un indicador de reciente creación, aún no se cuenta con valores a reportar.		

APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE						
La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2018 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.						
Nombre variable 1	Personas encuestadas que consideran que sus costos de transacción han disminuido debido al uso de medios electrónicos con los que cuenta la Institución y que confían en la PROFECO	Valor variable 1	ND	Fuente de información variable 1	Coordinación General de Educación y Divulgación https://www.gob.mx/profeco/documentos/encuestas-y-sondeos-34675	
Nombre variable 2	Total de personas encuestadas	Valor variable 2	ND	Fuente de información variable 2	Coordinación General de Educación y Divulgación https://www.gob.mx/profeco/documentos/encuestas-y-sondeos-34675	
Sustitución en método de cálculo						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
Línea base			Nota sobre la Línea base			
Valor	0		Como se trata de un indicador de reciente creación, aún no se cuenta con valores a reportar, por lo cual, se establece cero como línea base.			
Año	2019					
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO						
Se deberán registrar los valores acorde a la frecuencia de medición de la Meta para el bienestar o Parámetro. Pude registrar NA (No aplica) y ND (No disponible) cuando corresponda.						
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

Parámetro 2 del Objetivo 2

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO	
Nombre	Días promedio para que una persona cuente con una resolución de su queja a través de CONCILIAEXPRES y Acuerdos Telefónicos inmediatos
Objetivo prioritario	Disminuir los costos de transacción a través de mecanismos que garanticen la protección efectiva de los derechos del consumidor para impulsar la confianza de los consumidores
Definición o descripción	La PROFECO realiza acuerdos con Proveedores para participar en medios alternativos en la atención de quejas (CONCILIAEXPRES y Acuerdos Telefónicos inmediatos), lo cual permite al consumidor no asistir a una oficina para presentar su controversia y tener respuesta

	en un menor tiempo que a través de los medios tradicionales o el mismo CONCILIANET. El indicador mide los días promedio en que la queja del consumidor cuenta con una resolución a través de los medios alternativos de atención.		
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Periódico
Unidad de medida	Promedio	Periodo de recolección de los datos	enero-diciembre
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	Enero
Tendencia esperada	Descendente	Unidad responsable de reportar el avance	Subprocuraduría de Servicios y Subprocuraduría de Telecomunicaciones
Método de cálculo	Total de días en los que se concluyeron todas las quejas recibidas mediante medios alternativos [CONCILIAEXPRÉS y Acuerdos Telefónicos Inmediatos] en el periodo/ Total quejas concluidas a través de medios alternativos de atención [CONCILIAEXPRÉS y Acuerdos Telefónicos Inmediatos] en el periodo		
Observaciones			

APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE						
La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2018 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.						
Nombre variable 1	Total de días para concluir quejas mediante medios alternativos de atención [CONCILIAEXPRÉS y Acuerdos Telefónicos Inmediatos] en el periodo	Valor variable 1	63,949	Fuente de información variable 1	Subprocuraduría de Servicios Subprocuraduría de Telecomunicaciones https://www.gob.mx/profeco	
Nombre variable 2	Total quejas concluidas a través de medios alternativos de atención [CONCILIAEXPRÉS y Acuerdos Telefónicos] en el periodo	Valor variable 2	9,130	Fuente de información variable 2	Subprocuraduría de Servicios Subprocuraduría de Telecomunicaciones https://www.gob.mx/profeco	
Sustitución en método de cálculo	(63,949 / 9,130)					
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
Línea base			Nota sobre la Línea base			
Valor	7					
Año	2017					
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO						
Se deberán registrar los valores acorde a la frecuencia de medición de la Meta para el bienestar o Parámetro. Pude registrar NA (No aplica) y ND (No disponible) cuando corresponda.						
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ND	ND	ND	ND	ND	7.00	4.89

Meta para el Bienestar del Objetivo 3

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO			
Nombre	Capacidad en la verificación y vigilancia en la cobertura de los municipios del país		
Objetivo prioritario	Fortalecer la capacidad institucional para proteger a los consumidores sin dejar a nadie atrás.		
Definición o descripción	El indicador busca medir el fortalecimiento de la capacidad institucional a través de un aumento gradual en la cobertura del territorio nacional en la implementación de programas de verificación y vigilancia (incluidos especiales y de temporada) para no dejar a nadie atrás en la protección de sus derechos como consumidores. Para reflejar una mayor cobertura de estos programas, esta medición contempla la realización de acciones de verificación y vigilancia a nivel municipal.		
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual

Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Periódico
Unidad de medida	Porcentaje	Período de recolección de los datos	enero-diciembre
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	Enero
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Subprocuraduría de Verificación y Defensa de la Confianza
Método de cálculo	(Número de municipios con cobertura de verificación y vigilancia / Número total de municipios del país) X 100		
Observaciones			
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2018 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.			
Nombre variable 1	Número de municipios con cobertura de verificación y vigilancia	Valor variable 1	1,541
		Fuente de información variable 1	Subprocuraduría de Verificación y Defensa de la Confianza https://www.gob.mx/profeco
Nombre variable 2	Número total de municipios del país	Valor variable 2	2,456
		Fuente de información variable 2	Subprocuraduría de Verificación y Defensa de la Confianza https://www.gob.mx/profeco
Sustitución en método de cálculo	(1,541 / 2,456) X 100		

VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
Línea base			Nota sobre la Línea base			
Valor	62.74					
Año	2018					
Meta 2024						
73						
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO						
Se deberán registrar los valores acorde a la frecuencia de medición de la Meta para el bienestar o Parámetro. Puede registrar NA (No aplica) y ND (No disponible) cuando corresponda.						
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
NA	28.92	34.39	38.79	42.59	48.05	62.74
METAS						
Sólo aplica para Metas para el bienestar. Puede registrar NA cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.						
2020	2021	2022	2023	2024		
70	70	71	72	73		

Parámetro 1 del Objetivo 3

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO			
Nombre	Capacidad de recaudación de las multas notificadas a través del cobro persuasivo.		
Objetivo prioritario	Fortalecer la capacidad institucional para proteger a los consumidores sin dejar a nadie atrás.		
Definición o descripción	El indicador busca reflejar la capacidad de recaudación de la PROFECO mediante acciones de cobro persuasivo sobre las multas notificadas a los proveedores que incurren en prácticas abusivas o incumplimiento a la normatividad aplicable. Lo cual implica una mejor y efectiva defensa de los derechos de los consumidores gracias a una mayor capacidad institucional para llevar a cabo los ejercicios de recaudación.		
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Acumulado

Unidad de medida	Porcentaje	Período de recolección de los datos	enero-diciembre
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	Enero
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección General de Procedimiento Administrativo de Ejecución
Método de cálculo	(Total de las multas efectivamente pagadas mediante acciones de cobro persuasivo / Total de las multas notificadas ingresadas a sistemas institucionales) X 100		
Observaciones	El objeto del cobro persuasivo es enviar a los contribuyentes comunicados, mensajes, invitaciones y en general realizar, en el ámbito de la competencia de la Dirección General de Procedimiento Administrativo de Ejecución, las acciones necesarias para promover y difundir el cumplimiento voluntario y oportuno del pago de los créditos fiscales, así mismo proveer al deudor de las herramientas necesarias para hacerlo. Sin que ello se considere el uso de medidas coactivas y en consecuencia reducir los costos adicionales al contribuyente.		

APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE						
La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2018 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.						
Nombre variable 1	Total de las multas efectivamente pagadas mediante acciones de cobro persuasivo	Valor variable 1	ND	Fuente de información variable 1	Procuraduría Federal del Consumidor https://www.gob.mx/profeco https://pae.profeco.gob.mx/	
Nombre variable 2	Total de las multas notificadas ingresadas a sistemas institucionales	Valor variable 2	ND	Fuente de información variable 2	Procuraduría Federal del Consumidor https://www.gob.mx/profeco https://pae.profeco.gob.mx/	
Sustitución en método de cálculo						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
Línea base			Nota sobre la Línea base			
Valor	0		Como se trata de un indicador de reciente creación, aún no se cuenta con valores a reportar, por lo cual, se establece cero como línea base.			
Año	2019					
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO						
Se deberán registrar los valores acorde a la frecuencia de medición de la Meta para el bienestar o Parámetro. Puede registrar NA (No aplica) y ND (No disponible) cuando corresponda.						
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

Parámetro 2 del Objetivo 3

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO			
Nombre	Capacidad de articulación con agentes estratégicos en la protección de los derechos del consumidor		
Objetivo prioritario	Fortalecer la capacidad institucional para proteger a los consumidores sin dejar a nadie atrás.		
Definición o descripción	Busca medir la capacidad de la Institución en la efectiva protección de los derechos del Consumidor a través de la relación que tiene la PROFECO con agentes estratégicos en la protección de los derechos del consumidor.		
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Acumulado
Unidad de medida	Porcentaje	Período de recolección de los datos	enero-diciembre
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	Enero
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de	Subprocuraduría Jurídica

	reportar el avance
Método de cálculo	(Número de convenios vigentes con agente estratégicos en el periodo / Número de convenios con agente estratégicos vigentes en el periodo anterior) X 100
Observaciones	

APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE						
La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2018 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.						
Nombre variable 1	Número de convenios con agentes estratégicos vigentes en el periodo	Valor variable 1	543	Fuente de información variable 1	Procuraduría Federal del Consumidor https://www.gob.mx/profeco Visor de Contratos y Convenios de la PROFECO https://cyc.profeco.gob.mx/	
Nombre variable 2	Número de convenios con agente estratégicos vigentes en el periodo anterior	Valor variable 2	632	Fuente de información variable 2	Procuraduría Federal del Consumidor https://www.gob.mx/profeco Visor de Contratos y Convenios de la PROFECO https://cyc.profeco.gob.mx/	
Sustitución en método de cálculo	(543 / 632) X 100					
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
Línea base			Nota sobre la Línea base			
Valor	85.92		Se toma como línea base lo alcanzado en el ejercicio 2018, toda vez que se trata del valor más bajo alcanzado y consiste en el cierre de la administración anterior.			
Año	2018					
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO						
Se deberán registrar los valores acorde a la frecuencia de medición de la Meta para el bienestar o Parámetro. Puede registrar NA (No aplica) y ND (No disponible) cuando corresponda.						
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ND	ND	ND	ND	ND	105.51	85.92

9.- Epílogo: Visión hacia el futuro

El Programa Institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor tiene objetivos prioritarios, estrategias prioritarias y acciones puntuales para cumplir con el fin máximo establecido para la PROFECO en el proceso de la Cuarta Transformación: fortalecer el mercado interno mediante el equilibrio de las relaciones de consumo.

De continuar con la política neoliberal que durante años determinó las relaciones de consumo en México, el consumidor no tendría herramientas de equilibrio en las controversias con los proveedores, quienes siempre han jugado un papel privilegiado en los conflictos.

Por eso, para el año 2024 habrá un empoderamiento para todos aquellos mexicanos olvidados por las anteriores administraciones, por medio de la generación de información suficiente y accesible que garantice una protección efectiva de los derechos de los consumidores.

La Cuarta Transformación ve en la PROFECO a una institución rectora, árbitro de los conflictos y articuladora de los propósitos nacionales; una Procuraduría fortalecida con capacidad institucional suficiente para proteger los derechos de los consumidores y equilibrar las relaciones de consumo para no dejar a nadie atrás.

En ese sentido, la generación de información para el consumidor es esencial para su empoderamiento, por eso, la PROFECO hará uso de las nuevas tecnologías para acercar la información a todos y facilitar su acceso, impulsando la participación ciudadana y la transversalidad institucional.

La fortaleza institucional inicia con las reformas necesarias para atribuir facultades a las dependencias y entidades, la Ley es una poderosa herramienta de cambio social, por tanto, los cambios en la normatividad que regula el actuar de la PROFECO tienen por objeto adecuarla a la dinámica social en beneficio de la población consumidora, haciendo un ejercicio óptimo de sus recursos.

En ese mismo orden de ideas, la fortaleza institucional avanza al transitar de una política de verificación a una de protección efectiva del derecho de los consumidores y confianza ciudadana, teniendo un Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor

con una mayor diversidad de estudios y análisis en beneficio de la población consumidora, y educando a los proveedores en prácticas pro consumidor.

Está claro que el sistema neoliberal ha mantenido altos costos de transacción en las controversias entre consumidores y proveedores, lo que ha orientado al primero a olvidar su reclamo y conformarse con el servicio que se le ha querido prestar, y no con el que ha pagado; por eso, habrán de disminuir dichos costos haciendo uso de la vía tecnológica y la ampliación de la cobertura para mejorar los servicios ofrecidos a la población, realizando análisis de productos y publicidad comercial, vigilando el mercado de combustibles y facilitando el acceso a los servicios de la PROFECO a lo largo y ancho del territorio nacional, lo que recuperará la confianza de los ciudadanos en la PROFECO.

En 2024, México tendrá consumidores empoderados y conscientes de sus decisiones de consumo, que ejercen un consumo razonado, informado, sostenible, seguro y saludable, así como proveedores que ejercen prácticas pro consumidor, y por lo tanto, relaciones de consumo más equilibradas y justas para ambos.

1 Instituto Nacional de Geografía y Estadística. (2015). Encuesta Intercensal 2015. 19 de agosto de 2020, de INEGI Sitio web: <https://www.inegi.org.mx/programas/intercensal/2015/>

2 Foro Económico Mundial. (2019). Reporte de Competitividad Global. 19 de agosto de 2020, de Foro Económico Mundial Sitio web: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf

3 Instituto Nacional de Geografía y Estadística. (2019). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2019. 19 de agosto de 2020, de INEGI Sitio web: <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2019/>

4 Instituto Nacional de Geografía y Estadística. (2018). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2018. 19 de agosto de 2020, de INEGI Sitio web: <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2018/>

5 Transparency International. (2018). Índice de Percepción de la Corrupción 2018. 19 de agosto de 2020, de Transparency International Sitio web: https://www.transparency.org/files/content/pages/CPI_2018_Executive_summary_web_ES.pdf

6 Foro Económico Mundial. (2019). Reporte de Competitividad Global. 19 de agosto de 2020, de Foro Económico Mundial Sitio web: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf

7 Instituto Nacional de Geografía y Estadística. (2019). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2019. 19 de agosto de 2020, de INEGI Sitio web: <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2019/>