

Descripción del programa

El objetivo del programa es la difusión de productos informativos con temas de consumo que ayuden a las decisiones de compra de los consumidores. Estos productos y servicios se pueden encontrar con la Revista del Consumidor en sus distintas plataformas (televisión, radio, internet e impresa), con la difusión de información a través de medios electrónicos y redes sociales (YouTube, Twitter, Facebook) y con la realización de estudios sobre consumo y comparativos de precios. Asimismo, con la promoción y apoyo a la capacitación en temas de consumo y derechos de los consumidores a Grupos y Asociaciones de la Sociedad Civil interesados. Los servicios del programa se encuentran disponibles todo el año.

Resultados

**¿Cuáles son los resultados del programa y cómo los mide?**

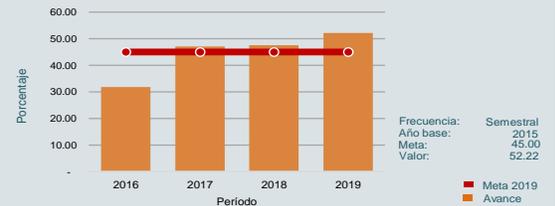
Respecto al indicador de Fin del Programa dentro del Reporte de Competitividad Global 2018 no se publicaron las variables ni los pilares señalados en el indicador debido al cambio de la metodología del índice de Competitividad Global y no se reportaron los resultados obtenidos en 2019.

El indicador de Propósito del Programa alcanzó un 52.22% frente al 45% establecido para 2019. Lo anterior se debió a que, un mayor porcentaje de la población ha usado los productos que genera la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco). Esto se traduce en que, a la mayoría de los entrevistados les fue útil por lo menos dos productos informativos de la Institución. Las metas propuestas para la cobertura (40%) y la tendencia (8%) de la plataforma digital fueron rebasadas debido a que las visitas (sesiones) a la plataforma digital de Profeco desde las entidades del país han tenido mayor preferencia a las Políticas de Contenido a nivel Nacional, alcanzando 59.22% y 8.09% respectivamente. En cuanto a la tendencia de participación en las sesiones de consumo, se rebasó la meta como resultado de la participación y atención de los integrantes de los grupos de consumidores y población abierta. La meta de la Revista del Consumidor se cumplió de manera satisfactoria, teniendo un tiraje para el ejercicio 2019 de 168,000 ejemplares.

Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte



Porcentaje de la población encuestada a la que le haya sido útil la información ofrecida



1

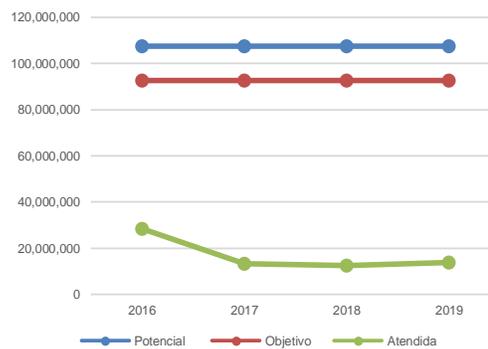
**Definición de Población Objetivo:**

Consumidores que buscan información para tomar una decisión de compra y/o para conocer sus derechos. Se definió en el 86% de la población potencial (corresponde a 92,462,203 consumidores).

Cobertura

Cobertura	
Entidades atendidas	32
Municipios atendidos	ND
Localidades	ND
Hombres atendidos	ND
Mujeres atendidas	ND
<b>Cuantificación de Poblaciones</b>	
Unidad de Medida	Impactos
PA	
<b>Valor 2019</b>	
Población Potencial (PP)	107,514,190
Población Objetivo (PO)	92,462,203
Población Atendida (PA)	13,995,506
Población Atendida/ Población Objetivo	15.14

**Evolución de la Cobertura**



**Análisis de la Cobertura**

Teniendo en cuenta que la Población Atendida del programa se mide en Impactos, por la consolidación de los diversos productos o servicios que el programa brinda al consumidor. Lo anterior se debe a que un consumidor puede obtener uno o más de estos productos o servicios, los cuales cuentan con unidades de medida diferentes. Considerando que durante el ejercicio 2019 se alcanzó un total de 13,995,506 impactos, superando en 11.34% respecto al ejercicio anterior, a causa de la presencia institucional activa en medios digitales y tradicionales, reflejando de esa manera la actuación de la Profeco en su constante participación por el bienestar de la población consumidora.

2

**Análisis del Sector**

En el PND 2019-2024, en el Objetivo 3.6, punto III "Economía"; el empoderar al consumidor es fijado como el propósito de la Profeco, mediante la protección de sus derechos y la confianza ciudadana, a través de un consumo informado, sostenible, y saludable. El papel institucional dentro del Programa Sectorial de la Secretaría de Economía (PROSECO) 2020-2024 se encuentra en el objetivo prioritario 2; brindando las condiciones óptimas para estimular la competencia en el mercado interno, a través de la promoción de un consumo razonado e informado.

**Indicador Sectorial**

No se cuenta con avances del Indicador Sectorial en 2019

**Presupuesto Ejercido\***

Año	Presupuesto del Programa (MDP) (1)	Presupuesto del Ramo (MDP) (2)	= % <sup>(1)</sup> / <sub>(2)</sub>
2016	309.54	12,850.81	2.41
2017	273.30	8,086.41	3.38
2018	287.81	8,079.26	3.56
2019	230.16	8,081.46	2.85

Análisis del Sector

3

Año de inicio del Programa: 2008

\* Valores a precios constantes promedio de 2012, actualizados con el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) MDP: Millones de Pesos. Fuente: Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)

Fortalezas y/u Oportunidades	Debilidades y/o Amenazas
(F) En 2020, el Programa se encuentra alineado a los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 y del Programa Sectorial de la Secretaría de Economía 2020-2024.	(A) El programa presupuestario B002 Generación y difusión de información para el consumidor suspendió de la impresión de la Revista del Consumidor debido a la emergencia sanitaria ocasionada por el virus SARS Cov 2 (COVID 19). (D) El Programa trabajó en la mejora en lo referente a la medición de impactos para algunos de los productos ofrecidos y en una estrategia para conocer la cobertura de los productos destinados a la población objetivo, las cuales presentan todavía diferencia en unidades de medida y no se han vinculado al documento Diagnóstico del B002, el cual no ha sido actualizado desde 2015.

**1 Recomendaciones**

1. Actualizar el Diagnóstico del Programa B002 para lo cual se deberá considerar la Metodología de Marco Lógico y el documento emitido por el CONEVAL denominado "Aspectos a considerar para la elaboración del diagnóstico de los programas presupuestarios de nueva creación o con cambios sustanciales que se propongan incluir en la Estructura Programática del Presupuesto de Egresos de la Federación". En el diagnóstico se deberá revisar y ajustar el problema público, así como las definiciones de las poblaciones del programa, así como la metodología para su cuantificación con insumos que el programa cuenta de Aspectos Susceptibles de Mejora previos.

**2 Acciones que el programa realiza para mejorar derivado de las evaluaciones**

Avances en las acciones de mejora comprometidas en años anteriores	Aspectos comprometidos en 2020
Elaboración de la propuesta de Mecanismo de medición de impactos para algunos de los productos ofrecidos por el Programa; Valoración de campos contenidos en las bases de datos del Programa para una posible homogenización de la información; Elaboración de una estrategia que permita conocer la cobertura de los productos destinados a la población objetivo del programa B002; Valoración de la pertinencia y adopción de las recomendaciones a la MIR derivadas de la Evaluación de Diseño del Programa B002 e Implementación de mejoras en el sistema de contadores de micrositos de PROFECO, 100% a septiembre 2019. Fortalecimiento de algunos elementos del Diagnóstico del Programa B002 Generación y difusión de información para el consumidor, 100% a marzo 2020.	El programa no comprometió Aspectos Susceptibles de Mejora en el ejercicio 2020.

**3 Participación de la Coordinación General de Programas para el Desarrollo en el programa**

Participación de la Coordinación General de Programas para el Desarrollo en el programa	Acciones o afectaciones derivadas de la emergencia sanitaria provocada por el virus SARS-Cov-2 (COVID-19)
La Coordinación General de Programas para el Desarrollo no participa en el programa.	A raíz de las afectaciones presupuestarias ocasionadas por la emergencia sanitaria ocasionada por el virus SARS Cov 2 (COVID 19) al programa presupuestario B002 Generación y difusión de información para el consumidor; se provocó el cese de la impresión de la Revista del Consumidor a partir del mes de mayo de 2020. Sin embargo, se impulsó la difusión de materiales temáticos y productos informativos en medios digitales, incluida la versión digital de la Revista del Consumidor, para el cumplimiento de las metas y objetivos establecidos.

**Datos de Contacto**



**Datos de Unidad Administrativa**  
(Responsable del programa o acción)  
Nombre: Francisco Ricardo Sheffield Padilla  
Teléfono: 5556256717  
Email: frsheffieldp@profeco.gob.mx



**Datos de Unidad de Evaluación**  
(Responsable de la elaboración de la Ficha)  
Nombre: Gerardo Franco Parrillat  
Teléfono: 5557299100  
Email: gerardo.franco@economia.gob.mx



**Datos de Contacto CONEVAL**  
(Coordinación de las Fichas de Monitoreo y Evaluación)  
Karina Barrios Sánchez kbarrios@coneval.org.mx 5554817285  
Liv Lafontaine Navarro llafontaine@coneval.org.mx 5554817239  
Rosa Bejarano Arias rbejarano@coneval.org.mx 5554817383