Diagnóstico del Programa presupuestario E005

"Protección de los derechos de los Consumidores"

PROFECO

Septiembre, 2022

Índice de Contenido

1. Antecedentes....1
2. Identificación, definición y descripción del problema o necesidad....5
2.1 Definición del problema....7
2.2 Estado actual del problema....7
2.3 Evolución del problema....11
2.4 Experiencia de atención....22
2.5 Árbol del problema....37
3. Objetivos....40
3.1 Árbol de objetivos....40
3.2 Determinación de los objetivos del Programa....42
3.3 Aportación del Programa a los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo y la Institución....42
4. Cobertura....45
4.1 Identificación y caracterización de la población potencial....46
4.2 Identificación y caracterización de la población objetivo....47
4.3 Cuantificación de la población objetivo....51
4.4 Frecuencia de actualización de la población o área de enfoque potencial y objetivo....53
5. Análisis de alternativas....53
6. Diseño del Programa propuesto o con cambios sustanciales....55
6.1 Modalidad del Programa....56
6.2 Diseño del Programa....57
6.2.1 Previsiones para la integración y operación del padrón de beneficiarios....64
6.3 Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)....66
7. Análisis de similitudes o complementariedades....75
8. Presupuesto....79
8.1 Impacto presupuestario y fuentes de financiamiento....79
Bibliografía....81
Anexo 1....83
Anexo 2....87

Índice de tablas

Tabla 1. Proveedores con mayor número de quejas en 2021. (Registradas) 15
Tabla 2. PIB y Telecomunicaciones en México 16
Tabla 3. Hogares con equipamiento de tecnología de información y comunicaciones, según tipo de tecnología (ENDUTIH), 2021 17
Tabla 4. Proveedores con mayor Número de inconformidades Recibidas 2016-2021 18
Tabla 5. Evolución de las acciones colectivas presentadas durante los años 2017-2021. 19
Tabla 6. Montos Recuperados del año 2016-2021 20
Tabla 7. Promociones legales por año 20
Tabla 8. Leyes en el mundo relacionadas con el tema de protección al consumidor 22
Tabla 9. Similitudes con la Procuraduría Federal del Consumidor (Ecuador) 33
Tabla 10. Similitudes con la Procuraduría Federal del Consumidor (Colombia) 36
Tabla 11. Vinculación entre los Programas Institucionales 2020 - 2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor (PIPFC) y Sectorial de Economía 2020 - 2024 (PROFECO) 44
Tabla 12. Alineación del PP E005 al PND 2019-2024, Programa Sectorial de Economía 2020-2024 y Programa Institucional 2020 - 2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor 44
Tabla 13. Objetivos prioritarios e Indicadores del Programa Institucional. 45
Tabla 14. Cobertura del Pp. E005 Protección de los Derechos de los consumidores 46
Tabla 15. Cuantificación de la Población objetivo y Atendida del Pp. E005 2021 51
Tabla 16. Definición de la Población objetivo y Población a atender. 52
Tabla 17. Unidades Responsables (UR) del programa 58
Tabla 18. Actividades de Protección de los Derechos del Consumidor. 61
Tabla 19. Caracterización de las Variables Mandatadas por la Ley 64
Tabla 20. Similitudes y complementariedades del Pp. E005 77
Tabla 21. Recursos presupuestarios requeridos 2021. 79
Tabla 22. Fuente u origen de los recursos 80
Tabla 23. Porcentaje de recursos. 80

Índice de Gráficos

Gráficos 1. Gasto de Hogares en productos básicos 2016-2020 12
Gráficos 2. Evolución del consumo privado en México 2016 -2021 13
Gráficos 3. Historial de Quejas. (registradas) 15
Gráficos 4. Quejas Recibidas en el 2021 18

Índice de imágenes

Imagen 1. Árbol de problemas 39
Imagen 2. Árbol de objetivos 41

1. Antecedentes

Este documento establece las bases de operación y situación del programa presupuestario, implementado por la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y clasificado programáticamente bajo la modalidad "E", referente a la "Prestación de servicios públicos", el cual es denominado "Protección de los derechos de los consumidores."

Carlos Eduardo Tambussi señala que el derecho del consumo es un rasgo fundamental de la vida de las personas. Cuando consumimos, procuramos satisfacer nuestras necesidades elementales. Con esta acción formamos parte de una cadena de valor a la cual denominamos mercado, entendido éste como el espacio de intercambio de bienes, productos y servicios[1] que necesitamos.

Somos, como población consumidora, destinatarios finales de todos los bienes y del producto de la actividad comercial.

Esa ineludible y constante excursión al mercado, ahora también digital, hace del derecho de la población consumidora y usuarios el más cotidiano de los derechos, y propicia que el marco jurídico nacional y convencional soporte el desenvolvimiento cotidiano de nuestras actividades vinculadas al consumo.

Por eso se dice con naturalidad que en consumir nos va la vida —nos procuramos los alimentos imprescindibles para nuestra subsistencia—, ponemos en juego la salud y la integridad física —utilizamos bienes y servicios que, creemos, no nos resultarán perjudiciales— y en función de la modalidad y alcances del consumo se determina nuestra calidad de vida y dignidad.

[1] Bienes y servicios: Todo aquello que tiene aptitud para satisfacer necesidades. La primera gran clasificación de los bienes es entre "libres" y "económicos"; los primeros -aunque esenciales para la vida- son superabundantes y no requieren de un esfuerzo especial para su disposición (por ejemplo el aire, la luz del sol, el agua de los océanos), no siendo por lo tanto susceptibles de valoración económica 8 . Los bienes económicos, revisten la doble condición de ser útiles y escasos y por lo tanto poseen valor económico, lo que se traduce en un precio de mercado cuando adicionalmente son transferibles. Es posible clasificar los bienes económicos en: de producción (generan o producen los bienes de consumo) y de consumo (se aplican directamente a la satisfacción de necesidades); estos últimos a su vez admiten varias sub clasificaciones: Durables y no durables: los primeros se pueden utilizar durante un período de tiempo, o ser susceptibles de sucesivas aplicaciones (por ejemplo: una prenda de vestir); los no durables se agotan con el primer uso (una ración de alimentos, o una dosis medicinal). Bienes sustitutos son aquellos que satisfacen la misma necesidad; los complementarios deben utilizarse en forma conjunta (el combustible y los automóviles). Con respecto a las variaciones en el ingreso, los bienes se clasifican en normales o superiores e inferiores; pertenecen a la primera categoría aquellos cuyo consumo se incrementa al aumentar el ingreso (que son casi todos); de verificarse el comportamiento opuesto, serán bienes inferiores. Existe además una categoría especial donde se encuentran los "Bienes de Giffen", los cuales presentan un comportamiento paradojal.
Producto: Resultado material o concreto del proceso de producción, en términos del bien elaborado u obtenido.

Existen en el mercado dos actores principales, por una parte, el consumidor y por la otra el proveedor; al consumidor, de acuerdo con lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), en su artículo 2, fracción I, se le define como: "… la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final de bienes productos o servicios. Se entiende también por consumidor a la persona física o moral que adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, trasformación, comercialización o prestación de servicios a terceros." Asimismo, y de conformidad con el artículo antes citado, en su fracción II; el proveedor es: "…la persona física o moral en términos del Código Civil Federal, que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios."

Es importante agregar que los elementos constitutivos en las relaciones de consumo son: "la existencia de dos cualidades intersubjetivas en relación con un acto o hecho jurídico: (i) la presencia de una persona – física o moral- que, por los actos jurídicos o materiales que realiza, pueda ser calificada de "consumidor" y (ii) la de su correlativo, caracterizado por una persona –física o moral – que sea susceptible de ser calificada de "proveedor". Únicamente cuando ambos, consumidor y proveedor, coinciden estaremos en presencia de una relación de consumo y, por ende, regulada y tutelada por la LFPC."

Para empoderar al consumidor se requiere ubicar al consumo como una dimensión esencial del ser humano, que involucra derechos fundamentales que deben ser protegidos por el Gobierno de México. El consumo debe ser regulado para evitar abusos a la población consumidora, cuando estos adquieran bienes y servicios; la regulación se dará necesariamente como resultado de la relación intrínseca entre consumidor y proveedor, y como mediador o árbitro está el Gobierno, a través de su intervención, la cual es la razón de ser del programa E005 "Protección de los Derechos de los Consumidores".

El reconocimiento de los derechos de la población consumidora en nuestro país se establece en el tercer párrafo del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos desde 1983, al señalar que "La ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses".

Aunado al reconocimiento constitucional, existe la Ley reglamentaria; fue en 1976, cuando se promulgó la Ley Federal de Protección al Consumidor, creando a la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), siendo México, el segundo país en

Latinoamérica en tener una ley de protección al consumidor y el primero en tener una autoridad bajo la figura de Procuraduría.

No obstante, es hasta el 22 de diciembre de 1992, que se incorpora a la Ley Federal de Protección al Consumidor la reforma constitucional de 1983, que reconoce la especial protección de la población consumidora, a fin de que cumplimente una efectiva tutela en sus derechos; en este mismo año se fusionó el Instituto Nacional del Consumidor (INCO) con la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO).

El 30 de diciembre de 2019, con la publicación del nuevo Reglamento Interno de la PROFECO y con la reforma a su Estatuto Orgánico de fecha de publicación 30 de enero de 2020, se establece la actualización de las actividades que se realizan en el marco del Programa Presupuestario E005 "Protección de los derechos de los Consumidores".

Derivado de las modificaciones normativas, se establece la necesidad de actualizar el presente diagnóstico, el cual forma parte de la mejora estratégica del programa denominado E005 "Protección de los derechos de los consumidores", que provee entre otros servicios los de orientación, educación, asesoría, y conciliación.

Desde la puesta en marcha del Programa E005, se han realizado diversas evaluaciones externas al programa: en 2014 una Evaluación de Consistencia y Resultados (ECyR) y en 2015 una Evaluación Específica de Desempeño, destacando las siguientes áreas de oportunidad:

1. Elaborar un diagnóstico del problema central que pretende atender el Programa E005, incorporando los elementos mínimos establecidos por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) para tal fin.

2. Replantear o mejorar el diseño del Programa con base en el diagnóstico, cumpliendo con las etapas de la Metodología del Marco Lógico, lo que se debe ver reflejado en una Matriz de Indicadores para Resultados (MIR) consolidada, que permita el monitoreo objetivo de los resultados del Programa.

3. Definir y cuantificar el área de enfoque potencial y objetivo del Programa, que le permita establecer una estrategia de focalización que tome en cuenta los factores propuestos en la EcyR 2014.

4. Modificar el valor de las metas de los indicadores de la MIR que han presentado un sobre cumplimiento constante en los últimos años, a fin de que el Programa se

plantee metas retadoras acorde a los recursos disponibles y que promuevan un mejor desempeño.

5. Realizar una evaluación de satisfacción de los beneficiarios del Programa, utilizando un modelo de ecuaciones estructurales con variables latentes, como alternativa a una evaluación de impacto.

A partir de las recomendaciones mencionadas, se han retomado Aspectos Susceptibles de Mejora que, con base en la valoración de las unidades responsables de la operación del Programa, han derivado en la adopción de encuestas de satisfacción en la orientación en el Teléfono del Consumidor, como un ejercicio de valoración de metas y la elaboración del presente Diagnóstico, en el cual se retoma también la necesidad de cuantificar poblaciones o áreas de enfoque.

Adicionalmente, en el año 2021, en las Fichas Iniciales de Monitoreo y Evaluación 2020-2021, emitidas por el CONEVAL, se estableció la recomendación de actualizar el presente Diagnóstico, considerando Aspectos Susceptibles de Mejora previos; lo anterior, en razón de revisar y ajustar el problema público, así como las definiciones de las poblaciones del programa y la metodología para su cuantificación.

Dicha recomendación determinó como principal fortaleza la alineación del Programa E005 con el Plan Nacional de Desarrollo y el Programa Sectorial de la Secretaría de Economía 2020 – 2024 y como debilidad principal se identificó que, si bien el Programa trabajó en la mejora en lo referente en una propuesta de metodología para la cuantificación de la población potencial y objetivo, estos no han sido vinculados y reflejados en su documento diagnóstico.

Finalmente, es importante argumentar que la lógica y las características centrales de este programa implican desafíos específicos para el diseño y la valoración de indicadores, así como, parámetros clave de desempeño, orientados a resultados, al ser un programa de demanda abierta que ofrece servicios de conciliación y orientación al público. Por esta razón, algunos estándares aplicados a los programas sociales que entregan bienes privados y/o servicios a una población determinada, sujetos a reglas de elegibilidad y focalización concretas, los cuales no se ajustan a los servicios que aporta la PROFECO a través de este programa.

2. Identificación, definición y descripción del problema o necesidad

La política de protección al consumidor es una estrategia diferenciada de reducción de asimetrías y riesgos de mercado por el lado de la oferta, la demanda y la estructura del mercado.

Una relación de consumo se puede efectuar en tres etapas diferentes; por ejemplo: previo a la contratación, durante la contratación o con posterioridad a la contratación; estos momentos son denominados, actos precontractuales, contractuales y postcontractuales.

Los actos precontractuales se presentan en la difusión de publicidad comercial; los actos contractuales, se encuentra la regulación de cláusulas abusivas y contratos de adhesión, y los actos postcontractuales con el régimen de garantías sobre productos y servicios. Inclusive, existen relaciones de consumo sin la necesidad de actos precontractuales, como son todos aquellos casos de extracontractualidad en los que existe un deber legal para los proveedores; verbigracia de esto es la protección contra actos de discriminación, la tutela frente a registros personales y la defensa de habeas data.

De manera análoga, las relaciones entre la población consumidora y proveedores tienen una gran importancia por las tres etapas a las que se circunscribe el consumo. La primera, se encuentra previa a la celebración de una actividad comercial; la segunda, cuando la actividad comercial se concreta y finalmente, posterior a la celebración de la adquisición de un bien o servicio; estas relaciones necesitan regulación, lo cual debe realizarse a través de un órgano de gobierno, quien sea el árbitro en las relaciones de consumo; la relación entre la autoridad deberá ser de supra-subordinación de proveedores y población consumidora utilizando las reglas del derecho público.

La intervención pública es necesaria cuando existen fallas de mercado —información imperfecta o asimetrías de información, externalidades, monopolios naturales y bienes públicos— (Stiglitz, Olson 1965; Akerlof 1970; Weimar y Vining 1999). Cuando hay fallas de mercado, los mecanismos descentralizados y espontáneos de mercado producen equilibrios socialmente subóptimos que afectan desfavorablemente el bienestar de los consumidores y la eficiencia económica (Trumbul 2010). En el caso particular de la protección al consumidor, se parte del reconocimiento que grandes asimetrías de información entre consumidores y proveedores afectan las alternativas y decisiones de los primeros (Stern 1967; Varian 2011; Armstrong et al. 2009). Estas asimetrías, en el extremo, pueden llevar a la producción y adquisición de productos altamente riesgosos,

la generación de información falsa, publicidad engañosa y el incumplimiento de garantías básicas en los contratos (por ejemplo, vicios ocultos).

Desde el punto de vista de los teóricos de la acción colectiva y los movimientos sociales; las asimetrías de información son aún más graves porque los consumidores, como grupo de interés difuso, enfrentan costos altísimos de organización y coordinación, en comparación con los productores y proveedores, que enfrentan bajos costos y muchos incentivos para organizarse, como cualquier grupo de interés concentrado (Mancur Olson 1965; Ronald Inglehart 1977; Sidney Tarrow 1998). No obstante, en los años setenta surgen los primeros movimientos nacionales de consumidores que influyen de manera decisiva en la emergencia de políticas nacionales de protección al consumo (Trumbull 2010).

Desde la adopción de los principios y directrices internacionales (ONU, 1985), la mayoría de los países han implementado leyes de protección al consumidor (CPA, por sus siglas en inglés), documentos de política nacional y/o planes estratégicos para la protección del consumidor (Consumers International, 2013). Actualmente, las políticas de protección y regulación de los mercados de productos son, de acuerdo con especialistas, más complejas y extensas que la protección a los trabajadores o el medio ambiente: "se trata de la red de regulación más extensa del mundo industrial" (Trumbull 2010: 1)." (CLEAR, CIDE, 2015).

En el caso que nos ocupa y como referencia de lo señalado, la PROFECO fue creada en un contexto que exigía al Estado Mexicano generar políticas públicas que permitieran al conjunto social participar de manera activa, permanente y corresponsable, en las tareas reguladoras del gobierno, que la ley estimó de gran importancia para promover y proteger los derechos del consumidor y lograr una mayor equidad en las relaciones de consumo en el país.

En este tenor, la PROFECO a través del Programa presupuestario E005, "Protección de los Derechos de los Consumidores", contribuye a generar equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones de la población consumidora con los proveedores en México; en términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), Ley de Infraestructura de la Calidad (antes Ley Federal de Metrología y Normalización) (LFMN), Normas Oficiales Mexicanas (NOM's), Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR), la Ley de Aviación Civil (LAC) y demás disposiciones legales, reglamentarias y normativas que le son aplicables.

De tal suerte, la PROFECO puede intervenir como mediadora y autoridad sancionadora para solucionar controversias antes, en el momento que se adquiere, y post al adquirir un bien o servicio, cuando se afecta a la población consumidora de manera particular y colectivamente, en materia de servicios y telecomunicaciones, con excepción de lo establecido en el artículo 5 de la LFPC, donde se advierte: "Quedan exceptuadas de las disposiciones de esta ley, los servicios que se presten en virtud de una relación o contrato de trabajo, los servicios profesionales que no sean de carácter mercantil y los servicios que presten las sociedades de información crediticia."

Por lo tanto, en la actualidad la población consumidora cuenta con una institución alternativa de solución de conflictos en donde pueden presentar una queja en caso de irregularidades, abusos y que le otorga el debido acompañamiento en el proceso, con la finalidad de resarcir los daños efectuados a estos, con el propósito de empoderar al consumidor en la defensa de sus derechos y su bienestar.

2.1 Definición del problema

El problema central del Pp. E005 "Protección de los derechos de los consumidores" es el siguiente: "La población consumidora en México enfrenta conflictos en condiciones de inequidad e incertidumbre en las relaciones comerciales con los proveedores de bienes, productos y servicios".

2.2 Estado actual del problema

El consumo de bienes, productos o servicios, conlleva intrínsecamente relaciones entre proveedores (as) y la población consumidora, en consecuencia y como resultado de esa relación entre dichos actores, cabe la posibilidad de que existan elementos que propicien desigualdad en esta interacción, por ejemplo: la asimetría en la información, por nombrar tan solo un aspecto de la problemática central.

La PROFECO al procurar la equidad en dichas relaciones, dentro del marco normativo, a fin de brindar certeza jurídica a dichas relaciones, evita colocar a la población consumidora en desventaja frente a los proveedores, pues de lo contrario no contaría con mecanismos de apoyo y orientación cuando exista falta de información verídica por parte de los proveedores, incumplimiento en la entrega o prestación de un bien, producto o servicio o publicidad engañosa.

Entre las principales causas del problema que se identifican en el marco del Pp. E005 se encuentran:

- Consumidores desinformados sobre sus derechos y obligaciones, esta causa se desarrolla bajo dos vertientes; la primera, en el desconocimiento por parte de la población consumidora sobre la normatividad en materia de consumo y los mecanismos de protección al consumidor que rigen las relaciones de consumo; y la obligación del consumidor por obtener información sobre el ejercicio de sus derechos como consumidor, ambas tienen una relación directa con las actividades que realiza la Procuraduría a través del Teléfono del Consumidor, conciliaciones exprés, personal, escrita, virtual y teléfono, la cual se convertirte en una herramienta útil para incrementar la orientación hacia la población consumidora.
- Bajos índices de conciliación entre consumidores y proveedores, la presente causa refiere a que a pesar de que existen relaciones de consumo inequitativas o injustas entre proveedores y consumidores, dichas inconformidades no se materializan a través de quejas o conciliaciones por lo que el índice de estas quejas y acuerdos entre proveedores y consumidores es baja, por ende, proliferan los abusos por parte de proveedores de bienes, productos y servicios.
- Envío de publicidad no deseada, vulnerando el derecho de recepción de publicidad comercial; este supuesto se actualiza, cada vez, que la población consumidora, recibe información comercial sin el consentimiento expreso para hacerlo, como paliativo a la causa, fue creado el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP); en ese sentido, la población consumidora ejerce su derecho para no ser molestado en su persona o medios de comunicación, en torno a la recepción de publicidad comercial.

  El Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP), desde su creación, derivado de la reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 4 de febrero de 2004, ha registrado 3,439,514 números telefónicos, de los cuales 357,115 se inscribieron en 2021.
- Baja certeza y seguridad jurídica en las relaciones contractuales en materia de consumo, esta causa se presenta cuando los proveedores, al incluir cláusulas abusivas en los términos y condiciones dentro de sus contratos de venta, contravienen lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor vulnerando los derechos de los consumidores. Por esa razón, la PROFECO a partir

del servicio de Registro Público de Contratos de Adhesión ofrece contratos tipo, los cuales pueden ser tomados por los proveedores como base; toda vez que estos se encuentran apegados a la normatividad vigente. De igual forma se brinda el servicio de revisión para los contratos no tipo; los cuales consisten en contratos de adhesión elaborados por la proveeduría, los cuales pueden ser voluntarios u obligatorios, lo anterior como medida preventiva para evitar abusos.

La PROFECO diseñó el programa E005 "Protección de los derechos de los consumidores", derivado de la implementación del Sistema de Evaluación del Desempeño y del Presupuesto Basado en Resultados, en ese sentido el programa tiene como objetivo primordial que la población consumidora resuelve sus conflictos con los proveedores de bienes, productos y servicios, mediante la prestación de servicios de orientación, asesoría, conciliación, defensa y representación ante las autoridades judiciales que permitan:

1. Obtener el resarcimiento del daño en sus bienes causado a la población consumidora ante posibles violaciones a sus derechos e intereses por parte de las y los proveedores y que estas se actualicen de acuerdo a lo establecido en la normatividad aplicable, en aras de que haya prácticas comerciales justas y equitativas que incrementen el beneficio;
2. Generar confianza entre la población consumidora y
3. Que los bienes y productos adquiridos satisfagan las necesidades de la población consumidora, con el fin de contribuir a la competencia en el mercado interno y la mejora regulatoria del mercado y del país.

La PROFECO para la solución del problema divide la atención en dos grandes rubros: en materia de servicios, a través de la Subprocuraduría de Servicios, se protegen y promueven los derechos de la población consumidora; mientras que, a través de la Subprocuraduría de Telecomunicaciones, se proporciona la salvaguarda de los derechos de la población consumidora y el combate de prácticas comerciales abusivas exclusivamente a los servicios de telecomunicaciones.

Cabe destacar, que la representación de grupos de consumidores por acciones colectivas en materia de servicios se realiza a través de la Subprocuraduría Jurídica y si se trata de una acción colectiva en materia de telecomunicaciones es a través de la

Subprocuraduría de Telecomunicaciones como resultado de la reforma de 2016 en el sector[2].

La Subprocuraduría de Servicios en el ejercicio 2021, a nivel nacional registró un monto reclamado de 613,141,318.72 millones de pesos; recuperando a favor de la población consumidora un total de 617,908,556.98 millones de pesos, lo que representa un 100.8% del monto reclamado. La variación positiva del .8% responde a que de conformidad con el artículo 92 TER de la LFPC, se establece que adicional a la satisfacción principal de la queja, el consumidor puede recibir, en su caso una bonificación no menor al 20% del precio pagado en caso de un incumplimiento por parte del proveedor. A su vez, es posible que las partes se sometan voluntariamente a un Procedimiento Arbitral, derivado de un procedimiento conciliatorio al no existir un acuerdo entre las partes respecto de la solución de su problema a través del cual los montos recuperados pueden ser diferentes a los reclamados por la parte consumidora con base en las evidencias exhibidas en dicho procedimiento.

En materia de Telecomunicaciones la Subprocuraduría competente, identifica los principales motivos de reclamación de la población consumidora como: deficiencia, falla o falta de servicio, cobros indebidos y negativa a la rescisión del contrato, lo cual se traduce en un menoscabo en el patrimonio de la población consumidora. En ese sentido se calculó un monto reclamado de 10,341,170.92 millones de pesos; asimismo, se recuperaron 14,018.709.70 millones de pesos durante el año 2021, dato que concentra la Subprocuraduría de Telecomunicaciones y Oficinas de Defensa del Consumidor adscritas a la PROFECO, con base en lo anterior se puede advertir que existe un paralelismo entre lo proyectado y el resarcimiento, debido a los procedimientos instaurados en el marco del programa.

En la relación a las Acciones Colectivas, en el 2021 se emprendieron diversas demandas colectivas en diferentes sectores, como lo son el inmobiliario, suministro de agua potable, contratación de servicios culturales. Se programó un monto reclamado de 11,573,800.40, millones de pesos, recuperándose 9,651,515.94, millones de pesos; cifra que da sustento a la falta de paralelismo entre monto reclamado y monto recuperado.

[2] Las páginas electrónicas de los diversos servicios y trámites que ofrece el programa son:
https://www.gob.mx/profeco/acciones-y-programas/servicios
https://www.gob.mx/profeco/acciones-y-programas/telecomunicaciones-26290
http://acolectivas.profeco.gob.mx/

Lo deseable en las relaciones de consumo es que se desarrollen de forma justa y equitativa, la realidad es que esto no sucede al existir prácticas abusivas y brechas en la información sobre bienes, productos y servicios; la población consumidora sufre un perjuicio en su bienestar y en su patrimonio; en esa tesitura, el Programa presupuestario E005 "Protección de los Derechos de los consumidores", sustenta también su existir al cumplir dos roles: ser el árbitro ante fallas en el mercado y la inhibición de las malas prácticas comerciales con su accionar y publicidad como agente garante en la protección de los derechos de la población consumidora, cuestión intangible, pero que por el simple hecho de estar presente en el imaginario público, cumple con esta importante función.

2.3 Evolución del problema

El consumo[3] de bienes, productos y servicios es una actividad básica del ser humano, por lo que al ser parte del funcionamiento de la economía, debe ser regulado por el Estado, esta actividad trae consigo una serie de afectaciones a agentes económicos[4] que interactúan entre sí. Gracias a la interacción económica de sus agentes esta adopta un comportamiento cíclico en donde el consumo es parte fundamental del funcionamiento básico de la misma.

Durante los últimos años el consumo en México ha tenido una volatilidad constante derivado de las coyunturas económica y sanitaria, por ende, enfrenta una situación sui generis, que de acuerdo con los datos del Indicador del consumo privado presentado por el INEGI, se establece que en el año 2019 representó el 67.9[5]% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional; este indicador resulta relevante por dos cuestiones; una por factores de política económica, toda vez que sirve como referencia para elevar el consumo en el país y dos, para tomar medidas que ayuden a contribuir e impulsar la competencia económica en el mercado interno y la mejora regulatoria a través de las acciones en el marco del Programa presupuestario E005 a cargo de esta Procuraduría.

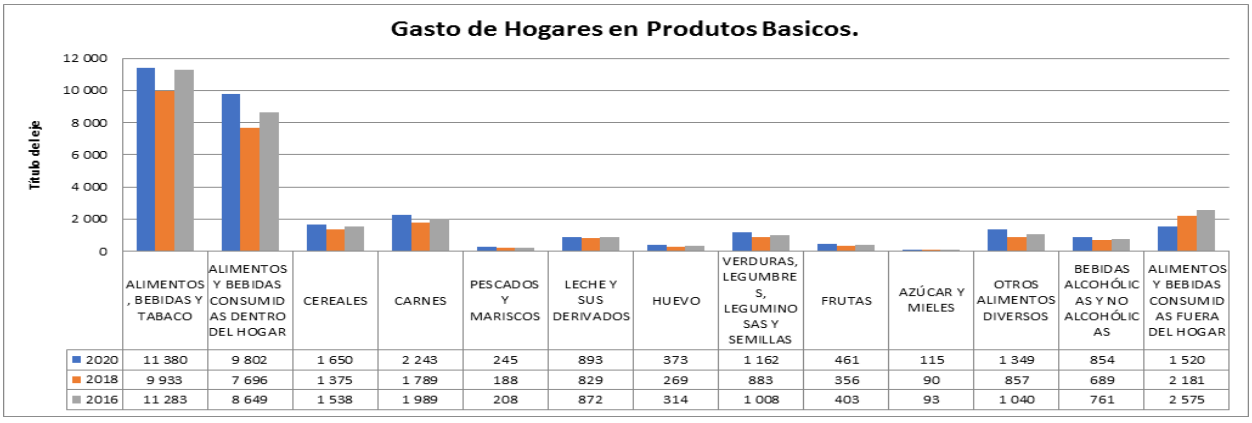
[3] *Consumo:* Acción de consumir alimentos, bienes o energía.
[4] Agente Económico: Son aquellos actores que intervienen directamente en el funcionamiento de una economía. Esto son: las familias, las empresas y el Estado.
[5] INEGI. Oferta y demanda global. Series desestacionalizadas

El gasto en los hogares es un elemento fundamental en toda economía, toda vez que se deriva del consumo de productos, por una parte los que componen la canasta básica,[6] así como de servicios esenciales como lo son: agua, luz, gas, salud, telecomunicaciones y transporte, entre otros; colocando al gasto, como una variable en el sistema de cuentas nacionales para calcular el PIB en México.

De acuerdo con datos de la Encuesta Nacional de Gasto de los Hogares (ENIGH), en los hogares mexicanos, en el año 2012, se destinó el 35.20% al consumo de alimentos, bebidas y tabaco, respecto del ingreso total que percibieron los hogares; en el 2016, representó un 35.30% de su ingreso, para 2018, constituyó el 35.25% respecto a su presupuesto y para el año 2020 fue de 38%[7].

En relación a los conceptos del gasto señalados como: vivienda, servicios de conservación, energía eléctrica y combustibles, los hogares mexicanos dedicaron en 2012 un 6% de su ingreso total, en 2016 representó el 5.88%, en 2018 representó el 9.5% y en 2020 de 11.0% total de sus ingresos, en ese sentido, es importante añadir que para transporte, adquisición, mantenimiento, accesorios para vehículos; comunicaciones, el consumo fue para 2012 de 18.46%, para el periodo 2016, representó el 19.34%, para 2018 resultó ser el 20%, y en 2020 fue de 18.6% de su ingreso total, lo que conlleva a razonar que más del 60% de los ingresos en los hogares mexicanos son para satisfacer necesidades de consumo tales como alimentos, adquisición y pago de servicios.

Gráficos 1. Gasto de Hogares en productos básicos 2016-2020.



	ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	ALIMENTOS Y BEBIDAS CONSUMIDAS DENTRO DEL HOGAR	CEREALES	CARNES	PESCADOS Y MARISCOS	LECHE Y SUS DERIVADOS	HUEVO	VERDURAS, LEGUMBRES, LEGUMINOSAS Y SEMILLAS	FRUTAS	AZÚCAR Y MIELES	OTROS ALIMENTOS DIVERSOS	BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y NO ALCOHÓLICAS	ALIMENTOS Y BEBIDAS CONSUMIDAS FUERA DEL HOGAR
2020	11 380	9 802	1 650	2 243	245	893	373	1 162	461	115	1 349	854	1 520
2018	9 933	7 696	1 375	1 789	188	829	269	883	356	90	857	689	2 181
2016	11 283	8 649	1 538	1 989	208	872	314	1 008	403	93	1 040	761	2 575

Fuente. ENIGH 2016 - 2020 https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2020/

[6] *Canasta Básica:* Se define como el conjunto de diversos alimentos, expresados en cantidades para satisfacer las necesidades de calorías de un hogar promedio

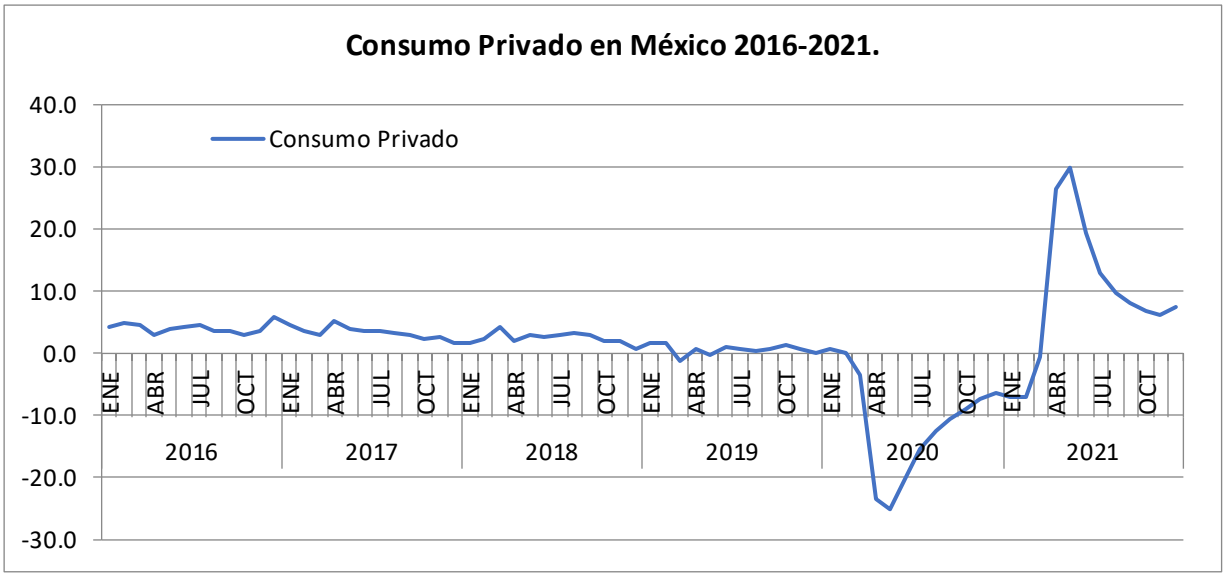
[7] Encuesta realizada cada dos años https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2020/

Los hábitos de consumo se pueden ver reflejados, en la adquisición de bienes, productos y servicios por parte de la población consumidora en México; la demanda de estos componentes básicos en temas de producción se mantuvo estable durante los últimos años. El consumo de servicios tales como, agua, luz, transporte y salud forman la segunda rama del gasto de hogares con un monto nominal más grande según la Encuesta Nacional del Gasto en los hogares (ENIGH).

En ese mismo sentido, el gasto total anual durante el año 2016 fue de 28,682 pesos y en el año 2018 correspondió a 32,036 pesos, lo cual representó un aumento considerable comparado con el año 2016 y una disminución en relación con el año 2020, el cual representó la cantidad de 29,910 pesos, derivado de la desaceleración del consumo.

En los últimos años el consumo ha tenido la constante aparición de números negativos, que reflejan un decremento a nivel nacional.

Gráficos 2. Evolución del consumo privado en México 2016 -2021.



Fuente: Indicador Mensual del Consumo Privado en el Mercado Interior (IMCPMI). Base 2013.
https://www.inegi.org.mx/programas/imcp/2013/#Tabulados

En el mes de mayo del año 2020 se presentó el primer decremento en el consumo y fue equivalente a -22.5% siendo esta la mayor caída respecto a la variable. Para octubre del mismo año este indicador había alcanzado la cifra de -8.9% teniendo una recuperación del 16.2%.

En el año 2021 en el mes de mayo se registró una recuperación respecto al mismo mes del año anterior alcanzando el 29.9% de consumo privado mensual. El consumo privado en México durante el año 2021 ha tenido una recuperación considerable comparada con el año 2020 pero sigue siendo volátil según cifras del INEGI.

En consecuencia, al incrementar el consumo en México, la tendencia en el indicador de quejas tiende a subir, por lo que se incrementa el número de personas que buscan ejercer su derecho de protección al consumidor.

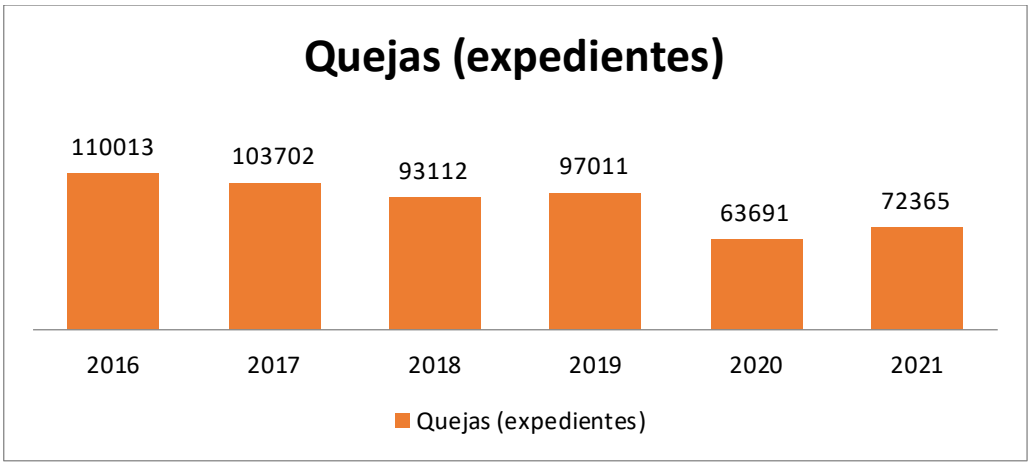
La población consumidora en México busca que los bienes y servicios satisfagan sus necesidades, asimismo buscan certeza y seguridad jurídica en sus relaciones comerciales en materia de consumo y hacer valer la garantía haciendo responsables a los proveedores de bienes y servicios, por conflictos en las relaciones comerciales.

Como se demostró anteriormente el consumo en México han presentado ajustes estratégicos a la baja, debido al crecimiento negativo del consumo de bienes, productos y servicios, por lo que se deben establecer las medidas y políticas necesarias para que la población consumidora resuelve sus conflictos con los proveedores de bienes, productos y servicios, toda vez que el consumo en diversos artículos de primera necesidad representa en buena parte los ingresos de las familias.

En el año 2020 ocurrió una baja en el consumo que pudiera ser imputable directamente a una baja en el número de quejas anuales recibidas. En el año 2020 hubo 63,691 quejas registradas y un porcentaje de conciliación del 81%, 7% más respecto al 2019, mientras que en el año 2021 hubo un aumento en el total anual reportado, el cual fue de 72,365 atribuible a la coyuntura del consumo en México.

En ese sentido, y de acuerdo con datos contenidos en la herramienta de Buró Comercial de la PROFECO, obtuvo datos respecto a las quejas promovidas por la población consumidora en los últimos años.

Gráficos 3. Historial de Quejas. (Registradas)



Fuente: Sistema Integral de Información y procesos (SIIP)

En ese sentido y de manera puntual los proveedores con más quejas en el 2021 del sector servicios son los siguientes:

Tabla 1. Proveedores con mayor número de quejas en 2021. (Registradas)

Top 10 – Proveedores	No. de quejas
CFE	9,551
WAL MART	1,988
MERCADOLIBRE	1,531
AEROMÉXICO	1,454
LIVERPOOL	1,344
AUTOFIN MONTERREY	908
WHIRLPOOL	906
COPPEL	883
VIVA AEROBUS	772
INTERJET	757

Fuente: SIIP, Subprocuraduría de Servicios, 2021.

Ahora bien, dado que la PROFECO en el marco del programa E005, también da atención a la población consumidora en México que enfrenta conflictos en condiciones de inequidad e incertidumbre en las relaciones comerciales con los proveedores en el sector de las telecomunicaciones, es importante hacer las siguientes consideraciones.

Del año 2015 al 2021 la economía creció 1.1%, mientras que el sector de telecomunicaciones ha incrementado su participación en el PIB nacional, registrando de esta manera su mayor participación en el año 2021 con 3.30% del Producto Interno Bruto mexicano según datos del

Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), colocándose como un sector importante en la economía del país.

Tabla 2. PIB y Telecomunicaciones en México.

Año	Porcentaje de participación de las Telecomunicaciones en el PIB de México
2015	2.20%
2018	2.80%
2019	3%
2020	3.20%
2021	3.30%

Fuente: Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) https://bit.ift.org.mx/BitWebApp/

De acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH 2021), en el año 2015 se tenían registradas 14, 685, 210 millones de usuarios con acceso a una computadora mientras que a finales del año 2021 se registraron un total de 16, 409, 787 millones de usuarios lo que representó un aumento de 1, 724,577 millones de usuarios según datos de la Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Por otra parte, el número de personas con acceso a internet en el año 2015 fue de 12, 810, 487 millones de usuarios, mientras al cierre del año 2021 el número de usuarios fue de 24, 327, 913 millones de personas lo que representó un aumento total de 11, 517, 426 millones de usuarios con acceso a internet.

El número de personas con acceso a la televisión en el año 2015 representaban una cifra total de 30, 580,591 millones de usuarios y para el cierre del año 2021 la cantidad total fue de 33, 379, 696 millones de usuarios; 2, 799, 105 personas más que al inicio del periodo antes mencionado.

En materia de acceso a la televisión de paga para el cierre del año 2015 el número de personas con acceso a este servicio representaba un total de 14, 303, 987 millones de personas con acceso y posibilidad de obtener dicho servicio mientras que para el año 2021 se contaba con 15, 871, 850 lo que se relaciona directamente con las otras variables antes mencionadas, siguiendo la tendencia al alza.

En el año 2015, 29 millones 188 mil 249 personas tenían acceso a la telefonía Fija en México, mientras que, para finales del año 2021, ascendió en 5 millones 552 mil 513 de

personas con acceso a este servicio, lo que representó un total de 34,740,762 de personas propietarias de una línea fija de teléfono.

Tabla 3. Hogares con equipamiento de tecnología de información y comunicaciones, según tipo de tecnología (ENDUTIH), 2021.

Año	Computadora		Internet		Televisor		Televisión de paga		Telefonía	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
2015	14 685 210	44.9	12 810 487	39.2	30 580 591	93.5	14 303 987	43.7	29 188 249	89.3
2016	15 184 257	45.6	15 658 535	47	30 992 631	93.1	17 339 206	52.1	30 001 506	90.1
2017	15 236 383	45.3	17 055 332	50.7	31 374 796	93.2	16 615 920	49.4	30 899 589	91.8
2018	15 285 544	44.7	17 974 537	52.5	31 797 539	92.9	16 136 639	47.1	31 514 864	92.1
2019	15 504 747	43.9	19 690 264	55.8	32 593 577	92.4	16 089 334	45.6	32 596 321	92.4
2020	15 615 290	43.8	21 388 838	59.9	32 623 761	91.4	15 204 364	42.6	33 422 743	93.7
2021	16 409 787	44.8	24 327 913	66.4	33 379 696	91.2	15 871 850	43.3	34 740 762	94.9

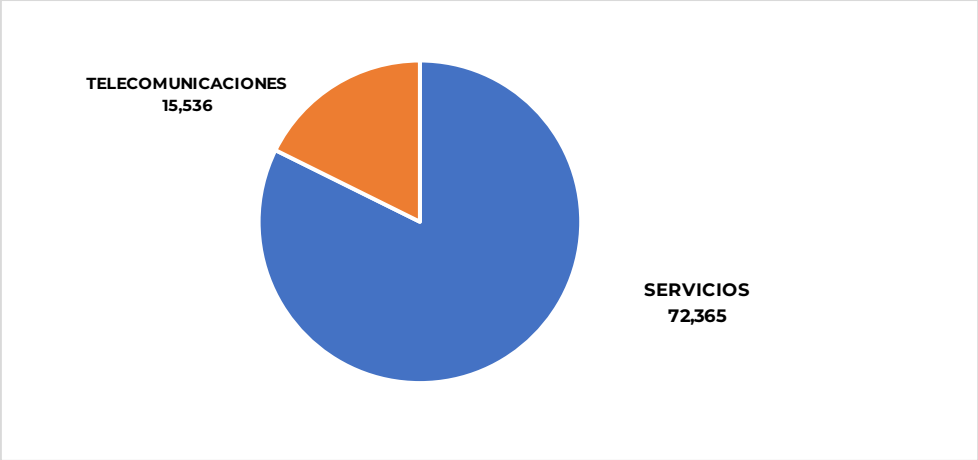
Fuente. ENDUTIH. https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2020/#Tabulados.

La Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH 2021), registró 91.7 millones de personas usuarias de telefonía celular, la cifra equivale a 78.3% de la población del estudio, es importante establecer que la telefonía celular fue una de las tecnologías con mayor uso entre la población.

Las entidades federativas con mayor uso del teléfono celular según datos de la encuesta, además del porcentaje total con respecto a su población fueron: Ciudad de México (88.4 %), Sinaloa (86.5 %) y Baja California Sur (86.3 %). Las que registraron los valores más bajos fueron: Chiapas (55.6 %), Oaxaca (63.8 %) y Guerrero (67.3 %).

Durante el año 2021, la PROFECO recibió 15,536 quejas en materia de telecomunicaciones lo que representa que el 17.67% del total de las quejas recibidas en la PROFECO.

Gráficos 4. Quejas Recibidas en el 2021.



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

De los 10 proveedores con más quejas en 2021, cinco pertenecen al sector telecomunicaciones.

Respecto a las inconformidades recibidas entre 2016 y 2021 en materia de telecomunicaciones, se identifican los siguientes proveedores con el mayor número de quejas recibidas por año.

Tabla 4. Proveedores con mayor Número de inconformidades Recibidas 2016-2021.

No.	2016		2017		2018		2019		2020		2021	
	Proveedor	Inconformidades	Proveedor	Inconformidades	Proveedor	Inconformidades	Proveedor	Inconformidades	Proveedor	Inconformidades	Proveedor	Inconformidades
1	TELCEL	5,940	TELCEL	7,347	AT&T	9,680	AT&T	11,942	AT&T	3,644	TELCEL	3,108
2	AT&T	5,385	AT&T	6,473	TELCEL	5,242	TELCEL	4,935	TELCEL	3,386	AT&T	2,624
3	TOTAL PLAY	3,375	MOVISTAR	3,261	MOVISTAR	3,265	MOVISTAR	2,503	IZZI	1,866	MEGACABLE	2,106
4	MOVISTAR	2,957	TOTAL PLAY	2,177	IZZI	2,564	IZZI	2,457	MEGACABLE	1,398	IZZI	2,001
5	IZZI	2,845	IZZI	2,284	DISH	1,615	MEGACABLE	1,218	TELMEX	1,151	TOTAL PLAY	1,478
6	TELMEX	2,131	TELMEX	1,940	MEGACABLE	1,576	TELMEX	1,174	MOVISTAR	1,076	TELMEX	1,428
7	DISH	1,973	DISH	2,172	TELMEX	1,568	DISH	1,153	TOTAL PLAY	1,016	MOVISTAR	635
8	MEGACABLE	1,380	MEGACABLE	1,577	TOTAL PLAY	1,218	TOTAL PLAY	895	SKY	505	DISH	459
9	SKY	1,271	SKY	1,412	SKY	1,052	SKY	740	DISH	415	SKY	454

10	AXTEL	609	AXTEL	514	AXTEL	325	AXTEL	238	AXTEL	248	MOTOROLA	215

Fuente: Subprocuraduría de Telecomunicaciones (2016 – 2021)

Por otra parte, y en atención a la problemática central, existen las acciones colectivas, las cuales son la herramienta legal dirigida a la población consumidora que enfrenta conflictos en condiciones de inequidad e incertidumbre en las relaciones comerciales con los proveedores de bienes, productos y servicios. Esta figura fue introducida a nuestro sistema judicial en el año 2010, derivado de la reforma al artículo 17 constitucional e implementando su procedimiento mediante reforma al Código Federal de Procedimientos Civiles el 30 de agosto de 2011, entrando en vigor el 30 de marzo de 2012.

Al ser el consumo una actividad primaria de los individuos en sociedad, el legislador consideró necesaria contar con un instrumento legal que facilitara a los consumidores ejercer su derecho sin importar el monto de las cantidades reclamadas, las cuales muchas veces suelen ser mínimas.

Entre los objetivos primordiales que se busca con la interposición y ejercicio de las acciones colectivas encontramos la representación colectiva del mayor número de consumidores a través de una sola demanda, evitando con ello gastos innecesarios que muchas veces desemboca en la falta de interés de los consumidores para ejercer sus derechos, y otro de sus objetivos y quizá el más importante, es que a través del ejercicio de estas demandas, los proveedores eviten reincidir en la práctica de conductas abusivas que dañen, afecten o violen los derechos de los consumidores.

La evolución de las acciones colectivas en el periodo de 2017-2021 se puede observar un aumento total del número de consumidores representados, durante el año 2017, fueron representados 648 consumidores; para el año 2019 se tiene un total de 488 consumidores, en el año 2021 se representó a 271 consumidores.

Tabla 5. Evolución de las acciones colectivas presentadas durante los años 2017-2021.

Año	Acciones colectivas presentadas	Consumidores representados
2017	4	648
2018	2	173
2019	4	488
2020	5	292

2021	5	271
TOTAL	20	1,872

Fuente: Subprocuraduría Jurídica (2016 - 2021)

El monto total recuperado está directamente asociado al número de consumidores representados anualmente y representa el total de las acciones colectivas aplicadas.

Tabla 6. Montos Recuperados del año 2016-2021.

Año	Monto recuperado	Consumidores beneficiados
2016	$9,919,079.19	40
2017	$111,924.00	51
2018	$99,487,345.57	720
2019	$6,867,716.37	40,497
2020	$9,651,515.94	185
2021	$28,042,491.91	4,252
TOTAL	**$154,080,072.98**	**45,745**

Fuente: Subprocuraduría Jurídica (2016 - 2021)

En el año 2017, se puede observar un incremento exponencial del monto de dinero recuperado por medio de la implementación de acciones colectivas, en el año 2019 se beneficiaron a 40 mil consumidores por medio de la ejecución de esta acción, lo que equivale a más del 90% de los consumidores beneficiados durante el periodo 2016- 2021, para el mismo período 2016-2021, la Subprocuraduría Jurídica de la Procuraduría Federal del Consumidor ha recuperado $154,080,072.98 a favor de 45,745 consumidores; y ha presentado 4,629 promociones dentro de los juicios entablados, con la finalidad de proteger y garantizar los derechos de los consumidores.

Tabla 7. Promociones legales por año.

Año	Promociones legales
2016	902
2017	574
2018	278
2019	1354
2020	425
2021	1,096

TOTAL	**4,629**

Fuente: Subprocuraduría Jurídica (2016 - 2021)

Por su parte, las acciones colectivas en materia de telecomunicaciones están integradas por las demandas de acción colectiva, promociones, recursos y otras gestiones en representación de los consumidores buscando proteger sus derechos. En ese sentido, durante el periodo del 1° de diciembre de 2018 al 31 de diciembre de 2021, la Subprocuraduría de Telecomunicaciones, interpuso dos demandas de acción colectiva en materia de telecomunicaciones (septiembre de 2019 y octubre de 2020). La primera de ellas en contra de dos empresas de Telecomunicaciones cuyo principal servicio es la televisión satelital, con motivo del cobro indebido realizado durante el periodo de 2009 a 2019, de diversos cargos derivados de cláusulas de su contrato de adhesión que habían sido declaradas nulas por la Suprema Corte de Justicia de la Nación.

Respecto a la segunda demanda de acción colectiva, se interpuso en contra de una empresa de telefonía móvil e internet, con motivo de cobros indebidos a 844,480 consumidores, por lo que esta Procuraduría dio seguimiento al proceso del juicio natural el cual al término del ejercicio 2021 se encuentra en periodo probatorio.

Derivado de los juicios de acción colectiva promovida por la Procuraduría a través de la Subprocuraduría de Telecomunicaciones, durante los años 2019 a 2021 se intervino en al menos 13 recursos diversos y 8 juicios de amparo, obteniendo en todos ellos sentencias favorables a los intereses de los consumidores representados por la Subprocuraduría de Telecomunicaciones.

De la información presentada con antelación, podemos destacar que el consumo es una triada entre diferentes agentes económicos donde interactúan el Estado, los proveedores y la población consumidora. Este consumo está distribuido en bienes, productos y servicios que tienen la finalidad de satisfacer las necesidades básicas de la población consumidora.

No se debe perder de vista que el consumo en México en la actualidad está atravesando por una situación de volatilidad, la cual se debe por diferentes factores tanto económicos como de salud por los cuales pasó la población mundial durante los últimos años. Este tipo de factores inciden en el comportamiento del consumo de bienes productos y servicios, característica que obliga al Estado a diseñar políticas y herramientas aplicadas por instituciones como la PROFECO con el objetivo de que en las relaciones de consumo,

La población consumidora resuelve sus conflictos con los proveedores de bienes, productos y servicios; contribuyendo a impulsar la competencia en el mercado interno y la mejora regulatoria, a través de prácticas comerciales justas, el incremento al beneficio de su economía a la población consumidora y adquiera confianza al adquirir bienes, productos y servicios y que estos satisfagan sus necesidades.

2.4 Experiencia de atención

El reconocimiento de protección al consumidor se ha desarrollado en el mundo, a partir de la publicación de las "Directrices para la Protección del Consumidor", por parte de las Naciones Unidas en 1985 y reafirmadas el 22 de diciembre de 2015. Estas directrices establecen un conjunto de principios y características mínimas que deben contener las leyes de protección al consumidor de los países latinoamericanos miembros, entre los que se encuentra México.

Originalmente, la Directrices incluyeron derechos tales como: la seguridad; la calidad de los servicios y bienes de consumo; la compensación; la educación e información de los consumidores, y las medidas relativas a los alimentos, el agua. En su reafirmación, se consideraron derechos relacionados con el comercio electrónico y los servicios financieros.

México al ser miembro activo de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, observa las recomendaciones hechas por dicho organismo mundial, incluyéndolas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y sus leyes reglamentarias.

En materia normativa, México es de los países pioneros en contar con una legislación en la materia. La siguiente tabla muestra el momento histórico de la aparición de la Leyes en el mundo directamente relacionadas con el tema de protección al consumidor o con el derecho del consumidor.

Tabla 8. Leyes en el mundo relacionadas con el tema de protección al consumidor.

País	Año	Ordenamiento jurídico
Japón	1968	Ley Fundamental del Protección al Consumidor
Canadá	1971	Ley de Quebec de Protección del Consumidor

Australia	1974	Ley de Prácticas Comerciales (hoy Ley de Defensa de la Competencia y Protección del Consumidor)
Venezuela	1975	Ley de Protección al Consumidor
México	**1979**	**Ley Federal de Protección al Consumidor**
España	1984	Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios
India	1986	Ley de Protección al Consumidor
Brasil	1990	Código de Protección del Consumidor
Rusia	1992	Ley de Protección al Consumidor
Francia	1992	Código del Consumo, de 1992
China	1993	Ley de Protección al Consumidor
Indonesia	1999	Ley de Protección y Defensa del Consumidor
Italia	2005	Código de Protección y Defensa del Consumidor de 2010
Perú	2010	Código de Protección y Defensa del Consumidor
Colombia	2011	Estatuto del Consumidor

Fuente: Elaboración propia PROFECO.

De las legislaciones citadas en el cuadro anterior, se encontraron puntos de coincidencia entre los cuales se destacan:

- Algunas leyes incluyen los derechos de los consumidores amparados por la ley, como el derecho a la seguridad, la elección, la información, la educación, el precio justo, la representación y la reparación, a menudo a partir de las "necesidades legítimas" de las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor;
- Definición del término consumidor en sentido amplio. (el comprador, el usuario y las terceras partes);
- Abarcan el suministro de bienes y servicios de consumo y, a veces servicios profesionales como los médicos, dentista, ingenieros y arquitectos;
- Imponen requisitos relativos a la obligación de proporcionar información precontractual sobre los productos vendidos o los servicios prestados, que contemplan precios y tarifas, así como condiciones contractuales;
- Establecen la prohibición de las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores;
- Se prohíbe la publicidad falsa, engañosa o confusa y otras formas dudosas de comunicación comercial;

- Se restringen las prácticas comerciales que se consideran engañosas, agresivas o desleales para el consumidor;
- Creación de órganos consultivos integrados por representantes de la administración, la industria y los consumidores, que aborden de manera proactiva los problemas sistémicos del consumidor y recomienden legislación y otras medidas de protección del consumidor;
- Abordan las cuestiones relativas a la seguridad de los productos y servicios y prevén el establecimiento de normas, la notificación de productos peligrosos y la retirada de productos defectuosos;
- Pueden facilitar el resarcimiento de los consumidores afectados por productos defectuoso introduciendo el principio de responsabilidad objetiva cuando los productos causen pérdidas materiales, lesiones corporales o muerte a los consumidores;
- La legislación puede conferir a los organismos existentes o creados especialmente la facultad de establecer normas para posibilitar una respuesta rápida a la evolución de las prácticas indebidas. En algunos casos, la facultad de establecer las normas recae en el poder ejecutivo del Estado, pero los comités consultivos integrados por representantes de los consumidores y de la industria pueden formular recomendaciones en relación con los reglamentos que se vayan a promulgar.
- Establecimiento de tribunales especiales (más recientemente, medios alternativos de solución de controversias y sistemas de solución de controversias en línea, como se indica en el capítulo XI) en los que se crean reglas de procedimiento y prueba simplificadas para examinar las reclamaciones de los consumidores. Algunos son bastante antiguos, como los tribunales de protección del consumidor de la India y los sistemas de arbitraje de consumo de España y la Argentina, establecidos en 1986 y 1998, respectivamente;
- Acceso de los consumidores a la justicia mediante la admisión de los procedimientos colectivos de reparación. Se puede otorgar a un funcionario público (por ejemplo, un director de prácticas comerciales o el Defensor del Consumidor) o grupos de acción social (como las asociaciones de consumidores)

el derecho a emprender acciones judiciales en nombre de un consumidor o un grupo de consumidores;

- Se prevén diversos medios de reparación, que incluyen la rescisión del contrato, el derecho a un resarcimiento por daños y perjuicios (incluida la indemnización punitiva) y medidas cautelares y sentencias declaratorias. Ello puede deberse a la ausencia de un conjunto de medidas de reparación pleno, equilibrado y flexible, lo que puede tener el efecto de neutralizar en la práctica de los derechos que se pretenden conferir al consumidor mediante las leyes.

Las Directrices para la Protección del Consumidor no son prescriptivas, y su aplicabilidad es obligatoria entre los países miembros.

La Directriz 8 de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor determina, que los Estados miembros deben establecer o mantener una infraestructura adecuada que permita formular, aplicar y vigilar el funcionamiento de las políticas de protección.

Para la materialización de lo señalado en la Directriz 8; los Estados miembros delegan a un organismo facultades de regulación y administración, para el cumplimiento de las siguientes funciones:

- Aplicar le derecho de la competencia y de protección del consumidor;
- Registrar y expedir licencias para determinados tipos de actividades comerciales;
- Dictar reglamentos administrativos para regular la conducta de las sociedades mercantiles y garantizar la protección de los intereses de los consumidores;
- Asesorar a las autoridades sobre las medidas apropiadas para la protección del consumidor;
- Representar los intereses de los consumidores en otros comités intergubernamentales;
- Asesorar a los consumidores y las empresas sobre sus derechos y obligaciones en virtud de la legislación pertinente en materia de protección al consumidor;
- Realizar o encargar estudios de mercado e investigaciones sobre los problemas de protección de los consumidores;

- Llevar a cabo o encargar ensayos de seguridad y calidad de los productos y difundir información a los consumidores;
- Consultar con las partes interesadas pertinentes para comprender los problemas de los consumidores y elaborar políticas para abordar las esferas problemáticas;
- Organizar programas de educación e información pública de manera independiente o en colaboración con organizaciones de consumidores o sociedades mercantiles;
- Representar los intereses nacionales de los consumidores en las negociaciones internacionales sobre casos individuales y en los debates de política internacional.

Por tal motivo, para el Diagnóstico del presente Programa se tomará en consideración aquellos Estados miembros que cuenten con organismos similares en cuanto a funcionamiento y marco normativo con la Procuraduría Federal del Consumidor, en ese sentido, el estudio de caso se centrará en: **Chile, Perú, Ecuador y Colombia, toda vez que son los países con más similitudes con México.**

Chile

En Chile, la protección de los derechos del consumidor es realizada por el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), es un servicio público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, el cual cuenta con un presupuesto de 19 millones de dólares anuales, equivalente al 34% de presupuesto que recibe la PROFECO en México; a la SERNAC le corresponde dar cumplimiento a la Ley 19,496 y aunque el sistema de protección a los derechos del consumidor no emana de mandato constitucional, el Tribunal Constitucional de Chile ha reconocido la importancia y el carácter tutelar de las normas de protección al consumidor, así quedó de manifiesto en el expediente judicial 4792-18 de dicho tribunal.

La Ley de protección a los consumidores reconoce garantías elementales de todo consumidor, tales como:

- La libre elección del bien o servicio;

- El derecho a una información veraz y oportuna de los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos, y el deber de informarse responsablemente de ellos;
- El derecho a no ser discriminado arbitrariamente por parte de proveedores de bienes y servicios;
- La seguridad en el consumo de bienes o servicios, la protección de la salud y el medio ambiente y el deber de evitar los riesgos que puedan afectarlo;
- El derecho a la reparación e indemnización adecuada y oportuna de todos los daños materiales y morales en caso de incumplimiento de cualquiera de las obligaciones contraídas por el proveedor, y el acceder a la justicia y a los medios que la ley le franquea;
- La educación para un consumo responsable, y deber de efectuar operaciones de consumo con el comercio establecido.

Unas de las principales peculiaridades respecto a las tareas del SERNAC, es que esta instancia hace valer los derechos del consumidor de productos o servicios financieros, cuestión que en el caso de México y la PROFECO no tiene competencia.

Con la reforma a la Ley 19,496 el 13 de septiembre de 2018 y con la promulgación de la Ley 21,081 el SERNAC posee nuevas facultades en los siguientes asuntos:

- Fiscalizadoras
- Interpretación administrativa
- Reforma normativa
- Realización de procedimientos voluntarios colectivos
- Evaluación de planes de cumplimiento

El SERNAC, ha desarrollado diversos instrumentos para la toma de mejores decisiones como lo son:

Plataformas interactivas: (Comparador de créditos, cotizador de medicamentos bioequivalentes, “me quiero salir” el término anticipado de contratos exponiendo las causas).

Estudios sobre mercados específicos: (Análisis y utilización de información sobre consumidores y demás actores involucrados en relaciones de consumo).

Herramientas y contenidos de medios digitales y prensa: (Difusión de información del SENAC, sobre sus atribuciones y logros).

Acceso a la información en el contexto COVID-19: (Es una página relacionada con información sobre el COVID-19 respecto a noticias, boletines y cotizador de productos básicos).

Chile cuenta con un eficaz y eficiente modelo para la resolución de controversias, denominado "modelo de atención al consumidor", es un servicio gratuito bajo la modalidad presencial o a distancia; servicio parecido al modelo de Concilianet en México.

Entre las principales acciones que ha realizado el SERAC, fueron los procedimientos voluntarios colectivos que busca resolver un problema de consumo colectivo o masivo en favor de 1, 351,796 millones de consumidores con una cifra de 44 millones de dólares americanos en favor de la población consumidora beneficiara, de igual manera, iniciaron 77 juicios colectivos, 38 de ellos concluidos al 2021, con un monto compensatorio de casi 173 millones de dólares.

Perú

En Perú, la protección de los derechos del consumidor tiene un carácter transversal y requiere el apoyo de instituciones públicas como privadas; el principal actor como garante de estos derechos es el Instituto Nacional para la Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), es un instituto público que tiene jurisdicción en todo el territorio Peruano, este instituto no solo tiene la facultad de velar los derechos de los consumidores, sino también la libre competencia, la propiedad intelectual, las barreras burocráticas, la competencia desleal, los procedimientos concursales, el dumping y los subsidios.

El INDECOPI es un Organismo Técnico Especializado Nacional, adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros, el cual cuenta con un presupuesto de 10.5 millones de dólares, equivalente al 17% de presupuesto que recibe la PROFECO en México, a la INDECOPI le corresponde dar cumplimiento a la Ley 29,571, mediante la cual se aprobó el Código de Consumidor, cabe destacar, que el sistema de protección a los derechos del consumidor

emana del artículo 65, constitucional donde se establece que "El Estado defenderá los intereses de los consumidores y usuarios del servicio. A tal fin, garantizará el derecho a la información sobre los bienes y servicios disponibles en el mercado. También será el responsable de velar, en particular, por la salud y seguridad de la población".

El Código de Consumidor reconoce los siguientes derechos:

- El principio de soberanía del consumidor, que reafirma la autonomía, libertad y responsabilidad inherentes a la preferencia del consumidor;
- El principio pro-consumidor, según el cual una norma debe interpretarse a favor del consumidor;
- El principio de transparencia, según el cual los proveedores tienen el deber de proporcionar información veraz y adecuada sobre los productos o servicios que ofrecen;
- El principio de corrección de asimetrías, según el cual las normas de protección al consumidor tienen por objeto corregir irregularidades o malas prácticas derivadas de asimetrías de información o desequilibrios entre consumidores y proveedores;
- El principio de buena fe, según el cual los consumidores, proveedores y asociaciones de consumidores deben abordar las relaciones de consumo de buena fe;
- El principio de protección mínima, según el cual las normas sectoriales pueden prever un mayor nivel de protección;
- El principio pro asociativo, según el cual el Estado tiene la responsabilidad de facilitar las actividades de las asociaciones de consumidores; y
- El principio de la primacía de la realidad, según el cual los hechos deben prevalecer sobre los contenidos de los textos formales en la apreciación de la naturaleza de una situación dada.

En Perú además del INDECOPI, se cuenta con un Consejo Nacional de Protección al Consumidor donde están involucrados los Ministerios de Salud, el Ministerio de la Producción, del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, el Ministerio de Transporte y Comunicación, el Ministerios de Economía y Finanzas, la Sociedad Civil y

otros órganos de gobierno tanto estatales como regionales, entre los temas que se tratan son:

- Servicios de Taxi proporcionados a través de plataformas en línea o por aplicación.
- Las percepciones de la diversidad cultural y la discriminación étnica y racial.
- La seguridad en el sistema financiero.
- Etiquetado de algunos productos.

Adicionalmente a las acciones de protección al consumidor realizadas por el INDECOPI, implementan la Política Nacional de Protección al Consumidor la cual es un política de Estado que se aplica a todos los niveles del gobierno, tiene implicaciones para los actores de los sectores públicos, privado y asociativo, y debe ser adoptada por la Presidencia del Consejo de Ministros. La Política Nacional de Protección al Consumidor se estructura en torno a seis principios que se traducen en cuatro áreas temáticas:

a) Educación, orientación y difusión de la información;
b) Protección de la salud y seguridad del consumidor;
c) Mecanismos para la prevención y solución de controversias entre proveedores y consumidores;
d) El fortalecimiento del sistema nacional integrado de Protección al Consumidor.

En 2019, INDECOPI estimó que sus actividades de fiscalización en materia de protección al consumidor evitaron un perjuicio y/o ganancia ilícita al proveedor por un monto de 2.5 millones de dólares.

Ecuador

El Gobierno de la República del Ecuador, protege los derechos del consumidor a través de la atención a quejas por infracciones u omisiones a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento.

Los derechos de protección al consumidor se hace efectiva por medio de las acciones realizadas por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior y Pesca, específicamente

por conducto de la Dirección de Control y Vigilancia de Mercado la cual tiene a su cargo dos Unidades de Gestión Interna; la de Asesoría y Defensa al Consumidor, y la de Control y Vigilancia de Mercado, las cuales tienen bajo su encomienda poner en marcha el "Programa de Defensa del Consumidor".

El Programa de Defensa del Consumidor de Ecuador tiene la misión de "Controlar y regular el cumplimiento de reglamentos técnicos, a través de la vigilancia y monitoreo de mercado, para la protección de los consumidores en casos de vulneración de sus derechos; fomentando un fácil acceso a la información a los ciudadanos, teniendo como fin promover una cultura responsable y participativa".

Entre las acciones más relevantes que realiza esta dependencia de protección al consumidor son las siguientes:

- Regulación a la publicidad: Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses del consumidor.
- Información básica comercial: Todos los bienes a comercializar deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto, la información del producto está expuesta a ser susceptible de comprobación, así como hacer valida de garantía de compra; la rotulación de alimentos y medicinas con información de las características de contenido, caducidad y contenido.
- Responsabilidades y obligaciones de proveedor: Es obligación de todo productor, entregar al consumidor veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, así como precio y hacer valer la disolución del contrato cuando haya defectos o vicios ocultos, la entrega de factura, el resarcimiento de daño por defecto o reparación defectuosa, deterioro del bien por depreciación a causa del uso, repuestos, servicio técnico, reposición, calidad por prestación de servicios profesionales, responsabilidad solidaria y derechos de repetición.
- Servicios públicos domiciliarios: Los prestadores de estos servicios están obligados a prestar servicios eficientes, de calidad, oportunos y permanentes a precios justos.
- Protección contractual: Se realiza mediante la celebración de un contrato de adhesión, deberá estar redactado en un idioma legible y oficial, sin clausulas prohibitivas, con terminación anticipada, derecho de devolución, especificaciones

claras sobre ofertas, así como las condiciones crediticias, protección por el pago por anticipado, cobranza de créditos en términos de ley y pagos con tarjeta de crédito debe ser paralelo con el pago de contado.

- Control de la especulación: Regula cualquier práctica desleal que tienda o sea causa del alza indiscriminada de precios.
- Prácticas prohibidas: Quedan absolutamente prohibidas el condicionamiento de la venta de un bien o servicio, el rehusarse de atender a los consumidores, enviar al consumidor cualquier servicio o producto sin el consentimiento del consumidor, aprovecharse dolosamente de las condiciones físicas de los consumidores, poner en el mercado productos que no cumplan con las normas establecidas, aplicar fórmulas de ajuste diversas a las legales y aplicar plazos diversos a los establecidos.
- Protección a la Salud y Seguridad: Los productos cuyo uso resulte potencialmente peligroso para la salud o integridad física de los consumidores deberá de incorporar instructivos con las advertencias e indicaciones necesarias, en caso de bebidas alcohólicas, cigarrillos y derivados del tabaco o productos nocivos para la salud deberán expresarse de manera clara, visible y notable los riegos de su consumo, en caso de que un producto adolezca de un desperfecto el proveedor tiene la obligación de sustituirlo o reemplazarlo.
- Asociación de consumidores: Se entenderá por Asociación de Consumidores, toda persona organización constituida por personas naturales o jurídicas, independientes de todo interés económico, comercial, religioso o político, cuyo objeto sea garantizar y procurar la protección y la defensa de los derechos e intereses de los consumidores, así como promover la información, educación, representación y el respeto al mismo.
- Control de Calidad: El Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN, determinará la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como del sector público, que deberán someterse al control de calidad.
- Infracciones y sanciones: Estas se determinarán de acuerdo a lo establecido en la ley; los consumidores tendrán derecho a la indemnización, reparación, reposición y devolución.

Tabla 9. Similitudes con la Procuraduría Federal del Consumidor (Ecuador)

PROFECO (México)	Ministerio de Producción, Comercio Exterior y Pesca (Ecuador)
Recepción de quejas y denuncias	Tramitación de quejas
Contratos de adhesión	Protección contractual
Publicidad engañosa	Regulación a la publicidad
Conciliación de quejas	Audiencias de intermediación para la resolución de conflictos
Asesoría y orientación por medios electrónicos y presenciales	Asesoría técnica a los actores de la relación de consumo

Fuente: Elaboración propia PROFECO.

Entre las diferencias realizadas por el órgano garante de la República de Ecuador y el sistema Mexicano se encuentra:

- Proveeduría en revisión de etiquetado en productos farmacéuticos
- Regulación de productos tales como tabaco, alcohol y sus derivados
- Protección a la salud y seguridad de los consumidores
- Derecho a la indemnización, reparación, reposición y devolución
- Control de la especulación

En el año 2021, tuvieron 695[8] atenciones relacionadas con la protección de los derechos del consumidor.

Colombia

En la República de Colombia, la autoridad encargada de la protección de los derechos de los consumidores es la Superintendencia de Industria y Comercio, esta entidad de gobierno además de velar por las garantías en las relaciones de consumo, también cuenta con tareas de protección a la competencia económica, la protección de los datos personales, así también, administra el Sistema Nacional de Protección Industrial.

En el marco de la protección de los derechos de los consumidores, la Superintendencia de Industria y Comercio de la República de Colombia es la responsable de la observancia

[8] información de transparencia Url: https://www.gob.ec/mpceip/tramites/atencion-quejas-infracciones-omisiones-ley-organica-defensa-consumidor#contact

a las disposiciones contenidas en el estatuto del consumidor (Ley 1480 promulgada 2011, aún vigente), en tal virtud tramita las denuncias que se presentan e inicia investigaciones de oficio tendientes a establecer su contravención. En este campo tiene facultades administrativas para ordenar la suspensión de conductas ilegales, sancionatorias para reprimir a los infractores y jurisdiccionales para resolver sobre la garantía mínima presunta[9].

Asimismo, tramita y decide sobre las investigaciones relacionadas con las quejas presentadas por incumplimiento de servicios por parte de los prestadores de servicios turísticos, así como, ejercerá la vigilancia y el control sobre el cumplimiento de los reglamentos de los juegos promocionales y verificará que en desarrollo de los mismos se dé cumplimiento a las normas de protección al consumidor (Ley 643 de 2001).

A través de la Dirección de Protección a Usuarios de Servicios de Comunicaciones, la Superintendencia supervisa las instrucciones que imparta en materia de protección a usuarios de los servicios de comunicaciones. Podrá ordenar las modificaciones a los contratos entre proveedores y comercializadores de redes y servicios de telecomunicaciones, y sus usuarios, cuando sus estipulaciones sean contrarias al Régimen Integral de Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones, o afecten los derechos de estos últimos. Además, tramitará y resolverá las quejas o reclamaciones que se presenten por incumplimiento a las disposiciones sobre protección al consumidor, respecto de usuarios de servicios postales.

Adicionalmente a las funciones que tiene la Superintendencia de Industria y Comercio en materia de protección de los derechos del consumidor, también le corresponde vigilar la calidad, idoneidad y seguridad de los productos. Todo proveedor debe asegurar la idoneidad, la calidad y seguridad del funcionamiento de los productos.

De manera puntual la Superintendencia privilegia los derechos de protección al consumidor vigilando que se cumplan los siguientes preceptos legales:

- Protección a la garantía legal: Se refiere a hacer valer la garantía expedida por la adquisición de bien o producto, en caso de no contar con la garantía por escrito

[9] Tal garantía se entiende pactada en todos los contratos de compraventa y obliga a los productores a asegurar la calidad e idoneidad de los bienes y servicios que ofrecen, según su naturaleza y clase.

se entiende que esta debe hacerse valer y respetada, en cualquier de las modalidades establecida en el estatuto del consumidor.

- Prestación de servicios que suponen la entrega de un bien: Cuando se haga la entrega de un bien se realizará a través de un recibo, con los datos del producto y proveedor, quien preste el servicio asume la custodia y conservación del bien, es decir, aquellos proveedores que entreguen un bien o servicios deberán comprometerse en satisfacer las necesidades del cliente, dejando por sentado las condiciones del producto y datos del proveedor.
- Responsabilidad por daños por producto defectuoso: Cuando se produzca un producto el proveedor deberá hacerse responsable de aquellos productos que causen o produzcan un daño hacia las personas y sus bienes, reparando en todo momento los daños que es estos pudieran ocasionar.
- Información mínima y responsabilidad: Los proveedores y productores deberán suministrar a los consumidores información, clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que ofrezcan.
- Publicidad: Queda prohibida toda publicidad engañosa por parte de los proveedores, aquella publicidad que por su naturaleza o componentes sea nociva para la salud, se le notificará al público en general su nocividad.
- Protección especial: Las condiciones de los contratos serán interpretadas de la manera más favorable al consumidor, por lo que lo que no haya sido contraído por el consumidor no le será obligado.
- Contratos de adhesión: Las condiciones negociables generales deberán ser claras, concretas y completas.
- Cláusulas abusivas: Son aquellas que producen un desequilibrio injustificado en perjuicio del consumidor, son ineficaces cuando; limiten la responsabilidad del consumidor, impliquen renuncia de los derechos del consumidor, o incurra en algún supuesto contrario al beneficio del consumidor.
- Protección del comercio electrónico: Aquellos consumidores que realicen actividades comerciales en el territorio nacional deberán informar en todo momento y de forma cierta, fidedigna, suficiente, clara, accesible y actualizada su identidad especificando nombre o razón social, así como especificaciones técnicas de los productos, el precio y condiciones de contrato de venta.

- Especulación y acaparamiento y la usura: La autoridad vigilará que ninguna persona jurídica o natural incurra en este tipo de práctica, se le sancionará conforme a lo que establezca la Ley.

En Colombia como en México se encuentran similitudes a las acciones que se realizan en materia de protección al consumidor, por lo que a continuación se enuncian algunas:

Tabla 10. Similitudes con la Procuraduría Federal del Consumidor (Colombia).

PROFECO (México)	Superintendencia de Industria y Comercio (Colombia)
Recepción de quejas y denuncias	Procedimiento para el trámite de quejas y recursos (PQR)
Contratos de adhesión	Contratos de Adhesión
Publicidad engañosa	Prohibición por publicidad engañosa
Conciliación de quejas	Conciliación como acto preventivo emitido por autoridad facultada
Asesoría y orientación por medios electrónicos y presenciales	Asesoría para brindar apoyo a los consumidores

Fuente: Elaboración propia PROFECO.

Como en los otros entes protectores de consumidores, también existen puntos de diferencia y coincidencias entre el sistema de protección al consumidor en México y Colombia. El sistema colombiano tiene el carácter de hacer valer la garantía por los productos, en un sentido amplio de acuerdo con su norma, asimismo el sistema colombiano de protección desde 2011 contempla una protección en el comercio electrónico, acción que se contempla en México desde el 2000 en la LFPC, sus acciones son de carácter regulatorio preventivo y correctivo como es el caso de México.

Los principales logros del modelo colombiano han sido la implementación de medidas de vigilancia e investigación en torno al SARS CoV-2, por la comercialización de productos milagro, asimismo hubo una imposición de 352 sanciones por un valor total de más de 7 millones de dólares, las cuales se desglosan así: 259 sanciones impuestas por la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor por la suma de casi 5.5 millones de dólares y 93 multas impuestas por la Dirección de Investigaciones de

Protección a Usuarios de Servicios de Comunicaciones por el monto de 2.3 millones de dólares[10].

Derivado del análisis a los modelos de experiencia de atención en materia de protección a los derechos de los consumidores, se facilitó el diseño del presente Programa. Por lo que el sustentar con información y estadísticas vertidas en los diferentes escenarios de Latinoamérica, permitió conocer las estrategias que siguen países para la protección del consumidor.

Como se puede observar, cada uno de los modelos de protección al consumidor que anteceden, comparten actividades similares entre sí y en relación a las actividades desarrolladas en el Programa presupuestario E005, acciones preventivas, de orientación, asesoría, de atención a quejas y de uso de información de productos. Ello comprueba que este Programa es vanguardista al utilizar diversos mecanismos y herramientas para proteger a la población consumidora y disminuir las asimetrías de la información en las relaciones de consumo.

En ese sentido, la Procuraduría al formar parte de diversos foros, comparte, información relacionada con la protección de los derechos de la población consumidora, siendo punto de lanza y ejemplo en algunos casos para otros países para la solución de conflictos entre proveedores y consumidores.

2.5 Árbol del problema

Con base en la Metodología del Marco Lógico (MML), la cual es una herramienta de planeación que permite dar seguimiento y evaluar los resultados e impactos de un Programa presupuestario público, para la elaboración del Diagnóstico del Pp. E005, se ha utilizado la MML para alinear los objetivos del Programa con la Matriz de Indicadores para Resultados.

El problema central del Pp. E005 “Protección de los derechos de los consumidores”, es el siguiente: “La población consumidora en México enfrenta conflictos en condiciones

[10] Informe de rendición de cuentas de la Superintendencia de Industria y Comercio 2019 – 2020 Url: https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Nuestra_Entidad/Control_Rendicion_de_Cuentas/Informe%20de%20Rendici%C3%B3n%20de%20Cuentas%202019-2020.pdf

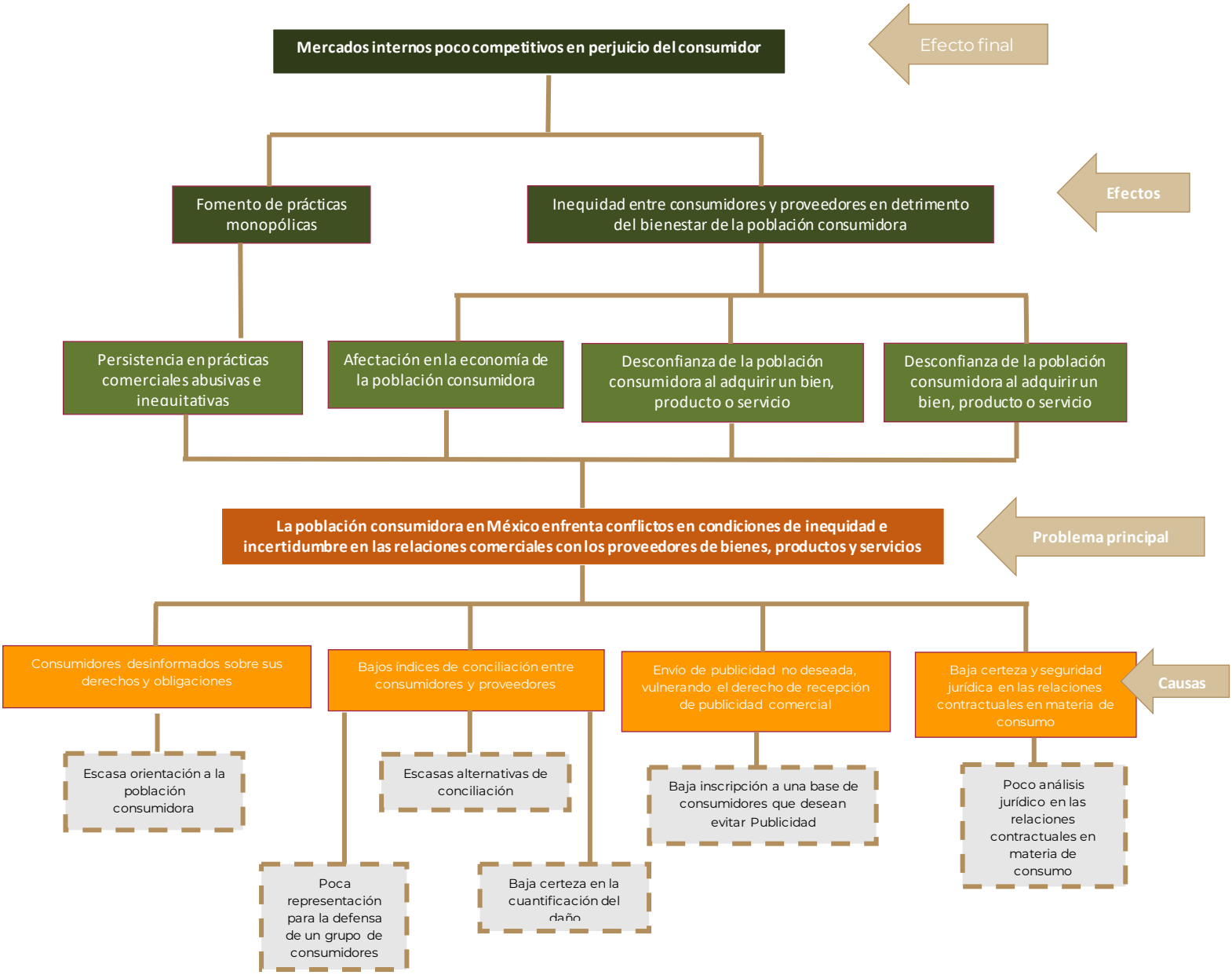
de inequidad e incertidumbre en las relaciones comerciales con los proveedores de bienes, productos y servicios."

Las causas que originan el problema son:

i) Consumidores desinformados sobre sus derechos y obligaciones;
ii) Bajos índices de conciliación entre consumidores y proveedores;
iii) Envío de publicidad no deseada, vulnerando el derecho de recepción de publicidad comercial;
iv) Baja certeza y seguridad jurídica en las relaciones contractuales en materia de consumo

El árbol de problemas del Programa presupuestario en donde se ilustra el problema principal, causas y efectos se presenta en la siguiente imagen:

Imagen 1. Árbol de problemas.



Fuente: Elaboración propia PROFECO-DGPE.

3. Objetivos

Los Objetivos del presente programa presupuestario fueron identificados mediante acciones que contemplan la solución de conflictos de la población consumidora con los proveedores de bienes, productos y servicios, los cuales se ejemplificaran en los siguientes apartados.

3.1 Árbol de objetivos

En el árbol de objetivos se presenta de forma esquemática el problema o necesidad que se quiere resolver con la implementación del Pp. E005, con base en el árbol de problemas se identificaron los fines a los que el Programa puede contribuir y los medios para lograrlos.

Para llevar a cabo este objetivo, el Programa ha planteado cuatro estrategias de acción o medios como paliativo para resolver el problema, los cuales son los siguientes:

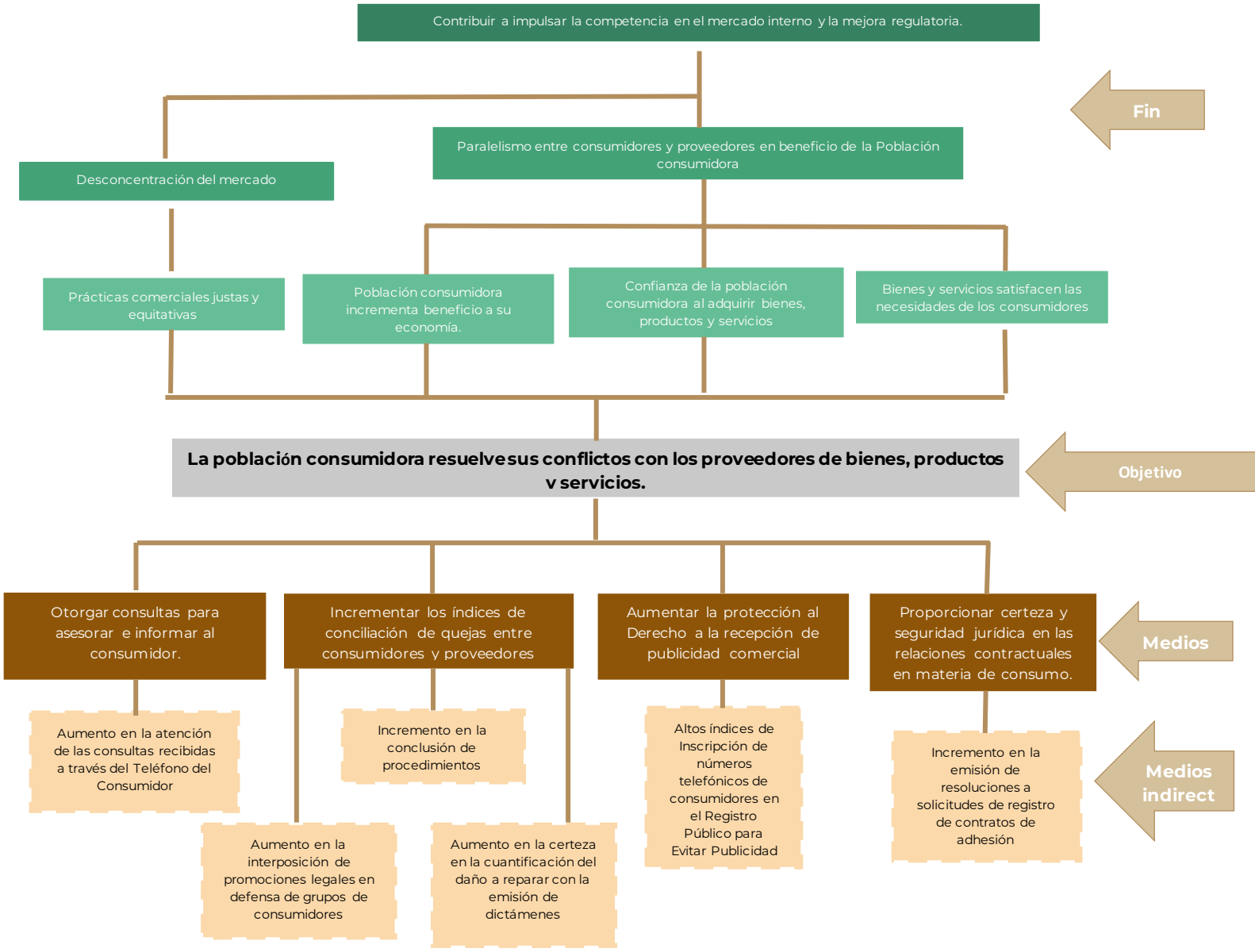
i. Otorgar consultas para asesorar e informar al consumidor;

ii. Incrementar los índices de conciliación de quejas entre consumidores y proveedores;

iii. Aumentar la protección al Derecho a la recepción de publicidad comercial;

iv. Proporcionar certeza y seguridad jurídica en las relaciones contractuales en materia de consumo.

Imagen 2. Árbol de objetivos.



Fuente: Elaboración propia PROFECO-DGPE.

3.2 Determinación de los objetivos del Programa

Alineado con el análisis de las secciones anteriores, resaltando lo establecido en el árbol de problemas y por lo tanto, en el árbol de objetivos, se pueden identificar los siguientes objetivos que persigue la implementación del programa E005 "Protección de los derechos de los consumidores".

Objetivo general:

La población consumidora resuelve sus conflictos con los proveedores de bienes, productos y servicios.

Objetivos específicos:

- Otorgar consultas para asesorar e informar al consumidor;
- Incrementar los índices de conciliación de quejas entre consumidores y proveedores;
- Aumentar la protección al Derecho a la recepción de publicidad comercial,
- Proporcionar certeza y seguridad jurídica en las relaciones contractuales en materia de consumo.

El programa atiende el problema a través de los servicios que se ofrecen, tales como: Teléfono del consumidor, Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP), el Buró Comercial, Monitoreo de publicidad, Registro de Contratos de Adhesión en Línea (RCAL), Registro Público de Casas de Empeño (RPCE); asimismo, cuando existen problemas de consumo se resuelven mediante los procedimientos de conciliación, arbitraje, dictamen, infracciones a la Ley e interposición de acciones colectivas. El programa hace uso intensivo de las Tecnologías de la Información, por lo que los servicios están disponibles todo el año en el sitio web de la institución.

3.3 Aportación del Programa a los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo y la Institución

El Programa presupuestario E005 se encuentra alineado al Programa Nacional de Desarrollo 2019 – 2024, el Pp. contribuirá de manera directa a cumplir con los objetivos del eje 3 denominado Economía, bajo la estrategia de fortalecer el mercado interno, por

lo que el gobierno federal impulsará las modalidades de comercio justo y economía social y solidaria, 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.

El Pp. E005 por medio de las acciones que realiza, contribuye al logro del Objetivo Sectorial 2 del Programa Sectorial de Economía 2020 - 2024: "Impulsar la competencia en el mercado interno y la mejora regulatoria". De manera específica, la contribución a dicho objetivo se lleva a cabo a través de las líneas de acción que conforman la Estrategia 2.3.

"Reducir las malas prácticas de comercio o prestación de servicios para proteger de forma efectiva los derechos de los consumidores", que son las siguientes: fortalecer la capacidad institucional para empoderar a la población consumidora, con énfasis en los sectores más vulnerables de la población; impulsar la figura de las acciones colectivas como mecanismo estratégico en la defensa de los derechos del consumidor; promover la conciliación exprés a nivel nacional; implementar programas de vigilancia y verificación en fechas estratégicas, así como en sectores financieros y comerciales estratégicos para el consumo de productos básicos y promover la atención de quejas y denuncias a través de la vía tecnológica, modernizando las herramientas electrónicas de atención a la población consumidora.

El Programa Institucional 2020 – 2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor, derivado del Plan Nacional de Desarrollo 2019 - 2024", establece los principios rectores que consisten, 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.

Los objetivos prioritarios derivan del análisis puntual de la problemática relevante 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.

Tabla 11. Vinculación entre los Programas Institucionales 2020 - 2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor (PIPFC) y Sectorial de Economía 2020 - 2024 (PROFECO).

Objetivos Prioritarios PIPFC	Objetivos Prioritarios PROSECO
Objetivo prioritario 1.- Impulsar al empoderamiento del consumidor 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 institucional para proteger a los consumidores sin dejar a nadie atrás.	**Objetivo prioritario 1.-** Fomentar la innovación y el desarrollo económico de los sectores productivos. **Objetivo prioritario 2. -** Impulsar la competencia en el mercado interno y la mejora regulatoria.

Fuente: Programa Institucional PROFECO 2019-2024.

El Programa E005, es uno de los tres Programas que forman parte del Programa Institucional 2020 – 2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor a través del cual, se da cumplimiento a los objetivos estratégicos, sectoriales y nacionales en el contexto de la planeación nacional.

Tabla 12. Alineación del PP E005 al PND 2019-2024, Programa Sectorial de Economía 2020-2024 y Programa Institucional 2020 - 2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Objetivo del PND	Estrategia(s) del Objetivo Sectorial	Objetivo del Programa Institucional	Programa Presupuestal
Eje 3 Economía	Objetivo prioritario 1.- 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 3.- Fortalecer la capacidad institucional para proteger a los consumidores sin	Objetivo prioritario 1.- Impulsar al empoderamiento del consumidor a nivel nacional. 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.	E005 "Protección de los derechos de los Consumidores."

Objetivo del PND	Estrategia(s) del Objetivo Sectorial	Objetivo del Programa Institucional	Programa Presupuestal
	dejar a nadie atrás.		

Fuente: Programa Institucional PROFECO 2019-2024**.**

Finalmente, el Programa Institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor, establece dentro de sus indicadores lo siguiente:

Tabla 13. Objetivos prioritarios e Indicadores del Programa Institucional.

Indicador	
Objetivo Prioritario 1	Impulsar el empoderamiento del consumidor a nivel nacional
Indicador	
Parámetro 2 del Objetivo 1	Porcentaje de resolución de quejas en favor de los derechos del consumidor
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
Indicador	
Meta para el bienestar del objetivo 2	Porcentaje de efectividad en la defensa de los derechos de los consumidores
Parámetro 1 del Objetivo 2	Percepción del consumidor en la disminución de costos de transacción
Parámetro 2 del objetivo 2	Días promedio para que una persona cuente con una resolución de su queja a través de Conciliaexprés y acuerdos telefónicos inmediatos

Fuente: Elaboración propia PROFECO-DGPE.

4. Cobertura

El objetivo de definir y cuantificar el tipo de población que atiende el Programa presupuestario E005 "Protección de los Derechos de los Consumidores", consiste en contabilizar y caracterizar el tipo población que atiende el problema central que el Programa E005, así como también, conocer la cobertura territorial donde el Programa presta atención a la problemática.

El programa cuenta con una cobertura a nivel nacional, teniendo presencia en las 32 entidades federativas a través las 38 Oficinas de Defensa del Consumidor ubicadas en las principales ciudades del país y una Unidad de Servicio en la CDMX.

Tabla 14. Cobertura del Pp. E005 Protección de los Derechos de los consumidores

Cobertura del Pp. E005 Protección de los Derechos de los consumidores				
Zona caribe mexicano (Quintana Roo)	Zona metropolitana de Mérida (Yucatán)	Zona Golfo – Sureste (Campeche)	Zona Golfo Sur (Tabasco)	Zona Suroeste (Chiapas)
Zona Benito Juárez (Oaxaca)	Zona Golfo Centro (Veracruz)	Zona Gral. Ignacio Zaragoza (Puebla)	Zona Gral. Emiliano Zapata (Morelos)	Zona Leona Vicario (CDMX - Cuauhtémoc)
Zona Metropolitana –Oriente (CDMX – Iztapalapa)	Zona Metropolitana – Poniente (CDMX – Álvaro Obregón)	Zona Metropolitana de Toluca (Estado de México)	Zona Metropolitana de Nezahualcóyotl (Estado de México)	Zona Metropolitana de Tlalnepantla (Estado de México)
Zona Metropolitana de Pachuca (Hidalgo)	Zona Acapulco Lázaro Cárdenas (Guerrero)	Zona Metropolitana de Morelia (Michoacán)	Zona Corregidora Josefa Ortiz (Querétaro)	Zona del Bajío (Guanajuato - León)
Zona Miguel Hidalgo (Guanajuato – Irapuato)	Zona Metropolitana de Guadalajara (Jalisco)	Zona Tlaquepaque - Colima (Colima)	Zona José Guadalupe Posada (Aguascalientes)	Zona Bahía de Banderas (Nayarit)
Zona Altiplano (San Luis Potosí)	Zona Gral. Luis Moya (Zacatecas)	Zona Gral. Francisco Villa (Durango)	Zona Golfo – Norte (Tamaulipas)	Zona Nororiente (Tamaulipas)
Zona Metropolitana de Monterrey (Nuevo León)	Zona Metropolitana de Torreón (Coahuila)	Zona Pacífico (Sinaloa)	Zona Gral. Felipe Ángeles (Chihuahua)	Zona Metropolitana de Ciudad Juárez (Chihuahua)
Zona Metropolitana de Hermosillo (Sonora)	Zona Metropolitana de Tijuana (Baja California)	Zona la Paz (Baja California Sur)	Unidad de Servicio (La Villa - CDMX)	

Fuente: Elaboración Propia PROFECO

La población potencial y objetivo se encuentra cuantificada de acuerdo al alcance del programa y es basada en información oficial disponible, por lo que se determinó como universo de atención a todo aquel consumidor de bienes, productos y servicios en general, sin embargo, es importante hacer algunas precisiones; para identificar al subconjunto de la población que presenta el problema y es susceptible a ser atendida.

4.1 Identificación y caracterización de la población potencial

La población potencial es definida por el CONEVAL como "aquel conjunto de la población que presenta el problema central y que el Programa atiende". Para el Programa E005 "Protección de los Derechos de los Consumidores", la población potencial se define como: "la población consumidora (personas físicas y morales) que *realiza transacciones comerciales (actos de consumo) con proveedores de bienes,*

productos y servicios en el territorio nacional[11]", no importando extracto socioeconómico, ni cultural.

Para el cálculo de la población potencial del Pp. E005, se utiliza como fuente, el Censo de Población y Vivienda 2020, el cual establece una población total en México de 126,014,024 millones de personas, que a su vez son aquellas personas físicas o morales susceptibles de realizar directa o indirectamente actos de consumo en el territorio nacional, sin embargo, dada la naturaleza programática del Programa E 005 referente a la prestación de servicios públicos, se debe considerar que para promover alguno de los servicios o trámite en el marco del Pp. E005, se debe contar con la capacidad jurídica para ejercer actos administrativos de acuerdo con lo establecido en el Código Civil Federal, por ende, se determinó que para el presente Programa la población potencial es aquella población que pudieran estar en el rango de edad de 18 a 65 años y más, la cual es de 86,502,837 millones de personas..[12]

4.2 Identificación y caracterización de la población objetivo

Definición de la Población Objetivo

La caracterización de la población objetivo para fines del presente programa se define como: aquella población consumidora (personas físicas y morales que realicen actos de consumo en el territorio nacional) que presentan conflictos en las relaciones comerciales con los proveedores bienes, productos y servicios, y que, con fines informativos, orientación y asesoría o conciliación acuden a la PROFECO para hacer uso de los diversos mecanismos de atención, que se encuentran focalizados en zonas estratégicas de los 32 estados de la república mexicana a través de sus 38 Oficinas de defensa del consumidor y una Unidad de Servicio ubicada en la CDMX.

El Pp. E005 es un Programa de demanda abierta[13], por lo que la manera de cuantificar su población objetivo, es hasta el momento en el que la población consumidora

[11] La población potencial, se estableció conforme a lo establecido de conformidad con las recomendaciones emitidas en la Evaluación de Diseño al Pp. E005 en el año 2021, url: https://www.profeco.gob.mx/transparencia_gob/doc/MOCyR_InformeFinal_E005_23122021.pdf
[12] Cifras establecidas por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) https://www.inegi.org.mx/temas/estructura/ Estadísticas Lista Nominal del Instituto Nacional Electoral https://www.ine.mx/credencial/estadisticas-lista-nominal-padron-electoral/
[13] Esta definición fue retomada de la Metodología para la definición y cuantificación de la población potencial, objetivo y atendida del Programa Presupuestario E005 Protección de los Derechos del Consumidores y Sistema Nacional de Protección al Consumidor, derivados

vulnerada se acerca a la institución, acción que deriva en una atención a una persona o colectivamente, ya sea a través de un servicio, trámite, orientación o asesoría.

Cabe hacer una precisión en la cuantificación de la Población Potencial y Objetivo, la Dirección General de Defensa Colectiva y Contratos de Adhesión de Telecomunicaciones adscrita a la Subprocuraduría de Telecomunicaciones y la Dirección de Acciones de Grupo perteneciente a la Subprocuraduría Jurídica participan de manera singular en el Pp. E005, debido a que en estas áreas se tramitan juicios ante órganos jurisdiccionales y el cálculo de la población potencial y objetivo se trata de un número de atenciones muy volátil, por ende, no tiene un comportamiento estable, este puede fluctuar de un año a otro, por lo que hacer una estimación y proyectar un cifra, sería susceptible de modificación en cualquier momento, debido a las características del procedimiento judicial. Por lo anterior, solo se considerará aquellas estadísticas que estén formalizadas y firmes al cierre del año, dando como resultado el número de consumidores que fueron efectivamente representados y resarcidos en su patrimonio, por lo que su atención derivará en el rubro de la población atendida, que sirve para el cálculo de la población objetivo para el siguiente año.

En caso de que algún menor de edad promueva un trámite o servicio, éste debe ser acompañado por padre, madre o tutor, o de igual forma por un representante legal, cabe aclarar que esto se actualiza sólo en aquellos casos en los que se quiera promover un acto administrativo por un menor de edad; para los servicios que ofrece la PROFECO en el marco del Pp. E005, de orientación, información y asesoría, el Pp. E005, son abiertos a la población en general, los cuales son cuantificados y atendidos acorde a la naturaleza del servicio.

---

de los ASM de 2018-2019 url: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/755060/Nota_Metodologica_para_la_definicion_de_las_poblaciones_del_Pp_E005.pdf

Metodología para la cuantificación de la población objetivo[14]

Los rubros a considerar para aplicar la metodología que permita cuantificar de manera veraz la población objetivo del Pp. E005 son los siguientes:

- Número de quejas recibidas a nivel nacional
- Número de solicitudes recibidas en el Teléfono del Consumidor (Telcon, Llamadas recibidas)
- Número de solicitudes recibidas en los Módulos de Atención (Permanentes en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México o temporales).
- Número de solicitudes para recibir asesorías en (Contacto ciudadano, correo electrónico, plataforma Soy Usuario, WhatsApp, escritos, chat, chat en inglés y en el Sistema de Atención a Consultas Ciudadanas)
- Número de solicitudes a Conciliaexprés
- Número de recordatorios para las citas programadas (Procitel)
- Número de solicitudes para recibir información sobre el comportamiento comercial
- Número de solicitudes citas programadas vía internet
- Número de solicitudes al Buró Comercial
- Número de solicitudes en el Portal del Teléfono del Consumidor
- Número de Solicitudes de Dictámenes
- Número de Solicitudes de Arbitraje
- Número de Solicitudes de Contratos de Adhesión
- Número de solicitudes de Casas de Empeño
- Número de Solicitudes de inscripción al REPEP
- Número de personas representada por acciones colectivas

[14] Este cálculo se basa en la Metodología para la definición y cuantificación de la población potencial, objetivo y atendida del Programa Presupuestario E005 Protección de los Derechos del Consumidores y Sistema Nacional de Protección al Consumidor, derivados de los ASM de 2018-2019 url: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/755060/Nota_Metodologica_para_la_definicion_de_las_poblaciones_del_Pp_E005.pdf

Definición de la Población Atendida[15]

La población consumidora (personas físicas y morales que realicen actos de consumo en el territorio nacional) que enfrentan conflictos en condiciones de inequidad e incertidumbre en las relaciones comerciales con los proveedores de bienes, productos y servicios, y que, con fines informativos, de orientación o conciliación acudieron a la PROFECO y que a través de sus diversos mecanismos fueron atendidos en el marco de las acciones del Pp. E005.

Metodología para la cuantificación de la población atendida

Los rubros a considerar para aplicar la metodología que permita cuantificar de manera veraz la población atendida del Pp. E005, son los siguientes:

- Número de quejas atendidas recibidas a nivel nacional
- Número de solicitudes atendidas en el Teléfono del Consumidor (llamadas atendidas)
- Número de solicitudes atendidas en los módulos (Permanentes y temporales en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México).
- Número de solicitudes atendidas en (Contacto ciudadano, correo electrónico, plataforma Soy Usuario, WhatssApp, escritos, chat, chat en inglés y en el Sistema de Atención a Consultas Ciudadanas)
- Número de solicitudes atendidas a Conciliaexprés
- Número de recordatorios para citas realizados (Procitel)
- Número de solicitudes atendidas sobre el comportamiento comercial
- Número de solicitudes atendidas de citas programadas vía internet
- Número de solicitudes atendidas de Buró Comercial
- Número de consultas atendidas al Portal del Teléfono del Consumidor

[15] Este cálculo se basa en la Metodología para la definición y cuantificación de la población potencial, objetivo y atendida del Programa Presupuestario E005 Protección de los Derechos del Consumidores y Sistema Nacional de Protección al Consumidor, derivados de los ASM de 2018-2019 url: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/755060/Nota_Metodologica_para_la_definicion_de_las_poblaciones_del_Pp_E005.pdf

- Número de Dictámenes emitidos
- Número de Arbitrajes concluidos
- Número de Contratos de Adhesión registrados
- Número de solicitudes atendidas de Casas de Empeño
- Números telefónicos inscritos en el REPEP
- Número de personas representada por acciones colectivas
- Número de personas representadas y beneficiadas por acciones colectivas

4.3 Cuantificación de la población objetivo

Se estima que para el cálculo de la población objetivo se va a considerar a la población atendida en el ejercicio inmediato anterior, es decir, se proyectará a la población objetivo derivada de las atenciones de la población atendida en el año anterior esto en el marco de las acciones realizadas por el Programa presupuestario E005, por lo que está basado en información que se registra en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP), Avaya CMS Supervisor, RT4 (administrados por la PROFECO) y registros administrativos de la Dirección de Asesoría e Información, bases de datos propias de la Unidades Administrativa participantes e indicadores. [16],

En la siguiente tabla se muestra la cuantificación de la Población atendida 2021 y objetivo para 2021.

Tabla 15. Cuantificación de la Población objetivo y Atendida del Pp. E005 2021.

Población Objetivo (PO) para el año 2021	No.	Población Atendida (PA) en el año 2021	No.
Número de solicitudes de contratos de Adhesión.	6,221	Número de contratos de adhesión registrados.	5,737
Número de solicitudes de inscripción al REPEP.	357,115	Número telefónicos inscritos en el REPEP.	357,115
Número de solicitudes de Casas de Empeño.	7,791	Número de solicitudes atendidas de empeño.	6,567

[16] Cálculo derivado de la Metodología para la cuantificación de la Población Potencial, Objetivo y Atendida del Programa Presupuestario E005 url: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/755060/Nota_Metodologica_para_la_definicion_de_las_poblaciones_del_Pp_E005.pdfhttps://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/755060/Nota_Metodologica_para_la_definicion_de_las_poblaciones_del_Pp_E005.pdf

Número de quejas recibidas a nivel nacional.	72,365	Número de quejas atendidas recibidas a nivel nacional.	72,381
Número de solicitudes recibidas en el Teléfono del Consumidor (Telcon llamadas recibidas).	1,372,499	Número de solicitudes atendidas en el teléfono del consumidor (llamadas atendidas).	1,289,844
Número de solicitudes recibidas en los módulos de atenciones (Permanentes y temporales en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México).	8,111	Número de solicitudes atendidas en los módulos (Permanentes y temporales en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México).	8,111
Número de solicitudes para recibir asesorías en: Contacto ciudadano, correo electrónico, plataforma Soy ciudadana, WhatsApp, escritos, chat, chat en inglés y en el Sistema de Atención a Consultas Ciudadanas.	173,529	Número de solicitudes atendidas en: Contacto ciudadano, correo electrónico, plataforma Soy ciudadana, WhatsApp, escritos, chat, chat en inglés y en el Sistema de Atención a Consultas Ciudadanas.	173,529
Número de solicitudes para recibir información sobre el comportamiento comercial.	2,355	Número de solicitudes atendidas sobre el comportamiento comercial.	2,355
Número de solicitudes de dictámenes.	784	Número de dictámenes emitidos.	741
Número de solicitudes de arbitraje.	25	Número de arbitrajes concluidos.	25
Número de solicitudes de citas programadas vía internet.	0	Número de solicitudes atendidas de citas vía internet.	0
Número de solicitudes al Buró comercial.	31,779	Número de solicitudes atendidas de buró comercial.	31,779
Número de consultas al portal Teléfono del consumidor.	219,738	Número de consultas atendidas al portal Teléfono del consumidor.	219,738
Número de solicitudes a Conciliaexprés.	7,808	Número de solicitudes atendidas a Conciliaexprés.	7,808
Número de recordatorios para las citas programados (Procitel).	0	Número de recordatorios para citas realizados (Procitel).	0
Número de personas representada por acciones colectivas.	8,123,181	Número de personas representada por acciones colectivas.	8,123,181
		Número de personas representadas y beneficiadas por acciones colectivas.	4,726
Total de personas físicas y morales PO	**10,383,301**	**Total de personas físicas y morales PA**	**10,303,637**

Fuente: Elaboración propia PROFECO

Tabla 16. Definición de la Población objetivo y Población a atender.

Definición de la población objetivo.	Aquella población consumidora (personas físicas y morales que realicen actos o relaciones de consumo en el territorio nacional) que enfrentan conflictos con los proveedores en el mercado formal", no importando extracto socioeconómico y ni cultural, con un rango de edad de 18 a 65 años y más.

Cuantificación de la población objetivo.	**10, 383,301** millones de personas que fueron atendidas en el ejercicio anterior.
Población atendida en el año inmediato anterior.	**10, 303,637** millones de personas físicas o morales que se estima que recurran a la PROFECO para recibir alguna atención en el marco de Pp. E005.

Fuente: Elaboración propia PROFECO

4.4 Frecuencia de actualización de la población o área de enfoque potencial y objetivo

La identificación, caracterización y cuantificación de población potencial y objetivo deberán ser actualizadas de acuerdo a la frecuencia en que se actualiza el Censo Nacional de Población y Vivienda o Conteo de Población y Vivienda, es decir, cada cinco años, Para reportes anuales la población objetivo será cuantificada con el cierre de cada ejercicio fiscal con información de la PROFECO.

5. Análisis de alternativas

Para que la población resuelve sus conflictos con los proveedores de bienes, productos y servicios, se han identificado diversas alternativas de solución:

La población consumidora podría apelar como primera instancia, al reclamo directo al proveedor, el cual consiste, en demandar el bien, producto o servicio ante el proveedor para ejercer su derecho a recibir un trato justo, digno y equilibrado, sin embargo, quedaría sujeto a la voluntad y discrecionalidad del proveedor, el cual no garantiza que reconozca los derechos del consumidor.

Una segunda posible solución a los conflictos entre la población consumidora y los proveedores es recurrir ante juzgados o tribunales, representado por un abogado o representante legal, lo que implicaría invertir en la contratación de un servicio de proveeduría legal, complicando el acceso a la justicia; lo anterior, en razón de que se tendría que llevar a cabo el procedimiento ante la instancia correspondiente, de acuerdo a la materia o caso en concreto, lo que conlleva que la inconformidad se realice mediante un juicio y el consumidor deba invertir dinero para acceder a la justicia, lo cual resulta en algunos casos más costoso que el propio bien reclamado.

Cabe mencionar que necesariamente la falta o el daño a la población consumidora se tendrían que encuadrar en algún supuesto normativo, establecido en códigos o leyes vigentes, algo que no es viable por la economía procesal de los asuntos, asimismo trasladar todos los conflictos ante los tribunales para impartir justicia saturaría el sistema de justicia y el trámite de litigios legales por lo que los tiempos para solucionar los conflictos entre la población consumidora y los proveedores serían largos y costosos.

Como tercera vía, la población consumidora recurre a la Procuraduría Federal del Consumidor, en virtud de que por Ley es el organismo garante de los derechos de los consumidores, encargado de prevenir abusos y garantizar relaciones de consumo justas, a través de dar atención a las quejas y proveeduría de asesoría e información a la ciudadanía por prácticas que transgreden los derechos de los consumidores; para tal efecto, la PROFECO por medio del Programa E005 "Protección de los derechos de los consumidores" realiza diversas actividades y servicios, como alternativa viable para resolver los conflictos entre la población consumidora y los proveedores de bienes, productos y servicios a través de las siguientes funciones:

1. Provee asesoría especializada a través de medios electrónicos o de manera presencial, para que la población consumidora determine cómo resolver sus conflictos en función de la asesoría recibida;
2. Realiza monitoreos en materia de publicidad;
3. Otorga certeza jurídica a través de los medios informativos, y
4. Ejerce acciones colectivas para solicitar a una autoridad competente que resuelva una controversia que afecta los derechos de los ciudadanos consumidores.

Asimismo, en aras de que prevalezca simetría entre consumidores y proveedores en beneficio de la competitividad en el mercado, es de señalar que los procedimientos diseñados para la protección del consumidor en la PROFECO, son gratuitos y promovidos por la misma población consumidora en lenguaje ciudadano, en ese sentido, la PROFECO es por excelencia el medio idóneo para resolver los conflictos entre la población consumidora y los proveedores.

Es importante mencionar, que la PROFECO es la única autoridad encargada de autorizar a la proveeduría, la comercialización de mutuo con interés y garantía prendaria; así como, registrar contratos de adhesión que cumplen con el marco normativo en materia de protección de los consumidores.

En caso de que los consumidores no resuelvan su conflicto ante esta Institución, tienen sus derechos a salvo para hacerlos valer ante otra instancia, como es la mediación pública o privada o el ejercicio de los derechos ante los tribunales, vías que, con excepción de la mediación pública, tiene un costo económico a cargo de los consumidores y un mayor tiempo de resolución.

En congruencia con el análisis realizado en los apartados que anteceden, la intervención del Programa E005 se basará en el hecho mediante el cual, el otorgamiento de trámites y servicios es esencial para la atención los conflictos comerciales entre la población consumidora y los proveedores de bienes, productos y servicios, en aras de acrecentar el rendimiento de los factores que intervienen en la solución de los conflictos entre proveedores. Pero, para que haya equidad y certidumbre en las relaciones de consumo entre la población consumidora y proveedores, es necesario el otorgamiento de los trámites y servicios que se brindan en el marco del presente programa presupuestario E005, por parte de esta la PROFECO.

Respecto a los riesgos que pudieran obstaculizar esta alternativa tenemos, la voluntad de las partes para solucionar el conflicto, ya que si bien, la Procuraduría es el árbitro entre los conflictos suscitados entre la población consumidora y proveedores; las inconformidades y seguimiento a los trámites y servicios otorgados por la Procuraduría dependerán de la voluntad de la población consumidora respecto de llevar hasta la última instancia el procedimiento, lo anterior, debido a que la atención de las inconformidades se inicia a petición de parte, lo cual hace necesario la generación de confianza por parte de la Procuraduría a la población consumidora a través de la efectiva resolución de sus problemas.

6. Diseño del Programa propuesto o con cambios sustanciales

El Programa presupuestario E005 “Protección de los Derechos de los Consumidores” de conformidad con el anexo 2 de la “Clasificación de Programas presupuestarios”; del Manual de Programación y Presupuesto 2021 está clasificado en la Modalidad “E” referente a la “Prestación de servicios públicos”.

6.1 Modalidad del Programa

El Pp. E005 está clasificado programáticamente bajo la modalidad "E" *Prestación de Servicios Públicos*, debido a que está encaminado a la atención de los derechos para el desarrollo económico, tiene una función para atender asuntos económicos, comerciales y laborales en general, y una sub función focalizada para atender asuntos económicos y comerciales en general, además se encuentra alineado a la actividad institucional denominada equidad en las relaciones de consumo.

Modalidad E: Prestación de Servicios Públicos			
Modalidad del programa	**E**	**Denominación del programa**	**Protección de los derechos de los consumidores**

Actividades del sector público, que realiza en forma directa, regular y continua, para satisfacer demandas de la sociedad, de interés general, atendiendo a las personas en sus diferentes esferas jurídicas, a través de las siguientes funciones:

I. Funciones de gobierno. Por ejemplo, para la atención de los derechos políticos y civiles de las personas: población (seguridad pública y nacional), grupos vulnerables (prevención de la discriminación), pasaportes, víctimas de delitos (ministerios públicos), trabajadores (tribunales de conciliación y arbitraje), ejidatarios y comuneros (tribunales agrarios), contribuyentes (SAT, tribunal fiscal), extranjeros (servicios migratorios), etcétera. Incluye los demás servicios públicos en cumplimiento a las funciones programáticas relacionadas y atribuciones de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal (APF).

II. Funciones de desarrollo social. Para atención de los derechos pare el desarrollo social, cultural y humano de la población, por ejemplo: educación, salud, seguridad social, suministro de agua potable, servicios de drenaje y alcantarillado, vivienda, servicios culturales y deportivos.

III. Funciones de desarrollo económico. Las que realiza la APF para proporcionar y facilitar el desarrollo económico de las personas físicas y morales: por ejemplo, servicios de energía eléctrica, servicios en vías de comunicación y telecomunicaciones, servicios turísticos, protección al consumidor, correos. Incluye los Programas presupuestarios de

servicios para el desarrollo científico y tecnológico, así como el financiero; otorgamiento de créditos, aseguramiento y garantías.

6.2 Diseño del Programa

El presente documento de Diagnóstico se elabora con el objetivo de alinear el proceso de diseño del Pp. E005 "Protección de los derechos de los consumidores" a la MML y a las disposiciones en la materia de la SHCP y el CONEVAL.

De acuerdo con la MML, la razón de ser de cualquier intervención pública, llámese programa, acción o política, debe ser el reconocimiento de una situación no deseada o problema público. En el caso del Programa presupuestario tipo E es un programa enfocado en la "Prestación de Servicios Públicos", su origen se sitúa en una disposición legal, concretamente, en la Ley Federal del Consumidor en su artículo 20, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1992. Desde entonces, la PROFECO tiene la obligación por ley de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Lo anterior, es importante aclararlo porque el presente Diagnóstico parte de la identificación de un problema para posteriormente, identificar sus causas y consecuencias; propone acciones concretas para revertir y lograr un Propósito, y aportar a un objetivo mayor (contribuir a un Fin). De tal suerte, que el presente Diagnóstico parte de la existencia del conflicto entre consumidores y proveedores de bienes, productos y servicios como parte de las interacciones entre estos actores y, apegándose a la MML, busca un Propósito a lograr y un Fin al cual contribuir.

El principal reto del presente Diagnóstico es que los servicios, trámites y actividades existentes puedan contribuir de manera coherente a un solo Propósito. Por lo que el desafío actual de las UR es lograr que los elementos de diseño del Pp. E005, es decir, su Diagnóstico y su MIR, sean congruentes y claramente fieles a la MML.

En este sentido, cabe advertir que la definición de poblaciones que se presenta en el Diagnóstico, se retomó de la Metodología de definición y cuantificación de la población

potencial, objetivo y atendida del Programa Presupuestario E005[17], si bien está alineada a la MML, esta no cuenta con una población objetivo en concreto, debido a que esta fluctúa de un año a otro, toda vez que al ser un programa de demanda abierta, este atiende de conformidad con las necesidades de la población consumidora, es decir, se considera aquella población que se acerca a esta Procuraduría que quiere arreglar sus conflictos con los proveedores de bienes, productos y servicios.

En consecuencia, la identificación del problema y su descripción, así como la definición y cuantificación de poblaciones que se plantean en el presente documento tienen detrás un importante esfuerzo de las UR de la Procuraduría Federal del Consumidor, para apegar los elementos de diseño del Pp. E005 a la MML.

Tabla 17. Unidades Responsables (UR) del programa.

Denominación de la UR	Funciones de cada UR respecto al programa
1.- Subprocuraduría de Servicios	La Subprocuraduría de Servicios, protege y promueve los derechos de los consumidores por medio de información y asesorías; de la gestión de quejas en materia de consumo, y de publicidad, con el objeto de prevenir posibles afectaciones a los consumidores y combatir prácticas comerciales abusivas. También realiza el monitoreo de la publicidad en medios de comunicación masiva, lleva a cabo el registro de números telefónicos para evitar llamadas publicitarias no deseadas (a través del REPEP); inicia procedimientos por infracciones a la ley en materia de servicios, ya sea de oficio o a través de una denuncia; emite dictámenes a favor de la población consumidora, supervisa los procedimientos de conciliación y el registro o la cancelación de contratos de adhesión de los proveedores. Además, es el área responsable de llevar a cabo el Registro Público de Casas de Empeño. Por último, brinda información sobre el comportamiento comercial de las empresas, número de quejas, porcentaje de conciliación, motivos de reclamación y cuántas veces han sido sancionados y el monto impuesto por la PROFECO, a través de sus Direcciones Generales de Quejas y Conciliación, Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento, y Procedimientos, en el ámbito de sus respectivas competencias.
	Dirección General de Quejas y Conciliación. - Le corresponde a través de sus áreas proporcionar servicios de información, orientación y asesoría a la población consumidora y solución de controversias entre consumidores y proveedores, a través de las siguientes atribuciones: Proponer, difundir y supervisar el cumplimiento de la normativa que establezca los mecanismos de información, orientación, asesoría y solución de consultas a los consumidores y proveedores respecto de sus derechos y obligaciones. Aplicar y supervisar el cumplimiento de la normativa para la recepción de reclamaciones, celebración de audiencias y convenios conciliatorios.

[17] Derivados de los Aspectos susceptibles de Mejora de 2018 -2019, se retomaron los cálculos de la poblaciones para el programa y se cambió la unidad de medida de impactos por personas de acuerdo a lo establecido en la Evaluación de Diseño al programa en 2021, dicho documento se encuentra público en el siguiente vínculo electrónico: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/755060/Nota_Metodologica_para_la_definicion_de_las_poblaciones_del_Pp_E005.pdf

Denominación de la UR	Funciones de cada UR respecto al programa
	Coordinar, acordar y concertar acuerdos y acciones de protección al consumidor, así como para solucionar en forma expedita las reclamaciones de los consumidores con proveedores y sus organizaciones, y con instituciones y organizaciones de los sectores público, social y privado. Procurar la solución de diferencias entre los consumidores y proveedores conforme al procedimiento conciliatorio establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor. Informar, orientar, asesorar y resolver consultas de consumidores y proveedores, en el ámbito de su competencia, respecto de sus derechos y obligaciones. Procurar la protección de los intereses y derechos de los consumidores que tengan su domicilio o residencia en el extranjero. Lo anterior, en términos de lo establecido en el artículo 23, fracciones I, II, III, IV, VIII y IX del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor.
	Dirección General de Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento (DGCARA), esta Dirección General organiza y opera los Registros Públicos de Contratos de Adhesión (RPCA), Casas de Empeño (RPCE) y Registro Público para Evitar Publicidad, (REPEP) también conocido como Registro Público de Consumidores que no desean que su información sea utilizada para fines mercadotécnicos o publicitarios; de acuerdo al artículo 24 del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor. Por cuanto hace al RPCA, la DGCARA recibe las solicitudes de registro; analiza si las mismas cumplen con el marco normativo aplicable (Ley Federal de Protección al Consumidor <LFCP> y Norma Oficial Mexicana aplicable), en caso de no cumplir, se realiza un dictamen para que el proveedor modifique las cláusulas contrarias y pueda registrarse el contrato, en caso contrario se niega el registro. Respecto al RPCE, se revisa que el proveedor cumpla con la LFPC y la NOM-179-SCFI-2016, en cuyo caso se inscribe la Casa de Empeño con vigencia de un año. Cabe mencionar que, una vez terminada la vigencia, el proveedor debe solicitar la renovación anual de la casa de empeño o la cancelación del registro respectivo. Ahora bien, el REPEP inscribe los números telefónicos que no desean recibir llamadas y mensajes de texto con fines mercadotécnicos o publicitarios y, en caso de que continúen recibiendo dichas comunicaciones, investiga las denuncias por dichas comunicaciones a fin de determinar si es procedente el inicio de un Procedimiento por Infracciones a la Ley.
	Dirección General de Procedimientos.- De acuerdo a sus facultades, esta Dirección General recibe y atiende denuncias a través del correo electrónico denunciapubicitaria@profeco.gob.mx, en las cuales, se analiza la información y/o publicidad difundida a través de medios de comunicación masiva: páginas de internet, redes sociales, televisión, medios impresos, entre otros, a través de un monitoreo en el cual se hace constar la forma en que ésta es difundida. En el supuesto de encontrarse posible publicidad engañosa, o en caso de incumplimiento a las obligaciones derivadas de las relaciones de consumo, y, cuando no exista conciliación entre las partes, se inicia y sustancia el procedimiento por infracciones a la ley, el cual podría concluir con una sanción por violación a la Ley, la suspensión y/o corrección de la información y publicidad. Cuando las partes aceptan someterse al arbitraje ante la PROFECO, pueden decidir resolver su controversia a través del procedimiento arbitral en amigable composición o en estricto derecho, en el cual se emite un laudo en el que se establecen las obligaciones a cumplir por parte del proveedor, mismo que tiene fuerza de cosa juzgada y trae aparejada ejecución; en caso de que los proveedores no cumplan con lo señalado en el laudo, se dejarán a salvo los derechos del consumidor para que solicite ante los tribunales competentes su ejecución.

Denominación de la UR	Funciones de cada UR respecto al programa
	Asimismo, es competente para emitir dictámenes derivados del incumplimiento de lo pactado, ya sea a petición de parte o de oficio, cuyo objetivo es dotar a los consumidores de un título ejecutivo con validez jurídica ante los órganos jurisdiccionales competentes para que hagan valer sus derechos, a través de un documento que facilite, ante una instancia judicial competente la recuperación del monto pagado al proveedor más una bonificación (del 20 al 30 por ciento).
2.- Subprocuraduría de Telecomunicaciones	Dirección General de Protección al Consumidor de Telecomunicaciones (Atención a los servicios de Conciliación). Le corresponde la recepción de reclamaciones, la celebración de audiencias y convenios conciliatorios; aprobación de los convenios conciliatorios; calificación de actas, notificación e imposición de medidas de apremio que se realicen en los procedimientos conciliatorios y supervisar su cumplimiento.
	Dirección General de Defensa Colectiva y Contratos de Adhesión de Telecomunicaciones. Le corresponde autorizar los modelos tipo de contratos de adhesión en materia de telecomunicaciones, así como supervisar los procedimientos de solicitud de registro o modificación del contrato de adhesión de telecomunicaciones, para que se ajusten a lo dispuesto en las disposiciones aplicables. Asimismo, la Dirección General de Defensa Colectiva y Contratos de Adhesión promueve las demandas de acción colectiva en materia de telecomunicaciones, defendiendo los derechos de los consumidores de servicios de telecomunicaciones, en beneficio y representación de los derechos de la totalidad de los consumidores que derivado de alguna conducta abusiva o ilegal de los proveedores se afecten los derechos de los consumidores.
3.- Subprocuraduría Jurídica	Dirección de Acciones Colectivas. Establecer las directrices y realizar las actividades inherentes al ejercicio de Acciones Colectivas en contra de proveedores que realicen actos, hechos u omisiones que vulneren derechos e intereses de un grupo de consumidores, en términos del artículo 26 de la LFPC y del Libro Quinto del Código Federal de Procedimientos Civiles, hasta su total conclusión y se emita sentencia definitiva firme y ejecutoriada, y coordinar y elaborar convenios judiciales en representación de los derechos e intereses de los consumidores, previo a que se inicie una Acción Colectiva y hasta antes de que se emita una sentencia definitiva.
	Dirección de Ejecución de Sentencias de Acciones Colectivas. Realizar las actividades inherentes a la ejecución de la sentencia firme y ejecutoriada dictada por el órgano jurisdiccional y obtenida dentro del procedimiento de Acción Colectiva a favor de los consumidores afectados, a fin de que obtengan el resarcimiento que les corresponde, en la vía incidental, interponiendo los incidentes de cuantificación y reclamación de daños y perjuicios, ocasionados a los consumidores perjudicados y coordinar y elaborar convenios judiciales en representación de los derechos e intereses de los consumidores, después de la emisión de una sentencia definitiva, aun y cuando ésta no haya quedado firme o ejecutoriada por autoridad judicial, o bien, una vez que haya quedado firme y ejecutoriada en ejecución de sentencia.

Fuente: Elaboración propia PROFECO.

Características de operación del programa en congruencia con la modalidad propuesta

El programa E005 "Protección de los derechos de los consumidores", se ejecuta en el marco de diversos servicios públicos otorgados a la población en general, mismos que se enlistan a continuación:

Tabla 18. Actividades de Protección de los Derechos del Consumidor.

Servicio	Descripción
Teléfono del Consumidor	Es una herramienta que la PROFECO pone a disposición de los consumidores para que reciban información sobre domicilios de las Oficinas de Defensa del Consumidor (ODECO) de PROFECO; la Revista del Consumidor, tecnologías domésticas, recetas para preparar platillos económicos y nutritivos, estudios de calidad sobre productos, requisitos y programación de citas para presentar quejas y denuncias, así como asesoría personalizada de abogados especialistas en temas de consumo.
Teléfono del Consumidor en línea	El micrositio http://telefonodelconsumidor.gob.mx/ ofrece los mismos servicios que el tradicional Teléfono del Consumidor (55 5568 8722 para la Ciudad de México y área metropolitana; 800 468 8722, larga distancia sin costo para el resto del país), pero desde cualquier dispositivo conectado a internet.
Buró comercial	Herramienta informática disponible en internet para consulta de los consumidores en la liga https://burocomercial.profeco.gob.mx/ que contiene información relevante de los proveedores de bienes y servicios referente a quejas recibidas, motivos de reclamación, y contratos de adhesión registrados.
Módulos de asesoría e información	En temporadas de alto consumo, se instalan módulos de asesoría e información en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México y centrales camioneras de la Ciudad de México, para dar información, recibir quejas y denuncias, y realizar conciliaciones inmediatas dando atención a los consumidores que así lo soliciten.
Comportamiento comercial de proveedores	Documento emitido por el Departamento de Atención a Proveedores que contiene de manera enunciativa mas no limitativa, información de un proveedor respecto del número de quejas presentadas en su contra, el estado procesal de las mismas, los principales motivos de reclamación, así como el porcentaje de conciliación en un periodo determinado, con la finalidad de conocer su actividad y prácticas comerciales.
Asesorías (correo electrónico, chat, mensajería instantánea escritos)	Personal del Teléfono del Consumidor de la Dirección de Conciliación y Programas Especiales de la Dirección General de Quejas y Conciliación atienden las consultas de los consumidores a través de asesorías por correo electrónico, escritos, así como mediante el servicio de chat y mensajería instantánea.
Programa de Citas por Teléfono (Procitel)	Antes de presentar una queja en una Oficina de Defensa del Consumidor, el consumidor puede programar una cita través del Programa de Citas por Teléfono (Procitel). Para realizarla es necesario llamar al Teléfono del Consumidor (55 5568 8722 en la Ciudad de México y área metropolitana o al 800 468 8722, larga distancia sin costo desde el resto del país). No obstante, con motivo de la pandemia ocasionada por el COVID-19, este programa se encuentra

Servicio	Descripción
	suspendido hasta la normalización del servicio en las Oficinas de Defensa del Consumidor.
Conciliaexprés	La Procuraduría cuenta con el servicio de conciliación denominado Conciliaexprés, que busca acuerdos conciliatorios, en un plazo breve, con proveedores participantes en el programa.
Quejas y conciliación	Una parte primordial dentro de nuestros servicios y que influye directamente en la satisfacción del consumidor es el procedimiento conciliatorio ante la Procuraduría Federal del Consumidor, el cual tiene la finalidad de avenir los intereses del consumidor y proveedor derivado de una controversia en materia de consumo. Comprende desde que el consumidor presenta formalmente su queja ante una Oficinas de Defensa del Consumidor de la Procuraduría Federal del Consumidor o a través de internet (Concilianet), celebrándose audiencias de conciliación hasta que se llega a un acuerdo satisfactorio o se dejan a salvo los derechos de ambas partes para continuar la controversia por otra vía.
Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP)	El REPEP es un mecanismo gratuito, voluntario y accesible que permite a los consumidores no ser molestados con llamadas telefónicas o mensajes de texto no deseados en materia de telecomunicaciones, turismo y comercio en general. En caso de que el consumidor sea molestado una vez inscrito, pueden denunciar en el Teléfono del Consumidor. Por otra parte, para que los proveedores eviten llamar, se ponen a su disposición las listas para consulta de los números inscritos, previo pago de una tarifa que se determina de acuerdo a las entidades federativas y el periodo a consultar (semestral o anual).
Registro Público de Contratos de Adhesión (RPCA)	El Registro Público de Contratos de Adhesión (RPCA) es un mecanismo de inscripción de contratos que salvaguardan los derechos de los consumidores contemplados en la Ley Federal de Protección al Consumidor y las Normas Oficiales Mexicanas aplicables. Dichos contratos pueden ser de registro obligatorio o voluntario. Son obligatorios cuando lo exija la LFPC (p.ej. comercialización de inmuebles) o una NOM; y voluntarios cuando, en caso contrario, los proveedores soliciten el registro de su contrato por así convenir a sus intereses. (p.ej. servicios de apertura de crédito).
Registro Público de Casas de Empeño	El Registro Público de Casas de Empeño es el mecanismo que permite visualizar todas aquellas Casas de Empeño que cuentan con registro vigente. Con el objetivo de que los consumidores estén informados respecto a las casas de empeño que se encuentran registradas, la PROFECO da a conocer anualmente mediante acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación, el listado de proveedores inscritos en el Registro Público de Casas de Empeño.
Monitoreo de publicidad en medios masivos de comunicación	Se realizan monitoreos de manera frecuente a la información y publicidad difundida por los proveedores a través de diversos medios de comunicación masiva, cuya finalidad es prevenir, corregir y sancionar aquella que pueda considerarse como engañosa por inducir a error o confusión a la población consumidora.
Monitoreo de tiendas virtuales	Se revisa que los proveedores que realizan transacciones a través de medios electrónicos, ópticos o cualquier otra tecnología, cumplan con el artículo 76 BIS de Ley Federal de Protección al Consumidor, con el objeto de que el consumidor, previo a que realice la compra de un bien o contrate un servicio, conozca a través del sitio web: https://www.profeco.gob.mx/tiendasvirtuales/index.html, si tales sitios cumplen o no con la normatividad aplicable.

Servicio	Descripción
Atención a denuncias por publicidad engañosa	La recepción de denuncias permite a cualquier persona hacer del conocimiento de la Procuraduría, sobre actos u omisiones por parte de un proveedor que afectan los intereses de una colectividad de consumidores, a través de los correos electrónicos: denunciapublicitaria@profeco.gob.mx y monitoreodetiendas@profeco.gob.mx.
Diagnóstico publicitario (*copy advice*)	Herramienta por medio de la cual, a solicitud de los proveedores, se revisa la publicidad antes de que se difunda en medios de comunicación, emitiendo una opinión no vinculante (no es un permiso, autorización o visto bueno), el cual puede solicitarse mediante el correo electrónico copyadvice@profeco.gob.mx.
Arbitraje	Es el trámite en el que la PROFECO interviene entre las partes que integran la relación de consumo y la aceptan como árbitro para la solución de un conflicto, velando por la equidad en la relación de consumo.
Acciones Colectivas	En materia de representación colectiva la población atendida puede darse en la atención que se brinda a las consultas por parte de las Direcciones de Acciones Colectivas y Ejecución de Sentencias de Acciones Colectivas, que en materia de derechos colectivos realicen las y los consumidores a través de un representante; sin embargo, mediante la representación de la colectividad ante los órganos jurisdiccionales por medio de las demandas colectivas e incidentes de cuantificación de daños y perjuicios; que se implementan acciones legales y se presentan promociones jurídicas pretendiendo obtener el mayor monto a favor de la población beneficiada.
Orientación y asesoría	En materia de telecomunicaciones y con el objetivo primordial de proteger los derechos de los consumidores de servicios de telefonía móvil, telefonía fija, internet y televisión de paga. La Subprocuraduría de Telecomunicaciones a través de la Dirección General de Protección al Consumidor de Telecomunicaciones (DGPCT) brinda información, orientación y asesoría eficaz para los consumidores mediante el correo electrónico y la plataforma Soy Usuario.
Concilianet	Se receptan inconformidades mediante la plataforma electrónica CONCILIANET, la cual permite que los consumidores presenten sus inconformidades con proveedores participantes desde cualquier lugar sin necesidad de trasladarse a alguna Oficina de Defensa del Consumidor.
Defensa Colectiva y Contratos de Adhesión	Se promueve y defiende los derechos de los consumidores de servicios de telecomunicaciones, a través de las demandas de acción colectiva que se promueven en beneficio y representación de los derechos de la totalidad de los consumidores que derivado de alguna conducta abusiva o ilegal de los proveedores se afecten los derechos de los consumidores. Asimismo, se promueven y defienden los derechos de los consumidores ante los proveedores mediante requerimientos de información, o requerimientos de cumplimiento a las obligaciones contenidas en los contratos de adhesión, y en su caso suscribiendo convenios extrajudiciales con el objetivo de reparar los posibles daños causados a los consumidores. Verifica que los registros de contratos de adhesión incluyan los derechos y obligaciones contemplados en la Ley Federal de Protección al Consumidor y las normas oficiales mexicanas aplicables.

Fuente: Elaboración propia PROFECO-DGPE.

Con estos servicios, el Pp. E005 contribuye a resolver los conflictos entre consumidores y proveedores por lo que ayuda a medir las atenciones a las inconformidades presentadas por la población consumidora, lo anterior con el propósito de incrementar la certeza jurídica, la competencia en el mercado interno y la mejora regulatoria, mediante la

incorporación de soluciones jurídicas, así como para la implementación de trámites y servicios, para atender las demandas de la población consumidora.

6.2.1 Previsiones para la integración y operación del padrón de beneficiarios

El Programa presupuestario E005 "Protección de los Derechos de los Consumidores", es un programa de demanda abierta, el cual no cuenta con un padrón de beneficiarios delimitado y específico, lo anterior en razón de que el programa no otorga apoyos sociales focalizados entre la población, sin embargo, proporciona atención a través de servicios para la población consumidora.

Del programa en cuestión se puede advertir, que es un programa de cobertura global (potencial), no focalizada. Esto se debe, en primer orden, a que el programa ofrece un bien público, y en segundo, a que la participación es directa respecto a sus beneficios y el acceso a sus servicios, así como el uso de la información es voluntaria.

Por esta razón, y en función de que la población objetivo del Programa está compuesta por aquellos consumidores que accedan voluntariamente a los servicios que se ofrecen por los mecanismos de acceso al Programa, la estrategia de cobertura y la identificación de beneficiarios operan de manera distinta a los programas focalizados que entregan apoyos económicos o en especie.

En función de lo anterior las Unidades administrativas que atienden a la población consumidora lo materializan a través de los servicios de atención directa a la población, como lo son: las quejas, el Registro Público para Evitar Publicidad, el Registro Público de Contratos de Adhesión, Soy Usuario y el Registro de Casas de Empeño, entre otros que se citan a lo largo del cuerpo del presente Diagnóstico.

Es importante resaltar, que si bien, no se cuenta con características específicas de la población consumidora usuaria de los servicios, por la diversidad y cobertura global, las principales características coincidentes entre servicios se destacan:

Tabla 19. Caracterización de las Variables Mandatadas por la Ley.

Variable	Formato	Descripción	Catálogo de respuesta
Tipo de persona	Texto	Físicas y Morales	Acta constitutiva o identificación oficial

Nombre completo	Texto	Permite identificar el interesado promovente	N/A
Edad	Texto/numérico	Con edad para ejercer actos jurídicos	N/A
Dirección	Texto	Lugar legal para recibir todo tipo de notificación	N/A
Año	Texto/numérico	Año de emisión del acto	N/A
Acto de promueve	Texto	Refiere al servicio al cual quiere tener acceso, esto de conformidad a lo establecido a la competencia del órgano administrador del servicio	Documentos que avalen el servicio
Identificación o constancia de acreditación	Texto	Identificación oficial con la que se acredita	Identificación expedida por autoridad oficial
Medio de notificación	Texto	Correo electrónico o dirección de domicilio legal	No aplica

Fuente: Elaboración propia PROFECO-DGPE

6.3 Matriz de Indicadores para Resultados (MIR)

Detalle de la Matriz	
Ramo:	10 - Economía
Unidad Responsable:	LAT - Procuraduría Federal del Consumidor
Clave y Modalidad del Pp:	E - Prestación de Servicios Públicos
Denominación del Pp:	E-005 - Protección de los derechos de los consumidores
Clasificación Funcional:	
Finalidad:	3 - Desarrollo Económico
Función:	1 - Asuntos Económicos, Comerciales y Laborales en General
Subfunción:	1 - Asuntos Económicos y Comerciales en General
Actividad Institucional:	7 - Equidad en las relaciones de consumo

Fin		
Objetivo	**Orden**	**Supuestos**
Contribuir a impulsar la competencia en el mercado interno y la mejora regulatoria.	1	La población consumidora conoce y ejerce sus derechos. El proveedor cumple con sus obligaciones.

Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Concentración del poder del mercado	El indicador forma parte del pilar 7 Mercado de bienes del Índice de Competitividad Global elaborado por el Foro Económico Mundial, este obtiene el valor a partir de la respuesta: En su país, ¿cómo caracteriza la actividad empresarial? Considerando valores entre 1 [dominada por unos pocos grupos	Promedio ponderado de respuestas a la pregunta ¿Cómo caracteriza la actividad empresarial?	Absoluto	Índice	Estratégico	Eficiencia	Anual	Promedio ponderado de respuestas a la pregunta ¿Cómo caracteriza la actividad empresarial? :El Índice de Competitividad Global está compuesto por 12 pilares, los cuales agrupan 98 variables, la metodología completa puede ser consultada en el Reporte publicado por el Foro Económico Mundial disponible en https://es.weforum.org/reports

	de negocios] y 7 [dispersa entre muchas empresas].							
Propósito								
Objetivo			**Orden**			**Supuestos**		
La población consumidora resuelve sus conflictos con los proveedores de bienes, productos y servicios.			1			El proveedor cumple con lo pactado con el consumidor al momento de la adquisición del bien o servicio para la solución de la problemática.		
Indicador	**Definición**	**Método de Calculo**	**Tipo de Valor de la Meta**	**Unidad de Medida**	**Tipo de Indicador**	**Dimensión del Indicador**	**Frecuencia de Medición**	**Medios de Verificación**
Porcentaje de monto recuperado en los procedimientos conduidos	Mide la proporción del monto reclamado por los consumidores al momento de ingresar su queja que es recuperado en el trimestre en el que se concluye el procedimiento al cual haya sido turnado (acción colectiva, procedimiento conciliatorio, por infracciones a la ley o arbitral), en el periodo en el área jurídica, de servicios y de telecomunicaciones.	(Monto recuperado en los procedimientos concluidos en el periodo t / Monto reclamado en los procedimientos concluidos en el periodo t) X 100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Trimestral	Monto recuperado en los procedimientos concluidos en el periodo t:Reporte de quejas que concluyen su procedimiento conciliatorio, informe de arbitrajes concluidos, generado en el Discoverer Viewer con información de las áreas de Servicios y de Telecomunicaciones en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP) de la PROFECO. Expedientes con nombre del proveedor y número de expediente asignado por el juzgado y/o tribunal conocedor del mismo, resguardadas física y/o electrónicamente en el área Jurídica.; Monto reclamado en los procedimientos concluidos en el periodo t:Reporte de quejas que concluyen su procedimiento conciliatorio, informe de arbitrajes concluidos, generado en el Discoverer Viewer con información de las áreas de Servicios y de Telecomunicaciones en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP) de la PROFECO. Expedientes con nombre del proveedor y número de expediente asignado por el juzgado y/o tribunal conocedor del mismo, resguardadas física y/o electrónicamente en el área Jurídica.
Componente								
Objetivo			**Orden**			**Supuestos**		
Consultas para asesorar e informar al consumidor, otorgadas			1			Los consumidores están interesados en conocer sus derechos y las obligaciones de los proveedores en las relaciones de consumo, así como en conocer la labor		

						de la Procuraduría Federal del Consumidor para tomar decisiones de compra informadas.		
Indicador	**Definición**	**Método de Calculo**	**Tipo de Valor de la Meta**	**Unidad de Medida**	**Tipo de Indicador**	**Dimensión del Indicador**	**Frecuencia de Medición**	**Medios de Verificación**
Porcentaje de atención de consultas para brindar asesoría e información al consumidor	Mide la proporción de atención a las consultas recibidas por mes en los diferentes medios que se ofrecen (conciliaciones exprés, personal, escrita, virtual y teléfono).	(Total de consultas atendidas en el periodo t / Total de consultas recibidas en el periodo t) X 100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Mensual	Total de consultas atendidas en el periodo t: Reporte de resumen intervalo Split/Skill del Avaya CMS Supervisor, de chat atendidos del RT4 Generador de Reportes, informe de atenciones personales, de correos y oficios de asesoría atendidos del Teléfono del Consumidor, mensajería instantánea del Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP). Reporte de folios de plataforma electrónica Soy Usuario e informe de correos electrónicos de cuenta quejastelecomunicaciones@profeco.gob.mx ; Total de consultas recibidas en el periodo t: Reporte de resumen intervalo Split/Skill del Avaya CMS Supervisor, de chat atendidos del RT4 Generador de Reportes, informe de atenciones personales, de correos y oficios de asesoría atendidos del Teléfono del Consumidor, mensajería instantánea del Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP). Reporte de folios de plataforma electrónica Soy Usuario e informe de correos electrónicos de cuenta quejastelecomunicaciones@profeco.gob.mx
Objetivo			**Orden**			**Supuestos**		
Quejas en materia de consumo conciliadas			2			Los consumidores y proveedores asisten a las audiencias de conciliación. El proveedor presenta propuestas factibles de solución.		
Indicador	**Definición**	**Método de Calculo**	**Tipo de Valor de la Meta**	**Unidad de Medida**	**Tipo de Indicador**	**Dimensión del Indicador**	**Frecuencia de Medición**	**Medios de Verificación**

Porcentaje de quejas conciliadas mediante el procedimiento conciliatorio	Mide la proporción de quejas en las que se llegó a un acuerdo entre el consumidor y el proveedor (estado procesal conciliada) en el periodo t respecto al total de las quejas concluidas en el mismo periodo, el cual considera los estados procesales de conciliada y no conciliada.	(Número de quejas conciliadas mediante el procedimiento conciliatorio en el periodo t / Número de quejas concluidas mediante el procedimiento conciliatorio en el periodo t) X 100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Mensual	Número de quejas conciliadas mediante el procedimiento conciliatorio en el periodo t: SYSADMIN.DGQYC - Reporte de quejas que concluyen su procedimiento conciliatorio. Los reportes se generan de forma mensual en el Oracle Discoverer con la información capturada por cada una de las unidades administrativas de PROFECO en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP); Número de quejas concluidas mediante el procedimiento conciliatorio en el periodo t:SYSADMIN.DGQYC - Reporte de quejas que concluyen su procedimiento conciliatorio. Los reportes se generan de forma mensual en el Oracle Discoverer con la información capturada por cada una de las unidades administrativas de PROFECO en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP).
Objetivo			**Orden**			**Supuestos**		
Derecho a la recepción de publicidad comercial protegido			3			Los consumidores se registran en el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP) con la finalidad de que no sean molestados con llamadas o mensajes publicitando bienes, productos o servicios.		
Indicador	**Definición**	**Método de Calculo**	**Tipo de Valor de la Meta**	**Unidad de Medida**	**Tipo de Indicador**	**Dimensión del Indicador**	**Frecuencia de Medición**	**Medios de Verificación**
Porcentaje de efectividad en la protección del derecho a la recepción de publicidad	Monitorea la efectividad en la protección al derecho de recepción de publicidad establecido en el artículo 18 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor al contabilizar la recepción de denuncias de consumidores que registraron su	(Números telefónicos registrados al periodo en el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP) desde su implementación - Número de denuncias recibidas al periodo en el Registro Público para Evitar	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Trimestral	Números telefónicos registrados al periodo en el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP) desde su implementación: Reporte números telefónicos inscritos en el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP); Número de denuncias recibidas al periodo en el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP) desde su implementación: Reporte de denuncias recibidas

	número telefónico en el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP).	Publicidad (REPEP) desde su implementación) / (Números telefónicos registrados al periodo en el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP) desde su implementación) X 100						
Objetivo			**Orden**			**Supuestos**		
Certeza y seguridad jurídica en las relaciones contractuales en materia de consumo proporcionada			4			El proveedor tiene el interés y conocimiento para solicitar el registro y uso de un contrato registrado ante la Procuraduría Federal del Consumidor		
Indicador	**Definición**	**Método de Calculo**	**Tipo de Valor de la Meta**	**Unidad de Medida**	**Tipo de Indicador**	**Dimensión del Indicador**	**Frecuencia de Medición**	**Medios de Verificación**
Porcentaje de registros de contratos de adhesión	Refleja la proporción de solicitudes de contratos de adhesión (obligatorios y voluntarios) resueltas con registro, del total de solicitudes recibidas.	(Número de solicitudes resueltas de contratos de adhesión obligatorios y voluntarios acumuladas al periodo / Número de solicitudes ingresadas de contratos de adhesión obligatorios y voluntarios acumuladas al periodo) X 100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Cuatrimestral	Número de solicitudes ingresadas de contratos de adhesión obligatorios y voluntarios acumuladas al periodo: Informes y reportes de resultados periódicos de los contratos de adhesión con registro elaborados y disponibles en la Dirección General de Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento y en la Dirección General de Defensa Colectiva y Contratos de Adhesión de Telecomunicaciones. El periodo en que se genera la información es cuatrimestral.; Número de solicitudes resueltas de contratos de adhesión obligatorios y voluntarios acumuladas al periodo: Reportes Discoverer: SYSADMIN. Oportunidad en la resolución de Solicitudes de CA Tipo PROFECO y SYSADMIN. Oportunidad en la resolución de Solicitudes de CA.
Actividad								

Objetivo			Orden			Supuestos		
Conclusión de procedimientos conciliatorios			1			El consumidor y el proveedor están en disposición de llegar a un acuerdo conciliatorio con la intervención de la Procuraduría y estos son resueltos en el menor tiempo posible.		
Indicador	**Definición**	**Método de Calculo**	**Tipo de Valor de la Meta**	**Unidad de Medida**	**Tipo de Indicador**	**Dimensión del Indicador**	**Frecuencia de Medición**	**Medios de Verificación**
Porcentaje de procedimientos conciliatorios concluidos dentro de un plazo de 90 días naturales	Mide la proporción de quejas recibidas a nivel nacional que fueron concluidas dentro de un plazo de 90 días naturales, tiempo óptimo para la finalización del procedimiento conciliatorio.	(Número de procedimientos conciliatorios concluidos al periodo dentro de un plazo de 90 días naturales / Número de procedimientos conciliatorios concluidos al periodo) X 100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Calidad	Cuatrimestral	Número de procedimientos conciliatorios concluidos al periodo: Reporte SYSADMIN.CRM Reporte duración del procedimiento conciliatorio generado en el Discoverer Viewer con información capturada por cada una de las unidades administrativas de PROFECO en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP).; Número de procedimientos conciliatorios conduidos al periodo dentro de un plazo de 90 días naturales: Reporte SYSADMIN.CRM Reporte duración del procedimiento conciliatorio generado en el Discoverer Viewer con información capturada por cada una de las unidades administrativas de PROFECO en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP).
Objetivo			**Orden**			**Supuestos**		
Inscripción de números telefónicos de consumidores en el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP)			1			Los consumidores participan en el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP) y los procesos informáticos y de telecomunicaciones responden a la demanda del consumidor		
Indicador	**Definición**	**Método de Calculo**	**Tipo de Valor de la Meta**	**Unidad de Medida**	**Tipo de Indicador**	**Dimensión del Indicador**	**Frecuencia de Medición**	**Medios de Verificación**
Porcentaje de atención de solicitudes de inscripción al Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP)	Muestra el porcentaje de atención de los números telefónicos de consumidores que solicitan su inscripción en el Registro Público para Evitar	(Total de números telefónicos inscritos en el REPEP en el periodo t) / Total de solicitudes de inscripción al REPEP recibidas	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Mensual	Total de números telefónicos inscritos en el REPEP en el periodo t: Base de Datos del REPEP-Incidencias. Reportes: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP) de PROFECO Módulo reporte Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP) Totales; Total de solicitudes de inscripción al REPEP recibidas en el periodo t: Bases de datos del Sistema de Información del Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP);

	Publicidad (REPEP) por medio del Teléfono del Consumidor o internet con la finalidad de evitar publicidad no deseada en su número telefónico.	en el periodo t) x 100						Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP) de PROFECO.
Objetivo			**Orden**			**Supuestos**		
Atención de las consultas recibidas a través del Teléfono del Consumidor			1			Los consumidores demandan atención de la Procuraduría Federal del Consumidor al solicitar asesoría e información sobre bienes adquiridos o servicios contratados, o que están por elegir, ello a través del Teléfono del Consumidor		
Indicador	**Definición**	**Método de Calculo**	**Tipo de Valor de la Meta**	**Unidad de Medida**	**Tipo de Indicador**	**Dimensión del Indicador**	**Frecuencia de Medición**	**Medios de Verificación**
Promedio de consultas atendidas por agente en el Teléfono del Consumidor	Mide la productividad de los agentes que asesoran e informan a los consumidores en el Teléfono del Consumidor de acuerdo a las consultas atendidas.	(Número de consultas atendidas al periodo en el Teléfono del Consumidor / Número de agentes que atendieron consultas al periodo)	Relativo	Consulta	Gestión	Eficiencia	Mensual	Número de agentes que atendieron consultas al periodo: Reporte Resumen intervalo Split/Skill llamadas totales y atención de llamadas por día generados en el Avaya CMS Supervisor. Reporte de chat atendidos generado en el RT4 Generador de Reportes. Informes de correos y oficios de asesoría atendidos generados en el Teléfono del Consumidor, mensajería instantánea en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP); Número de consultas atendidas al periodo en el Teléfono del Consumidor: Reporte Resumen intervalo Split/Skill llamadas totales y atención de llamadas por día generados en el Avaya CMS Supervisor. Reporte de chat atendidos generado en el RT4 Generador de Reportes. Informes de correos y oficios de asesoría atendidos generados en el Teléfono del Consumidor, mensajería instantánea en el Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP).
Objetivo			**Orden**			**Supuestos**		
Emisión de resoluciones a solicitudes de registro de contratos de adhesión			1			Los proveedores solicitan el registro o modificación de su o sus contratos de adhesión de acuerdo a la normatividad aplicable.		

Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Porcentaje de solicitudes de contratos de adhesión con resolución emitidos en el tiempo establecido en la normatividad	Mide la proporción de resoluciones emitidas a solicitudes de registro de contrato de adhesión (obligatorio y voluntario) en el periodo que fueron emitidas dentro del plazo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor y la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.	(Número de resoluciones a las solicitudes de registro de contratos de adhesión emitidas al periodo en términos de la LFPC y la LFPA / Número de resoluciones a las solicitudes de registro de contratos de adhesión emitidas al periodo) X 100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Bimestral	Número de resoluciones a las solicitudes de registro de contratos de adhesión emitidas al periodo: SYSADMIN. Oportunidad en la resolución de Solicitudes de CA Tipo PROFECO generado bimestralmente en el Discoverer a partir de la información capturada en el SIIP de PROFECO por la Dirección General de Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento. Base de datos de contratos de adhesión en materia de telecomunicaciones de la Dirección General de Defensa Colectiva y Contratos de Adhesión de Telecomunicaciones; Número de resoluciones a las solicitudes de registro de contratos de adhesión emitidas al periodo en términos de la LFPC y la LFPA: SYSADMIN. Oportunidad en la resolución de Solicitudes de CA Tipo PROFECO generado bimestralmente en el Discoverer a partir de la información capturada en el SIIP de PROFECO por la Dirección General de Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento. Base de datos de contratos de adhesión en materia de telecomunicaciones de la Dirección General de Defensa Colectiva y Contratos de Adhesión de Telecomunicaciones.

Objetivo	Orden	Supuestos
Emisión de dictamen a favor de los consumidores	2	Los consumidores están interesados en hacer valer sus derechos ante otra instancia.

Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Porcentaje de dictámenes emitidos	Cuantifica la proporción que representan los dictámenes emitidos, en términos de la Ley	(Número de dictámenes emitidos en términos de la LFPC al periodo / Número de	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Cuatrimestral	Número de dictámenes solicitados al periodo procedentes a ser emitidos: Informe cuatrimestral de los dictámenes solicitados por las unidades administrativas elaborado y disponible en la Dirección General de Procedimientos y en la Dirección General de Defensa Colectiva y

	Federal de Protección al Consumidor, de la totalidad de los dictámenes solicitados que cumplieron con los requisitos para ser procedentes de emisión.	dictámenes solicitados al periodo procedentes a ser emitidos) X 100						Contratos de Adhesión de Telecomunicaciones; Número de dictámenes emitidos en términos de la LFPC al periodo: Informe cuatrimestral de los dictámenes emitidos por las unidades administrativas elaborado y disponible en la Dirección General de Procedimientos y en la Dirección General de Defensa Colectiva y Contratos de Adhesión de Telecomunicaciones
Objetivo			**Orden**			**Supuestos**		
Interposición de promociones legales en defensa de grupos de consumidores			3			Los grupos de consumidores son representados ante instancias jurisdiccionales en defensa de sus intereses. Los Tribunales Federales emitirán acuerdos, autos o sentencias que favorezcan a los grupos de consumidores.		
Indicador	**Definición**	**Método de Calculo**	**Tipo de Valor de la Meta**	**Unidad de Medida**	**Tipo de Indicador**	**Dimensión del Indicador**	**Frecuencia de Medición**	**Medios de Verificación**
Porcentaje de promociones legales interpuestas admitidas	Mide la proporción de las promociones, acciones colectivas, incidentes de ejecución y otros recursos legales interpuestos ante un Órgano Jurisdiccional que fueron admitidos para representar una colectividad de consumidores, buscando proteger el derecho que tiene un grupo de personas en contra de uno o varios proveedores que vulneren sus derechos.	(Número de Promociones legales Admitidas en el período / Número de Promociones legales Presentadas en el periodo) x 100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Semestral	Número de Promociones legales presentadas en el periodo: Expedientes en los que obran los acuerdos de las acciones colectivas admitidas, promociones legales y recursos legales admitidos por los órganos jurisdiccionales y que se reportan durante el semestre, mismos que se encuentran en los archivos de las Direcciones de Acciones Colectivas y de Ejecución de Sentencias de Acciones Colectivas y de la Dirección General de Defensa Colectiva y Contratos de Adhesión de Telecomunicaciones; Número de Promociones legales admitidas en el período: Expedientes en los que obran los acuses de recibo de las promociones legales presentadas, acciones colectivas, demandas, recursos y otros, que se encuentran en los archivos de la Dirección de Acciones Colectivas, de la Dirección de Ejecución de Sentencias de Acciones Colectivas de la Subprocuraduría Jurídica y de la Dirección General de Defensa Colectiva y Contratos de Adhesión de Telecomunicaciones de la Subprocuraduría de Telecomunicaciones y que se reportan semestralmente

ECONOMÍA | PROFECO
SECRETARÍA DE ECONOMÍA | PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

7. Análisis de similitudes o complementariedades

Derivado del análisis de complementariedades y coincidencias entre programas administrados por entidades que integran la Administración Pública Federal, se encontraron las siguientes coincidencias:

Programa presupuestario E011 "Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros". Este programa tiene como principal propósito, el contribuir al cumplimiento y protección de los derechos e intereses de los Usuarios de servicios financieros, adicionalmente, tiene por objeto proteger los derechos e intereses ante las instituciones financieras, así como, propiciar relaciones más equitativas y armónicas entre éstos. El Programa se encuentra fundamentado principalmente en la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, justifica el paralelismo entre consumidores y proveedores de este tipo de instrumentos económicos; sin embargo, dichas relaciones no se rigen por la Ley Federal de Protección al Consumidor, lo que hace que ambos programas cuenten con reglas diferentes y tengan objetivos distintos.

Programa presupuestario G004 "Protección contra Riesgos Sanitarios". El programa tiene como objetivo principal; contribuir a garantizar la eficacia de estrategias, programas y acciones de salud pública mediante información oportuna y confiable, que facilite la promoción y prevención en salud, así como, el control epidemiológico tomando en cuenta la diversidad de la población, el ciclo de vida y la pertinencia cultural, básicamente este programa, se enfoca a proteger la salud pública de la población, si bien alerta a la población de productos que pudieran afectar la salud de los consumidores, este programa no cuenta con las características de salvaguardar sus derechos como consumidor, sino, por el contrario contribuye a la protección de la salud de la población mediante la regulación, control y fomento sanitario encuadrado en los 7 ámbitos de competencia (alimentos; insumos a la salud; establecimientos de atención médica; exposición a riesgos sanitarios por otros productos y servicios, tabaco y alcohol; emergencias sanitarias; riesgos ambientales y riesgos laborales).

Otra similitud, que se pudiera enunciar es el "Programa Nacional de Derechos Humanos 2019-2024", si bien, el derecho al consumo es considerado un derecho humano, la relación entre consumidores y proveedores, es una actividad entre privados; no es un acto de autoridad sobre los gobernados, por el contrario, el gobierno es la autoridad que vela los derechos de los consumidores, mediante actividades que se realizan en el marco de los diversos programas institucionales, en beneficio de la población, ya que, se pudieran vulnerar los derechos de los consumidores, por omisiones a atender alguna queja o denuncia, esta omisión es de carácter administrativo, más no violatorio a los derechos humanos.

Cabe señalar, que del análisis a las similitudes, se identifica que no comparten la misma población objetivo o área de enfoque, por lo que en estricto sentido, no se trata de programas similares, cada uno tiene un enfoque distinto y objetivos diferentes.

Como complementariedades se tienen identificados al Pp. B002 "Generación y Difusión de información para el consumidor" y al G003 "Vigilancia del cumplimiento de la normatividad aplicable y fortalecimiento de la certeza jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores", ambos operados y administrados por la Procuraduría Federal del Consumidor, se complementan, ya que, por un lado, se encuentra la cultura de la prevención y por el otro, la verificación al cumplimiento de la normatividad.

Adicionalmente a lo establecido, para el efectivo desarrollo del programa, es necesario coadyuvar con otros programas presupuestales como el "G003", por cuanto hace al cobro de las multas impuestas como medidas de apremio y sanciones a la Ley a cargo de la Dirección General de Procedimiento Administrativo de Ejecución.

ECONOMÍA | PROFECO
SECRETARÍA DE ECONOMÍA | PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

Tabla 20. Similitudes y complementariedades del Pp. E005

Nombre del programa	Dependencia / entidad	Propósito	Población o área de enfoque objetivo	Cobertura geográfica	¿Este programa presentaría riesgos de similitud con el programa propuesto?	¿Este programa se complementaría con el programa propuesto?	Explicación
E011 "Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros"	Secretaría de Hacienda y Crédito Público - Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros	Contribuir al cumplimiento y protección de los derechos e intereses de los Usuarios de servicios financieros.	Usuarios de servicios financieros	Nacional	No	No	Aunque existe similitud de los programas, éste se enfoca a usuarios de servicios financieros, lo que se encuentra fuera de la competencia de PROFECO. Protege a la población de las comunicaciones no deseadas que no puede investigar la PROFECO.
G004 "Protección Contra Riesgos Sanitarios"	Secretaría de Salud/Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios	Contribuir a garantizar la eficacia de estrategias, programas y acciones de salud pública mediante información oportuna y confiable, que facilite la promoción y prevención en salud, así como el control epidemiológico tomando en cuenta la diversidad de la población, el ciclo de vida y la pertinencia cultural.	El total de la población residente en el territorio nacional.	Nacional	No	No	Este programa se enfoca a proteger la salud pública de la población.
"Protección y defensa de los derechos humanos"	Secretaría de Gobernación/Dirección General para la Protección de Personas Defensoras de Derechos Humanos y Periodistas	Las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal y las entidades federativas son coordinadas y articuladas respectivamente para disminuir las violaciones a los derechos humanos dando como consecuencia el ejercicio efectivo de los Derechos Humanos de las personas.	Población en general	Nacional	No	No	El derecho a la protección de los consumidores es un derecho humano que establece el artículo 28, párrafo tercero, de la CPEUM, y cualquier omisión en esta protección, deberá ser atendida por la PROFECO.

ECONOMÍA | PROFECO
SECRETARÍA DE ECONOMÍA | PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

Nombre del programa	Dependencia / entidad	Propósito	Población o área de enfoque objetivo	Cobertura geográfica	¿Este programa presentaría riesgos de similitud con el programa propuesto?	¿Este programa se complementaría con el programa propuesto?	Explicación
B002 "Generación y Difusión de Información para el consumidor"	Procuraduría Federal del Consumidor	La población consumidora en México utiliza información en materia de consumo, para tomar mejores decisiones de compra	Población en general	Nacional	No	Si	Este programa se enfoca en la educación y difusión de información en materia de consumo.
G003 "Vigilancia del cumplimiento de la normatividad aplicable y fortalecimiento de la certeza jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores"	Procuraduría Federal del Consumidor	Los proveedores de bienes y servicios en el territorio nacional cumplen las obligaciones establecidas en la Ley Federal de Protección al Consumidor y las Normas Oficiales Mexicanas competencia de la Profeco.	Población en general	Nacional	No	Si	Este programa se enfoca en el análisis de los productos, que posteriormente se publican en la Revista del Consumidor, información que se difunde en el marco del Pp. B002 "Generación y difusión de información para el consumidor".

Fuente: Elaboración Propia PROFECO -DGPE

8. Presupuesto

El Programa E005 cuenta con un presupuesto aprobado en el Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF) 2021 mismo que se detalla en el siguiente apartado y en el Anexo 1 en el formato establecido en los 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.

8.1 impacto presupuestario y fuentes de financiamiento

Al Pp. E005 se le asignó un presupuesto total por un importe de 401,260,093.00 millones de pesos. En su Clasificación Económica, el recurso se divide en Servicios Personales con un importe de 302,155,751.00 millones de pesos; por concepto de Materiales y Suministros se consideró un monto de 7,980,971.00 millones de pesos y por Servicios Generales se contempló 91,123,371.00 millones de pesos. El presupuesto solicitado de Recursos Fiscales para el ejercicio fiscal 2021 fue de 338,321,186.00 millones de pesos y por otros recursos, es decir, recursos propios 62,938,907.00 millones de pesos.

Tabla 21. Recursos presupuestarios requeridos 2021.

Capítulo	Monto
1000 Servicios personales	302,155,751.00
2000 Materiales y suministros	7,980,971.00
3000 Servicios generales	91,123,371.00

Fuente: Elaboración propia PROFECO-DGPE

Tabla 22. Fuente u origen de los recursos.

Fuentes de Recursos	Monto
Recursos Fiscales	338,321,186.00
Otros recursos (Recursos propios)	62,938,907.00
Total	**401,260,093.00**

Fuente: Elaboración propia PROFECO-DGPE

Tabla 23. Porcentaje de recursos.

Fuentes de Recursos	Monto
Recursos Fiscales	84.31%
Otros recursos (Recursos propios)	15.68%
Total	**100**

Fuente: Elaboración propia PROFECO-DGPE

ECONOMÍA | PROFECO
SECRETARÍA DE ECONOMÍA | PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

Bibliografía

- Ovalle, Favela, José, *Derechos del consumidor,* Edit., UNAM, México, 2000.
- Labardini, Adriana. *Investigación de derecho comparado y política pública en materia de consumo para la Procuraduría Federal del Consumidor. Análisis de las agencias de protección al consumidor y sus líneas de política pública*. Resumen ejecutivo. Entregable 1. Mímeo, PROFECO 2011.
- Rodrígez, E Carlos, Diccionario de Economía, Edt., Universidad Católica de Argentina, Argentina, 2013.

Marco Legal

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos DOF-05-02-1917
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal DOF 11-01-2021
- Ley Federal de Protección al Consumidor DOF 24-12-2020
- Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor DOF 30-12-2019
- Estatuto orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor DOF 30-01-2020
- Manual de Programación y Presupuesto para el ejercicio fiscal 2021
- Aspectos a considerar para la elaboración del diagnóstico de los programas presupuestarios de nueva creación a con cambios sustáncienles que propongan incluir en la Estructura Programática del Presupuesto de Egreso de la Federación.
- Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 DOF 12-07-2019
- Plan Sectorial Economía 2020-2024 DOF 24-06-2020
- Programa Institucional de la Procuraduría Federal del Consumidor 2020-2024

Mesografía

- *INEGI, Encuesta Nacional de Ingresos y gastos de los hogares (ENIGH 2018),* [en línea], México, Url: https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2018/ [consulta 27 de mayo de 2021]

- Cámara de Diputados, *Protección a los Consumidores,* [en línea], México 2018 Url: http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/spi/SAPI-ISS-11-18_17jul18.pdf [consulta 27 de mayo de 2021]

ECONOMÍA SECRETARÍA DE ECONOMÍA | PROFECO PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

Anexo 1

Ficha con datos generales del programa propuesto o con cambios sustanciales

Ramo: 10- Economía

Modalidad del programa: E Prestación de Servicios

Denominación del programa: E005 Protección de los Derechos de los Consumidores

Unidades Responsables (UR) del programa:

UNIDADES RESPONSABLES (UR) DEL PROGRAMA	
Denominación de la UR	**Funciones de cada UR respecto al programa**
1.- Subprocuraduría de Servicios	La Subprocuraduría de Servicios, protege y promueve los derechos de los consumidores por medio de información y asesorías; de la gestión de quejas en materia de consumo, y de publicidad, con el objeto de prevenir posibles afectaciones a los consumidores y combatir prácticas comerciales abusivas. También realiza el monitoreo de la publicidad en medios de comunicación masiva, lleva a cabo el registro de números telefónicos para evitar llamadas publicitarias no deseadas (a través del REPEP); inicia procedimientos por infracciones a la ley en materia de servicios, ya sea de oficio o a través de una denuncia; emite dictámenes a favor de la población consumidora, supervisa los procedimientos de conciliación y el registro o la cancelación de contratos de adhesión de los proveedores. Además, es el área responsable de llevar a cabo el Registro Público de Casas de Empeño. Por último, brinda información sobre el comportamiento comercial de las empresas, número de quejas, porcentaje de conciliación, motivos de reclamación y cuántas veces han sido sancionados y el monto impuesto por la PROFECO, a través de sus Direcciones Generales de Quejas y Conciliación, Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento, y Procedimientos, en el ámbito de sus respectivas competencias.
	Dirección General de Quejas y Conciliación. - Le corresponde a través de sus áreas proporcionar servicios de información, orientación y asesoría a la población consumidora y solución de controversias entre consumidores y proveedores, a través de las siguientes atribuciones: Proponer, difundir y supervisar el cumplimiento de la normativa que establezca los mecanismos de información, orientación, asesoría y solución de consultas a los consumidores y proveedores respecto de sus derechos y obligaciones. Aplicar y supervisar el cumplimiento de la normativa para la recepción de reclamaciones, celebración de audiencias y convenios conciliatorios. Coordinar, acordar y concertar acuerdos y acciones de protección al consumidor, así como para solucionar en forma expedita las reclamaciones de los consumidores con proveedores y sus organizaciones, y con instituciones y organizaciones de los sectores público, social y privado. Procurar la solución de diferencias entre los consumidores y proveedores conforme al procedimiento conciliatorio establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor. Informar, orientar, asesorar y resolver consultas de consumidores y proveedores, en el ámbito de su competencia, respecto de sus derechos y obligaciones.

José Vasconcelos 208, Col. Condesa, C.P. 06140, Cuauhtémoc, CDMX Tel: (55) 56 25 67 00 www.gob.mx/profeco

2022 Año de Ricardo Flores Magón
PRECURSOR DE LA REVOLUCIÓN MEXICANA

UNIDADES RESPONSABLES (UR) DEL PROGRAMA	
Denominación de la UR	**Funciones de cada UR respecto al programa**
	Procurar la protección de los intereses y derechos de los consumidores que tengan su domicilio o residencia en el extranjero. Lo anterior, en términos de lo establecido en el artículo 23, fracciones I, II, III, IV, VIII y IX del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor.
	Dirección General de Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento (DGCARA), esta Dirección General organiza y opera los Registros Públicos de Contratos de Adhesión (RPCA), Casas de Empeño (RPCE) y (REPEP) Consumidores que no desean que su información sea utilizada para fines mercadotécnicos o publicitarios; de acuerdo al artículo 24 del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor. Por cuanto hace al RPCA, la DGCARA recibe las solicitudes de registro; analiza si las mismas cumplen con el marco normativo aplicable (Ley Federal de Protección al Consumidor <LFCP> y Norma Oficial Mexicana aplicable), en caso de no cumplir, se realiza un dictamen para que el proveedor modifique las cláusulas contrarias y pueda registrarse el contrato, en caso contrario se niega el registro. Respecto al RPCE, se revisa que el proveedor cumpla con la LFPC y la NOM-179-SCFI-2016, en cuyo caso se inscribe la Casa de Empeño con vigencia de un año. Cabe mencionar que, una vez terminada la vigencia, el proveedor debe solicitar la renovación anual de la casa de empeño o la cancelación del registro respectivo. Ahora bien, el REPEP inscribe los números telefónicos que no desean recibir llamadas y mensajes de texto con fines mercadotécnicos o publicitarios y, en caso de que continúen recibiendo dichas comunicaciones, investiga las denuncias por dichas comunicaciones a fin de determinar si es procedente el inicio de un Procedimiento por Infracciones a la Ley.
	Dirección General de Procedimientos.- De acuerdo a sus facultades, esta Dirección General recibe y atiende denuncias a través del correo electrónico denunciapubicitaria@profeco.gob.mx, en las cuales, se analiza la información y/o publicidad difundida a través de medios de comunicación masiva: páginas de internet, redes sociales, televisión, medios impresos, entre otros, a través de un monitoreo en el cual se hace constar la forma en que ésta es difundida. En el supuesto de encontrarse posible publicidad engañosa, o en caso de incumplimiento a las obligaciones derivadas de las relaciones de consumo, y, cuando no exista conciliación entre las partes, se inicia y sustancia el procedimiento por infracciones a la ley, el cual podría concluir con una sanción por violación a la Ley, la suspensión y/o corrección de la información y publicidad. Cuando las partes aceptan someterse al arbitraje ante la PROFECO, pueden decidir resolver su controversia a través del procedimiento arbitral en amigable composición o en estricto derecho, en el cual se emite un laudo en el que se establecen las obligaciones a cumplir por parte del proveedor, mismo que tiene fuerza de cosa juzgada y trae aparejada ejecución; en caso de que los proveedores no cumplan con lo señalado en el laudo, se dejarán a salvo los derechos del consumidor para que solicite ante los tribunales competentes su ejecución. Asimismo, es competente para emitir dictámenes derivados del incumplimiento de lo pactado, ya sea a petición de parte o de oficio, cuyo objetivo es dotar a los consumidores de un título ejecutivo con validez jurídica ante los órganos jurisdiccionales competentes

UNIDADES RESPONSABLES (UR) DEL PROGRAMA	
Denominación de la UR	**Funciones de cada UR respecto al programa**
	para que hagan valer sus derechos, a través de un documento que facilite, ante una instancia judicial competente la recuperación del monto pagado al proveedor más una bonificación (del 20 al 30 por ciento).
2.- Subprocuraduría de Telecomunicaciones	Dirección General de Protección al Consumidor de Telecomunicaciones (Atención a los servicios de Conciliación). Le corresponde la recepción de reclamaciones, la celebración de audiencias y convenios conciliatorios; aprobación de los convenios conciliatorios; calificación de actas, notificación e imposición de medidas de apremio que se realicen en los procedimientos conciliatorios y supervisar su cumplimiento.
	Dirección General de Defensa Colectiva y Contratos de Adhesión de Telecomunicaciones. Le corresponde autorizar los modelos tipo de contratos de adhesión en materia de telecomunicaciones, así como supervisar los procedimientos de solicitud de registro o modificación del contrato de adhesión de telecomunicaciones, para que se ajusten a lo dispuesto en las disposiciones aplicables. Asimismo, la Dirección General de Defensa Colectiva y Contratos de Adhesión promueve las demandas de acción colectiva en materia de telecomunicaciones, defendiendo los derechos de los consumidores de servicios de telecomunicaciones, en beneficio y representación de los derechos de la totalidad de los consumidores que derivado de alguna conducta abusiva o ilegal de los proveedores se afecten los derechos de los consumidores.
3.- Subprocuraduría Jurídica	Dirección de Acciones Colectivas. Establecer las directrices y realizar las actividades inherentes al ejercicio de Acciones Colectivas en contra de proveedores que realicen actos, hechos u omisiones que vulneren derechos e intereses de un grupo de consumidores, en términos del artículo 26 de la LFPC y del Libro Quinto del Código Federal de Procedimientos Civiles, hasta su total conclusión y se emita sentencia definitiva firme y ejecutoriada, y coordinar y elaborar convenios judiciales en representación de los derechos e intereses de los consumidores, previo a que se inicie una Acción Colectiva y hasta antes de que se emita una sentencia definitiva.
	Dirección de Ejecución de Sentencias de Acciones Colectivas. Realizar las actividades inherentes a la ejecución de la sentencia firme y ejecutoriada dictada por el órgano jurisdiccional y obtenida dentro del procedimiento de Acción Colectiva a favor de los consumidores afectados, a fin de que obtengan el resarcimiento que les corresponde, en la vía incidental, interponiendo los incidentes de cuantificación y reclamación de daños y perjuicios, ocasionados a los consumidores perjudicados y coordinar y elaborar convenios judiciales en representación de los derechos e intereses de los consumidores, después de la emisión de una sentencia definitiva, aun y cuando ésta no haya quedado firme o ejecutoriada por autoridad judicial, o bien, una vez que haya quedado firme y ejecutoriada en ejecución de sentencia.

Recursos presupuestarios requeridos para el primer año de operación

Recursos presupuestarios requeridos 2021

Capítulo	Monto
1000 Servicios personales	302,155,751.00
2000 Materiales y suministros	7,980,971.00
3000 Servicios generales	91,123,371.00

Fuente u origen de los recursos

Fuentes de Recursos	Monto
Recursos Fiscales	338,321,186.00
Otros recursos (Recursos propios)	62,938,907.00
Total	401,260,093.00

Porcentaje de recursos

Fuentes de Recursos	Monto
Recursos Fiscales	84.31%
Otros recursos (Recursos propios)	15.68%
Total	100

Población

Definición de la población objetivo.	Aquella población consumidora (personas físicas y morales que realicen actos o relaciones de consumo en el territorio nacional) que enfrentan conflictos con los proveedores en el mercado formal", no importando extracto socioeconómico y ni cultural, con un rango de edad de 18 a 65 años y más.
Cuantificación de la población objetivo.	**10, 383,301** millones de personas que fueron atendidas en el ejercicio anterior.
Población atendida en el año inmediato anterior.	**10, 303,637** millones de personas físicas o morales que se estima que recurran a la PROFECO para recibir alguna atención en el marco de Pp. E005.

Anexo 2

Nombre del programa	Dependencia / entidad	Propósito	Población o área de enfoque objetivo	Cobertura geográfica	¿Este programa presentaría riesgos de similitud con el programa propuesto?	¿Este programa se complementaría con el programa propuesto?	Explicación
E011 "Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros"	Secretaría de Hacienda y Crédito Público - Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros	Contribuir al cumplimiento y protección de los derechos e intereses de los Usuarios de servicios financieros.	Usuarios de servicios financieros	Nacional	No	No	Aunque existe similitud de los programas, éste se enfoca a usuarios de servicios financieros, lo que se encuentra fuera de la competencia de PROFECO. Protege a la población de las comunicaciones no deseadas que no puede investigar la PROFECO.
G004 "Protección Contra Riesgos Sanitarios"	Secretaría de Salud/Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios	Contribuir a garantizar la eficacia de estrategias, programas y acciones de salud pública mediante información oportuna y confiable, que facilite la promoción y prevención en salud, así como el control epidemiológico tomando en cuenta la diversidad de la población, el ciclo de vida y la pertinencia cultural.	El total de la población residente en el territorio nacional.	Nacional	No	No	Este programa se enfoca a proteger la salud pública de la población.
"Protección y defensa de los derechos humanos"	Secretaría de Gobernación/Dirección General para la Protección de Personas Defensoras de Derechos Humanos y Periodistas	Las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal y las entidades federativas son coordinadas y articuladas respectivamente para disminuir las violaciones a los derechos humanos dando como consecuencia el ejercicio efectivo de los Derechos Humanos de las personas.	Población en general	Nacional	No	No	El derecho a la protección de los consumidores es un derecho humano que establece el artículo 28, párrafo tercero, de la CPEUM, y cualquier omisión en esta protección, deberá ser atendida por la PROFECO.
B002 "Generación y Difusión de Información para el consumidor"	Procuraduría Federal del Consumidor	La población consumidora en México utiliza información en materia de consumo, para tomar mejores decisiones de compra	Población en general	Nacional	No	Si	Este programa se enfoca en la educación y difusión de información en materia de consumo.
G003 "Vigilancia del cumplimiento de la normatividad aplicable y fortalecimiento de la certeza jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores"	Procuraduría Federal del Consumidor	Los proveedores de bienes y servicios en el territorio nacional cumplen las obligaciones establecidas en la Ley Federal de Protección al Consumidor y las Normas Oficiales Mexicanas competencia de la Profeco.	Población en general	Nacional	No	Si	Este programa se enfoca en el análisis de los productos, que posteriormente se publican en la Revista del Consumidor, información que se difunde en el marco del Pp. B002 "Generación y difusión de información para el consumidor".