



Secretaría de Economía

Descripción del programa

El programa presupuestario B002 "Generación y difusión de información para el consumidor" busca brindar herramientas a la población consumidora para la toma de decisiones de compra informadas y para empoderar a los consumidores. Lo anterior, mediante el fomento de una cultura del consumo razonado, informado, seguro, saludable y sustentable, a partir de la elaboración de estudios sobre consumo, comparativos de precios, productos informativos y educativos; capacitación en temas de consumo y derechos de los consumidores a Grupos de Consumidores y Asociaciones de la Sociedad Civil. Estos productos y servicios se pueden encontrar en la Revista del Consumidor en sus distintas plataformas (televisión, radio e internet) y en medios digitales y redes sociales institucionales (YouTube, Twitter, Instagram y Facebook). La cobertura del programa es a nivel nacional y sus productos están disponibles todo el año.

Cobertura y presupuesto

Definición de la Población Objetivo

Población consumidora en México, conformada por las personas mayores de 18 años y que buscan información para tomar una decisión de compra y/o para conocer sus derechos. Se estimó el 85.7% de la población potencial mayor de 18 años, de acuerdo a la población en la ENCO-Ampliada (INEGI, 2021) que se considera estar en posibilidad de mejorar sus decisiones de consumo.

Análisis de la Cobertura y Presupuesto

Con la actualización del Diagnóstico del Programa se realizó un ajuste en la descripción de la Población Potencial (PP) y la Población Objetivo (PO) lo cual se ve reflejado en una mejor acotación de estas poblaciones, así como el uso del concepto "consumidores" como unidad de medida en la Población Atendida (PA) para su homologación con las demás Poblaciones. Esto permite (en el largo plazo) realizar un análisis de tendencia temporal. No existe información disponible sobre cobertura en Grupos Históricamente Discriminados. De 2021 a 2022, se observa un decremento del presupuesto ejercido para el programa, en términos reales del 9.44%; mientras que en ese mismo periodo la PA creció en un 53.62%, lo cual obedece principalmente al incremento en el aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y Comunicación para la difusión de productos informativos y educativos; así como la digitalización de las ediciones de la Revista del Consumidor contando con diversos canales para su divulgación en la población consumidora.

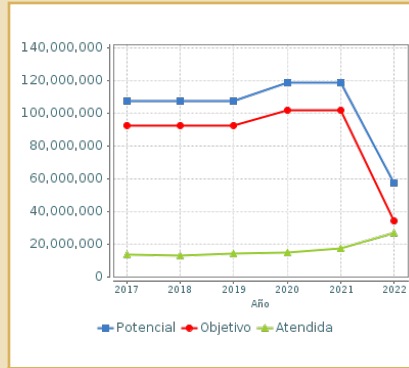
Cobertura

Entidades atendidas	32
Municipios atendidos	ND
Localidades atendidas	ND
Hombres atendidos	Mujeres atendidas
ND	ND
Grupos Históricamente Discriminados	ND
Quantificación de poblaciones	
Unidad de Medida (PA)	Consumidores
Valor 2022	
Población Potencial (PP)	56,943,023
Población Objetivo (PO)	33,885,755
Población Atendida (PA)	26,736,463
PA/PO	78.90 %

Análisis de Resultados

No se han realizado evaluaciones de impacto al programa. El programa mide sus avances con sus indicadores de la Matriz de Indicadores para Resultados (MIR). En la MIR 2022, la medición del indicador a nivel de Fin "Concentración del poder de Mercado", tuvo un valor de 3.6 frente a 3.59 programado. Mientras que el indicador de nivel Propósito "Porcentaje de la población consumidora en México a la que le haya sido útil la información ofrecida por al menos dos productos o programas informativos de la Profeco", mostró un avance de 76.55% frente al 51% programado, lo que significa un porcentaje de cumplimiento del 150.1% en relación a su meta 2022. Adicionalmente, desde el año fiscal 2017 los avances reportados han superado la meta esperada con una tendencia ascendente, lo cual representa una oportunidad para establecer metas más ambiciosas para el indicador de Propósito, dado que la meta debe de estar orientada a resultados y mejorar el desempeño del Programa. (EXT22, ICP22, MIR22)

Evolución de la Cobertura



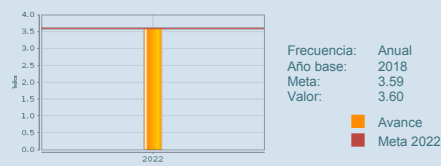
Presupuesto Ejercido*

Año	Presupuesto del programa (MDP) (1)	Presupuesto del Ramo (MDP) (2)	= (1) / (2)
2017	345.83	10,232.32	3.38 %
2018	364.19	10,223.27	3.56 %
2019	291.24	10,226.06	2.85 %
2020	256.59	38,304.01	0.67 %
2021	277.43	4,538.84	6.11 %
2022	251.24	3,103.39	8.10 %

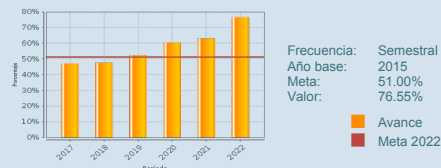
Resultados

¿Cómo mide sus resultados?

Concentración del poder del mercado



Porcentaje de la población consumidora en México a la que le haya sido útil la información ofrecida por al menos dos productos o programas



Vinculación con el PND y Programas derivados

El propósito del Pp se enfoca en el empoderamiento del consumidor mediante el conocimiento y educación sobre sus derechos y a través del fomento de un consumo informado, sostenible y saludable, por lo que se alinea al Eje III "Economía" del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024. En cuanto al Programa Sectorial de Economía 2020-2024, se vincula con el objetivo prioritario 2 "Impulsar la competencia en el mercado interno y la mejora regulatoria", en especial con la Estrategia prioritaria 2.4. "Promover una cultura de confianza ciudadana y consumo responsable para promover la competencia en el mercado interno". Asimismo, se alinea a los Objetivos prioritarios 1 y 3 del Programa Institucional 2020-2024 de la PROFECO.

* Valores a precios constantes promedio de 2018, actualizados con el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) MDP: Millones de Pesos. Fuente: Secretaría de Hacienda y Crédito Público



Secretaría de Economía

Fortalezas y/o
Oportunidades

1.F. El programa se encuentra alineado a las prioridades de la planeación estratégica nacional, sectorial e institucional, debido a que el Programa busca que la población consumidora utilice la información para la toma de decisiones de compra informadas mediante la difusión de productos informativos y educativos, asesorías sobre el ejercicio de sus derechos y la entrega de materiales temáticos y didácticos. 2.F. Los servicios que ofrece el Programa son de acceso universal, sin importar el estrato socioeconómico, ni cultural de los consumidores, lo cual contribuye a fomentar una cultura de consumo informado y al empoderamiento de los consumidores del país. 3.F. El Programa cuenta con instrumentos que fomentan la participación de la población consumidora durante la operación y medición de resultados de la intervención, como el caso de los Consejos Consultivos de Consumo y la encuesta digital, instrumentos que contribuyen a mejorar el diseño, la implementación y la entrega de servicios del Programa.

Debilidades y/o
Amenazas

1.D. Los indicadores de nivel Propósito "Porcentaje de la población consumidora..." y de componente "Tasa de crecimiento en la atención o asesoría..." presentan cumplimientos de metas del 150.1% y del 138%, respectivamente, motivo por el cual se identifican áreas de mejora en la metodología para la definición de metas, con la finalidad que garantizar que sean realistas y orientadas a resultados. 2.D. En el Diagnóstico se realizó un ajuste en la unidad de medida de la Población Atendida, pasando de "impactos" a "consumidores"; sin embargo, no se realizaron cambios en la metodología para su cuantificación, debido a la distinta naturaleza de los bienes y servicios que el programa ofrece, lo que implica que se siga reportando el mismo número de servicios otorgados o impactos. 3.D. Si bien se han realizado mejoras en el diseño de los indicadores de resultados, no se cuenta con estudios o evaluaciones con metodologías rigurosas que permitan conocer si la población consumidora en México utiliza la información que genera el Programa para la toma de decisiones de compra informada.

Recomendaciones

1.Elaborar una metodología que permita estimar de forma precisa el numerador y denominador de la meta del indicador de Propósito "Porcentaje de la población consumidora en México a la que le haya sido útil la información ofrecida por al menos dos productos o programas informativos de la Profeco", que sea una meta retadora y por lo tanto orientada a mejorar los resultados del programa, debido a que en los últimos dos ejercicios fiscales (2021 y 2022) ha presentado cumplimientos en promedio del 145.1%. 2.Integrar un documento en el cual se establezcan de manera puntual los criterios metodológicos utilizados para estimar la Población Atendida del Programa, al pasar de "impactos" a consumidores, debido a que se siguen reportando el número de servicios otorgados o impactos. Si bien se homólogo en el diagnóstico la unidad de medida de las Poblaciones Potencial, Objetivo y Atendida, ésta última se estima con base en el número de servicios otorgados, situación que podría sobreestimar la cantidad de consumidores contabilizados como Población Atendida. 3.Diseñar e implementar mecanismos específicos para generar información del Programa, que le permita en el mediano y largo plazos realizar una evaluación con metodologías rigurosas para conocer los resultados o su impacto en la Población Objetivo.

Aspectos Susceptibles de Mejora (ASM) que el programa realiza derivado de las evaluaciones

Avance en los ASM comprometidos en años anteriores (concluidos y en desarrollo)

1.Actualización del Diagnóstico del Programa B002 "Generación y difusión de información para el consumidor", al 100%.

Avance en los ASM comprometidos en 2023

El programa no comprometió ASM en el 2023

Coordinación Interinstitucional

1.El Programa es operado únicamente por la Procuraduría Federal del Consumidor, por lo que no cuenta con una coordinación interinstitucional. La Unidad Administrativa a cargo de la operación del Programa es la Coordinación General de Educación y Divulgación con apoyo de las Oficinas de Defensa del Consumidor (ODECO) en el territorio nacional, de conformidad a las atribuciones y funciones conferidas por diferentes normativas en la materia.

Participación Social

1.A través de los Consejos Consultivos del Consumo, se busca fomentar la participación ciudadana en los diferentes aspectos que afectan al consumidor mediante el conocimiento y ejercicio de sus derechos, analizando temas relacionados con el consumo y la protección al consumidor. De igual forma, se implementa una encuesta digital por medio de la página institucional, la cual se enfoca en conocer si la población consumidora conoce los servicios y productos del Programa B002, si los ha utilizado y si le sirvieron para tomar de decisiones de consumo informadas.

Datos de Contacto



Datos de Unidad Administrativa
(Responsable del programa o acción)
Nombre: Francisco Ricardo Sheffield
Teléfono: 5556256700 Ext. 6717
Email: frsheffieldp@profeco.gob.mx



Datos de Unidad de Evaluación
(Responsable de la elaboración de la Ficha)
Nombre: Alejandro Romero Guadío
Teléfono: 5557299100 Ext 11513
Email: gestion.dgpe@economia.gob.mx



Datos de Contacto CONEVAL
(Coordinación de las Fichas de Monitoreo y Evaluación)
Karina Barrios Sánchez kbarrios@coneval.org.mx 5554817285
Zahí Martínez Treviño azmartinez@coneval.org.mx 5554817239
Rosa Bejarano Arias rmbejarano@coneval.org.mx 5554817383