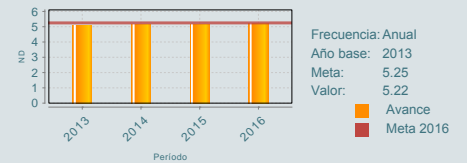


El objetivo del programa es promover una cultura de consumo responsable e inteligente, a través de la difusión de productos informativos en temas de consumo que ayuden a las decisiones de compra de los consumidores. Cuenta con la Revista del Consumidor en sus distintas plataformas (televisión, radio,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

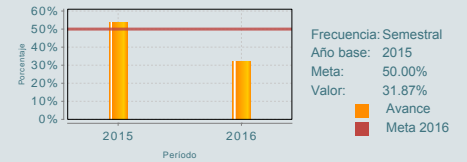
¿Cuáles son los resultados del programa y cómo los mide?

El Programa documenta sus resultados con los indicadores de la Matriz de Indicadores para Resultados. El indicador de FIN "Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial" presentó un nivel de cumplimiento de 99.42% para 2016. Este indicador contribuye al logro de la variable 6.15 Grado de Orientación del Consumidor mediante diversas acciones; de la misma manera, aporta a la variable 6.16 Grado de Sofisticación del Comprador, realizando actividades que garantizan el derecho de acceso a la información como se establece en la Ley Federal de Protección al Consumidor. El indicador de PROPÓSITO "Porcentaje de la población encuestada a la que le haya sido útil la información ofrecida por al menos dos programas o productos informativos de la Profeco", busca conocer que tan útiles son los productos informativos difundidos por el programa para beneficiarse al tomar mejores decisiones de compra, éste alcanzó 31.87%, el cual representó 63.74% de la meta programada para 2016. La Revista del Consumidor, con 40 años de vigencia, en 2016 alcanzó 478 ediciones ininterrumpidas con un tiraje de 40,000 ejemplares mensuales. Las redes sociales institucionales son un importante espacio de difusión para la PROFECO y se han constituido a la vez como un espacio de atención para la población consumidora. La cantidad de usuarios que siguen las cuentas de Facebook, Twitter y YouTube supera el millón 226 mil seguidores. En el ejercicio 2016 se han publicado en Facebook y Twitter 29 cápsulas animadas, gráficas y musicales con motivo del fortalecimiento de un consumo responsable. El programa no cuenta con una evaluación de diseño que apoye la toma de decisiones para su mejora. (FT16, IT16, MIR16)

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



Porcentaje de la población encuestada a la que le haya sido útil la información ofrecida por al menos dos programas o productos informativos de la Profeco



Definición de Población Objetivo:

La población objetivo son los Consumidores que buscan información para tomar una decisión de compra y/o para conocer sus derechos.

Cobertura

Entidades atendidas	31
Municipios atendidos	ND
Localidades	ND
Hombres atendidos	ND
Mujeres atendidas	ND

Cuantificación de Poblaciones

Unidad de Medida PA	Impactos
Valor 2016	
Población Potencial (PP)	107,514,190
Población Objetivo (PO)	92,462,203
Población Atendida (PA)	28,447,940
Población Atendida/ Población Objetivo	30.77 %

Evolución de la Cobertura



Análisis de la Cobertura

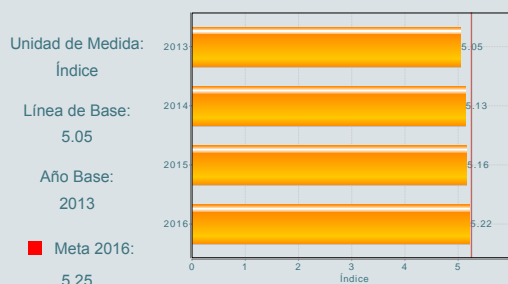
El Programa tiene definidas las poblaciones potencial y objetivo a partir del 2016 con base en el Diagnóstico 2015. Para la Población Atendida (PA) se utiliza la unidad de medida (UM) "Impactos", debido a que un consumidor puede solicitar y recibir más de un producto, dado que el acceso a varios de éstos es por internet y tienen diferentes UM, por lo que se agruparon en "Impactos". La población atendida en 2015 fue de 55,275,838 impactos, y para 2016 28,447,940 impactos, 51.47% con respecto a 2015, lo anterior, debido a las afectaciones derivadas del proceso de migración de los sitios oficiales de Profeco a la Ventanilla Única Nacional (VUN) gob.mx/Profeco, entre las cuales se encuentra la desaparición del Portal del consumidor y el Portal de la Revista del Consumidor. Estos efectos podrían perdurar durante 2017. Se observa una reducción en visitas a contenidos del 1er. cuatrimestre en 2017.

Análisis del Sector

El Programa B002 se vincula con el Objetivo Sectorial del Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018: "Promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral", a la Estrategia 4.5 Conciliar la economía de mercado con la defensa de los derechos del consumidor. El indicador Sectorial en 2016 obtuvo un índice de 5.22, contribuyendo su logro con la variable 6.16 Sofisticación del Comprador. El Programa ha presentado modificaciones en materia de Presupuesto, como fue el caso del ejercicio 2016, por lo que se redoblaron esfuerzos para cumplir con las metas establecidas con el presupuesto asignado.

Indicador Sectorial

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



Presupuesto Ejercido *

Año	Presupuesto del Programa (MDP) (1)	Presupuesto del Ramo (MDP) (2)	% = (1)/(2)
2011	352.00	18,469.29	1.91 %
2012	313.80	19,842.61	1.58 %
2013	329.99	18,811.36	1.75 %
2014	360.81	19,537.71	1.85 %
2015	380.47	15,956.29	2.38 %
2016	309.54	12,850.81	2.41 %

Año de inicio del programa: 2008

Fortalezas y/o Oportunidades

1. Los procesos de elaboración de productos del programa se encuentran formalizados y descritos en los diferentes Manuales de Procedimientos. (F). 2. Se rediseñó la Matriz de Indicadores para Resultados del programa con base en el Diagnóstico 2015 realizado por el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE). (F). 3. Se avanzó en la definición y cuantificación de las poblaciones potencial, objetivo y atendida; el Diagnóstico fue un insumo importante para este ejercicio. (F). 4. Aprovechar el uso de las crecientes redes sociales para acercarse a un mayor número de consumidores (O).

Debilidades y/o Amenazas

1. De los diez indicadores que conforman la Matriz de Indicadores para Resultados del Programa, seis presentan sobre cumplimiento, tres no cumplieron con la meta anual y uno cumplió con lo programado, por lo cual existe la necesidad de revisar, y en su caso, ajustar las metas. (D). 2. En la definición de población objetivo del Programa existen áreas de mejora, dado que no considera dos aspectos: que la relación de consumo ocurra en el país (turistas y residentes en México) y que se refiera a consumidores soberanos, que toman decisiones de consumo con autonomía. (D). 3. La cobertura de internet es deficiente o escasa en algunas poblaciones del país (A).

01

Recomendaciones

1. Derivado del Diagnóstico realizado al programa en el ejercicio 2015, se sugiere impulsar una Evaluación de Diseño que permita fortalecer el diseño del programa y orientarlo a resultados. 2. Se recomienda revisar que las definiciones de las poblaciones potencial y objetivo cumplan con las especificaciones del CONEVAL. 3. Se recomienda que la caracterización de las poblaciones potencial y objetivo se actualice con base en los datos del Censo de Población y Vivienda, así como del Censo de Población y Vivienda realizados por el INEGI.

02

Acciones que el programa realiza para mejorar derivado de las evaluaciones

Avances en las acciones de mejora comprometidas en años anteriores

1. El Programa presenta un cumplimiento del 100% en la atención de cada uno de los Aspectos Susceptibles de Mejora ciclo 2014-2015 derivados de las evaluaciones externas, los cuáles se enlistan a continuación: Estudio Diagnóstico del Programa Presupuestal B002. 2. Rediseño del Programa Presupuestario B002. 3. Elaboración de Programa Anual de Trabajo de la CGED.

Aspectos comprometidos en 2017

1. Elaboración de un documento sobre la evolución de los productos del Programa 2013 vs 2016, que permita fortalecer los bienes y servicios que brinda el mismo. 2. Se requiere aplicar una Evaluación de Diseño al programa, para garantizar su mejor desempeño. 3. Explorar la posibilidad, mediante acuerdos o convenios con Universidades, para realizar un estudio que permita establecer un proceso para la medición del rating de los programas de radio y televisión y así lograr un registro más preciso de la población atendida.

03

Avances del programa en el ejercicio fiscal actual (2017)

1. Para el ejercicio 2017, de los diez indicadores de la MIR del Programa, se incrementó la meta en dos indicadores de componente y uno de actividad, y se disminuyó la meta en dos indicadores de actividad, con base en los resultados del primer año de medición de los indicadores. 2. Se atendieron las recomendaciones del CONEVAL, que básicamente se centraron en enriquecer y complementar los medios de verificación de las variables del método de cálculo de cinco componentes y tres actividades de la MIR. 3. Se actualizó el Manual de Criterios de Operatividad para los Departamentos de Educación y Divulgación de la Procuraduría Federal del Consumidor para el ejercicio 2017. 4. Se actualizaron los montos de las operaciones y multas contenidas en la Ley Federal de Protección al Consumidor para el año 2017; el 28 de diciembre de 2016 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Acuerdo por el que se reestablece la actualización por inflación de dichos montos, cumpliendo así con el mandato legal establecido en el artículo 129 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Datos de Contacto



Datos de Unidad Administrativa
(Responsable del programa o acción)
Nombre: Ernesto Nemer Álvarez
Teléfono: 56256717
Email: enemera@profeco.gob.mx



Datos de Unidad de Evaluación
(Responsable de la elaboración de la Ficha)
Nombre: Héctor Alejandro Gutiérrez Ordaz
Teléfono: 56256729
Email: haguierrez@profeco.gob.mx



Datos de Contacto CONEVAL
(Coordinación de las Fichas de Monitoreo y Evaluación)
Thania de la Garza Navarrete tgarza@coneval.org.mx 54817245
Liv Lafontaine Navarro llafontaine@coneval.org.mx 54817239
Jesús Pacheco Vera jpacheco@coneval.org.mx 54817311