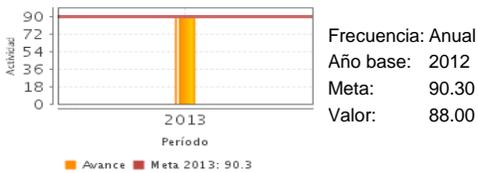


Descripción del Programa:

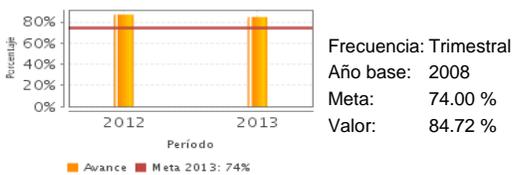
El objetivo del programa es prevenir y resolver los conflictos entre consumidores y proveedores en las relaciones de consumo, a través de los procedimientos de conciliación, arbitraje, dictamen, y acciones colectivas, establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor; así como prevenir prácticas abusivas con los servicios del teléfono del consumidor, el registro público para evitar publicidad (REPEP), el buró comercial y el registro de contratos de adhesión obligatorios y voluntarios; servicios que dan información al consumidor sobre el comportamiento de los proveedores.

Resultados

Índice de Efectividad en la protección y promoción de los derechos del consumidor.



Porcentaje del monto recuperado de las quejas concluidas



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

El Índice de Efectividad en la protección y promoción de los derechos del consumidor, indicador de FIN al cual están alineados los programas presupuestarios de la Institución, mide el grado de cumplimiento de las actividades y el resultado de los indicadores de los diversos programas de la Profeco, alcanzando un resultado del 88%. Específicamente este programa contribuyó con un cumplimiento del 97.5% respecto a la meta programada de 90.30% en el ejercicio 2013. El indicador de PROPÓSITO, Porcentaje del monto recuperado de las quejas concluidas en los procedimientos conciliatorio, por infracciones a la ley y arbitral, recuperó 710.8 millones de pesos de 839 millones de pesos reclamados por los consumidores durante 2013, por lo cual se logró un porcentaje de 84.72%; esto se explica debido a que se concilió el 80.9% de las quejas mediante este procedimiento. El monto recuperado de 710.8 millones de pesos, representa 2.69 veces el presupuesto del programa otorgado en el ejercicio 2013.

Cobertura

Definición de Población Objetivo:

Se fundamenta en la Ley Federal de Protección al Consumidor, en el Art.2 Frac.I, que establece por consumidor a la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios, es decir, la población objetivo son todos los consumidores nacionales o extranjeros que adquieren o disfrutan un bien, producto o servicio en el país.

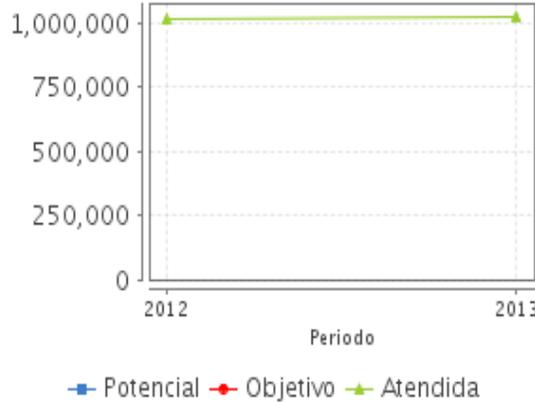
Cobertura

| | |
|-----------------------|---|
| Entidades atendidas | - |
| Municipios atendidos | - |
| Localidades atendidas | - |
| Hombres atendidos | |
| Mujeres atendidas | |

Cuantificación de Poblaciones

| Unidad de Medida PA | Valor 2013 |
|---|------------|
| Población Potencial (PP) | ND |
| Población Objetivo (PO) | ND |
| Población Atendida (PA) | 1,026,290 |
| Población Atendida/ Población Objetivo | ND |

Evolución de la Cobertura

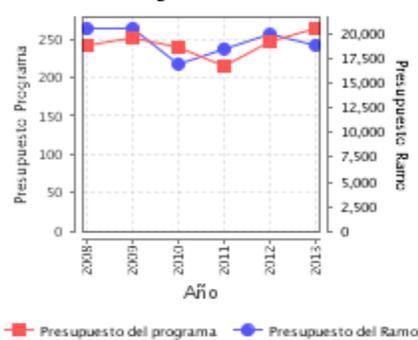


Análisis de la Cobertura

Durante 2013, se obtuvieron 1,026,290 impactos a consumidores nacionales o extranjeros, cifra superior en 1.3% a lo logrado en 2012, de 1,013,187 impactos. La naturaleza del programa no hace factible la medición de la población, además de que un consumidor puede solicitar más de un servicio o producto, como es una asesoría, interponer una queja en contra del proveedor, consultar el comportamiento del proveedor o inscribirse en el REPEP, por ello se adopta la unidad de medida impacto.

Análisis del Sector

Presupuesto Ejercido Programa vs. Ramo



Presupuesto Ejercido *

| Año | Presupuesto del Programa (MDP) (1) | Presupuesto del Ramo (MDP) (2) | % = (1) / (2) |
|------|------------------------------------|--------------------------------|---------------|
| 2008 | 241.60 | 20,416.44 | 1.18 % |
| 2009 | 250.98 | 20,506.23 | 1.22 % |
| 2010 | 239.77 | 16,907.66 | 1.42 % |
| 2011 | 214.03 | 18,469.29 | 1.16 % |
| 2012 | 246.43 | 19,842.61 | 1.24 % |
| 2013 | 263.86 | 18,811.36 | 1.40 % |

Análisis del Sector

El programa (Pp) E005 Prevención y corrección de prácticas abusivas en las relaciones de consumo entre consumidores y proveedores, se vincula al objetivo sectorial del Programa de Desarrollo Innovador 2013 - 2018: Promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral, el cual se encuentra ligado al Objetivo 4.7 del PND: Garantizar reglas claras que incentiven el desarrollo de un mercado interno competitivo.

Año de inicio del Programa: 2008

* Valores a precios constantes promedio de 2012, actualizados con el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC)
 MDP: Millones de Pesos

Fortalezas y/o Oportunidades

1. El programa cuenta con procesos de prevención y resolución de conflictos: Consultas y Asesoría, Atención a denuncias, Arbitraje y Dictamen. Se denota la importancia que tiene cada proceso para la operación del programa y el cumplimiento del Objetivo.
2. Establecer una capacitación permanente que permita brindar un mejor servicio a los consumidores en materia de asesoría y conciliación.

Debilidades y/o Amenazas

1. El programa no cuenta con un diagnóstico formal donde se describan las características del problema y se establezca un plazo para su revisión y actualización.
2. Se requiere diseñar una normatividad específica que contemple la regulación de la publicidad y que incluya el monitoreo de la misma, que provea a la Institución de herramientas y recursos jurídicos suficientes para abatir el problema de la publicidad engañosa.
3. Derivado de los cambios al marco normativo del Instituto Federal de Telecomunicaciones, existe la posibilidad que la institución se vea rebasada en los servicios que demandan los consumidores.
4. Contar con recursos informáticos efectivos y suficientes.
5. El programa no cuenta con un estudio de costeo de metas.
6. Existe un bajo nivel de comunicación entre las áreas normativas, las delegaciones y subdelegaciones para fortalecer las acciones colectivas.

Recomendaciones

1. Es indispensable avanzar en el costeo de metas del programa a fin de dar transparencia a la utilización del presupuesto y con el fin de poder medir el costo-beneficio de sus acciones.
2. Se recomienda elaborar un diagnóstico formal donde se describan las características del problema y se establezca un plazo para su revisión y actualización.
3. Mejorar la comunicación entre las áreas normativas, las delegaciones y subdelegaciones para fortalecer las acciones colectivas.

Cambios a normatividad en el ejercicio fiscal actual

1. Los cambios realizados a la normatividad que impactan al programa en el presente ejercicio son: Acuerdo A/001/2014 por el que se deja sin efectos la Circular OP/002/2013 por la que se dan a conocer los principios para condonar, reducir o conmutar las sanciones impuestas por los servidores públicos de la Procuraduría Federal del Consumidor, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 1 de febrero de 2013.
2. Otros cambios relevantes se realizaron en el ejercicio 2013: Las modificaciones a la Ley en 2013, permitieron modernizar los medios de procuración de justicia en defensa de los derechos del consumidor. Entre las actualizaciones destacan las siguientes: El 16 de enero de 2013 se publicaron en el Diario Oficial de la Federación (DOF) las reformas a los artículos 65 Bis y 128; y se adicionaron los artículos 65 Bis 1, 65 Bis 2, 65 Bis 3, 65 Bis 4, 65 Bis 5, 65 Bis 6 y 65 Bis 7 de la LFPC, referentes a la reglamentación de las casas de empeño.
3. El 5 de noviembre de 2013 se publicó en el DOF la adición a la fracción XI al artículo 1, relativa a la libertad de constituir grupos u otras organizaciones de consumidores; El 31 de diciembre de 2013 se publicaron en el DOF las reformas a los artículos 25, 99, 117, 126, 127, 128, 128 BIS y 133 de la LFPC, los cuales establecen las multas que la PROFECO puede imponer y sus causales.

Cambios en el marco normativo de la integración de los Programas Sectoriales 2013-2018

1. Se alineó el programa presupuestario (Pp) E 005 Protección de los derechos de los consumidores y el desarrollo del Sistema Nacional de Protección al Consumidor, vinculándose al objetivo sectorial 4. Promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral del Programa de Desarrollo Innovador (PRODEINN) 2013 – 2018, instrumentando cambios en la Matriz de Indicadores para Resultados 2014, a nivel de Fin y Propósito aplicados en el resumen narrativo, indicadores, medios de verificación y supuestos.
Un ejemplo de estos cambios es el resumen narrativo del Fin que se describe como: Contribuir a promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral mediante la protección de los derechos de los consumidores.

Datos de Contacto**Datos de Unidad Administrativa***(Responsable del programa o acción)*

Nombre: Lorena Martínez Rodríguez

Teléfono: 56256700 Ext 6717

Correo electrónico: lmartinezr@profeco.gob.mx

Datos de Unidad de Evaluación*(Responsable de la elaboración de la Ficha)*

Nombre: Emerit Sekely del Rivero

Teléfono: 5625-6729

Correo electrónico: esekelyr@profeco.gob.mx

Datos de Contacto CONEVAL*(Coordinación de las Fichas de Monitoreo y Evaluación)*

Thania de la Garza Navarrete tgarza@coneval.gob.mx 54817245

Manuel Triano Enríquez mtriano@coneval.gob.mx 54817239

Érika Ávila Mérida eavila@coneval.gob.mx 54817289

ND - No Disponible

SD - Sin Dato

NA - No Aplica

Clave presupuestaria E005