

Descripción del Programa

El objetivo del programa es prevenir el conflicto entre consumidores y proveedores en materia de servicios y telecomunicaciones por medio de los productos ofrecidos por la institución: Teléfono del consumidor, Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP), el Buró Comercial, Monitoreo de publicidad, Registro de Contratos de Adhesión en Línea (RCAL) y Registro Público de Casas de Empeño (RPCE). 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 institucional. Estos conflictos de consumo de bienes, servicios y telecomunicaciones se resuelven mediante los procedimientos de conciliación, arbitraje, dictamen, infracciones a la Ley e interposición de acciones colectivas.

Resultados

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

El programa documenta resultados con los indicadores de la Matriz de Indicadores para Resultados, el indicador de FIN "Porcentaje del monto recuperado en los procedimientos concluido" fue de 89.7%, recuperó \$879 mdp de \$980 mdp reclamados por los consumidores en materia de servicios y telecomunicaciones; se recibieron a nivel nacional 142,934 quejas y en el 80.44% de los casos concluidos en ambos sectores se logró la satisfacción del consumidor. El indicador de PROPÓSITO "Porcentaje de procedimientos conciliatorios concluidos dentro de un plazo de 90 días" logró un resultado de 51.84%, fueron concluidos 52,026 procedimientos en materia de servicios y 15,488 procedimientos en telecomunicaciones, ambos dentro de un plazo de hasta 90 días naturales. El Teléfono del Consumidor se constituyó en el principal medio de atención a nivel nacional en materia de asesoría e información. Durante 2016 recibió 1,280,946 consultas, de las cuales 1,227,843 fueron atendidas y se desglosaron en 1,107,773 llamadas, 1,069 solicitudes de información de proveedores y 12,900 recordatorios de cita. El portal Teléfono del Consumidor en línea recibió 226,840 visitas, se atendieron 48,793 consultas vía chat y se agendaron 10,153 citas en línea para acudir a alguna delegación, subdelegación o unidad de servicio a presentar su queja. El Registro Público para Evitar Publicidad incorporó en 2016 más de 1 millón de números telefónicos, con un porcentaje de inscripciones vía Internet de 42%. Los indicadores de resultados del Programa serán mejorados con base en los hallazgos del diagnóstico. (FT16, IT16)

Porcentaje del monto recuperado en los procedimientos concluido



Porcentaje de procedimientos conciliatorios concluidos dentro de un plazo de 90 días



01

Cobertura

Definición de Población Objetivo:

Son los consumidores. Un consumidor está definido como la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos ó adquiere, almacena, utiliza, consume bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción. (LFPC Art. 2 Frac.I)

Cobertura

| | |
|----------------------|----|
| Entidades atendidas | 32 |
| Municipios atendidos | ND |
| Localidades | ND |
| Hombres atendidos | ND |
| Mujeres atendidas | ND |

Cuantificación de Poblaciones

| | |
|---|-----------|
| Unidad de Medida PA | Impactos |
| Valor 2016 | |
| Población Potencial (PP) | ND |
| Población Objetivo (PO) | ND |
| Población Atendida (PA) | 2,806,346 |
| Población Atendida/ Población Objetivo | ND |

Evolución de la Cobertura



Análisis de la Cobertura

El Programa se encuentra desarrollando el Diagnóstico, en el cual se establecerán las definiciones de las poblaciones Potencial y Objetivo. Para la Población Atendida (PA) se utiliza como unidad de medida (UM) "Impactos", debido a que un consumidor puede solicitar y recibir más de un servicio, los cuales tienen diferentes UM, por lo cual se decidió utilizar "Impactos" para agruparlos. Como se puede observar, de 2012 a 2014 se mantuvo un comportamiento estable en los impactos. En 2015, se obtuvieron 15,234,672 impactos a consumidores nacionales y extranjeros, el resultado deriva del juicio de acción colectiva entre PROFECO-Telcel y pueden pasar varios años en presentarse otro caso similar; la población atendida en 2016 es ligeramente superior al comportamiento observado en el periodo 2012-2014, lo cual se debe a la incorporación del sector telecomunicaciones al programa.

02

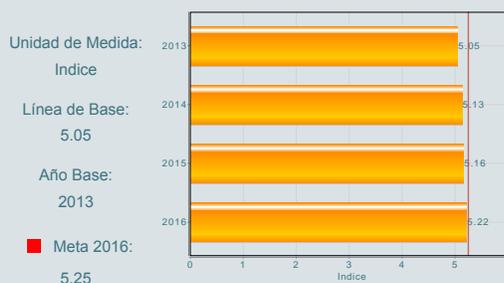
Análisis del Sector

Análisis del Sector

Se vincula al Objetivo Sectorial del PRODEINN: Promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral, con la Estrategia 4.5 Conciliar la economía de mercado con la defensa de los derechos del consumidor. El indicador Sectorial obtuvo un índice de 5.22, contribuyendo con la variable 6.15 Grado de orientación al cliente. El Programa ha presentado modificaciones en materia de Presupuesto, como fue la reducción del ejercicio 2016, por lo que se redoblaron esfuerzos para cumplir con las metas establecidas con el presupuesto asignado; sin embargo, su tendencia es creciente.

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 | 214.04 | 18,469.29 | 1.16 % |
| 2012 | 246.43 | 19,842.61 | 1.24 % |
| 2013 | 263.86 | 18,811.36 | 1.40 % |
| 2014 | 233.97 | 19,537.71 | 1.20 % |
| 2015 | 301.79 | 15,956.29 | 1.89 % |
| 2016 | 292.98 | 12,850.81 | 2.28 % |

Año de inicio del programa: 2008

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

Fortalezas y/o Oportunidades

1. En la Matriz de Indicadores para Resultados participan tres áreas normativas de la institución: la Subprocuraduría de Servicios, Subprocuraduría de Telecomunicaciones y la Subprocuraduría Jurídica. (F).
2. Las tecnologías de la información son utilizadas por el programa para brindar sus servicios, lo cual ha permitido acrecentar la cobertura y a la vez facilitar los procesos a consumidores y proveedores. (F).

Debilidades y/o Amenazas

1. Existe un bajo nivel de comunicación entre las áreas normativas y las delegaciones / subdelegaciones, lo que dificulta la retroalimentación para realizar los procesos. (D). 2. El programa, al no tener un Diagnóstico, carece de las definiciones de las poblaciones potencial y objetivo, con base en las especificaciones del CONEVAL. (D). 3. De los consumidores que registraron su número telefónico en el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP), algunos fueron molestados nuevamente con publicidad. (D). 4. Existe la posibilidad que la Institución se vea rebasada en los servicios que demandan los consumidores, como consecuencia de la reforma a la Ley de Aviación Civil. (A).

01

Recomendaciones

1. Mejorar la comunicación entre las áreas normativas y las delegaciones/subdelegaciones para fortalecer las acciones y procesos del programa, con la finalidad de brindar mejores y oportunos resultados. 2. Se recomienda trabajar en las definiciones de población potencial y objetivo del programa, con base en las especificaciones del CONEVAL, y así poder desarrollar una estrategia de cobertura de la población objetivo. 3. Proponer acciones que favorezcan al cumplimiento del objetivo del servicio que ofrece el REPEP, determinando las causas por las que las personas inscritas en el REPEP han sido contactadas nuevamente por parte de proveedores. 4. Como consecuencia de las reformas, se deberá mantener una capacitación constante al personal que brinda orientación en el Teléfono del consumidor, a fin de disminuir tiempos de atención.

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 siguientes Aspectos Susceptibles de Mejora derivados de las evaluaciones externas: Rediseño de encuestas de calidad para conocer la percepción de los consumidores acerca de los servicios brindados en el área de Asesoría e Información. 2. Estrategias sobre sectores de alto impacto. 3. Incorporar en la actual Plantilla de Población Atendida los impactos de las acciones colectivas admitidas.

Aspectos comprometidos en 2017

1. Elaboración del Diagnóstico del Programa E005 con base en los Elementos Mínimos establecidos por el CONEVAL. 2. Revisión de las metas de los indicadores considerando información histórica a fin de que reflejen el avance consecutivo en el cumplimiento de sus objetivos. 3. Aplicación de encuestas de satisfacción para detectar áreas de mejora en los servicios que se brinda en el Teléfono del Consumidor.

03

Avances del programa en el ejercicio fiscal actual (2017)

1. Conforme lo establece el artículo 129 BIS de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), en diciembre de 2016 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la actualización por inflación de los montos referidos en pesos en los artículos 25, 99, 117, 126, 127, 128, 128 BIS y 133 de la citada Ley, los cuales establecen las medidas de apremio, el monto de las operaciones para la procedencia de una reclamación y las multas que este Organismo puede imponer en el ejercicio 2017. 2. De los nueve indicadores de la Matriz de Indicadores para Resultados, para el ejercicio 2017 se incrementó la meta en el indicador de Propósito, en un Componente y dos Actividades. 3. Al primer trimestre de 2017, de los nueve indicadores que conforman la MIR, ninguno presenta incumplimiento. 4. En abril de 2017 se publicó la primera Revista del Consumidor especializada en Telecomunicaciones, con un tiraje de 30,000 revistas, para brindar información útil y clara; el proyecto fue auspiciado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. 5. Actualmente operan en Delegaciones de la Profeco 48 módulos y 8 ocho líneas telefónicas de atención inmediata, derivado de la celebración del Convenio CFE-PROFECO-FIDE que tiene como objetivo que la población consumidora de energía eléctrica tenga certeza en la medición y facturación de su consumo.

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