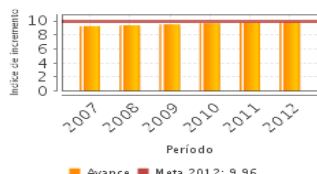


**Descripción
del
Programa:**

El programa contribuye a impulsar la equidad en las relaciones de consumo mediante la promoción de una cultura de consumo inteligente y responsable manteniendo informados a los consumidores a través de medios impresos como la Revista del Consumidor, Programas de Tv y Radio, así como por los nuevos canales de comunicación vía internet, como lo son las redes sociales y herramientas interactivas, por medio de los cuales los consumidores se informan sobre los precios de productos y servicios para el cuidado de la economía familiar.

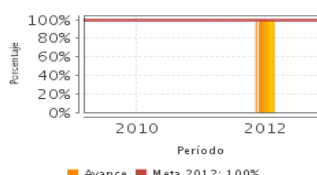
Resultados

Índice de protección de los derechos del consumidor



Frecuencia: Anual
Año base: 2006
Meta: 9.96
Valor: 9.94

Porcentaje de los resultados de las Encuestas a usuarios sobre consumo inteligente



Frecuencia: Semestral
Año base: 2012
Meta: 100.00 %
Valor: 100.00 %

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

Con el propósito de conocer la satisfacción de los usuarios sobre los productos ofrecidos por el programa se realizaron 2 encuestas al año, así mismo se realizaron 388 estudios sobre hábitos de consumo y comparativos de precios, el número de páginas vistas de los productos de Estudios sobre Consumo fue de poco más de 5 millones; mientras que la Revista del Consumidor en Línea, llegó a 8.8 millones de páginas vistas, también se realizaron 463 productos informativos y se tuvo una atención mensual promedio de 2,090 Grupos de Consumidores, lo cual representa una atención mensual promedio 50 mil integrantes asesorados y capacitados en materia de consumo. La educación y la capacitación para el consumo responsable así como la defensa de los derechos del consumidor son acciones fundamentales que se llevan a cabo por medio de reuniones y entrega de información con organizaciones y asociaciones de consumidores, se han realizando 114 acciones para la promoción del consumo activo y apoyado a 800 organizaciones de la sociedad civil (OSC).

Cobertura

**Definición de
Población Objetivo:**

Universo de consumidores

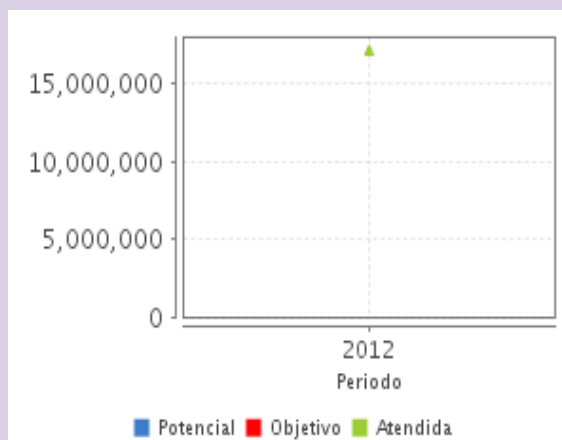
Cobertura

Entidades atendidas	-
Municipios atendidos	-
Localidades atendidas	-

**Cuantificación de
Poblaciones**

Unidad de Medida PA	Valor 2012
Impactos a consumidores	
Población Potencial	ND
Población Objetivo	ND
Población Atendida	17,171,079
Población Atendida/ Población Objetivo	0 %

Evolución de la Cobertura

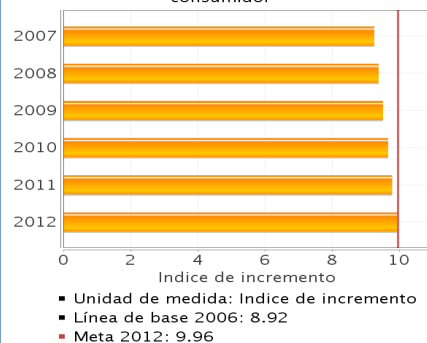


Análisis de la Cobertura

La naturaleza del programa B002 Promoción de una cultura de consumo inteligente, nace con base en la Ley Federal de Protección al Consumidor, la cual define el ámbito de competencia y funciones del programa. Por lo anterior dicho programa no cuenta con Reglas de Operación, Padrones de beneficiarios ni población potencial y objetivo, tampoco se entregan apoyos por medio de este programa ya que su carácter no es social.

Análisis del Sector

Indicador Sectorial
Índice de protección de los derechos del consumidor



■ Unidad de medida: Índice de incremento
■ Línea de base 2006: 8.92
■ Meta 2012: 9.96

Datos Presupuestarios *

Año	Presupuesto del Programa (MDP) (1)	Presupuesto del Ramo (MDP) (2)	% = (1)/(2)
2007	ND	12,599.18	ND
2008	241.31	20,416.43	1.18 %
2009	322.33	20,506.23	1.57 %
2010	383.67	16,907.66	2.27 %
2011	352	18,469.29	1.91 %
2012	313.8	19,842.61	1.58 %

Año de Inicio del Programa: 2008

Análisis del Sector

El objetivo rector 2.3 del Programa Sectorial de Economía fue asignado a la Profeco, generándose un Índice de Protección de los Derechos del Consumidor, que mide la calificación promedio de los compromisos establecidos en la defensa y protección de los derechos del consumidor de acuerdo a la temática del estudio de mejores prácticas para América Latina.