

**CUENTA DE LA HACIENDA PÚBLICA FEDERAL DE 2013  
ANÁLISIS DEL PRESUPUESTO DE EGRESOS Y SU VINCULACIÓN CON LAS METAS Y OBJETIVOS DE LA PLANEACIÓN NACIONAL  
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR**

- En 2013 el presupuesto pagado de la **Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO)** fue de 1,101,768.4 miles de pesos, cifra superior en 0.1% con relación al presupuesto aprobado.
- Para el ejercicio del presupuesto de egresos de 2013, la PROFECO contó con 5 programas presupuestarios.
- Las metas y objetivos de la planeación nacional del desarrollo a los que apoya la PROFECO a través del ejercicio de los recursos asignados a los programas presupuestarios de su responsabilidad son los siguientes:

Meta Nacional del Plan Nacional de Desarrollo	Objetivos del Plan Nacional de Desarrollo	Objetivos del Programa de Desarrollo Innovador 2013 – 2018	Programas Presupuestarios PROFECO (PEF 2013)
4. México próspero	4.7 Garantizar reglas claras que incentiven el desarrollo de un mercado interno competitivo	Objetivo sectorial 4. Promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral.	B002. Promoción de una cultura de consumo inteligente. E005. Prevención y corrección de prácticas abusivas en las relaciones de consumo entre consumidores y proveedores. G003. Verificación y vigilancia de los derechos del consumidor plasmados en la Ley Federal de Protección al Consumidor. M001. Actividades de Apoyo Administrativo. O001. Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno.

- Los programas presupuestarios de la PROFECO con mayor incidencia en el logro de las metas y objetivos de la planeación nacional de mediano plazo son los siguientes:

**B002. PROMOCIÓN DE UNA CULTURA DE CONSUMO INTELIGENTE.**

- A través de este programa presupuestario, a cargo de la Coordinación General de Educación y Divulgación, se pagaron recursos por 395,705.9 miles de pesos, 12.9% más con relación al presupuesto aprobado. Estos recursos representaron el 35.94% del presupuesto total pagado por la PROFECO durante 2013.
  - ◆ Del ejercicio de los recursos del programa presupuestario, se refleja principalmente en los indicadores:

- **Porcentaje de integrantes asesorados y capacitados.** El porcentaje de cumplimiento del 83.27% obedeció a la atención mensual promedio de 41,796 integrantes asesorados y capacitados, el estándar se cumplió satisfactoriamente debido a la asesoría y capacitación que se proporcionó a los integrantes registrados en el padrón.
  - Durante 2013 se enviaron las guías didácticas que ofrecen a los promotores el contenido actualizado y las herramientas pedagógicas para transmitirlo, estas guías fueron complementadas con antologías de lecturas especializadas y material audiovisual. Además se elaboró un paquete didáctico para que los promotores atiendan a grupos de consumidores, mismo que cuenta con lo siguiente: *Manual de educación para el consumo responsable, Guía del promotor, Cursos especializados, Manual para la organización de consumidores, Bitácora del promotor, Agenda y organizador de sesiones.*
- **Número de estudios sobre hábitos de consumo.** Se realizaron en total 386 estudios durante 2013, obteniendo así un porcentaje de cumplimiento del 107.52%, debido a que se realizaron sondeos adicionales como: Sondeo sobre la portada de la Revista del Consumidor del mes de febrero, Preferencia Temática de la portada de la Revista del Consumidor en su edición de octubre, sondeo en Línea sobre el Buen Fin 2013, además se entregaron cuadros comparativos de precios.
  - Durante el periodo de Enero a Diciembre, el número de páginas vistas por producto fueron los siguientes: Quién es Quién en los Precios: 8,010,892; Quién es Quién en el Envío de Dinero: 95,306; Quién es Quién en los Créditos a Pagos Fijos: 25,525; Brújula de Compra: 2,535,405; Encuestas y sondeos: 75,612; Monitoreo de tiendas virtuales: 27,045.
- **Número de productos informativos realizados.** Durante 2013 se realizaron 404 productos, 11 productos más a lo programado: *¿Y tú revisas las etiquetas de los productos que compras?, Uso de datos personales, Presupuesto familiar, La fuerza que mueve a la economía del siglo XXI es femenina..., Obesidad infantil, Lactancia materna, Escuelas que si hacen su papel, Banda ancha un bólido de información, Televisión on demand: lo que quieras, cuando tú lo quieras, Consumo 2.0, y Suplementos alimenticios ¿Demasiado buenos para ser verdad?.* Estos artículos fueron elaborados para la Revista de Condusef y publicados en la sección Cuide su dinero.
  - De enero a diciembre de 2013, las tres cuentas de Twitter oficiales contabilizaron 473,936 seguidores combinados; la cuenta @Profeco se consolidó como la tercera cuenta con más seguidores de todo el Gobierno Federal. Por su parte, en Facebook se lograron 51,720 seguidores, mientras que en Youtube suman 23,763suscriptores, registrándose más de un millón de reproducciones de sus contenidos.
- ♦ En el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, todos los indicadores y acciones del Programa **B002 “Promoción de una cultura de consumo Inteligente”**, contribuyen al Objetivo Sectorial de **Promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria**, en el sentido que el programa tiene como objetivo buscar que los consumidores conozcan y ejerzan sus derechos y conozcan la información que les permita tomar decisiones responsables e inteligentes de compra. En una economía de mercado, la protección al consumidor es fundamental como instrumento económico, que articulada con la política de competencia, apoya el crecimiento económico, y el bienestar de la población. La política de protección al consumidor es un área especializada y complementaria de la política de competencia.

**E005. PREVENCIÓN Y CORRECCIÓN DE PRÁCTICAS ABUSIVAS EN LAS RELACIONES DE CONSUMO ENTRE CONSUMIDORES Y PROVEEDORES.** A través de este programa presupuestario, a cargo de la Subprocuraduría de Servicios, y con participación de la Subprocuraduría Jurídica, se pagaron recursos por 314,955.6 miles de pesos, 60.0% menos con relación al presupuesto aprobado. Estos recursos representaron 28.6% del presupuesto total pagado por la PROFECO durante 2013.

- ◆ Del ejercicio de los recursos del programa presupuestario, se refleja principalmente en los indicadores:
  - **Porcentaje del monto recuperado de las quejas concluidas.** Las quejas concluidas en los procedimientos conciliatorio, por infracciones a la ley y arbitral fue por 710,776.49 miles de pesos, de un monto reclamado que ascendió a 839,005.05 miles de pesos.
    - El porcentaje de recuperación en 2013 fue de 84.72%, mayor en 10.72 puntos porcentuales al programado de 74 por ciento, como resultado de la optimización de recursos que se realiza en el procedimiento de conciliación.
  - **Porcentaje de atención en los servicios del teléfono del consumidor.** Se logró atender el mayor número de consultas permitiendo con ello dar respuesta a los solicitantes del servicio. Al cierre del ejercicio presupuestal 2013, se logró un porcentaje establecido en 85.65%, lo cual representa 511,130 solicitudes atendidas en los servicios del Teléfono del consumidor, cabe destacar que el resultado depende de la prontitud en la atención de consultas por parte de los agentes a los solicitantes de servicios.
    - Durante 2013, cada asesor en el teléfono del consumidor atendió un promedio mensual de 789 consultas. El resultado depende de la demanda de los particulares sobre el servicio y presentó un resultado por encima de lo programado.
  - **Porcentaje de atención a las solicitudes de registro de contrato de adhesión obligatorio y voluntarios de acuerdo a la Ley Federal de Protección al Consumidor y Ley Federal de Procedimiento Administrativo.** Al cierre del ejercicio se atendieron 6,293 solicitudes de registro resueltas en términos de Ley de un total de 6,369 solicitudes de registro resueltas de contratos de adhesión obligatorios y voluntarios, lo que representa un porcentaje de cumplimiento de 98.81%.
    - Se incrementó el número de solicitudes por parte del sector Casas de empeño para adecuar sus contratos de adhesión conforme a la entrada en vigor del Decreto por el cual se reforman los artículos 65 Bis y 128; y se adicionan los artículos 65 Bis 1, 65 Bis 2, 65 Bis 3, 65 Bis 4, 65 Bis 5, 65 Bis 6 y 65 Bis 7 a la Ley Federal de Protección al Consumidor, en materia de casas de empeño.
- ◆ En el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, todos los indicadores y acciones del Programa ***E005 Prevención y corrección de prácticas abusivas en las relaciones de consumo entre consumidores y proveedores*** contribuyen al Objetivo Sectorial de **“Promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria”**, porque desde el punto de vista económico, la función de la política de protección al consumidor debe atemperar o corregir las fallas del mercado, que se reflejan como condiciones asimétricas en las relaciones cotidianas entre proveedores y consumidores, dónde una de las partes está en desventaja con respecto a la otra. Estas fallas se relacionan con la estructura de la industria en la que se desenvuelve el productor (monopolios, oligopolios, etc.), con las externalidades (efectos positivos o negativos sobre terceros ajenos a los actos económicos originales); los costos de transacción (aquellos en los que debe incurrir las partes de un contrato para asegurar su cumplimiento) y las asimetrías de información las cuales tienen lugar cuando una de las partes cuenta con mayor información que la otra, sobre los bienes y servicios que se están intercambiando.

### **G003. VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR PLASMADOS EN LA LFPC.**

- A través de este programa presupuestario, siendo la Subprocuraduría de Verificación la responsable de este programa, se pagaron recursos por 313,158.6 miles de pesos, 2.0% más con relación al presupuesto aprobado. Estos recursos representaron 28.4% del presupuesto pagado por la PROFECO durante 2013.
  - ◆ Del ejercicio de los recursos del programa presupuestario, se refleja principalmente en los indicadores:

- **Porcentaje de visitas de verificación a establecimientos comerciales.** Se realizaron 68,578 visitas de verificación a establecimientos comerciales en 2013, lo que representa el 95.25% de la meta programada, este porcentaje corresponde también a la verificación en sectores comerciales específicos, que implican la utilización de más personal y tiempo en su desarrollo.
  - De enero a diciembre de 2013, en el marco de los programas y operativos especiales se realizaron 68.578 visitas de verificación a nivel nacional, destacando establecimientos con venta de productos básicos, casas de empeño, telecomunicaciones, agencias de autos, líneas aéreas, camioneras, hoteles, moteles, mueblerías, autoservicios, restaurantes, bares y los que emplean básculas de alto alcance y aquellos con venta de productos y servicios de temporada, además de verificar diversos productos al interior de aduanas y practicar acciones de vigilancia en poblaciones afectadas por desastres naturales.
- **Porcentaje de visitas de verificación de comportamiento comercial.** Al cierre de 2013, se realizaron 34,883 verificaciones en materia de comportamiento comercial lo que representa un porcentaje de cumplimiento del 107.64% con base en la meta programada, lo cual obedeció a la puesta en marcha y continuación de operativos como Basílica, Fiestas Decembrinas y Vacacional, en los que además de practicar verificaciones, se instalaron módulos de atención y orientación, se colocaron preciadores y se realizaron monitoreos. El Operativo Frontera por la homologación del IVA; a fin de inhibir la comisión de malas prácticas comerciales bajo la excusa de la homologación del IVA en las fronteras del país, la PROFECO reforzó su presencia mediante el envío de brigadas de verificación.
  - Bajo el esquema de coordinación para la Mesa de Combate a la Llegalidad entre varias dependencias como el SAT y la PGR, la Profeco inició operaciones de verificación al interior de 7 aduanas del país (Pantaco, Manzanillo, Lázaro Cárdenas, Nogales, Tijuana, Mexicali y Veracruz), con el objeto de asegurar, de origen, el cumplimiento de la normatividad de diversos productos previo a su comercialización el país. Como resultado se verificaron más de 9 mil contenedores, inmovilizando más de 6 millones productos que incumplían con las normas, es decir 89% del total de mercancías verificadas, con estas acciones se evitó la distribución y comercialización de mercancías irregulares que representarían afectaciones económicas a los consumidores y al mercado interno por más de \$2 mil millones de pesos.
- **Porcentaje de instrumentos de medición ajustados por calibración.** En 2013 se atendieron 177,635 instrumentos de medición ajustados por calibración de un total de 178,865 instrumentos de medición con solicitud de ajuste por calibración, logrando el 99.31% de cumplimiento, lo cual obedece principalmente a que el solicitante del servicio de ajuste por calibración proporcionó datos correctos del instrumento como marca, capacidad y número de serie, así como el domicilio en que se ubicaba, por lo que el servicio se pudo brindar. Asimismo, los instrumentos sometidos al ajuste, cumplieron con los métodos de prueba y parámetros establecidos por la normatividad aplicable.
  - Asimismo, como acto de autoridad se verificó el cumplimiento a la normatividad de 22,631 básculas y relojes registradores de tiempo, inmovilizando aquellos que registraron diferencias de peso en perjuicio del consumidor.
- **Porcentaje de informes de prueba del laboratorio (servicio externo).** Se realizaron 225 informes de resultados aceptados por el cliente de un total de 225 informes emitidos. Se atendieron todas las solicitudes de clientes externos que fueron factibles de realizarse. Los resultados de las pruebas dan a conocer la calidad para la toma de la decisión de compra. Los clientes manifiestan confiabilidad de los resultados plasmados en el informe de prueba.
  - El Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor (LNPC) presenta sus acciones de acuerdo a en cumplimiento a diversas políticas públicas gubernamentales. En esos términos, realizó estudios donde informó sobre el costo y calidad de los productos. En este rubro destacaron los estudios de equipos electrodomésticos y de computación que representan una considerable inversión en el gasto de los consumidores. También

conscientes de los efectos que produce el sobrepeso y la obesidad se estudió a los alimentos con los que se ha orientado al consumidor a elegir el mejor producto, no sólo en calidad, sino también en nutrición, ayudando al bienestar de los mexicanos. Se realizaron recomendaciones generales para impulsar una cultura de hábitos alimentarios que favorezca la adopción de una dieta correcta. Por otro lado, y no menos importante señalar que los estudios compararon la calidad entre las diversas marcas del mercado, con lo cual se impulsa la competitividad entre fabricantes. En 2013, se realizaron 25 estudios. Los productos estudiados fueron: Jeans, secadoras de cabello, carriolas, chocolate, lavadoras, seguridad en inflables, queso amarillo, útiles escolares, tabletas electrónicas, computadoras de escritorio, laptops, memorias USB, mezcal, pastelitos, alimentos mexicanos envasados (mole, pozole, taquitos, enchiladas), pulsómetros deportivos, alimentos funcionales (adicionados de calcio, zinc, hierro y magnesio), cámaras fotográficas, sopas instantáneas, rompopo, televisores, básculas personales, alimentos funcionales con vitamina C, aderezos, sillas altas.

- ◆ En atención al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, durante 2013 la Profeco llevó a cabo la verificación de establecimientos comerciales vigilando el apego de las prácticas comerciales a lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor, la comercialización de productos nacionales e importados que cumplan con los requisitos de información comercial, especificaciones de calidad, seguridad y eficiencia establecidos por las Normas Oficiales Mexicanas, y el empleo de instrumentos de medición debidamente ajustados y calibrados. Contribuyendo al objetivo del PND de garantizar reglas claras que incentiven el desarrollo de un mercado competitivo, mediante la verificación para que todos los establecimientos respeten la LFC y las Normas emitidas por la Secretaría de Economía
  - En atención a la línea estratégica Gobierno Cercano y Moderno del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, y con la finalidad de fortalecer y simplificar los canales de comunicación y atención de los consumidores, la Profeco puso en marcha los programas Amas de Casa Vigilantes (desde el 1º de julio de 2013) para la atención en no más de 5 días las denuncias presentadas por las amas de casa respecto de abusos de proveedores de productos básicos; como resultado 11 proveedores fueron emplazados a procedimiento administrativo y 5 establecimientos fueron sujetos de suspensión. Asimismo, a través del uso de las tecnologías de la información, inició en octubre de 2013 el programa Profeco en 30 cuyo objetivo es la atención inmediata de las denuncias de los consumidores contra restaurantes, opera de jueves a sábado de 17:00 a 24:00 horas en su fase piloto en la Ciudad de México, es accesible por medio de una app gratuita para smartphone, a diciembre de 2013 se registraron 7,261 descargas de la aplicación y 1,777 consumidores presentaron su solicitud como usuarios.