

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

CUENTA PÚBLICA 2014

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

INTRODUCCIÓN

Mediante Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 22 de diciembre de 1975, se promulga la Ley Federal de Protección al Consumidor, que en su Primer artículo transitorio establece que entrará en vigor en toda la República a partir del 5 de febrero de 1976, y en su artículo 57 crea la Procuraduría Federal del Consumidor, como la institución encargada de defender los derechos de los consumidores, prevenir abusos y garantizar relaciones de consumo justa. México se convirtió en el primer país latinoamericano en crear una procuraduría y el segundo en contar con una Ley en la materia. En la actualidad la Profeco cuenta con 38 Delegaciones y 13 Subdelegaciones con lo que suma la cantidad de 51 oficinas en toda la República.

La Procuraduría Federal del Consumidor es un Organismo Descentralizado de Servicio Social, con personalidad jurídica y patrimonio propio y de acuerdo al último párrafo del artículo 3 de la Ley Federal de Entidades Paraestatales, que a la letra señala lo siguiente:

“La Comisión Nacional de Derechos Humanos, La Procuraduría Agraria y La Procuraduría Federal del Consumidor, atendiendo a sus objetivos y a la naturaleza de sus funciones, quedan excluidas de la observancia del presente ordenamiento”.

MISIÓN

Proteger y promover los derechos de las y los consumidores, garantizando relaciones comerciales equitativas que fortalezcan la cultura de consumo responsable y el acceso en mejores condiciones de mercado a productos y servicios, asegurando certeza, legalidad y seguridad jurídica dentro del marco normativo de los Derechos Humanos reconocidos para los consumidores.

VISIÓN

Ser una Institución cercana a la gente, efectiva en la protección y defensa de los consumidores, reconocida por su estricto apego a la ley, con capacidad de fomentar la igualdad, la no discriminación, la participación ciudadana y la educación para un consumo responsable.

OBJETIVOS DE PROFECO

Proteger y defender los derechos de las y los consumidores; Generar una cultura de consumo responsable; Proporcionar información oportuna y objetiva para la toma de decisiones de consumo; e Implementar métodos de atención pronta y accesible a la diversidad de consumidoras y consumidores, mediante el uso de tecnologías de la información.

I. Servicios

Con el objetivo de garantizar relaciones comerciales equitativas y contribuir en la protección de los derechos de la población consumidora, la Profeco cuenta con la Subprocuraduría de Servicios (SS) como un área de atención a las reclamaciones, mediante la cual busca resolver los problemas que enfrentan consumidoras y

consumidores ante prácticas comerciales abusivas; pero que también previene posibles afectaciones a sus derechos a través del monitoreo de la publicidad y del registro de los contratos de adhesión, entre otras actividades. Para cumplir con su objetivo, la SS ofrece asesoría gratuita, recibe y desahoga los procedimientos de queja de la población consumidora, emite dictámenes, realiza el monitoreo de la publicidad para evitar engaños, opera el registro de números telefónicos para evitar llamadas publicitarias no deseadas, inicia procedimientos por infracciones a la Ley, supervisa el registro o cancelación de contratos de adhesión obligatorios y voluntarios de los proveedores, entre otras diversas acciones.

Teléfono del Consumidor (Telcon)

El papel que juega la atención que proporciona el Teléfono del Consumidor (Telcon) es vital para la Procuraduría, debido a que representa el primer punto de contacto entre la Institución y la sociedad necesitada de orientación y defensa para sus derechos. Entre los servicios que ofrece el Telcon se encuentra la atención de llamadas solicitando información respecto a estudios de calidad realizados en el Laboratorio de Profeco, tecnologías domésticas o comportamientos comerciales. Mediante el Programa de Citas por Teléfono (Procitel) se agendan citas para la atención personal en la Delegación, Subdelegación o Unidad de Servicio correspondiente con la finalidad de asesorar a la población consumidora o revisar sus documentos para la recepción de su queja. En la actualidad se atienden solicitudes vía telefónica, correo electrónico o escritos; y de manera presencial a través de la oficina de Contacto Ciudadano. Debido a los servicios proporcionados en el Teléfono del Consumidor durante 2013 se recibieron 436,359 llamadas para atender solicitudes de información, orientación, denuncia o asesoría jurídica de los consumidores de toda la República Mexicana. Asimismo, de diciembre de 2006 a diciembre 2013 se atendieron 2,957,225 llamadas.

Para la Profeco también es relevante conocer los sectores y proveedores con más reclamaciones. Esto ha permitido prestar mayor atención a programas y políticas públicas que inciden en el desarrollo de la cultura del buen proveedor, así como en la consolidación de acciones en defensa de los derechos establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor. Así pues, de las 126,553 quejas ingresadas en 2013 a nivel nacional, destacan cinco proveedores con el mayor número de quejas: Comisión Federal de Electricidad (CFE) con 16,032; Comunicaciones Nextel de México, S.A. de C.V. (Nextel) con 8,836; Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V. (Telcel) con 4,980; Iusacell, S.A. de C.V. (Iusacell) con 3,555; y Teléfonos de México, S.A.B. de C.V. (Telmex) con 3,026.

Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento

El contrato de adhesión es un documento elaborado unilateralmente por un proveedor para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aun cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato. Es decir, el clausulado del contrato no es susceptible de ser negociado por el consumidor, obligándolo al contenido del mismo.

El registro de un contrato de adhesión puede ser sujeto de inscripción obligatoria, si así lo requieren la Ley Federal de Protección al Consumidor, las Normas Oficiales Mexicanas o cualquier otra disposición aplicable. Sin embargo, cuando no exista la obligación derivada de las anteriores, cualquier proveedor puede presentar voluntariamente su contrato para ser registrado ante Profeco; Esto se subdivide en:

Registro Público de Contratos de Adhesión (RPCA), en el periodo comprendido de enero a diciembre de 2013 se registraron 6,341 modelos de contrato de adhesión. De éstos, 94% corresponden a modelos de contrato de registro obligatorio y el restante a contratos de registro voluntario y,

Registros de Contratos de adhesión, en Línea (RCAL); es el medio electrónico por el cual los proveedores pueden presentar la solicitud de registro del modelo de contrato de adhesión, ya sea del estilo "tipo" emitido por la Profeco o bien el que consideren que se apegue a la normatividad que rige la actividad de esta Procuraduría. De los 6,341 registrados en 2013, el 59% (3,759) fue a través del portal de Contratos de Adhesión en Línea (RCAL).

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

Registro Público de Consumidores (RPC)

El Registro Público de Consumidores (RPC), también conocido como Registro Público para Evitar Publicidad (Repep), es un instrumento automatizado para registrar números telefónicos de la población consumidora que no desea recibir publicidad de bienes productos o servicios por esa vía, ni que su información sea utilizada con fines mercadotécnicos o publicitarios. El trámite es gratuito y su vigencia es indefinida, opera los 365 días del año, la duración del trámite es de 60 segundos. En esta línea también se proporciona atención personalizada referente a la inscripción de números, asesoría para el pago y facturación de acceso a las listas que contiene la relación actualizada de los números telefónicos inscritos en el Repep. Durante 2013 se registraron 46,209 números telefónicos, así, desde noviembre de 2007, fecha en que inició operaciones el registro, hasta el 31 de diciembre de 2013, existen registrados 259,619 números telefónicos.

Quejas y conciliación

Una parte primordial de nuestros servicios y que influye directamente en la satisfacción del consumidor es el Procedimiento Conciliatorio. Por medio de este procedimiento, Profeco busca la solución de una controversia entre consumidor y proveedor. El procedimiento abarca desde que el consumidor presenta formalmente su queja ante una oficina de Profeco, o a través de internet, hasta que se llega a un acuerdo satisfactorio o se dejan a salvo los derechos de ambas partes para continuar la controversia por otra vía, en el ejercicio 2013 se recibieron 126,553 Quejas.

Procedimientos DGP

El Procedimiento por Infracciones a la Ley (PIL) es un instrumento cuyo propósito es sancionar a aquellos proveedores que incumplen la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) y concluye con la imposición de una sanción. También se puede iniciar este tipo de procedimiento en contra de los proveedores que no cumplen un convenio, una conciliación o un arbitraje, o cuando se violan las Normas Oficiales Mexicanas.

Registro Público de Casas de Empeño (RPCE)

Una casa de empeño es el proveedor, persona física o sociedad mercantil no regulada por leyes y autoridades financieras que de forma habitual o profesional realiza u oferta al público contrataciones u operaciones de mutuo con interés y garantía prendaria; se refiere al proveedor, persona física o sociedad mercantil no regulada por leyes y autoridades financieras que de forma habitual o profesional realiza u oferta al público contrataciones u operaciones de mutuo con interés y garantía prendaria.

II. Verificación

La Subprocuraduría de Verificación tiene a su cargo vigilar, coordinar y controlar los procedimientos de verificación y vigilancia y por infracciones a la Ley. Asimismo, promueve la equidad y seguridad en las relaciones de consumo para favorecer el funcionamiento de los mercados y garantizar los derechos e intereses de los consumidores mediante acciones de carácter preventivo y correctivo. Para el cumplimiento de sus funciones, la Subprocuraduría de Verificación cuenta con las Direcciones Generales de Verificación y Vigilancia, de Verificación de Combustibles y el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor. Las Direcciones Generales de Verificación y Vigilancia y de Verificación de Combustibles tienen por objeto verificar todos aquellos productos y artículos sujetos al cumplimiento de una Norma Oficial Mexicana, el comportamiento comercial de establecimientos, así como aquellos instrumentos de medición que intervienen en la operación diaria de establecimientos comerciales, desde relojes checadores, básculas, tanques de gas y despachadores de combustibles, entre otros.

Verificación y Vigilancia

Durante el ejercicio fiscal 2013, por conducto de la Dirección General de Verificación y Vigilancia y las áreas de verificación de las Delegaciones y Subdelegaciones, la Profeco fortaleció y amplió la cobertura de verificación a nivel nacional, dirigiendo sus acciones a sectores comerciales que impactan de manera sensible en la economía y bienestar de la población, como establecimientos con venta de productos básicos, casas de empeño, telecomunicaciones, agencias de autos, líneas aéreas y camioneras, hoteles, moteles, mueblerías, autoservicios, restaurantes, bares; los que comercializan bienes y servicios de temporada, así como en los que se utilizan básculas de alto alcance; destacando las acciones de verificación realizadas al interior de aduanas y en fronteras por la homologación del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Especial atención merecen las acciones que se instrumentan para mitigar las reacciones de la población ante desastres naturales, así como para evitar las compras de pánico y los posibles abusos que por ellas se generen.

Servicios de análisis y calibración

A efecto de contribuir con los proveedores a un mejor cumplimiento de la normatividad, brindando con ello mayor certeza y certidumbre jurídica en las relaciones de consumo, Profeco, por conducto de la Dirección General de Verificación y Vigilancia, ofrece de manera centralizada los servicios de análisis, asesoría y capacitación en información comercial, así como calibración de instrumentos de medición, logrando calibrar 170,360 instrumentos de medición, y como acto de autoridad se verificó el cumplimiento a la normatividad de 22,631 básculas y relojes registradores de tiempo, inmovilizando aquéllos que registraron diferencias de peso en perjuicio de las y los consumidores

En el marco del Programa Nacional de Verificación de Productos Básicos, se registraron 24,812 visitas de verificación en establecimientos con venta de productos básicos, cifra superior en 2.9% a la registrada en 2012 (24,108 visitas), y se verificó el cumplimiento de la normatividad de 13,405 básculas, inmovilizando 451 de éstas por presentar incumplimientos, y llevó a cabo acciones de verificación en establecimientos con venta de productos básicos de primera necesidad, de manera permanente y en atención a las poblaciones afectadas por los desastres naturales.

Destacan los operativos realizados a comercios semifijos y ambulantes en el Centro Histórico de la Ciudad de México, realizados de manera coordinada con la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal, mediante los que se aseguró e inmovilizó una importante cantidad de este tipo de juguetes. Posteriormente, el 4 de enero de 2014 se llevó a cabo un evento público organizado por la Profeco en el que destruyeron 6,980 juguetes réplicas por representar un riesgo para la ciudadanía. En dicho evento se contó con la asistencia del Jefe de Gobierno y el Secretario de Seguridad Pública del Distrito Federal, así como de representantes de la industria del juguete y del sector comercial, a efecto de enviar un mensaje de articulación entre autoridades y proveedores.

Compañías telefónicas

Durante 2013 la Profeco en el ámbito de sus atribuciones, tanto de oficio como en atención a denuncias, instrumentó por conducto de la Dirección General de Verificación y Vigilancia acciones de verificación en el sector de telecomunicaciones, para vigilar el cumplimiento de la norma oficial mexicana NOM- 184-SCFI-2012 y lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor, a fin de asegurar que se proporcionara información clara sobre los términos y condiciones aplicables, se emplearan contratos de adhesión registrados en Profeco para formalizar las operaciones, y se respetaran las promociones y ofertas anunciadas.

Procedimientos por infracciones de la ley (PIL)

La Dirección de Procedimientos de la Dirección General de Verificación de Combustibles, tiene como finalidad iniciar y substanciar los procedimientos por infracciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, que como resultado de las visitas de verificación sean detectadas, e imponer la sanción correspondiente a

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

través de una resolución administrativa, para de esta manera, contribuir a generar un efecto disuasivo en las acciones irregulares u omisiones que realicen en contra de la población consumidora los establecimientos que comercializan combustibles de primera necesidad, como son el Gas L.P. o los combustibles líquidos.

Verificación de Combustibles líquidos, gasolina, diesel y gas LP

El programa de Verificación a Plantas de Gas L.P., y estaciones de servicio, tiene por objeto regular el mercado mediante la supervisión del cumplimiento de la normatividad vigente, con la finalidad de garantizar la comercialización en cantidades correctas de este combustible, en masa, volumen y precio.

Lo anterior, a través de actividades de verificación que comprenden la revisión de:

Aspectos comerciales: se observan precios, rótulos del proveedor, sellos de garantía, etiquetado, entrega de comprobantes que avalen la transacción de la compraventa realizada y hologramas en las básculas utilizadas para el pesado de cilindros dentro de las Plantas.

Contenido neto: se “pesan” los cilindros a comercializar de conformidad con la NOM-002- SCFI-2011 para medir el contenido neto de los mismos y constatar que cumplan con la tolerancia permitida.

Prueba de suministro: se efectúa a los medidores instalados en los auto-tanques, mediante una prueba que consta de 4 corridas de suministro de 100 litros, siendo la primera de ambientación y las 3 restantes se promedian para observar que el resultado no sea menor a 99.4 litros.

Hologramas: se verifica que las básculas que se encuentran en los andenes de llenado y reposo, cuenten con el holograma de ajuste por calibración vigente.

En caso de detectarse irregularidades que pongan en riesgo la vida, la seguridad, la salud o la economía de consumidoras y consumidores, se aplican las medidas precautorias y sanciones correspondientes, por lo que la Dirección de Verificación de Gas, ejecutó 511 visitas de verificación a Plantas de Distribución de Gas L.P., de ellas en 294 plantas negaron el acceso, en 105 no se encontraron irregularidades y en 112 se aplicó al menos una medida precautoria (sello de inmovilizado). Dentro de dichas plantas se verificaron en total 2,837 básculas, inmovilizando 310; se verificaron además 660 auto-tanques (pipas), inmovilizando 34; se verificaron, asimismo, 327 vehículos de reparto de recipientes transportables (vehículos), inmovilizando 98; se verificó por muestreo 1,933 recipientes transportables para contener gas L.P. (cilindros), resultando la inmovilización de lotes completos de cilindros o cargas totales de los camiones, por un total de 4,216 recipientes.

Con respecto a las acciones del programa de verificación a estaciones de servicio, se realizaron un total de 2,359 visitas de verificación a gasolineras, y se verificaron 32,440 instrumentos de medición utilizados para el despacho de combustibles (gasolina y diesel), de los cuales se aplicó la medida precautoria de inmovilización a 4,525 por incumplir con la normatividad vigente; 55.9% más en comparación con el 2012 (2,901), del total de mangueras inmovilizadas, 992 fue a causa de la comprobación directa del despacho de litros inexactos (error máximo tolerado de acuerdo con la NOM-005-SCFI-2011) y 1,578 por encontrar alteraciones de tipo electrónico en los instrumentos de medición; siendo estas causas de inmovilización las más representativas en el ejercicio 2013.

Procedimientos por infracciones a la ley en materia de combustibles

La Dirección de Procedimientos de la Dirección General de Verificación de Combustibles, tiene como finalidad iniciar y substanciar, los procedimientos por infracciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, como resultado de las visitas de verificación en las que se detectan presuntas irregularidades, para en su caso, imponer las sanciones correspondientes a través de una resolución administrativa y, de esta manera, contribuir a un efecto disuasivo en las acciones irregulares u omisiones que realicen los establecimientos que comercializan combustibles al público en general.

Como resultado de las acciones de verificación, dicha Dirección General inició 1,108 expedientes administrativos en materia de gas L.P. y gasolina. Asimismo, de enero a diciembre de 2013, se impusieron un total de 359 sanciones por un monto total de \$109,925,441.55 pesos, lo que implica que, no obstante que en 2013 hubo menos casos sancionables (en razón del tipo y cantidad de las presuntas irregularidades detectadas durante las verificaciones) respecto 2012, el monto de las sanciones aumentó considerablemente como medida persuasiva para influir en la corrección del comportamiento comercial de personas proveedoras de combustibles.

Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor (LNPC)

El Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, con el objeto de promover y proteger los derechos del consumidor, realizó análisis, estudios e investigaciones. Asimismo, verificó el cumplimiento de especificaciones establecidas por las Normas Oficiales Mexicanas y Normas Mexicanas, y realizó acciones de apoyo técnico en el rubro de la evaluación de la publicidad engañosa. Con el fin de garantizar su servicio, mantiene un sistema de gestión certificado en todos sus procesos y actividades acorde normas NMX-CC-9001-IMNC-2008 y ha demostrado su competencia técnica en cumplimiento con la NMX-EC-17025-IMNC-2006.

Los estudios

Durante 2013, el Laboratorio realizó 25 estudios de calidad los productos analizados 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 y sillas altas; superando la meta programada de elaborar 24 de ellos. También conscientes de los efectos que produce el sobrepeso y la obesidad se evaluaron los alimentos para orientar al consumidor a elegir el mejor producto, no sólo en calidad, sino también en nutrición, ayudando al bienestar de mexicanas y mexicanos. Se realizaron recomendaciones generales para impulsar una cultura de hábitos alimentarios que favorezcan a la adopción de una dieta correcta.

III. Jurídico

Corresponde a la Subprocuraduría Jurídica, la defensa del interés jurídico y actos de autoridad de la Procuraduría, así como también representarla en todos los procedimientos jurídicos. Esta Subprocuraduría elabora y presenta a consideración del (la) titular de la Procuraduría los proyectos de iniciativas de leyes y otros ordenamientos jurídicos. Otra de sus atribuciones es la de representar individualmente o en grupo a las personas consumidoras ante los proveedores/as y autoridades administrativas, en materia de acciones colectivas, de grupo y concursos mercantiles; en ejercicio de sus atribuciones, y para la defensa de los intereses de la población consumidora, se interpusieron acciones colectivas en el sector de telecomunicaciones, así también se impulsaron 3 reformas de la Ley Federal de Protección al Consumidor y a distintos ordenamientos jurídicos, emitiendo en otros casos opiniones respecto a las iniciativas formuladas. En el marco de la coordinación institucional se autorizaron 230 contratos y 238 convenios, mismos que se suscribieron con el sector público y privado, así como con autoridades extranjeras, que permiten a la institución tener mayor eficiencia y efectividad en su actuación.

Procesos de representación colectiva

A partir de las reformas al Código Federal de Procedimientos Civiles, que entraron en vigor el 29 de febrero de 2012, se adicionó el libro Quinto mediante el cual se implementó en nuestro sistema jurídico mexicano la figura legal de las Acciones Colectivas, mismas que se ejercen para defender y proteger intereses colectivos en

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

materia de relaciones de consumo, de bienes o servicios públicos o privados y medio ambiente ante los Tribunales del Poder Judicial; dichas Acciones son figuras jurídicas novedosas que tienen como finalidad el que una colectividad de personas cuyos derechos son afectados por un hecho común y una o un mismo/a proveedor/a, a través de una herramienta procesal eficiente, soliciten ante los órganos jurisdiccionales el restablecimiento en el goce de sus derechos afectados y sean resarcidos patrimonialmente. Cabe señalar que antes de la reforma mencionada, la Procuraduría Federal del Consumidor contaba con facultades para ejercitar acciones de grupo, por lo cual, independientemente de las reformas al Código de Procedimientos Civiles, estas acciones promovidas antes de la vigencia del Libro Quinto del Código Federal de Procedimientos Civiles, continuaron su proceso como tales hasta su resolución definitiva.

Reformas a la LFPC y otros instrumentos asociados

A la fecha, la última modificación de la Ley Federal de Protección al Consumidor, corresponde a los Decretos del 4 de junio de 2014 y del 26 de diciembre de 2014.

IV. Educación y Divulgación

Difusión

La Profeco, a través de la Dirección General de Difusión (DGD) diseña programas y acciones para hacer llegar a las y los consumidores materiales informativos, ya sean impresos o audiovisuales, tendientes a desarrollar una cultura inteligente de consumo, para cumplir con este objetivo se vale de los canales de comunicación tradicionales, destacándose entre los principales a la Revista del consumidor y a las redes sociales.

Revista del Consumidor.- Es una publicación que durante más de tres décadas ha guiado a los consumidores mexicanos en sus decisiones de compra, en la actualidad da prioridad al enfoque proconsumidor, por lo que se ofrece a los lectores información y datos que le permitan ejercer sus derechos en beneficio de su familia, todo dentro de un marco de respeto al medio ambiente; en dicha Revista se da prioridad al enfoque proconsumidor/ra, por lo que se ofrece a las y los lectores información y datos que les permitan ejercer sus derechos y hacer uso de sus ingresos de una forma consciente en beneficio de su familia, con el fin de mantener esta publicación dentro de las preferencias de lectoras y lectores, y al mismo tiempo acceder a un mayor número de consumidoras (es), se logró incrementar el tiraje de 40 mil a 50 mil ejemplares a partir de la edición correspondiente a mayo de 2013; de las 12 ediciones de 2013, el tiraje acumulado fue de 560 mil ejemplares impresos, que constituye en tal sentido el mayor de esta publicación en los últimos seis años. Por su parte, el porcentaje de distribución superó el 99% en cada una de las ediciones mensuales.

Radio y televisión

Con el fin de ofrecer una programación con contenidos de calidad que contribuyan a generar una cultura de consumo inteligente en la población mexicana, la Dirección de Radio y Televisión produjo en el 2013, principalmente:

- 52 programas de Revista del Consumidor TV, 52 programas de Revista del Consumidor TV Express, 52 programas de Revista del Consumidor Radio, 52 programas de Revista del Consumidor Radio Express, 26 Revista del Consumidor Podcast, 12 spots de la Revista del Consumidor y 52 mensajes para líneas de espera telefónica.

Casas de empeño

Derivado de un cambio de la Norma Oficial Mexicana NOM-179-SCFI-2007, Servicios de mutuo con interés y garantía prendaria, se realizaron dos estudios sobre el servicio que prestan estas empresas:

Guía de observación a proveedores/as del servicio

Su objetivo fue recabar información como consumidor/a encubierto/a para detectar posibles incumplimientos a la NOM-179 en perjuicio de los derechos de los y las consumidoras.

Internet y redes sociales

Uno de los objetivos en la nueva estrategia del uso institucional de redes sociales, a fin de estar en contacto permanente con consumidoras y consumidores, especialmente con quienes buscan recibir orientación o asesoría, presentar una queja o denuncia, o bien para tener información sobre sus derechos y las acciones que realiza la institución en su defensa. En este sentido, las redes sociales no sólo son un espacio de difusión para la Procuraduría, sino también un medio para atender a la población consumidora.

Una estrategia para fortalecer la presencia de la Procuraduría en las redes sociales y la difusión de los mensajes institucionales, fue la creación del perfil oficial de la Profeco en Facebook, que opera desde marzo de 2013. Al cierre del año, este perfil ya contaba con más de 9,600 seguidores/ as y se suman a las 36,200 personas usuarias del perfil Consumidor Inteligente, así como a los 5,700 integrantes de los otros grupos y perfiles institucionales en Facebook, dando un total de 51,720. Adicionalmente, el Portal del Consumidor es un sitio que brinda a consumidoras (es) las herramientas necesarias para realizar un consumo informado, dando así pasos firmes hacia el Gobierno Abierto. En 2013 el Portal del Consumidor superó un millón de visitantes de los cuales casi 743,719 son visitantes exclusivos, y duplicó el número de páginas visitadas para llegar a un acumulado de 2,551,715 desde su creación.

Educación y Organización de Consumidores

Educación para el Consumo

A fin de empoderar a la población consumidora, proporcionándole elementos necesarios para tomar decisiones de consumo responsable y fomentar hábitos que contribuyan a su bienestar, en 2013 se trabajó en la reestructuración del Programa de Educación para el Consumo, vigente a partir de 2014. Éste contiene doce temas, divididos en cinco unidades, que comprende la desagregación del consumo responsable –en función a la interdependencia del consumo saludable, el solidario y el sustentable–, y fundamentados cada uno en la decisión ética de buscar que las y los consumidores ejerzan sus decisiones de consumo en base al conocimiento de sus derechos

Organización de las y los Consumidores

En cumplimiento con el objetivo de la Dirección de Organización de Consumidores de promover la organización espontánea, permanente y efectiva de las y los consumidores a través de los 51 Departamentos de Educación y Divulgación en las delegaciones y subdelegaciones Profeco, se llevaron a cabo actividades de: promoción de los servicios de la institución con la población consumidora y constitución de grupos de consumidores (GC). Éstos se reúnen una vez al mes para recibir orientación de una promotora o promotor de Profeco por medio de sesiones educativas que tienen el fin de ayudar a las y los consumidores para identificar y reorientar sus hábitos de consumo, así como reconocer y defender sus derechos.

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

Capacitación

La Dirección de Capacitación es la encargada del diseño de programas para impulsar el desarrollo de las asociaciones de consumidoras/es existentes, además de establecer vínculos con las organizaciones de la sociedad civil para que incluyan, en su objeto social o programa de trabajo, temas relacionados con la defensa y protección de los derechos de las y los consumidores. En el periodo que se informa se mantuvo contacto con 800 organizaciones de la sociedad civil (OSC), entre las que destacan 18 asociaciones de consumidores/as, 15 asociaciones de personas consumidoras y 2 colectivos de trabajo que atienden prioritariamente temas del consumo, protección y defensa de los derechos de las y los consumidores.

Estudios sobre consumo

Para cumplir con los objetivos institucionales de generar una cultura de consumo responsable y asegurar información adecuada para la toma de decisiones de las y los consumidores sobre sus compras y consumo, la Profeco cuenta con los programas Quién es Quién en los Precios y Quién es Quién en el Envío de Dinero, así como el boletín electrónico Brújula de Compra, Monitoreo de Tiendas Virtuales, y la elaboración de encuestas y sondeos.

V. Nuestra Institución

Presencia nacional de Profeco

En apego a sus ejes rectores y a la voluntad de cumplir con los compromisos institucionales como son las metas de verificación de Normas Oficiales Mexicanas, metrología, combustibles y comportamiento comercial e impartir capacitación sobre educación en el consumo a la población, la Profeco cuenta con 38 Delegaciones, 13 Subdelegaciones, 5 unidades de servicio y 65 módulos, ubicados en las principales capitales y ciudades del territorio mexicano, las cuales están conformadas por los departamentos de: Servicios, Verificación y Vigilancia, Educación y Divulgación y su Titular, los cuales con su equipo de trabajo cumplen con los objetivos de la Profeco.

Visitas de Supervisión Integral

Durante el ejercicio 2013 se realizaron 45 visitas de supervisión y de trabajo a las Delegaciones y Subdelegaciones. La implementación de este mecanismo de control permite conocer y atender las problemáticas que pudieran afectar la operación interna de nuestras representaciones. La revisión de los procedimientos sustantivos se realiza conjuntamente con las áreas normativas; esta metodología y los resultados obtenidos, se traducen en la identificación de oportunidades de mejora, difusión permanente de la normatividad y la implementación de estrategias para un eficiente desarrollo institucional

Convenios de colaboración con los tres órdenes de gobierno

Para el cumplimiento de objetivos y el fortalecimiento de la operación de los programas de las Delegaciones y Subdelegaciones, sus titulares en coordinación y colaboración con diversas dependencias, entidades de la administración pública federal, estatal y municipal, e instituciones educativas, celebraron 98 convenios durante el ejercicio 2013; estos acuerdos interinstitucionales buscan sumar esfuerzos y corresponsabilidades en la atención y servicio a los consumidores mediante la entrega de recursos financieros que sirven para la contratación de personal a través de contratos de honorarios asimilados a salarios y la comisión de personal. También es importante señalar que los acuerdos tienen por objeto la entrega de recursos materiales en donación o comodato (como mobiliario, equipo de cómputo, vehículos, inmuebles o espacios físicos).

Convenios con Gobiernos Estatales:

Derivado de la aportación de recursos financieros otorgados por los Gobiernos Estatales, las Delegaciones y Subdelegaciones cuentan con la posibilidad de contratar personal de honorarios, pago de servicios

Convenios con Municipios

Con estos convenios se obtiene un espacio físico, recursos financieros, mobiliario, equipo y personal comisionado, los cuales permiten asesorar y orientar en cuanto a los servicios de PROFECO, a los consumidores de Municipios lejanos a las Delegaciones o Subdelegaciones

Convenios con Institucionales Educativas

Con estos convenios, se logra que estudiantes de carreras afines a las funciones de la PROFECO, presten su servicio social, el cual se refleja en apoyo para las diferentes áreas que conforman a una Delegación o Subdelegación

Recursos Financieros recibidos durante el 2013: \$9,647,251.26

Recursos Materiales: Sillas, escritorios, archiveros, equipos de cómputo, aparatos telefónicos y espacios físicos.

Recursos Humanos: 94 Personas Comisionadas.

Comunicación Social

La Profeco hace llegar la información a los medios de comunicación mediante comunicados que se envían a las y los reporteros que cubren las actividades de la institución, además de hacerla pública en la página web de la institución (www.profeco.gob.mx) para consulta general, y la remiten a las Delegaciones y Subdelegaciones de la Profeco en los estados para que los distribuyan a los medios de comunicación locales y se logre un mayor impacto y presencia entre la población; en el transcurso de 2013, se realizaron 199 comunicados, se organizaron 10 conferencias y gestionó 125 entrevistas exclusivas para la persona titular de la Institución. En el acervo fotográfico se cuenta con un promedio de 25 mil fotografías de las actividades y eventos organizados con la participación de diversas personas funcionarias, mismas que son seleccionadas por el/la titular de la institución y de la DGCS para su publicación en los diarios y portales informativos

A la fecha, la última modificación de la Ley Federal de Protección al Consumidor, corresponde a los Decretos del 4 de junio de 2014 y del 26 de diciembre de 2014

Fuente: Informe de actividades de la Procuradora Federal de Consumidor 2013.
