



**SUBSECRETARÍA DE ENLACE LEGISLATIVO
Y ACUERDOS POLÍTICOS**

Oficio No. SELAP/300/2414/18
Ciudad de México, a 31 de julio de 2018

**CC. INTEGRANTES DE LA MESA DIRECTIVA DE LA COMISIÓN
PERMANENTE DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN**

Presentes

Por este medio me permito hacer de su conocimiento que por oficio número 113.2018.DGVP.253 el Lic. Edgar Alejandro Guerrero Flores, Director General de Vinculación Política de la Secretaría de Economía, envía el Informe final de la Evaluación de Diseño del Programa Presupuestario B002 "Generación y Difusión de Información para el Consumidor", en cumplimiento a las obligaciones señaladas en el numeral 7 del Programa Anual de Evaluación de los Programas Federales y de los Fondos de Aportaciones Federales para el Ejercicio Fiscal 2018.

Por lo anterior y con fundamento en lo dispuesto por la fracción VIII del artículo 27 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, les acompaño para los fines procedentes, copia del oficio al que me he referido, así como cuatro discos compactos, a efecto de que por su amable conducto sean remitidos dos a la Cámara de Diputados y dos a la Cámara de Senadores del H. Congreso de la Unión.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para reiterarles la seguridad de mi consideración distinguida.

El Subsecretario


LIC. FELIPE SOLÍS ACERO

C.c.p.- **Dr. Alfonso Navarrete Prida**, Secretario de Gobernación.- Para su superior conocimiento.
Mtro. Valentín Martínez Garza, Titular de la Unidad de Enlace Legislativo.- Presente.
Lic. Edgar Alejandro Guerrero Flores, Director General de Vinculación Política de la Secretaría de Economía.- Presente.
Minutario
UEL/311


VMG/RCC

006444
CAMARA DE SENADORES
SECRETARIA GENERAL DE
SERVICIOS PARLAMENTARIOS
30 JUL 2018 1 AM 9 35
RECIBIDO

ANEXO 1
METODOLOGÍA PARA LA CUANTIFICACIÓN DE LAS POBLACIONES POTENCIAL Y OBJETIVO

Nombre del Programa:	B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor
Modalidad	B - Provisión de Bienes Públicos
Dependencia/entidad	10 - Economía
Unidad responsable	LAT - Procuraduría Federal del Consumidor
Tipo de Evaluación:	Diseño
Año de la Evaluación:	2018

Tipo de población	Definición	Descripción	Conceptualización	Método de Cálculo	Cuantificación	Fuentes de Información	Justificación
Población Potencial	Población total que presenta la necesidad y/o problema que justifica la existencia del programa y que por lo tanto pudiera ser elegible para su atención.	1) Residentes en el territorio nacional de 15 o más años; y 2) Turistas en México.	Personas de 15 años en adelante que habitan en México y turistan que consumen en México en un año.	Residentes menores de 15 años y turistas que visitan México.	107,514,190 (78,423,336 residentes en territorio nacional de 15 años o mas, más 29,090,854 turistan que visitan México.	INEGI 2010 y registros de la Secretaría de Turismo.	Los primeros justificados por la edad legal para trabajar, la posibilidad de generar ingresos y tomar decisiones de consumo; los segundos porque constituyen una población de alto consumo en México y su considerable aportación al PIB.
Población Objetivo	Población que el programa tiene planeado o programado atender para cubrir la población potencial, y que cumple con los criterios de elegibilidad establecidos en su normatividad.	Residentes en el territorio nacional de 15 o más años y turistas en México, que tienen el interés o la voluntad de obtener información para tomar una decisión de compra.	Consumidores que buscan información para tomar una decisión de compra y/o para conocer sus derechos.	86 % de los residentes menores de 15 años y turistas que visitan México.	92,462,203.00	Barómetro del Consumidor de Google.	De acuerdo con una de las preguntas de dicho instrumento, se identifico que el 86% de las personas encuestados mexicanos busca información antes de consumir y usa diferentes medios de información.
Población Atendida	Población beneficiada por el programa en un ejercicio fiscal.	Residentes en el territorio nacional de 15 o más años y turistas en México, que tienen el interés o la voluntad de obtener información para tomar una decisión de compra, que son atendidos por los programas de PROFECO.	Consumidores que buscan información para tomar una decisión de compra y/o para conocer sus derechos que son atendidos por los programas de PROFECO.	Suma de la población atendida por los servicios que ofrece la PROFECO a través de sus distintos programas.	2,088,393.00	Registros PROFECO.	Se incluye suscriptores, seguidores en redes sociales, así como el número de asistentes a las capacitaciones, a las ferias y el número de proveedores y consumidores.

ANEXO 2
PROCEDIMIENTO PARA LA ACTUALIZACIÓN DE LA BASE DE DATOS DE BENEFICIARIOS

Nombre del Programa:	B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor
Modalidad	B - Provisión de Bienes Públicos
Dependencia/entidad	10 - Economía
Unidad responsable	LAT - Procuraduría Federal del Consumidor
Tipo de Evaluación:	Diseño
Año de la Evaluación:	2018

PROYECTO	UNIDADES EJECUTORAS INVOLUCRADAS EN EL PROCEDIMIENTO DE ACTUALIZACIÓN	NOMBRE DE LA BASE	DOCUMENTO SOPORTE PARA ACTUALIZACIÓN	PERIODICIDAD DE ACTUALIZACIÓN	PROCEDIMIENTO	FUENTES DE INFORMACIÓN
Procedimiento para la distribución y venta de la Revista del Consumidor.	Aplica a la Dirección General de Difusión, el Área de Circulación, y el Centro de Documentación. Delegaciones y Subdelegaciones.	SIIP	Solicitud de venta	Al momento de solicitar la suscripción o al vencimiento de la misma.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El proceso inicia con las solicitudes de compra de suscripciones o ejemplares de la Revista del Consumidor que sean captadas por personal de la Institución, se deberán canalizar al Área de Circulación, Centro de Documentación o a las Delegaciones y Subdelegaciones de Profeco, para su atención. 2. Cuando se trate de una suscripción inicial, el personal responsable informará al suscriptor a partir de qué edición recibirá la Revista del Consumidor. 3. El Área de Circulación se apegará al Calendario de Venta de Suscripciones, para realizar el corte de venta y permitir que los suscriptores captados, reciban su primer ejemplar en los primeros días del mes siguiente. 4. Se elabora solicitud de venta con los datos correspondientes, captura información de la venta (nombre o razón social, domicilio, teléfono, forma de pago, suscripción o renovación) en el SIIP para generar línea de captura, de cuya información se irá actualizando la base de datos de suscriptores a la revista. 5. Si se desea renovar la suscripción, se ratifican los datos con la/el propio suscriptor, se elabora solicitud de venta y se turna solicitud al responsable de la captura en línea. 6. La información se actualiza derivado de las ventas y suscripciones a la Revista del Consumidor, la cual podrá realizarse a través de los siguientes medios: <ol style="list-style-type: none"> a. Llamadas recibidas a través de los Teléfonos del Consumidor. b. Consumidores/as que acuden al Área de Circulación y al Centro de Documentación. 	Manual de Procedimientos de la Dirección General de Difusión.
Procedimiento para la difusión en redes sociales y publicación en portales Web Institucionales.	Aplica al personal de la Dirección General de Difusión y todas las Subprocuradurías, Coordinaciones Generales y Direcciones Generales de la Profeco quienes generan información, así como a las áreas que intervienen en la elaboración de los productos de difusión: Dirección de Contenidos y Dirección de Arte y Diseño.	N/A	Seguidores de redes sociales.	Al momento de su incorporación como seguidor de la red social.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dado que se trata de una base de datos que se recaba por internet en el momento en el que el usuario voluntariamente se hace "seguidor" de las redes sociales de la Profeco o visita alguno de los sitios, se considera que la información se actualiza al momento de la prestación de servicio. 2. Para los usuarios de redes sociales, no se le niega el acceso a nadie. 3. Los únicos medios para responder a las inquietudes, consultas, denuncias, dudas, y comentarios de las/los consumidores en medios digitales, es a través de las cuentas oficiales de Profeco en redes sociales, con mayor demanda e impacto. 4. Las y los administradores de las cuentas de redes sociales de Profeco, deben responder las consultas, denuncias, dudas, y comentarios de lunes a viernes con un horario de 8:30 a 15:30. 5. La Dirección de Contenidos, elaborará un informe estadístico mensual de las visitas de las y los seguidores de redes sociales y de los sitios y portales web de Profeco, actualizando la información de sus usuarios. 	Manual de Procedimientos de la Dirección General de Difusión.

ANEXO 2
PROCEDIMIENTO PARA LA ACTUALIZACIÓN DE LA BASE DE DATOS DE BENEFICIARIOS

Nombre del Programa:	B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor
Modalidad	B - Provisión de Bienes Públicos
Dependencia/entidad	10 - Economía
Unidad responsable	LAT - Procuraduría Federal del Consumidor
Tipo de Evaluación:	Diseño
Año de la Evaluación:	2018

PROYECTO	UNIDADES EJECUTORAS INVOLUCRADAS EN EL PROCEDIMIENTO DE ACTUALIZACIÓN	NOMBRE DE LA BASE	DOCUMENTO SOPORTE PARA ACTUALIZACIÓN	PERIODICIDAD DE ACTUALIZACIÓN	PROCEDIMIENTO	FUENTES DE INFORMACIÓN
Procedimiento para la gestión de programas de trabajo en temas de Educación para el Consumo para fomentar el consumo inteligente.	Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, a través de la Dirección de Organización de Consumidores y de la Dirección de Educación para el Consumo, así como de sus Departamentos de Educación y Divulgación en Delegaciones y Subdelegaciones.	SIORCO W	Formatos Cédula de Promoción Formato I-2-MP-520-01, Formato Único de Registro de Grupos de Consumidores (FURGC) Formato I-3-MP-520-01 y Formato Único de Control de Asistencia (FUCA) Formato I-4-MP-520-01.	Al momento de la prestación del servicio.	<p>1. La Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, difundirá la convocatoria de los eventos especiales a implementarse en las Delegaciones y Subdelegaciones, así como sus estrategias, entre las que se encuentran foros, encuentros, consejos y ferias de regreso a clases.</p> <p>2. El grupo interesado en participar en cualquiera de los eventos especiales, debe realizar un registro, para lo cual se recaban diversos formatos I-2-MP-520-1, I-3-MP-520-1, I-4-MP-520-1 y I-5-MP-520-1 (cédula de promoción, que contiene diversos datos del grupo poblacional, formato único de registro de grupos consumidores, formato único de control de asistencia, reporte de resultados regreso a clases).</p> <p>3. En dichos formatos se recaba información de los usuarios de los servicios tales como: en el formato de registro de consumidores, grupos autogestivos y asociación de Consumidores se cuenta con información del perfil del grupo, rango de edad, domicilio, teléfono, nivel escolar, ocupación, estado civil, fecha de nacimiento, correo electrónico, así como en el respectivo formato de controles de asistencia se pueden identificar datos como el tipo de evento, integrantes registrados, integrantes asistentes a la sesión, nombre, correo electrónico y firma.</p> <p>4. Las Delegaciones y Subdelegaciones deberán enviar los soportes documentales que respalden el cumplimiento de las metas a la Dirección de Organización de Consumidores de acuerdo al Programa Anual de Trabajo a más tardar los días 25 de cada mes, escaneados al correo electrónico orgconsumidores@profeco.gob.mx para su análisis y validación, para lo cual se hace uso de los citados formatos, en donde se actualiza la información de los usuarios.</p>	Manual de Procedimientos de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores.

ANEXO 2
PROCEDIMIENTO PARA LA ACTUALIZACIÓN DE LA BASE DE DATOS DE BENEFICIARIOS

Nombre del Programa:	B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor
Modalidad	B - Provisión de Bienes Públicos
Dependencia/entidad	10 - Economía
Unidad responsable	LAT - Procuraduría Federal del Consumidor
Tipo de Evaluación:	Diseño
Año de la Evaluación:	2018

PROYECTO	UNIDADES EJECUTORAS INVOLUCRADAS EN EL PROCEDIMIENTO DE ACTUALIZACIÓN	NOMBRE DE LA BASE	DOCUMENTO SOPORTE PARA ACTUALIZACIÓN	PERIODICIDAD DE ACTUALIZACIÓN	PROCEDIMIENTO	FUENTES DE INFORMACIÓN
Procedimiento para la Constitución y Procuración de Grupos Autogestivos y Asociación de Consumidores.	Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, a través de la Dirección de Organización de Consumidores, de la Dirección de Educación para el Consumo y de la Dirección de Capacitación, así como de sus Departamentos de Educación y Divulgación en Delegaciones y Subdelegaciones.	N/A	Formato Único de Registro de Grupos de Consumidores (FURGC) Formato I-3-MP-520-01 y Formato Único de Control de Asistencia (FUCA) Formato I-4-MP-520-01	En el momento en que se conforman como grupos de consumidores, y se actualiza cuando se constituyen como Grupos Autogestivos de Consumidores y posteriormente como Asociación de Consumidores.	<p>1. Las Delegaciones y Subdelegaciones deberán promocionar e identificar entre sus Grupos y organizaciones de Consumidores, aquellos interesados en desarrollar acciones ciudadanas en materia de consumo y que requieren o desean vincularse con Profeco, deberán Identificar intereses, para constituirse como una Asociación de Consumidores y deberán canalizarlos a la Dirección de Capacitación para su atención.</p> <p>2. La Dirección General de Educación y Organización de Consumidores, a través de la Dirección de Capacitación como única instancia facultada por la Profeco, establece vínculos con las organizaciones de la sociedad civil interesadas en trabajar en materia de consumo.</p> <p>3. Se utilizan el Formato Único de Registro de Grupos de Consumidores I-3-MP-520-01 y el Formato Único de Control de Asistencia Formato I-4-MP-520-01 para reabar la información de los usuarios.</p> <p>4. Se levanta información en tres fases:</p> <p>Primera: conformarse como grupos de consumidores y recibir información durante seis sesiones. Se deberá considerar en la promoción a los núcleos poblacionales prioritarios del Plan Nacional de Desarrollo (adultos en plenitud, personas con capacidades diferentes, jóvenes e indígenas); se deberá considerar variables como: a) edad promedio; b) sexo; c) escolaridad; d) nivel socioeconómico; e) lengua; y f) tipo de discapacidad.</p> <p>Segunda, después de haber recibido seis sesiones en la primera fase, si lo desean se constituirán como Grupos Autogestivos de Consumidores.</p> <p>Tercera, en este momento los Grupos Autogestivos de Consumidores manifestarán su interés en formalizar su integración como Asociación de Consumidores.</p>	Manual de Procedimientos de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores.

ANEXO 2
PROCEDIMIENTO PARA LA ACTUALIZACIÓN DE LA BASE DE DATOS DE BENEFICIARIOS

Nombre del Programa:	B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor
Modalidad	B - Provisión de Bienes Públicos
Dependencia/entidad	10 - Economía
Unidad responsable	LAT - Procuraduría Federal del Consumidor
Tipo de Evaluación:	Diseño
Año de la Evaluación:	2018

PROYECTO	UNIDADES EJECUTORAS INVOLUCRADAS EN EL PROCEDIMIENTO DE ACTUALIZACIÓN	NOMBRE DE LA BASE	DOCUMENTO SOPORTE PARA ACTUALIZACIÓN	PERIODICIDAD DE ACTUALIZACIÓN	PROCEDIMIENTO	FUENTES DE INFORMACIÓN
					<p>5. Los Departamentos de Educación y Divulgación, darán de baja del Padrón Delegacional a los Grupos de Consumidores después de concluida su formación en la primera fase, enviando a la Dirección de Organización de Consumidores los soportes documentales para la formalización del trámite.</p> <p>6. Las Delegaciones y Subdelegaciones enviarán escaneados a la Dirección de Organización de Consumidores, los soportes documentales de la baja de los Grupos de Consumidores indicando si se conformarán como Grupo Autogestivo de Consumidores, a más tardar los días 25 de cada mes, al correo electrónico orgconsumidores@profeco.gob.mx. para su análisis y validación.</p> <p>7. Las Delegaciones y Subdelegaciones, deberán identificar en los Grupos de Consumidores de su padrón, aquéllos que hayan cumplido con su formación a través de las seis sesiones educativas y que voluntariamente sus integrantes quieran conformarse en la segunda fase del proceso educativo como grupo autogestivo de consumidores.</p> <p>8. La Dirección de Capacitación, podrá registrar a las Asociaciones de Consumidores que así lo deseen y que tengan establecido como objetivos o programas prioritarios, trabajar en materia de consumo o protección de los derechos de los consumidores.</p> <p>9. La Dirección de Capacitación, actualiza el Directorio de Asociaciones de Consumidores, con base en la información anterior.</p>	



Anexo 3. Matriz de Indicadores para Resultados

Nombre del Programa: B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor
Modalidad: B - Provisión de Bienes Públicos
Dependencia/Entidad: 10 - Economía
Unidad Responsable: LAT - Procuraduría Federal del Consumidor
Tipo de Evaluación: Diseño
Año de la Evaluación: 2018

Nivel	Resumen narrativo
Fin	Contribuir a promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral mediante un aumento en el uso de información para el consumo.
Propósito	Los consumidores usan información del Programa para la toma de decisiones de compra y conocen sus derechos.
Componentes	Plataforma digital consultada por los consumidores (www.gob.mx/profeco).
	Asesorías y consultas para el consumo otorgadas.
	Materiales temáticos entregados.
Actividades	Difusión de productos informativos para los consumidores.
	Difusión de estudios sobre consumo mediante diversos medios.
	Padrón de grupos de consumidores actualizado.
	Producción de materiales informativos para plataforma digital.



ACTIVIDAD Padrón de grupos de consumidores actualizado	Porcentaje de actualización del padrón de grupos de consumidores	(Número de actualizaciones realizadas al padrón) / (número de actualizaciones programas del padrón) *100	NO	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	Ascendente
ACTIVIDAD Producción de materiales informativos para plataforma digital	Porcentaje del número de productos realizados para plataforma digital	(Número de productos realizados / Total de productos programados) * 100	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	Ascendente



Formato del Anexo 5 "Metas del programa"

Nombre del Programa: B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor
Modalidad: B - Provisión de Bienes Públicos
Dependencia/Entidad: 10 - Economía
Unidad Responsable: LAT - Procuraduría Federal del Consumidor
Tipo de Evaluación: Diseño
Año de la Evaluación: 2018

Nivel de Objetivo	Nombre del Indicador	Meta	Unidad de Medida	Justificación	Orientada a impulsar el desempeño	Justificación	Factible	Justificación	Propuesta de mejora de la Meta
Fin	Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial.	Lugar 37	Sí	Refiere el lugar que se busca alcanzar para el 2018, derivado de la respuesta contenida en la Encuesta de Opinión Ejecutiva a la pregunta ¿Cómo evaluaría la intensidad de la competencia en los mercados locales?.	Sí	Se busca ascender de la posición 65 obtenida en 2013 (línea base) a la 37.	Sí	El lugar 37 corresponde al país Latinoamericano mejor posicionado en 2013: Chile.	establecer metas que incrementen lo alcanzado en años anteriores, para definir retos en la actuación de las unidades ejecutoras, orientados a la ampliación de la cobertura de los servicios prestados.

Propósito	Porcentaje de la población encuestada a la que le haya sido útil la información ofrecida por al menos dos programas o productos informativos de la Profeco.	50%	Sí	Considera que al 50% de las personas entrevistadas les fue útil la información.	No	La meta es menor que la establecida en la línea base.	Sí	La línea base, 2013, supera el estimado para el 2018, al pasar del 50.49 % al 50 %.	Considerar incrementar la meta anual atendiendo a que se registra en 2015 una cifra alcanzada de 53.77 %. Valorar incluir el indicador propuesto en el documento Propuesta de Mejora
Componentes	Porcentaje del grado de cobertura nacional en la plataforma digital.	40%	Sí	Indica que el 40% de consumidores que visita (sesiones) el sitio oficial de la Profeco, es atendida mediante la plataforma digital (considera todas las entidades federativas, excluyendo la Ciudad de México).	No	La meta programada se ha conservado desde 2016, primer año de medición del indicador.	Sí	En el 2016 se alanzó una cobertura del 58.34% y en el 2017 del 44.03%.	Valorar aumentar la meta con el promedio de los porcentajes obtenidos en años anteriores y medir su crecimiento.
	Porcentaje de tendencia de consulta en la plataforma digital.	8%	Sí	Mide el crecimiento anual de las visitas a la plataforma digital.	No	La meta ha tenido decrementos desde 2016, que fue el año de inicio del indicador.	Sí	Se registra en el 2016 que se alcanzó un 14.4% y para el 2017 un 9.69%, cifras superiores a la programada para 2018.	Considerar el diseño de estrategias adicionales para evitar la disminución de los porcentajes de crecimiento.

	Porcentaje de cobertura nacional de la población atendida.	84%	Sí	Refiere la proporción de la población atendida fuera de la Ciudad de México en actividades de orientación.	No	La meta se ha mantenido en los tres años de medición del indicador.	Sí	Se han registrado porcentajes de 84.88% para 2016 y de 86.79% en 2017, las cuales son superiores a la meta programada para 2018.	Establecer metas que incrementen lo alcanzado en años anteriores, para definir retos en la actuación de las unidades ejecutoras, orientados a la ampliación de la cobertura de los servicios prestados.
	Porcentaje de tendencia de la participación en las sesiones de consumo.	4%	Sí	Da seguimiento al crecimiento de consumidores registrados y atendidos de un periodo a otro.	Sí	La meta se ha ido incrementando desde el inicio del indicador.	Sí	Se tiene evidencia de un crecimiento para 2016 de 2.32% y para 2017 de 3.11%.	Contemplar el diseño de estrategias adicionales para lograr el incremento del 4%.
	Porcentaje de entrega de productos informativos realizados.	100%	Sí	Mide el porcentaje de distribución de los materiales informativos entregados, respecto de los programados a entregar.	Sí	La meta se ha mantenido con la programación de un cumplimiento del 100%	Sí	Los porcentajes registrados para 2016 son del 109.52% mientras que para el 2017 del 87.33%.	Incrementar las metas anuales para alcanzar una mayor entrega de productos informativos.
	Porcentaje del número de productos informativos realizados.	100%	Sí	Refiere el seguimiento de la realización de productos informativos en relación con los programados a entregar.	Sí	La meta se ha mantenido con la programación de un cumplimiento del 100%	Sí	Desde el 2015, fecha de inicio del indicador, se ha mantenido un cumplimiento del 100%. Para 2017, se registra una avance al primer semestre del 49.92%	Incrementar las metas anuales para alcanzar un mayor número de productos informativos realizados.

Actividades	Porcentaje de cumplimiento al Programa Anual de Actividades de Estudios sobre Consumo.	100%	Sí	Indica el cumplimiento de los estudios realizados, respecto de los programados a realizar.	Sí	La meta se ha mantenido con la programación de un cumplimiento del 100%	Sí	Se ha mantenido el cumplimiento de un 100% de lo programado con respecto al 2011. Para junio de 2017, se tiene un porcentaje de 100%.	Considerar medir el incremento en los contenidos que refieren los estudios.
	Porcentaje de actualización del padrón de grupos de consumidores.	100%	Sí	Mide las actualizaciones realizadas al padrón, respecto de lo programado para el periodo.	Sí	La meta se ha mantenido con la programación de un cumplimiento del 100%	Sí	Se mantenido el cumplimiento del 100%, desde 2008. Para 2017 se dio atención a las dos actividades de actualización programadas para el primer semestre.	Valorar medir el crecimiento de los grupos de consumidores conformados, en lugar la actualización del padrón. Tal recomendación también fue emitida por el CIDE y CLEAR.
	Porcentaje del número de productos realizados para plataforma digital.	100%	Sí	Refiere el porcentaje de avance de la realización y producción de productos informativos, en relación con los programados.	Sí	La meta se ha mantenido con la programación de un cumplimiento del 100%	Sí	Se mantenido el cumplimiento del 100%, desde 2016. Para junio de 2017 se registraron 158 productos informativos elaborados, que corresponden al 100% de lo programado para	Considerar medir el incremento en los contenidos de los materiales informativos realizados.

Nota. Se deben incluir todos los indicadores de cada uno de los niveles de objetivo.

ANEXO 6
PROPUESTA DE MEJORA DE LA MATRIZ DE INDICADORES DE RESULTADOS

Nombre del Programa:	B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor
Modalidad	B - Provisión de Bienes Públicos
Dependencia/entidad	10 - Economía
Unidad responsable	LAT - Procuraduría Federal del Consumidor
Tipo de Evaluación:	Diseño
Año de la Evaluación:	2018

Fin									
Objetivo			Orden			Supuestos			
Contribuir a promover una mayor competencia en los mercados y avanzar hacia una mejora regulatoria integral mediante un aumento en el uso de información para el consumo.			1			Los consumidores deciden apropiadamente sobre sus compras considerando la información proporcionada por la			
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación	
Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial	Calificación de México, en una escala de 1 a 7, en la variable Intensidad de la Competencia Local, del Índice de Competitividad Global, elaborado y publicado anualmente por el Foro Económico Mundial en su Reporte de Competitividad Global	El Foro Económico Mundial obtiene la calificación a partir de la respuesta en la Encuesta de Opinión Ejecutiva a la siguiente pregunta: En su país, ¿cómo evaluaría la intensidad de la competencia en los mercados locales? [Considerando valores entre 1 (ninguna capacidad) hasta 7 (en gran medida)]. Asimismo, la calificación observada para México en 2013 (5.05), y que se establece como línea base, corresponde a la posición 65 de 148 economías que considera el índice. En los últimos cinco años, México se ha ubicado en promedio en la posición 83. En tanto, la meta 2018 corresponde a la calificación obtenida por el país mejor ubicado en América Latina en 2013 (Chile), que lo posiciona en el lugar 37	Absoluto		Estratégico	Eficacia	Anual	Foro Económico Mundial	
Nivel de información del consumidor	Encuesta Nacional del Consumidor (Población abierta con representatividad nacional) Índice de protección de derechos del consumidor	Se propone diseñar un índice de protección a los derechos del consumidor a partir de los subíndices de los diferentes servicios y productos que se brindan			Estratégico	Eficacia	Anual	Encuesta Nacional del Consumidor (Población abierta con representatividad nacional)	
Propósito									
Objetivo			Orden			Supuestos			
Los consumidores usan información del Programa para la toma de decisiones de compra			1			Los consumidores consideran oportuna, pertinente y veraz la información generada por la Procuraduría Federal del Consumidor y se interesan en conocerla. Los consumidores tienen el tiempo y disposición para buscar información para el consumo. Los consumidores confían en la información de la Profeco.			
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación	
Porcentaje de personas encuestadas a la que le haya sido útil la información ofrecida por al menos dos programas o productos informativos de la Profeco	Proporción de personas encuestadas que afirmaron que dos o más de los productos informativos o programas de la Profeco les fueron útiles para tomar mejores decisiones de compra.	(Personas encuestadas que afirmaron que dos o más de los productos informativos o programas de la Profeco les fueron útiles para tomar mejores decisiones de compra en semestre n / Total de personas encuestadas sobre los servicios de la Profeco en el semestre n)*100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Semestral	Resultados de la Encuesta sobre los servicios que ofrece la Coordinación General de Educación y Divulgación de la Profeco, realizada por la Dirección General de Estudios sobre Consumo, en el informe semestral que está disponible en sus archivos y publicada en la página oficial de la Profeco	
Porcentaje de personas encuestadas que conocen los derechos de los consumidores	Porcentaje de personas que identifican al menos cuatro de los siete derechos básicos del consumidor.	(Personas encuestadas que identificaron al menos cuatro de los siete derechos básicos del consumidor en el semestre n / Total de personas encuestadas sobre los derechos del consumidor en el semestre n)*100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Semestral	Resultados de la Encuesta sobre el conocimiento de los derechos del consumidor realizada por la Dirección General de Estudios sobre Consumo, que está disponible en la página oficial de la Profeco.	
Componente									
Objetivo			Orden			Supuestos			
Estudios sobre las condiciones de compra formulados y publicados			1						
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación	
Estudios formulados y publicados sobre los grandes rubros de gasto en los hogares ubicados en los deciles más bajos de ingreso	Porcentaje de estudios formulados y publicados sobre los principales grandes rubro del gasto en los hogares ubicados en los deciles más bajos de ingresos	(Estudios formulados y publicados sobre los grandes rubros del gasto en los hogares ubicados en los deciles más bajos de nivel de ingreso en el año n/Total de rubros del gasto en el año n)*100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Anual	Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto en los Hogares publicada anualmente por el INEGI; Ddistribución del gasto en los hogares por decil de ingreso, en los que se identifican los grandes rubros del gasto. El número de estudios formulados y publicados se identifica en el informe del programa anual de actividades de la Dirección General de Estudios sobre el consumo	
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación	
Estudios formulados y publicados sobre los grandes rubros de gasto en los hogares ubicados en los deciles más altos de ingreso	Porcentaje de estudios formulados y publicados sobre los principales grandes rubro del gasto en los hogares ubicados en los deciles más alto de ingresos	(Estudios formulados y publicados sobre los grandes rubros del gasto en los hogares ubicados en los deciles más alto de nivel de ingreso en el año n/Total de rubros del gasto en el año n)*100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Anual	Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto en los Hogares publicada anualmente por el INEGI; Ddistribución del gasto en los hogares por decil de ingreso, en los que se identifican los grandes rubros del gasto. El número de estudios formulados y publicados se identifica en el informe del programa anual de actividades de la	
Componente									
Objetivo			Orden			Supuestos			
Programas de educación en temas de consumo ejecutados			2						
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación	
Cobertura nacional de iniciativas educativas en temas de consumo impulsadas	Expresa la relación entre el número de delegaciones y subdelegaciones de la Profeco que impulsan iniciativas educativas en temas de consumo, con respecto al total de delegaciones y subdelegaciones	(Número de delegaciones y subdelegaciones de la Profeco que impulsan iniciativas de educación en temas de consumo en el año n/ total de delegaciones y subdelegaciones de la Profeco en el año n)*100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Anual	Registro oficial de delegaciones y subdelegaciones de la Profeco publicadas en la página oficial. Informes de avance en el programa de trabajo realizados por los departamentos de educación y organización de consumidores	
Componente									
Objetivo			Orden			Supuestos			
Consumidores capacitados en temas de consumo			3						
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación	

ANEXO 6
PROPUESTA DE MEJORA DE LA MATRIZ DE INDICADORES DE RESULTADOS

Nombre del Programa:	B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor								
Modalidad	B - Provisión de Bienes Públicos								
Dependencia/entidad	10 - Economía								
Unidad responsable	LAT - Procuraduría Federal del Consumidor								
Tipo de Evaluación:	Diseño								
Año de la Evaluación:	2018								
Variación en el número de participantes en eventos de capacitación y asesoría en temas de consumo	Expresa el comportamiento histórico en el número de participantes en los eventos de capacitación y asesoría a grupos y asociaciones de consumidores	(Número de participantes capacitados + participantes asesorados en temas de consumo en el año n/ Número de participantes capacitados + participantes asesorados en temas de consumo en el año n-1)*100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Anual	Padrón de beneficiarios conformado por los participantes que asistieron a eventos de capacitación y/ o recibieron asesoría en temas de consumo a través de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores y sus departamentos ubicados en las delegaciones.	
Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación	
Variación en el número de grupos de consumidores organizados y asociaciones de consumidores constituidas	Expresa el comportamiento histórico en el número grupos de consumidores organizados y el número de las asociaciones de consumidores que han sido constituidas	(Número de grupos de consumidores organizados + número de asociaciones de consumidores constituidas en el año n/ Número de grupos de consumidores organizados + número de asociaciones de consumidores constituidas existentes en el año n-1)*100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Anual	Padrón actualizado de grupos de consumidores organizados y el padrón de asociaciones de consumidores constituidas, registradas en la Profeco administrados por la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores	
Objetivo			Orden			Supuestos			
Contenidos sobre el consumo difundidos			4			Los consumidores demuestran interés en consultar información que genera el programa			
Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación	
Idoneidad en los temas difundidos con respecto a los sectores de consumo que registran mayor número de quejas por parte de los consumidores	Es la congruencia entre los contenidos que se difunden en medios electrónicos e impresos de la Profeco con respecto a los diez sectores de consumo con mayor número de quejas recibidas en el buró comercial de Profeco	(Número de contenidos difundidos en medios electrónicos e impresos de la Profeco que corresponden a los diez sectores de consumo que registran mayor número de quejas en el buró comercial de Profeco en el año n/ número total de contenidos difundidos en medios electrónicos e impresos en la Profeco en el año n)*100	Relativo	Porcentaje	Estratégico	Eficacia	Anual	Quejas registradas en el Buró comercial de Profeco por sector en un periodo determinado y publicadas en la página institucional. Minutas de las juntas mensuales de planeación en las que se seleccionan los contenidos y que fueron difundidos por los diferentes medios tales como la Revista del Consumidor, Brújula de Compra, Quién es quien en los precios, You tube Profeco, y sitio oficial.	
Objetivo			Orden			Supuestos			
Elaborar informes de las encuestas aplicadas a la población en temas de consumo			1						
Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación	
Porcentaje de encuestas aplicadas por la Profeco a la población en temas de consumo	Expresa el número de encuestas aplicadas por la Profeco a la población en temas de consumo, respecto de las encuestas programadas a realizar	(Número de encuestas aplicadas por la Profeco a la población en temas de consumo en el semestre n/ número de encuestas programadas a aplicar por la Profeco a la población en temas de consumo en el semestre n)*100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Semestral	Encuestas aplicadas por la Profeco y que se difunden en la página web institucional. Programa Anual de Trabajo de la Dirección General de Estudios sobre el Consumo.	
Objetivo			Orden			Supuestos			
Realización de estudios sobre el consumo			2						
Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación	
Incremento de los temas sobre el consumo objeto de los estudios que fueron elaborados por la Profeco	Expresa el incremento histórico de los temas sobre el consumo objeto de los estudios que fueron elaborados por la Profeco	(Número de temas sobre el consumo que fueron objeto de los estudios elaborados por la Profeco en el semestre n/ Número de temas sobre el consumo que fueron objeto de los estudios elaborados por la Profeco en el semestre n-1)*100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Semestral	Estudios elaborados por la Profeco y que se difunden en la página web institucional. Programa Anual de Actividades de la Dirección General de Estudios sobre el Consumo.	
Objetivo			Orden			Supuestos			
Formular iniciativas educativas para el consumo			1						
Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación	
Porcentaje de iniciativas educativas para el consumo impulsadas por las delegaciones y subdelegaciones	Expresa el cumplimiento en el impulso de las iniciativas educativas para el consumo por parte de las delegaciones y subdelegaciones de la Profeco	(Número de iniciativas educativas para el consumo por parte de las delegaciones y subdelegaciones de la Profeco impulsadas para el semestre n/ número de iniciativas educativas para el consumo programadas a impulsar por parte de las delegaciones y subdelegaciones de la Profeco para el semestre n)*100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Semestral	Registro oficial de delegaciones y subdelegaciones de la Profeco publicadas en la página oficial. Informes de avance en el programa de actividades realizados por los departamentos de educación y organización de consumidores.	
Objetivo			Orden			Supuestos			
Realizar eventos de capacitación para el consumo			1						
Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación	
Porcentaje de eventos de capacitación organizados por la Profeco	Refiere el cumplimiento de los eventos de capacitación ejecutados por la Profeco respecto de los programados en un periodo	(Número de eventos de capacitación ejecutados por la Profeco en el semestre n/ Número de eventos de capacitación programados a ejecutar por la Profeco en el semestre n)*100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Semestral	Padrón de beneficiarios conformado por los participantes que asistieron a eventos de capacitación en temas de consumo a través de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores y sus departamentos ubicados en las delegaciones. Programa Anual de Actividades de la instancia ejecutora.	
Objetivo			Orden			Supuestos			
Proporcionar asesorías a los integrantes de los grupos de consumidores			2						
Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación	

ANEXO 6
PROPUESTA DE MEJORA DE LA MATRIZ DE INDICADORES DE RESULTADOS

Nombre del Programa:	B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor							
Modalidad	B - Provisión de Bienes Públicos							
Dependencia/entidad	10 - Economía							
Unidad responsable	LAT - Procuraduría Federal del Consumidor							
Tipo de Evaluación:	Diseño							
Año de la Evaluación:	2018							
Porcentaje de asesorías proporcionadas por la POFECO a los integrantes de los grupos de consumidores	Refiere el cumplimiento de las asesorías a los integrantes de los grupos de consumidores respecto de las comprometidas en un periodo.	(Número de asesorías brindadas por la Profeco a los integrantes de los grupos de consumidores en el semestre n/ Número de asesorías programadas a brindar por la Profeco en el semestre n)*100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Semestral	Padrón de beneficiarios conformado por los participantes que recibieron asesoría en temas de consumo a través de la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores y sus departamentos ubicados en las delegaciones. Programa Anual de Actividades de la instancia ejecutora.
Actividad			Orden			Supuestos		
Atender a los grupos de consumidores registrados			3					
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Grupos de consumidores atendidos	Muestra el número de grupos de consumidores que reciben asesoría y/o capacitación con respecto al total de grupos integrados en un periodo determinado.	(Número de grupos de consumidores que han recibido asesoría y/o capacitación en el semestre n/ Número de grupos de consumidores integrados en el semestre n) *100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Semestral	Registros de grupos de consumidores asesorados y / o capacitados, informe trimestral de
Actividad			Orden			Supuestos		
Organización de grupos y asociaciones para el consumo			4					
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Porcentaje de grupos de consumidores organizados y asociaciones de consumidores constituidas	Expresa el avance en el cumplimiento del número grupos de consumidores organizados y el número de las asociaciones de consumidores que han sido constituidas en un periodo con relación a las programadas	(Número de grupos de consumidores organizados + número de asociaciones de consumidores constituidas en el semestre n/ Número de grupos de consumidores organizados + número de asociaciones de consumidores programadas a constituir en el semestre n)*100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Semestral	Padrón actualizado de grupos de consumidores organizados y el padrón de asociaciones de consumidores constituidas, registradas en la Profeco administrados por la Dirección General de Educación y Organización de Consumidores
Actividad			Orden			Supuestos		
Realizar acciones de promoción y difusión de información para el consumo			5					
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Porcentaje de acciones de promoción y difusión de información para el consumo	Expresa el avance en el cumplimiento de las acciones de promoción y difusión de información para el consumo comprometidas en el periodo	(Acciones de promoción y difusión de información para el consumo realizadas en el periodo n / Acciones de promoción y difusión de información para el consumo programadas en el periodo n)*100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Semestral	Registros administrativos e informes de las acciones de promoción y difusión realizadas a cargo de la Dirección de Educación y Organización de Consumidores; Metas calendarizadas en el Programa Anual de Trabajo y en las fichas técnicas de actividades
Actividad			Orden			Supuestos		
Incrementar las publicaciones en medios de difusión digital			1					
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Crecimiento de publicaciones en redes sociales (Facebook y Twitter) y página institucional de la Profeco	Expone la variación en el tiempo de las publicaciones redes sociales (Facebook y Twitter) y página institucional de la Profeco	(Número de publicaciones en Facebook + número de publicaciones en Twitter + número de publicaciones en la página institucional en el semestre n/ Número de publicaciones en Facebook + número de publicaciones en Twitter + número de publicaciones en la página institucional en el semestre n-1)*100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Semestral	Reportes de Facebook y Twitter, registros de la página institucional, reportes de la unidad ejecutora, Programa Anual de Actividades.
Actividad			Orden			Supuestos		
Incrementar las consultas a la información para el consumidor que difunde la PROFECO			2					
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Variación de las consultas a los contenidos difundidos en temas de consumo por la Profeco	Expresa la variación histórica de las consultas a los distintos contenidos en temas de consumo difundidos por la Profeco (Brújula de Compra, Quien es Quien en los Precios, Quién es Quién en el envío de Dinero, Monitoreo de Tiendas Virtuales, Revista del Consumidor en línea e imprea, Portal del Consumidor, Aplicaciones Profeco, Profeco You Tube, Facebook, Twitter,	(Número de visitas + descargas+ seguidores + reproducciones+ suscriptores + rating de los contenidos difundidos en temas de consumo que ofrece Profeco en el semestre n/ Número de visitas + descargas+ seguidores + reproducciones+ suscriptores + rating de los contenidos difundidos en temas de consumo Profeco en el semestre n-1)*100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Semestral	Google Analytics, Appstore y Google Play, Youtube Analytics, reportes Facebook y Twwitter, Reportes rating de radio y TV, reportes informáticos, Programa Anual de Actividades, registros internos de la unidad ejecutora que obran en sus archivos.
Actividad			Orden			Supuestos		
Elaboración de productos para difusión en medios impresos para los consumidores			3					
Indicador	Definición	Método de Cálculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Porcentaje de productos para difusión en medios impresos elaborados por la Profeco para los consumidores	Refiere el cumplimiento de los productos para difusión en medios impresos elaborados por la Profeco	(Número de productos para difusión en medios impresos elaborados por la Profeco en el semestre n/ Número de productos para difusión en medios impresos programados a elaborar por la Profeco en el semestre n)*100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Semestral	Reportes de las instancias ejecutoras y el Programa Anual de Actividades.
Actividad			Orden			Supuestos		
Elaboración de productos para difusión en medios electrónicos para los consumidores			4					

ANEXO 6
PROPUESTA DE MEJORA DE LA MATRIZ DE INDICADORES DE RESULTADOS

Nombre del Programa:	B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor							
Modalidad	B - Provisión de Bienes Públicos							
Dependencia/entidad	10 - Economía							
Unidad responsable	LAT - Procuraduría Federal del Consumidor							
Tipo de Evaluación:	Diseño							
Año de la Evaluación:	2018							
Indicador	Definición	Método de Calculo	Tipo de Valor de la Meta	Unidad de Medida	Tipo de Indicador	Dimensión del Indicador	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Porcentaje de productos para difusión en medios electrónicos elaborados por la Profeco para los consumidores.	Refiere el cumplimiento de los productos para difusión en medios electrónicos elaborados por la Profeco	(Número de productos para difusión en medios electrónicos elaborados por la Profeco en el semestre n/ Número de productos para difusión en medios electrónicos programados a elaborar por la Profeco en el semestre n)*100	Relativo	Porcentaje	Gestión	Eficacia	Semestral	Reportes de las instancias ejecutoras y el Programa Anual de Actividades.

Nombre del Pro:
 Modalidad:
 Dependencia/Er:
 Unidad Respon:
 Tipo de Evaluac:
 Año de la Evalu:

Capítulos de gasto	Concepto	Total (mdp)	Categoría
1000: Servicios personales	1100	Remuneraciones al personal de carácter permanente	\$ 83.53 Gastos en Operación Directos
	1200	Remuneraciones al personal de carácter transitorio	\$ 19.99 Gastos en Operación Directos
	1300	Remuneraciones adicionales y especiales	\$ 12.61 Gastos en Operación Directos
	1400	Seguridad social	\$ 41.66 Gastos en Operación Directos
	1500	Otras prestaciones sociales y económicas	\$ 109.67 Gastos en Operación Directos
	1700	Pago de estímulos a servidores públicos	\$ 0.20 Gastos en Operación Directos
	Subtotal de Capítulo 1000		\$ 267.67
2000: Materiales y suministros	2100	Materiales de administración, emisión de documentos y artículos oficiales	\$ 2.06 Gastos en Operación Directos
	2200	Alimentos y utensilios	\$ 1.69 Gastos en Operación Directos
	2400	Materiales y artículos de construcción y de reparación	\$ 0.14 Gastos en Operación Directos
	2600	Combustibles, lubricantes y aditivos	\$ 1.04 Gastos en Operación Directos
	2700	Vestuario, blancos, prendas de protección y artículos deportivos	\$ 0.84 Gastos en Operación Directos
	2900	Herramientas, refacciones y accesorios menores	\$ 0.78 Gastos en Operación Directos
	Subtotal de Capítulo 2000		\$ 6.55
3000: Servicios generales	3100	Servicios básicos	\$ 25.29 Gastos en Operación Directos
	3200	Servicios de arrendamiento	\$ 3.94 Gastos en Operación Directos
	3300	Servicios profesionales, científicos, técnicos y otros servicios	\$ 7.83 Gastos en Operación Directos
	3400	Servicios financieros, bancarios y comerciales	\$ 1.22 Gastos en Operación Directos
	3500	Servicios de instalación, reparación, mantenimiento y conservación	\$ 7.25 Gastos en Mantenimiento
	3600	Servicios de comunicación social y publicidad	\$ 3.37 Gastos en Operación Directos
	3900	Otros servicios generales	\$ 7.04 Gastos en Operación Directos
Subtotal de Capítulo 3000		\$ 55.95	

Fuente: Presupuesto de Egresos de la Federación (2018). SHCP

Categoría	Cuantificación (mdp)	Metodología y criterios para clasificar cada categoría de gasto
Gastos en Operación Directos	\$ 322.91	Incluye los gastos directos para la operación del programa
Gastos en Operación Indirectos	\$ -	No se reportan gastos en operación indirectos
Gastos en Mantenimiento	\$ 7.25	Gastos requeridos para mantener el estándar de calidad de los activos para brindar los servicios a la población.
Gastos en Capital	\$ -	No se reportan gastos en capital



Anexo 8. Complementariedad y coincidencias entre programas federales y/o acciones de desarrollo social en otros niveles de gobierno

Nombre del Programa: B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor
Modalidad: B - Provisión de Bienes Públicos
Dependencia/Entidad: 10 - Economía
Unidad Responsable: LAT - Procuraduría Federal del Consumidor
Tipo de Evaluación: Diseño
Año de la Evaluación: 2018

Nombre del programa	Modalidad	Dependencia/Entidad	Propósito	Población Objetivo	Tipo de Apoyo	Cobertura Geográfica	Fuentes de Información	¿Coincide con el programa evaluado?	¿Se complementa con el programa evaluado?	Justificación
Protección contra riesgos sanitarios.	G004	Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios.	Se relaciona, entre otras, con las acciones de fomento y difusión sanitaria. Proteger a la población contra riesgos a la salud provocados por el uso y consumo de bienes y servicios, insumos para la salud, así como por su exposición a factores ambientales y laborales, la ocurrencia de emergencias sanitarias y la prestación de servicios de salud mediante la regulación, control y prevención de riesgos sanitarios.	Consumidores de bienes y servicios para la salud.	Estrategias de capacitación a distancia y presencial, medios de difusión como revistas electrónicas, páginas web, campañas de comunicación.	Federal.	Reglamento de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios y página web institucional.	No.	Sí.	Atiende del general de los consumidores, al grupo específico de consumidores de bienes y servicios para la salud. Se busca la construcción de una sociedad oportuna y bien informada para evitar riesgos sanitarios, que tenga conocimientos para la toma de decisiones antes del consumo.
Educación Financiera.		Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros.	Refiere, entre otras, acciones de educación financiera encaminados a adquirir conocimientos para tomar mejores decisiones financieras y obtener bienestar personal y familiar.	Consumidores de servicios financieros.	Cuadernos, guías y videos.	Federal.	Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros y página web institucional.	No.	Sí.	De los consumidores, se enfoca en aquellos relacionados con los servicios financieros. Se busca consumidores con mayor conocimiento para cuidar y hacer rendir el dinero; usar responsablemente los productos y servicios financieros, lo que permitirá tener los recursos necesario para la estabilidad y desarrollo de un patrimonio, además de fomentar los derechos ante las instituciones financieras, y generar competencia en este mercado.



Anexo 8. Complementariedad y coincidencias entre programas federales y/o acciones de desarrollo social en otros niveles de gobierno

Nombre del Programa: B-002 - Generación y difusión de información para el consumidor
Modalidad: B - Provisión de Bienes Públicos
Dependencia/Entidad: 10 - Economía
Unidad Responsable: LAT - Procuraduría Federal del Consumidor
Tipo de Evaluación: Diseño
Año de la Evaluación: 2018

Nombre del programa	Modalidad	Dependencia/Entidad	Propósito	Población Objetivo	Tipo de Apoyo	Cobertura Geográfica	Fuentes de Información	¿Coincide con el programa evaluado?	¿Se complementa con el programa evaluado?	Justificación
Protección de los derechos de los consumidores y Sistema Nacional de Protección al Consumidor.	E005	Procuraduría Federal del Consumidor	Prevenir el conflicto entre consumidores y proveedores en materia de servicios y telecomunicaciones por medio de los productos ofrecidos por la institución. 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.	Consumidores de bienes y servicios en materia de telecomunicaciones.	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).	Federal.	Ficha de Monitoreo 2016-2017 emitidas por el CONEVAL.	No.	Sí.	Del grupo general de consumidores, se direcciona a aquellos en materia de telecomunicaciones. Es un programa que presta la misma instancia evaluada.
Vigilancia del cumplimiento de la normatividad aplicable y fortalecimiento de la certeza jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.	G003	Procuraduría Federal del Consumidor	Llevar a cabo la verificación y vigilancia del cumplimiento por parte de los proveedores de la normatividad en materia de consumo, relacionadas con: la Ley Federal de Protección al Consumidor (verificación de comportamiento comercial), la Ley Federal sobre Metrología y Normalización (verificación de metrología) y las Normas Oficiales Mexicanas. (verificación de NOM);	Proveedores de bienes y servicios para el consumo.	Verificación y vigilancia del cumplimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, las Normas Oficiales Mexicanas y la legislación aplicable; verificación en materia de combustibles; atención de servicios en materia de información comercial; análisis y evaluación del cumplimiento de normas y especificaciones de productos; y atención solicitudes de trámites y servicios.	Federal.	Informe Final de la Evaluación de Procesos realizada al Programa G003, realizada por la Universidad Autónoma de Nuevo León.	No.	Sí.	Atiende al grupo de proveedores que brindan bienes y servicios a los consumidores, siendo éste el grupo considerado como población objetivo del programa evaluado.