



Gobierno de  
**México**

---

Economía

Secretaría de Economía

# Profeco

Procuraduría Federal  
del Consumidor



**2025**  
Año de  
**La Mujer  
Indígena**

Históricamente las relaciones de consumo han sido de poder, donde el proveedor domina al consumidor.

La Procuraduría busca equilibrar esta desigualdad.

# ¿Qué es la Profeco?

La Procuraduría Federal del Consumidor, **es la institución que se encarga de proteger y defender los derechos de las personas consumidoras.**

Primera Institución en América Latina que defiende sus derechos.



1976

Se publica la Ley Federal de Protección al Consumidor

Se crea el Inco\* y la Profeco\*\*  
*(5 de febrero)*



1976

Se publica la primera edición de la Revista del Consumidor *(1 de noviembre)*



1980

Arranca el programa Quién es Quién en los Precios  
Entra en operación el Teléfono del Consumidor *(5 de febrero)*



1992

Se fusiona el Inco y la Profeco instalando oficinas de representación en todo el país. *(16 de noviembre)*



1993

Inicia operaciones el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor *(1 de julio)*

\*Instituto Nacional del Consumidor

\*\*Procuraduría Federal del Consumidor



CLAUDIA SHEINBAUM  
2024 – 2030

100 pasos para la  
Transformación

## Contribución de la Profeco a los Ejes, Repúblicas, Compromisos, Objetivos y Estrategias del Gobierno de México

3. Gobierno sensible y cercano a la gente.
5. Respeto a todos los derechos y combate a la discriminación.
12. Gobierno honesto y sin nepotismo.
14. Mantendremos la austeridad republicana.
16. No aumentarán los precios de energéticos ni canasta básica.
33. México será potencia tecnológica y de innovación.
38. Desarrollo y acceso a la cultura.

# Razón de ser de la Profeco

- Fortalecer la cultura de consumo responsable.
- Garantizar la protección y defensa de los derechos de las personas consumidoras.
- Impulsar relaciones comerciales justas y equitativas en apego a la ley.
- Brindar información clara y oportuna para un consumo informado y sostenible.



# Siete derechos

Los siete derechos básicos de las personas consumidoras están enfocados en garantizar las relaciones de consumo justas entre la población consumidora y los proveedores.

## DERECHOS BÁSICOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS





**Para Proteger a las personas consumidoras ante prácticas comerciales injustas, nos basamos en 3 principales:**

## Estrategias



**Mejorar los canales de comunicación con un enfoque inclusivo y accesible.**



**Promover las relaciones comerciales justas, equitativas y transparentes.**



**Optimizar los mecanismos y los recursos para la defensa de los derechos de las personas consumidoras.**

- Informar sobre derechos de consumo mediante campañas, eventos y módulos de atención.

- Difundir tendencias de consumo y seguridad de productos en medios tradicionales y digitales.

- Mejorar la educación y asesoría en derechos de las personas consumidoras a través de medios institucionales.

- Impulsar la vigilancia ciudadana con canales de denuncia accesibles.

- Verificar y vigilar con transparencia y rendición de cuentas.

- Analizar productos, publicidad y asesorar a proveedores con buenas prácticas.

- Defender los derechos de las personas consumidoras resolviendo controversias y sancionando abusos.

- Fortalecer la cooperación para un mercado justo mediante consejos, foros y convenios.

- Mejorar la institución mediante la capacitación y optimización de recursos.

# Actividades y servicios de la Profeco



## Objetivos de la nueva Profeco:

- 1** Enfatizar la atención cercana al pueblo.
- 2** Mejorar los canales de comunicación con las personas consumidoras.
- 3** Fortalecer la confianza a la ciudadanía y los procesos de verificación para erradicar malas prácticas.
- 4** Generar una cultura de consumo responsable y cuidado de los derechos de las personas consumidoras.
- 5** Acercarse a las nuevas generaciones mediante los nuevos canales de difusión.



# **Quién es Quién en los Precios**

---

# Quién es Quién en los Precios



El programa **Quién es Quién en los Precios (QQP)** recaba y difunde diariamente precios al menudeo de diversos productos de consumo generalizado, para que la población consumidora pueda:

-  Buscar y comparar precios de un producto en diferentes establecimientos comerciales en las ciudades en donde opera.
-  Conocer el precio mínimo y máximo de un producto en diferentes establecimientos comerciales.
-  Tomar mejores decisiones de compra, basados en información confiable, oportuna y accesible que brinda el programa dentro de una localidad determinada.

# Cobertura



Tiene presencia a nivel nacional y **se monitorean más de mil 800 establecimientos comerciales.**

## Criterios:

- Concentración comercial y poblacional de la zona.
- Principales puntos de venta.
- (tiendas de autoservicio, departamentales, mercados públicos, locales de centrales de abasto, farmacias, papelerías y tortillerías).
- Así como los que ofrecen artículos de temporada: librerías, uniformes, zapaterías, entre otros.



**32** Ciudades  
de 30 entidades

**60** Personas  
encuestadoras  
a nivel nacional

# Quién es Quién en los Precios

## Monitoreo de productos

### Productos monitoreados

**3 mil 388**

Permanentemente

**Mil 727**

Temporadas de alto consumo

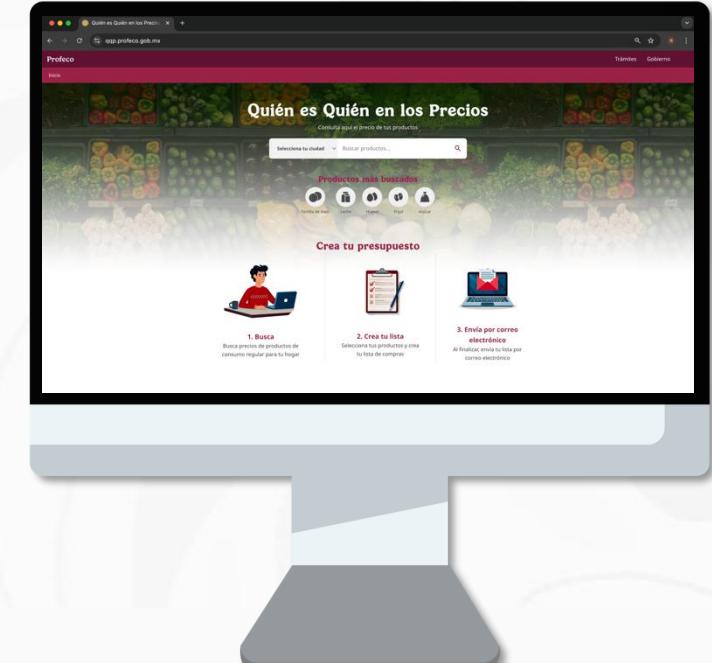
Durante el 2024 se recolectaron más de **15 millones de precios**.

- Abarrotes, carnes y lácteos
- Frutas y legumbres
- Pescados y mariscos
- Medicamentos
- Artículos escolares
- Aparatos electrodomésticos y línea blanca
- Juguetes (Temporada navideña)
- Artículos navideños
- Libros de texto (Regreso a clases)
- Uniformes (Regreso a clases)
- Tenis (Regreso a clases)
- Paquete contra la inflación y la carestía (Pacic)

Los datos obtenidos por el programa QQP después de ser publicados en su portal de internet, se integran a su base de datos histórica, la cual data de 1999.

**Motor de búsqueda de**  
Quién es Quién en los Precios

<https://qqp.profeco.gob.mx/>



# Quién es Quién en los Precios

## Paquete Contra la Inflación y la Carestía (PACIC)

El Ejecutivo Federal, a través de la SHCP, en mayo de 2022 dió a conocer el **Paquete Contra la Inflación y la Carestía (PACIC)** y su última renovación se realizó el 18 de noviembre de 2025.

Tiene como propósito el reducir la inflación y la caída en el consumo de los hogares mexicanos, protegiéndolos de prácticas lucrativas perjudiciales en su economía.

Considera la evolución de los precios de la canasta conforme al Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) publicado por el INEGI.

Tomando como referencia la **Línea de Pobreza Extrema por Ingresos de INEGI**, se considera un listado de productos de primera necesidad y de alto consumo para la alimentación de la población mexicana.

Las cantidades de los productos que integran la canasta se calculan tomando como referencia el consumo semanal de un hogar promedio de 4 integrantes (Censo de Población y Vivienda 2020).

De acuerdo a la metodología establecida por la Profeco, entre las cadenas comerciales participantes, se calcula el costo total de la canasta para cada uno de ellos, la cual es presentada en las Mañaneras del Pueblo de manera semanal.



# Buen Fin 2025

---

# Asesorías

En este periodo la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) asesoró a **19 mil 143 personas** a través de los módulos, brigadas y el Teléfono del Consumidor.

A las personas atendidas se les informó sobre sus derechos, los trámites que pueden realizar ante la institución, así como del proceso a seguir para inconformarse por ofertas que no se respetaron, por los plazos de entrega, la cancelación de compra y la entrega del producto equivocado, entre otros.

**19 mil 143 asesorías**



Información del martes 18 de noviembre de 2025

# Monitoreo de publicidad

3,800

Monitoreos de publicidad por internet;  
análisis, registro, escaneo o grabación



# Verificación y vigilancia

3,246

Preciadores colocados

4,081

Cartel de los Derechos del consumidor colocados

1,146

Vigilancias realizadas

54,943

Productos monitoreados



# Buen Fin 2025

311

Inconformidades

289

Conciliaciones

0

En trámite



2025  
Año de  
La Mujer  
Indígena



\$1 millón 885 mil  
683.44 de pesos  
recuperados a favor de las personas  
consumidoras.

# Motivos de inconformidades

**50**

No se respetó el precio anunciado

**49**

Incumplimiento de promoción

**40**

Negativa a entregar el producto

**32**

Incumplimiento de oferta

**24**

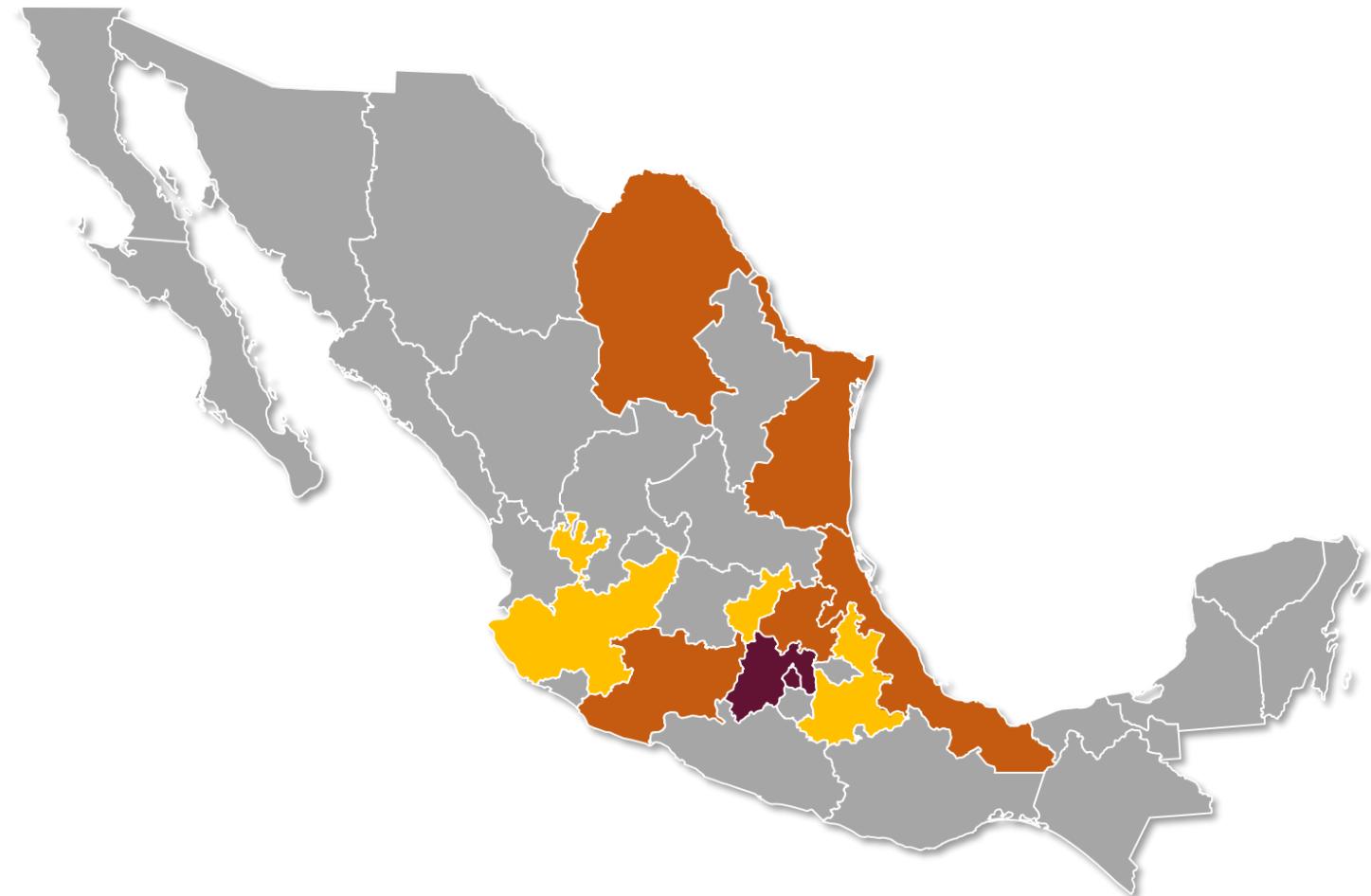
Negativa a cambio de producto adquirido



**2025**  
Año de  
**La Mujer  
Indígena**

# Entidades con mayor número de inconformidades

Ciudad de México	<b>73</b>	■
Estado de México	<b>34</b>	■
Tamaulipas	<b>16</b>	■
Coahuila	<b>15</b>	■
Michoacán	<b>14</b>	■
Veracruz	<b>14</b>	■
Hidalgo	<b>11</b>	■
Querétaro	<b>11</b>	■
Puebla	<b>10</b>	■
Jalisco	<b>9</b>	■





**Consumidor informado, no será engañado**