

SECRETARIA DE ECONOMIA

RESOLUCIÓN por la que se acepta la solicitud de parte interesada y se declara el inicio del procedimiento administrativo de investigación *antidumping* sobre las importaciones de rollos de papel térmico convertidos originarias de la República Popular China, independientemente del país de procedencia.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Economía.

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ACEPTA LA SOLICITUD DE PARTE INTERESADA Y SE DECLARA EL INICIO DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO DE INVESTIGACIÓN *ANTIDUMPING* SOBRE LAS IMPORTACIONES DE ROLLOS DE PAPEL TÉRMICO CONVERTIDOS ORIGINARIAS DE LA REPÚBLICA POPULAR CHINA, INDEPENDIEMENTE DEL PAÍS DE PROCEDENCIA

Visto para resolver en la etapa de inicio el expediente administrativo AD_42-25 radicado en la Unidad de Prácticas Comerciales Internacionales de la Secretaría de Economía, en adelante la Secretaría, se emite la presente Resolución de conformidad con los siguientes

RESULTANDOS

A. Solicitud

1. El 28 de noviembre de 2025, Papeles y Conversiones de México, S.A. de C.V., en adelante PCM o la Solicitante, presentó la solicitud de inicio del procedimiento administrativo de investigación por prácticas desleales de comercio internacional, en su modalidad de discriminación de precios, sobre las importaciones definitivas de rollos de papel térmico convertidos, originarias de la República Popular China, en adelante China, independientemente del país de procedencia.

2. La Solicitante manifestó que en el periodo investigado se registró un crecimiento de las importaciones de rollos de papel térmico convertidos originarias de China, a precios por debajo de los de venta al mercado interno nacional, lo que originó un daño a la producción nacional.

3. Propuso como periodo investigado el comprendido del 1 de agosto de 2024 al 31 de julio de 2025 y como periodo de análisis de daño el comprendido del 1 de agosto de 2022 al 31 de julio de 2025. Presentó argumentos y pruebas con objeto de sustentar su solicitud de investigación, los cuales constan en el expediente administrativo y fueron considerados para la emisión de la presente Resolución.

B. Solicitante

4. PCM es una empresa constituida conforme a las leyes mexicanas. Entre sus principales actividades se encuentra la compraventa, fabricación, importación, exportación, distribución, conversión y comercialización de toda clase de papel y sus derivados. Señaló como domicilio para recibir notificaciones el ubicado en Paseo de España No. 90, interior PH2, Col. Lomas Verdes 3ra. Sección, C.P. 53125, Naucalpan de Juárez, Estado de México.

C. Producto objeto de investigación

1. Descripción general

5. PCM indicó que el producto objeto de investigación son los rollos de papel térmico convertidos o elaborados para su uso final. Manifestó que se conocen comercialmente como: rollos de papel térmico, rollos de papel térmico convertidos o elaborados para su uso final, rollos de papel térmico convertidos para cajas registradoras / POS, rollo térmico para impresora de *tickets* y rollo de papel para máquinas de punto de venta; y técnicamente como: rollos de papel térmico sensitivo al calor, rollos de papel para impresión térmica directa y rollos de papel con recubrimiento químico para termo impresión.

2. Características

6. PCM manifestó que los rollos de papel térmico convertidos están constituidos por una base de papel recubierta con una capa química termosensible que, al recibir calor del cabezal de impresión, reacciona y forma la imagen sin necesidad de tinta. Las especificaciones pueden ser las siguientes:

- a. Gramaje: desde 44 hasta 80 gramos por metro cuadrado.
- b. Ancho: desde 37 hasta 150 milímetros.
- c. Largo: desde 5 hasta 1,600 metros.
- d. Núcleo: cartón o plástico.

7. El producto objeto de investigación se presenta en rollos de un tamaño chico o mediano y pueden ser fácilmente transportados en una mano, para ser instalados en una máquina impresora de una terminal punto de venta, impresora de tienda de conveniencia, departamental o cajero automático de un banco.

8. Como prueba de sus afirmaciones, la Solicitante presentó información sobre características de rollos de papel térmico convertidos de 9 fabricantes chinos.



Fuente: Información de PCM, que obra en el expediente administrativo.

3. Tratamiento arancelario

9. La Solicitante señaló que el producto objeto de investigación ingresa al mercado nacional a través de las fracciones arancelarias de la Tarifa de la Ley de los impuestos Generales de Importación y de Exportación, en adelante TIGIE, 4809.90.99, con Número de Identificación Comercial, en adelante NICO, 01 y 4811.90.99, NICO 99.

10. De acuerdo con el “Decreto por el que se expide la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación”, en adelante Decreto LIGIE 2022, y el “Acuerdo por el que se dan a conocer los Números de Identificación Comercial (NICO) y sus tablas de correlación”, en adelante Acuerdo NICO 2022, publicados en el Diario Oficial de la Federación, en adelante DOF, el 7 de junio y el 22 de agosto de 2022, respectivamente, la descripción de las fracciones arancelarias en las cuales se clasifica el producto objeto de investigación es la siguiente:

Codificación arancelaria	Descripción
Capítulo 48	Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón
Partida 48.09	Papel carbón (carbónico), papel autocopia y demás papeles para copiar o transferir (incluido el estucado o cuché, recubierto o impregnado, para clisés de mimeógrafo (“stencils”) o para planchas offset), incluso impresos, en bobinas (rollos) o en hojas.
Subpartida 4809.90	- Los demás.
Fracción 4809.90.99	Los demás.
Nico 01	Reactivos a la temperatura.
Partida 48.11	Papel, cartón, guata de celulosa y napa de fibras de celulosa, estucados, recubiertos, impregnados o revestidos, coloreados o decorados en la superficie o impresos, en bobinas (rollos) o en hojas de forma cuadrada o rectangular, de cualquier tamaño, excepto los productos de los tipos descritos en el texto de las partidas 48.03, 48.09 o 48.10.
Subpartida 4811.90	- Los demás papeles, cartones, guata de celulosa y napa de fibras de celulosa.
Fracción 4811.90.99	Los demás.
Nico 99	Los demás.

Fuente: Decreto LIGIE 2022 y Acuerdo NICO 2022.

11. De acuerdo con el Decreto LIGIE 2022 las importaciones definitivas de rollos de papel térmico que ingresan a través de las fracciones arancelarias 4809.90.99 y 4811.90.99 de la TIGIE se encuentran exentas de pago de arancel.

12. La unidad de medida aplicable a dichas fracciones arancelarias, establecida en la TIGIE, es el kilogramo.

4. Proceso productivo

13. PCM señaló que los principales insumos utilizados en la elaboración del producto objeto de investigación son los rollos de papel térmico “jumbo” (se identifican por ser mayores a 216 milímetros de ancho y más de 1,601 metros de longitud), centros y materiales de empaque. Indicó que el papel térmico se compone de papel bond, un recubrimiento o pre-capa y una mezcla química:

- a. El recubrimiento o pre-capa mejora la adhesión, uniformidad y la calidad de impresión, aunque las fórmulas exactas dependen de cada fabricante, generalmente incluyen pigmentos minerales, como el carbonato de calcio o caolín, mezclados con un aglutinante polimérico (látex o PVA) y aditivos, formando una capa delgada y lisa que prepara al papel base para recibir la capa termosensible.
- b. Para el caso de la mezcla química, esta funciona como un revelador utilizando sensibilizadores y aditivos.

14. La Solicitante señaló que el proceso productivo del producto objeto de investigación consta de las siguientes etapas:

- a. Colocación del rollo de papel térmico en bobina de gran formato o rollo “jumbo” en la máquina cortadora.
- b. Realización del corte y rebobinado. Los rollos “jumbo” se cortan en medidas específicas y se rebobinan en rollos más pequeños y compactos, listos para usarse en equipos de impresión.
- c. Personalización de embalaje. Se ofrecen opciones de impresión en los rollos o empaques con logotipos o diseños.
- d. Embalaje y envío. Los rollos se empaquetan con materiales a prueba de humedad y polvo, asegurando su transporte.

15. Para acreditar su dicho, PCM presentó capturas de pantalla de la página de Internet de la empresa productora china Sailing Paper (<https://es.sailingpaper.com/thermal-rolls-products/>), donde se muestran las etapas del proceso productivo de los rollos de papel térmico convertidos.

5. Normas

16. PCM indicó que el producto objeto de investigación no está sujeto a ninguna norma oficial mexicana o estándar internacional.

6. Usos y funciones

17. La Solicitante señaló que los rollos de papel térmico convertidos son utilizados principalmente por consumidores que necesitan imprimir recibos de manera rápida y económica, sin la necesidad de tintas o cartuchos. Estos rollos son utilizados en la generación de comprobantes de pago (*ticket*), registro de datos, facturas, cupones, *voucher* de transacción bancaria, estados de cuenta, boletos en general y toma turnos, entre otros.

18. Para acreditar sus usos y funciones, PCM presentó capturas de pantalla de las páginas de Internet de diez empresas chinas.

7. Consumidores y canales de distribución

19. La Solicitante mencionó que no existe un mercado geográfico específico al que se destinen los rollos de papel térmico convertidos. Refirió que los principales sectores consumidores son:

- a. Comercios y minoristas: puntos de venta, como tiendas de comestibles, restaurantes, tiendas de ropa y supermercados que utilizan los rollos de papel térmico para imprimir recibos de ventas y facturas, o para etiquetar prendas de vestir.
- b. Cajeros automáticos: usan rollos de papel térmico para imprimir recibos de transacciones bancarias.
- c. Estaciones de servicio y gasolineras: utilizan rollos de papel térmico para emitir recibos de pago.
- d. Transporte y logística: empresas de mensajería o transporte utilizan impresoras térmicas para emitir etiquetas o recibos de entrega.
- e. Industrias de *tickets* y eventos: para conciertos, cines, teatros y otras actividades de entretenimiento, los rollos térmicos se usan para imprimir tickets de entrada, tickets para estacionamientos y en el sector de la aviación para imprimir pases de abordar.
- f. Sector salud: emplean los rollos de papel térmico para imprimir recetas médicas, diagnósticos u otros documentos.

20. Para acreditar su dicho, PCM presentó capturas de pantalla de las páginas de Internet de tres empresas chinas.

D. Posibles partes interesadas

21. Las partes de las cuales la Secretaría tiene conocimiento y que podrían tener interés en comparecer a la presente investigación, son las siguientes:

1. Productoras nacionales

Avery de México, S. de R.L. de C.V.

Av. Michoacán No. 20, módulo 21

Col. Renovación

C.P. 09209, Ciudad de México

Blumen Konverter, S.A. de C.V.

Av. Oxígeno No. 1108

Col. El Condado Plus

C.P. 37218, León de los Aldama, Guanajuato

Conversiones y Consumibles Caleb, S. de R.L. de C.V.

Av. Delicias No. 9-C

Fracc. Chihuahua

C.P. 22114, Tijuana, Baja California

Eco Falh, S.A. de C.V.

Av. México No. 507

Col. Los Paraísos

C.P. 37328, León, Guanajuato

Etiflex, S.A. de C.V.

Campos Elíseos No. 345, piso 3

Col. Chapultepec Polanco

C.P. 11560, Ciudad de México

Formas para Negocios, S.A. de C.V.

Calz. Vallejo No. 1829

Col. San José de la Escalera

C.P. 07630, Ciudad de México

Formularios de México, S.A. de C.V.

Radial Toltecas No. 2

Col. Tequexquináhuac

C.P. 54020, Tlalnepantla de Baz, Estado de México

GE Sistemas Médicos de México, S.A. de C.V.

Av. Santa Fe No. 495

Col. Santa Fe

C.P. 05349, Ciudad de México

Goldenstar de México, S.A. de C.V.

Industrial 2 No. 14

Col. Desarrollo La Primavera

C.P. 80300, Culiacán, Sinaloa

GP Artes Gráficas, S.A. de C.V.

Colonia del Valle No. 137, oficina 3

Col. Insurgentes San Borja

C.P. 03100, Ciudad de México

Grupo Barolvher, S.A. de C.V.

Av. Acueducto No. 402, local G

Col. Huipulco

C.P. 14370, Ciudad de México

Industrial de Rollos y Papel, S.A. de C.V.

Blvd. Aeropuerto No. 160, nave 21

Zona Industrial Lerma

C.P. 52004, Lerma, Estado de México

Industrial Papelera Venus, S.A. de C.V.
Emiliano Zapata No. 86
Col. San Jerónimo Tepetlcalco
C.P. 54090, Tlalnepantla de Baz, Estado de México

Instalaciones Profesionales y Servicios, S.A. de C.V.
Av. Santa Fe No. 118
Col. Juriquilla Santa Fe
C.P. 76230, Querétaro, Querétaro

J & M Ribbons Enterprise Mexico, S. de R.L. de C.V.
Barranquilla No. 2923
Col. Colomos Providencia
C.P. 44660, Guadalajara, Jalisco

Kronaline, S.A. de C.V.
España No. 356
Col. San Nicolás Tolentino
C.P. 09850, Ciudad de México

Litho Formas, S.A. de C.V.
Montecito No. 38, piso 35, oficina 33
Col. Nápoles
C.P. 03810, Ciudad de México

Manufacturera de Accesorios para Oficina, S.A. de C.V.
Filiberto Gómez No. 52
Col. Centro Industrial
C.P. 54030, Tlalnepantla de Baz, Estado de México

Negoimpresos, S.A. de C.V.
Colima No. 439
Col. Roma Norte
C.P. 06700, Ciudad de México

Talico, S.A. de C.V.
Blvd. Díaz Ordaz No. 130
Col. Santa María
C.P. 64650, Monterrey, Nuevo León

2. Importadoras

Adyen Mexico, S.A. de C.V.
Av. Paseo de la Reforma No. 483, piso 48
Col. Cuauhtémoc
C.P. 06500, Ciudad de México

American Eagle Mexico Retail, S. de R.L. de C.V.
Paseo de la Reforma No. 180, piso 21, oficina 2101
Col. Juárez
C.P. 06600, Ciudad de México

Ango, Logística, S.A. de C.V.
Salomón No. 388
Col. Azcapotzalco
C.P. 02050, Ciudad de México

Asesoría en Comercio RAMEH, S. de R.L. de C.V.
Av. 597 No. 16
Col. San Juan de Aragón III Sección
C.P. 07970, Ciudad de México

Beraca Corporation Mexico, S. de R.L. de C.V.
Acequia Mayor No. 7249
Fracc. Jardines Residencial
C.P. 32618, Ciudad Juárez, Chihuahua

Bluestarlam Mexico, S.A. de C.V.
Av. San Isidro No. 97, piso 2
Col. San Francisco Tetecala
C.P. 02760, Ciudad de México

Cargraphics, S.A. de C.V.
G. González Camarena No. 1200, piso 4
Col. Santa Fe
C.P. 01210, Ciudad de México

Cendimex, S.A. de C.V.
Av. Jalisco No. 284
Col. El Mante
C.P. 45235, Zapopan, Jalisco

Codiflex, S.A. de C.V.
Av. Estado de Hidalgo No. 2503-3
Col. Industrial
C.P. 31330, Chihuahua, Chihuahua

Comercializadora Aduanal CC, S.A. de C.V.
Lago Zúrich No. 219, piso 12
Col. Ampliación Granada
C.P. 11529, Ciudad de México

Comercializadora Atcel J&C, S.A. de C.V.
Coltongo No. 45a
Col. Azcapotzalco
C.P. 02630, Ciudad de México

Comercializadora Comermak y Comercio Exterior, S.A. de C.V.
Begonias No. 183
Col. Nueva Santa María
C.P. 02800, Ciudad de México

Comercializadora Customs and Trade, S.A. de C.V.
República de Uruguay No. 1409
Col. Jardines de Santa Elena
C.P. 20230, Aguascalientes, Aguascalientes

Comercializadora Soraflores, S. de R.L. de C.V.
Cocoteros No. 241
Col. Azcapotzalco
C.P. 02800, Ciudad de México

Comercializadora Telator, S.A. de C.V.
Av. Paseo de la Reforma No. 373, piso 16 B-2
Col. Cuauhtémoc
C.P. 06500, Ciudad de México

Comercio Internacional 5 Continentes, S.A. de C.V.
Guanábana No. 337
Col. Nueva Santa María
C.P. 02800, Ciudad de México

Compañía Industrial Vigo, S.A. de C.V.
Jerónimo Treviño Poniente No. 1647
Col. Monterrey Centro
C.P. 64000, Monterrey, Nuevo León

Compustock, S.A. de C.V.
Calle 14 No. 278
Col. Santa Gertrudis Copó
C.P. 97305, Mérida, Yucatán

Comsa Seguridad Integral, S.A. de C.V.
Mora No. 29
Col. San Bartolo Atepehuacan
C.P. 07730, Ciudad de México

Diinsel, S.A. de C.V.
Venezuela No. 342
Col. Vista Hermosa
C.P. 64620, Monterrey, Nuevo León

EOM Importaciones, S.A. de C.V.
Blvd. Ignacio Zaragoza No. 170
Col. México 86
C.P. 52915, Atizapán de Zaragoza, Estado de México

Ef Fraternali Trade, S.A. de C.V.
Poniente No. 1, lt. 13 mz. 18
Col. Cuchilla del Tesoro
C.P. 07900, Ciudad de México

Ei Carga y Distribución, S. de R.L. de C.V.
Añil No. 571, piso 3, desp. 307
Col. Granjas México
C.P. 08400, Ciudad de México

Enterprise Battern, S.A. de C.V.
Ignacio Zaragoza No. 1735
Col. Nueva
C.P. 21100, Mexicali, Baja California

Eop Global Logistics and Merchandise, S.A. de C.V.
Calz. San Isidro No. 105
Col. Ampliación Petrolera
C.P. 02470, Ciudad de México

Equipos y Materiales de Precisión de México, S.A. de C.V.
Mar Bermejo No. 1A
Col. Industrial Pacifico
C.P. 22390, Tijuana, Baja California

Exel del Norte, S.A.P.I. de C.V.
Av. Lázaro Cárdenas No. 1810, edif. Torre Capitel, locales 7 y 8
Col. Mirador del Valle
C.P. 64766, Monterrey, Nuevo León

Formas y Sistemas Mexicanos, S.A. de C.V.
Poniente No. 932
Col. Industrial Vallejo
C.P. 02300, Ciudad de México

Gesanet, S.A. de C.V.
Tezcatlipoca No. 15-F
Col. San Miguel Xochimanga
C.P. 52927, Atizapán de Zaragoza, Estado de México

Gest Importadora y Exportación, S.A. de C.V.
Paseo de las Flores lt. 82, mz. 1
Col. Tlalpan
C.P. 14270, Ciudad de México

Gonet Solutions, S.A. de C.V.
Eje Vial 5 Sur No. 197, edif. San Rafael 4
Col. Narvarte Oriente
C.P. 03023, Ciudad de México

Grupo Eólica, S.A. de C.V.
Pasadena No. 11
Col. Del Valle
C.P. 03100, Ciudad de México

Grupo King Board Mexico, S.A. de C.V.
Av. Arcos de Belén No. 10, int. 502
Col. Doctores
C.P. 06720, Ciudad de México

Grupo Logístico Imem, S.A. de C.V.
Cruz Azul No. 227
Col. Industrial
C.P. 07800, Ciudad de México

Grupo Papelero Génova, S.A. de C.V.
Poniente 140 No. 840, edif. B-3
Col. Industrial Vallejo
C.P. 02300, Ciudad de México

Industrias Cosal, S.A. de C.V.
Carr. Monterrey-Reynosa Km. 32.6
Col. Ejido Cadereyta
C.P. 67485, Cadereyta Jiménez, Nuevo León

Posline, S.A. de C.V.
Av. Las Rosas No. 220
Col. Chapalita
C.P. 45040, Zapopan, Jalisco

Reachmx Trade Solutions, S.A.P.I. de C.V.
Av. Zacatecas No. 73B
Col. 5 de mayo
C.P. 83010, Hermosillo, Sonora

Sanipap de México, S.A. de C.V.
Calz. Javier Rojo Gómez No. 542
Col. Guadalupe del Moral
C.P. 09300, Ciudad de México

3. Exportadoras

Amazon Com, Inc.
410 Terry Avenue North
Seattle
Zip Code 98109-5210, Washington, United States of America

Channelock, Inc.
1306 South Main Street
Meadville
Zip Code 16335, Pennsylvania, United States of America

Crrc International, Co. Ltd.
No. 16-5 Xisihuan Zhonglu
Haidian
Zip Code 100038, Beijing, China

Duty Free Retail Group, Llc.
7135 Collins Ave APT 905
Miami Beach
Zip Code 33141-3237, Florida, United States of America

Guth Laboratories, Inc.
590 Calle 67 Norte
Harrisburg
Zip Code 17111-4511, Pennsylvania, United States of America

Hanrun Paper Industrial, Co. Ltd.
403, edif. No. 10, Avenida Xuanwu
Comunidad Creativa Baijiahui
Zip Code 699-18, Nanjing, China

Inventec Distribution Northamerica, Corp.
5201 Great America Parkway Suite 400
Santa Clara
Zip Code 95054, California, United States of America

Lovisa Pty., Ltd.

818 Glenferrie Road

Hawthorn

Zip Code 3122, Victoria, Australia

Nanjing Hanrun Paper, Co. Ltd.

403, edif. No. 10, Avenida Xuanwu

Comunidad Creativa Baijiahui

Zip Code 699-18, Nanjing, China

Netease Youdao (Hangzhou) Smart Technology, Co. Ltd.

Hab. 509, edif. 3, No. 399, Wangshang Road

Hangzhou

Zip Code 310052, Binjiang, China

Ningbo Signcoat Sign Supply, Co. Ltd.

Sala 12B07, Red Titan Tower, No. 535 South Tiantong Road

Zhejiang

Zip Code 315100, Zhejiang, China

Pals International, Llc.

12651 South Dixie Highway, Suite 202

Miami

Zip Code 33156, Florida, United States of America

Perez Trading Company, Inc.

3490 NW 125th Street

Miami

Zip Code 33167, Florida, United States of America

Schiller Americas, Inc.

10903 NW 33rd Street

Doral

Zip Code 33172, Florida, United States of America

Shenzhen Sailing Paper, Co. Ltd.

Hab. 3502A, edif. Xiyue, No.111 Chuangye Road

Shenzhen

Zip Code 518101, Shenzhen, China

SOCAL Manufacturing Solutions, Llc.

2285 Michael Faraday Dr.

San Diego

Zip Code 92154, California, United States of America

Sony Latin America, Inc.

5301 Blue Lagoon Drive, Suite 550

Miami

Zip Code 33126, California, United States of America

Suzhou Guanhua Paper Factory

No. 666, Yupan Road, Yutang Town, Suzhou

Jiangsu

Zip Code 215134, Xiangcheng, China

Suzhou Xiandai Paper Production, Co. Ltd.

Jufeng Road No. 16, Suzhou

Jiangsu

Zip Code 215144, Xiangcheng, China

The Cabe Company

8739 Bandera Road, Suite 103-216

San Antonio

Zip Code 78250, Texas, United States of America

Truck Accessories Group, Llc.

28858 Ventura Dr.

Elkhart

Zip Code 46517, Indiana, United States of America

Uline, Inc.
12575 Uline Drive
Pleasant Prairie
Zip Code 53158, Wisconsin, United States of America

US Tool Group
2000 Progress Drive
Farmington
Zip Code 63640, Missouri, United States of America

4. Productoras nacionales de las que no se cuenta con datos de localización

Datos e Implementos, S.A. de C.V.

Fedrigoni Self-adhesives de México, S.A. de C.V.

Label Solutions, S.A. de C.V.

Ribetec Tecnología en Etiquetas, S.A. de C.V.

5. Importadoras de las que no se cuenta con datos de localización

Adercopits, S.A. de C.V.

Agbel México, S.A. de C.V.

American Rose, S. de R.L. de C.V.

Asia Union Mexico 2023, S.A. de C.V.

Azul Profundo Trading, S.A. de C.V.

B&MM Consulting Group, S. de R.L. de C.V.

Carlos Adrián Tapia Ríos

Comercializadora Absolu, S.A. de C.V.

Comercializadora Agathum, S. de R.L. de C.V.

Comercializadora Daminage, S.A. de C.V.

Comercializadora Kingbrown, S.A. de C.V.

Comercializadora Siwakk, S.A. de C.V.

Comercializadora Yach, S.A. de C.V.

Consultores Ag de Baja California, S.A.S. de C.V.

Convertidora Gesanet, S.A. de C.V.

Corporativo Batane, S.A. de C.V.

Corporativo El Surtirse, S.A. de C.V.

Create Brilliance International Trade, S.A. de C.V.

Distribuidora de Productos de Cómputo y Electrónica, S. de R.L. de C.V.

David Alcalá Ramos

Distribuciones Internacionales Activas Huvi, S.A. de C.V.

Distribuidora y Comercializadora Revolution Skate, S.A. de C.V.

Diusvi del Pacífico, S. de R.L. de C.V.

Easy-Shop Internacional, S.A. de C.V.

Elias Ernesto Valadez Medina

Equioriente Mexicana, S.A. de C.V.

Especialistas en Comercio Internacional del Noreste, S.A. de C.V.

Eurídice Cigarroa Velázquez

Expectaciones Marcadas, S.A. de C.V.

Fermín Vázquez Chaira

Gayag, S.A. de C.V.
Grupo Darimi, S.A. de C.V.
Gtl Importaciones, S.A. de C.V.
Gustavo Alberto Menchaca Flores
H&T Electronic Technology Mexico, S. de R.L. de C.V.
Harut Group, S. de R.L. de C.V.
Heisei Electromex, S.A. de C.V.
Iec Technologies, S. de R.L. de C.V.
Impex Zarimar, S. de R.L. de C.V.
Impomasive Servicios Aduanales, S.A. de C.V.
Importa Todo Flex Hertz, S.A. de C.V.
Importación y Bienes, S.A. de C.V.
Importadora Cuajimalpa, S.A. de C.V.
Importadora Duez, S.A. de C.V.
Importadora Tepotzotlán, S.A. de C.V.
Industrias Zatex, S. de R.L. de C.V.
Interglobal Logistic Vego, S.A. de C.V.
Io Eigyo International, S.A. de C.V.
Isabel Castelán Romo
Isthar Comercializadora, S. de R.L. de C.V.
Ivemsa, S.A. de C.V.
Jib Corporativo Aduanal, S.A. de C.V.
Jjf Industrial, S.A. de C.V.
José Luis Espinosa Gómez
Julio Adrián González Oria
Kaufmer Import and Export, S.A. de C.V.
Lcom Logistics Company, S. de R.L. de C.V.
Línea 146, S.A. de C.V.
Lovisa Retail Mexico, S.A. de C.V.
Magtek Mexcorp, S.A. de C.V.
Maritime Logistics Company Camiworld, S.A. de C.V.
MAS Instrumentos, S.A. de C.V.
Mega Comercial Salitre, S.A. de C.V.
Mexserv Soluciones, S.A. de C.V.
Mg Logística sin Límites, S.A. de C.V.
Miguel Mora Hernández
Mirsa Distribuidora, S.A. de C.V.
Mit su Chain, S.A. de C.V.
Moda actual contemporánea, S.A. de C.V.
Modis, S.A. de C.V.
Nf Comercial y Manufactura, S.A.S. de C.V.
Norman Mexico Company Limited, S.A. de C.V.

Office Imports, S.A. de C.V.
Operaciones y Logística Angelous, S.A. de C.V.
Operadora de Tiendas Voluntarias, S.A. de C.V.
Oraf, S.A. de C.V.
Pac de T&A, S.A. de C.V.
Pacific Trade Company Lzc, S. de R.L. de C.V.
Papelería Zafiro, S.A. de C.V.
Permeded Insumos de Impresión, S.A. de C.V.
Philips Mexico Commercial, S.A. de C.V.
Plastihome WL, S.A. de C.V.
Promotora de Colores, S.A. de C.V.
Proregalo, S.A. de C.V.
Proveedora de Suministros el Rey, S.A. de C.V.
Proyectos Xólotl, S.A. de C.V.
Raúl Díaz Quezada
Recubrimientos Satra, S.A. de C.V.
Serecosa, S.A. de C.V.
Servicios Logísticos Rugby, S.A. de C.V.
Servicios RH de Comercio Exterior, S.A. de C.V.
Sicar Solutions, S.A. de C.V.
Silex Mexico, S.A. de C.V.
Soluciones Empresariales M.H. Fashion, S. de R.L. de C.V.
Soluciones Logísticas Jeg, S.A.S. de C.V.
Sonia Marilu Nureña Tiznado
Sophia Delgado Herrera
Stylos Tech Mexico, S. de R.L. de C.V.
Suemore, S.A. de C.V.
Suministro de Servicios Fiscales Contables y Aduanal, S.A. de C.V.
Suspensiones Automotrices de Nayarit, S.A. de C.V.
Termirollos, S. de R.L. de C.V.
Tradelmax, S.A. de C.V.
Uline Shipping Supplies, S. de R.L. de C.V.
Ultradigital Media, S. de R.L. de C.V.
Universal Suppliers de México, S.A. de C.V.
US Tool Group-Mexico, S. de R.L. de C.V.
Vision Comercial, S.A. de C.V.
Vepps del Norte, S.A. de C.V.
Wafurga, S.A. de C.V.
Xpert Consultores en Tecnologías y Comunicaciones, S.A. de C.V.
Zetga Internacional Asesores, S.A. de C.V.

6. Exportadoras de las que no se cuenta con datos de localización

Adyen NV

Aimix Group, Co. Ltd.

Almod Diamonds, Ltd.

Baoding Giant Imp&Exp, Co. Ltd.

Bixolon, Co. Ltd.

Bunzl Retail Services

Cehk Industry, Ltd.

Changsha Fusheng International Trade Service, Co. Ltd.

Chengdu Dexinhe Paper, Co. Ltd.

China Heheng, Co. Ltd.

China Well-try Industrial, Ltd.

Compañía de Papel Shandong Angel, Ltd.

Crrc Nanjing Puzhen, Co. Ltd.

Desarrollo Industrial, Co. Ltd. de Shanghai Zhenxun

Dongguan Huihao Paper, Co. Ltd.

Dongguan Xianxiangyin Paper, Co. Ltd.

Exvindera Industries, Co. Ltd.

Foshan Zhishangdao Paper, Co. Ltd.

Fook Hwa Hing International (HK), Co. Ltd.

Gm Exports Inc.

Gold (union) Trading, Co. Ltd.

Gold East Trading (Hong Kong), Co. Ltd.

Goodwill Group, Ltd.

Green Woods Paper and Stationery, Co. Ltd.

Guangdong Tengen Industrial Group, Co. Ltd.

Guangdong Wenpin Street Trading, Co. Ltd.

Guangzhou Vcan Electronic Technology, Co. Ltd.

Guangzhou Yibai Trading, Co. Ltd.

Guangzhou Zhi Rong Leather, Co. Ltd.

Hangzhou Fuyang Sigo Office Supplies, Co. Ltd.

Henan Yuanlun Industrial, Co. Ltd.

Higher Import and Export, Co. Ltd.

Homai Hong Kong Technology, Ltd.

Hongkong Vision Digital Printing, Co. Ltd.

Jh Global Trading (HK), Co. Ltd.

Jiayu Import and Export, Co. Ltd.

Jinbao Brother Paper Industrial (HK), Ltd.

Link Global Solution, Co. Ltd.

Metrohm AG

Morichal Corp, S.A.

Nanjing Alas International, Co. Ltd.

Nanjing Getwin Industrial, Co. Ltd.
Nanjing Kingroad, Co. Ltd.
Nanjing Leadcode New Material, Co. Ltd.
Nanjing Rainbow Digital Technology, Ltd.
Neat Topjet Shipping, Co. Ltd.
Nien Made (Dongguan) Window Fashions, Co. Ltd.
Ningbo Fullyork Import and Export, Co. Ltd.
Ningbo Mateyness Houseware, Co. Ltd.
Owire Group HK, Co. Ltd.
Paper Choice, Ltd.
Philips Medical Systems
Philips Medizin Systeme Böblingen GMBH
Precision Equipment & Materials, Inc.
Productos Culturales, Co. Ltd. de Linyi Pule
Productos de Papel Co., Ltd. de Hebi Huake
Qingdao Junheng Equipment Manufacturing Limited Company
Red Planet Trading
Sailing International, Ltd.
Shandong Ultra Paper, Co. Ltd.
Shanghai Inku Industrial, Co. Ltd.
Shanghai Kaidun Office Equipment, Co. Ltd.
Shanghai Yesion Industrial, Co. Ltd.
Shaoxing City Guzhen Trading, Co. Ltd.
Shengzhou Dingda Machinery, Co. Ltd.
Shenzhen Evergreen Paper, Co. Ltd.
Shenzhen H&T Intelligent Control, Co. Ltd.
Shenzhen Hstar Technology, Co. Ltd.
Shenzhen Jin Bao Brother Paper, Co. Ltd.
Shenzhen Kailong Papel, Co. Ltd.
Shenzhen Ke Goo Intelligence, Co. Ltd.
Shenzhen Likexin Industrial, Co. Ltd.
Shenzhen Tigerwong Technology, Co. Ltd.
Shenzhen United Foison Technology, Co. Ltd.
Shenzhen Zento Traffic Equipment, Co. Ltd.
Square Canada, Inc.
Suzhou Piaozechua Composite Materials Technology, Co. Ltd.
Tianjin Grand Paper Industry, Co. Ltd.
Tianyi Nail Art Products, Co. Ltd.
Top Jet Technology, Co. Ltd.
Union Technology International (Macao Commercial Offshore), Co. Ltd.
Weifang Yangfa Import and Export, Co. Ltd.
Woo Flourishing Intl Trade, Co. Ltd.

Wuhan Huangpi Bofengyuan Department Store
Xiamen Yach Trading, Co. Ltd.
Xianxiangyin Paper, Co. Ltd.
Xian Lasa Electronics Technology, Co. Ltd.
Xindaxin Microelectronics Technology (HK), Co. Ltd.
Yongkang Longyin Industry and Trade, Co. Ltd.
Yongkang Nihao Industry & Trade, Co. Ltd.
Zall Foreign Trade Service (Hong Kong), Co. Ltd.
Zhao Feng (Dongguan) Window Fashions, Co. Ltd.
Zhejiang Shawei Digital Technology, Co., Ltd.
Zhuhai Seira Trade, Co. Ltd.
Zoll Medical Corporation

7. Gobierno

Embajada de la República Popular China en México
Av. San Jerónimo No. 217 B
Col. Tizapán San Ángel, La Otra Banda
C.P. 01090, Ciudad de México

E. Prevención

22. El 19 de diciembre de 2025, la Secretaría previno a la Solicitante para que, entre otras cuestiones, subsanara diversos aspectos de forma; presentara la base de datos original obtenida de la página de Internet de Veritrade (<https://www.veritrade.com/>) y la metodología empleada para obtenerla; demostrara que determinadas descripciones de la base de datos corresponden al producto objeto de investigación y, en su caso, presentara las modificaciones pertinentes; definiera conceptos identificados en cotizaciones de ajuste por flete marítimo; presentara la totalidad de las cotizaciones referidas en su respuesta al “Formulario para Solicitantes. Investigación por discriminación de precios”, en adelante Formulario e identificara las fechas en las que realizó dichas cotizaciones; proporcionara la ubicación de las empresas que señaló como productoras de rollos de papel térmico convertidos en China, así como de los puertos incluidos en su cálculo de flete interno, justificara por qué es razonable utilizar la cotización de flete terrestre hacia el puerto de Zhapu, China y presentara una cotización de flete marítimo empleando dicho puerto como punto de salida, respecto de las empresas proveedoras que señaló en su ajuste de flete terrestre, exhibiera el soporte documental que demostrara que las empresas son proveedoras o comercializadoras de rollos de papel térmico convertidos y acreditará la idoneidad de considerar a las comercializadoras de rollos de papel térmico convertidos que refirió para efectos del cálculo de ajustes, considerando que no son productoras del producto objeto de investigación; aclarara inconsistencias relacionadas con las cotizaciones de SeaRates BY DP World, a través de Land Rates obtenidas de la página de Internet <https://www.landrates.com/>, en adelante SeaRates; comprobara que las importaciones objeto de investigación fueron objeto de crédito y, en su caso, realizara el ajuste correspondiente e indicara la tasa promedio aplicable; respecto del cálculo del valor normal, proporcionara las comunicaciones que mantuvo con la consultora de la cual obtuvo las cotizaciones de precios y comprobara que las empresas seleccionadas en dichas cotizaciones son productoras chinas; demostrara que las referencias de precios obtenidas de los portales de comercio electrónico son representativas del mercado interno de China; justificara la utilización del promedio del tipo de cambio de tres fuentes distintas y proporcionara el tipo de cambio de una fuente oficial de China, presentara la metodología utilizada para estimar los precios en dólares de los Estados Unidos de América, en adelante dólares, por kilogramo, indicara la fecha de cada cotización presentada y comprobara su vigencia; justificara que las referencias de precios tienen un comportamiento lógico de mercado; presentara los términos establecidos en el Portal 1688 para la aplicación de comisiones por uso de plataforma y de servicio técnico, así como las tasas propuestas para dichos conceptos; presentara soporte documental que respalde que la plataforma de Internet Love Procurement no aplica cobros por servicio; calculara el margen de discriminación de precios; aclarara características, usos, definiciones y proceso productivo del producto objeto de investigación; enlistara las medidas “estándar” diferentes que fabricó y comercializó en el mercado interno durante el periodo analizado; presentara su estructura corporativa durante el periodo analizado y explicara su relación con la empresa Convertidoras PCM, S.A. de C.V., durante el periodo analizado; justificara que diversas empresas que señaló en respuesta al Formulario son productoras nacionales de rollos de papel térmico convertidos en el periodo analizado, y realizara ajustes en la estimación de la producción nacional y representatividad de la rama de

producción nacional; explicara cómo identificó a las empresas importadoras del producto objeto de investigación; presentara la metodología y soporte documental para determinar la capacidad instalada de la industria nacional; proporcionara y justificara la estimación de las exportaciones de la industria nacional de rollos de papel térmico convertidos para el periodo analizado; estimara el Consumo Nacional Aparente, en adelante CNA, considerando las exportaciones de la industria nacional; proporcionara sus ventas al mercado interno por cliente en el periodo analizado; exhibiera información sobre los principales países exportadores e importadores a nivel mundial a través de la subpartida 4809.90 para el periodo analizado; presentara sus estados financieros internos para los periodos de enero a julio de 2024 y 2025; aportara los precios empleados para determinar la disminución de utilidad operativa unitaria, y proporcionara los cálculos de la utilidad operativa unitaria, para el mercado interno y de exportación, para el periodo analizado. PCM presentó su respuesta el 4 de febrero de 2026.

F. Requerimientos de información

23. El 19 de diciembre de 2025, la Secretaría requirió a la Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel, en adelante CNICP, para que proporcionara un listado de las empresas nacionales que hayan sido productoras de rollos de papel térmico convertidos, así como su producción de dicho producto durante los periodos agosto 2022 a julio 2023, agosto 2023 a julio 2024 y agosto 2024 a julio 2025. El 19 de enero de 2026, la CNICP presentó su respuesta al requerimiento de información.

24. El 19 de diciembre de 2025, la Secretaría requirió a las empresas Alberto de Jesus Goya Cortes; Avery de México, S. de R.L. de C.V., Avery Dennison Converted Products de México, S.A. de C.V., Avery Dennison, S.A. de C.V., Blumen Konverter, S.A. de C.V., Cargraphics, S.A. de C.V., en adelante Cargraphics, Conversiones y Consumibles Caleb, S. de R.L. de C.V., Convertidoras PCM, S.A. de C.V., Datos Información y Sistemas, S.A. de C.V., Eco Falh, S.A. de C.V., Ei Carga y Distribución, S. de R.L. de C.V., Etiflex, S.A. de C.V., en adelante Etiflex, Etiquetas y Etiquetadoras del Sureste, S.A. de C.V., Fedrigoni Self-Adhesives de México, S.A. de C.V., Formas y Sistemas Mexicanos, S.A. de C.V., en adelante Formas y Sistemas Mexicanos, GE Sistemas Médicos de México, S.A. de C.V., Goldenstar de México, S.A. de C.V., GP Artes Gráficas, S.A. de C.V., Grupo Barolhver, S.A. de C.V., Herpons Continental, S.A. de C.V., Industrial de Rollos y Papel, S.A. de C.V., en adelante Industrial de Rollos y Papel, Industrial Papelera Venus, S.A. de C.V., Industrias Cosal, S.A. de C.V., Instalaciones Profesionales y Servicios, S.A. de C.V., J & M Ribbons Enterprise México, S. de R.L. de C.V., en adelante J & M Ribbons Enterprise México, Kronaline, S.A. de C.V., Label Solutions, S.A. de C.V., Litho Formas, S.A. de C.V., Manufacturera de Accesorios para Oficina, S.A. de C.V., Negoimpresos, S.A. de C.V., Officemax de México, S. de R.L. de C.V., Paper & Roll Co, S.A. de C.V., Paper Depot México, S. de R.L. de C.V., Posline, S.A. de C.V., Reachmx Trade Solutions, S.A.P.I. de C.V., Ribotec Tecnología en Etiquetas, S.A. de C.V., Rollos e Impresiones, S.A. de C.V., Rollos y Etiquetas Folia, S.A. de C.V., Sanipap de México, S.A. de C.V., y Talico, S.A. de C.V., para que indicaran si durante el periodo analizado fabricaron rollos de papel térmico convertidos, y en su caso, proporcionarían información relativa a su producción, ventas al mercado interno, ventas de exportación y capacidad instalada; indicaran si durante dicho periodo realizaron importaciones de rollos de papel térmico "jumbo" y, en su caso, si emplearon dichas importaciones en su proceso productivo para la fabricación del producto objeto de investigación, y manifestaran su posición respecto de la solicitud de investigación en el presente procedimiento. El 7, 15, 16, 17, 19, 20 y 21 de enero de 2026, las empresas Paper Depot México, S. de R.L. de C.V., Posline, S.A. de C.V., Datos Información y Sistemas, S.A. de C.V., Eco Falh, S.A. de C.V., Industrias Cosal, S.A. de C.V., Goldenstar de México, S.A. de C.V., Industrial de Rollos y Papel, Rollos e Impresiones, S.A. de C.V., Avery Dennison Converted Products de México, S.A. de C.V., Reachmx Trade Solutions, S.A.P.I. de C.V., Rollos y Etiquetas Folia, S.A. de C.V., Avery Dennison, S.A. de C.V., Sanipap de México, S.A. de C.V., Alberto de Jesus Goya Cortes, Officemax de México, S. de R.L. de C.V., Etiquetas y Etiquetadoras del Sureste, S.A. de C.V., Herpons Continental, S.A. de C.V., Negoimpresos, S.A. de C.V. y Litho Formas, S.A. de C.V. respondieron al requerimiento de información.

25. El 19 de diciembre de 2025, la Secretaría requirió a las empresas Formas para Negocios, S.A. de C.V., en adelante Formas para Negocios, y Formularios de México, S.A. de C.V., en adelante Formularios de México, para que presentaran su información relativa a valor y volumen de su producción, ventas al mercado interno, exportación, importaciones, precios, empleo, salarios, autoconsumo, inventarios, capacidad instalada, utilización de la capacidad instalada relativos a los rollos de papel térmico convertidos durante los periodos agosto 2022 a julio 2023, agosto 2023 a julio 2024 y agosto 2024 a julio 2025; indicaran si durante el periodo analizado realizaron importaciones del producto objeto de investigación y de rollos de papel térmico conocido como "bobinas" o "jumbo" y si las empleó en su proceso productivo para la fabricación de rollos de papel térmico convertidos; aportaran sus estados financieros dictaminados para los años de 2022 a 2024 y estados financieros internos para los periodos de enero a julio de 2024 y 2025; presentaran sus estados de costos, ventas y utilidades, orientado al mercado interno de rollos de papel térmico convertidos, así como gastos unitarios; aclararan si cuentan con proyectos de inversión relacionados con rollos de papel térmico y, en su caso, presentaran los detalles de los mismos.

a. Prórrogas

26. La Secretaría, a solicitud de Formas para Negocios, Formularios de México, así como Cargraphics, Formas y Sistemas Mexicanos, Industrial de Rollos y Papel, Etiflex y J & M Ribbons Enterprise México, otorgó una prórroga de diez días hábiles para que presentaran su respuesta al requerimiento de información. El 3 de febrero de 2026, Formas para Negocios y Formas y Sistemas Mexicanos respondieron el requerimiento de información, mientras que el 4 de febrero de 2026, Formularios de México, Cargraphics, Etiflex y J & M Ribbons Enterprise México respondieron al requerimiento de información.

CONSIDERANDOS**A. Competencia**

27. La Secretaría es competente para emitir la presente Resolución, conforme a los artículos 1, 5 y 12.1 del Acuerdo relativo a la Aplicación del Artículo VI del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994, en adelante Acuerdo *Antidumping*; 16 y 34, fracciones V y XXXIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 5o., fracción VII y 52, fracciones I, II y último párrafo de la Ley de Comercio Exterior, en adelante LCE, y 1, 2, apartado A, fracción II, numeral 7, 4 y 19, fracciones I y IV del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía.

B. Legislación aplicable

28. Para efectos de este procedimiento son aplicables el Acuerdo *Antidumping*, la LCE, el Reglamento de la Ley de Comercio Exterior, en adelante RLCE, y supletoriamente, el Código Fiscal de la Federación, el Reglamento del Código Fiscal de la Federación, la Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo y el Código Federal de Procedimientos Civiles, este último de aplicación supletoria, de conformidad con lo señalado en los artículos 5o. y 130 del Código Fiscal de la Federación.

C. Protección de la información confidencial

29. La Secretaría no puede revelar públicamente la información confidencial que las partes interesadas presenten, ni la información confidencial que se allegue, de conformidad con los artículos 6.5 del Acuerdo *Antidumping*, 80 de la LCE y 152 y 158 del RLCE. No obstante, las partes interesadas podrán obtener acceso a la información confidencial, siempre y cuando satisfagan los requisitos establecidos en los artículos 159 y 160 del RLCE.

D. Legitimidad procesal

30. De conformidad con lo señalado en los puntos 86 a 98 de la presente Resolución, la Secretaría determina que PCM está legitimada para solicitar el inicio del presente procedimiento administrativo de investigación, de conformidad con los artículos 5.1 y 5.4 del Acuerdo *Antidumping*, y 50 de la LCE.

E. Periodo investigado y analizado

31. La Secretaría determina fijar como periodo investigado el comprendido del 1 de agosto de 2024 al 31 de julio de 2025 y como periodo de análisis de daño el comprendido del 1 de agosto de 2022 al 31 de julio de 2025, periodos propuestos por la Solicitante, toda vez que estos se apegan a lo previsto en el artículo 76 del RLCE y, adicionalmente, son congruentes con la "Recomendación Relativa a los periodos de recopilación de datos para las investigaciones *antidumping*" del Comité de Prácticas *Antidumping* de la Organización Mundial del Comercio (documento G/ADP/6 adoptado el 5 de mayo de 2000).

F. Análisis de discriminación de precios**1. Precio de exportación**

32. Para el cálculo del precio de exportación, PCM proporcionó la base de importaciones de los rollos de papel térmico originarias de China que ingresaron a México por las fracciones arancelarias de la TIGIE 4809.90.99 NICO 01 y 4811.90.99 NICO 99. La Solicitante manifestó que obtuvo la información estadística de la página de Internet de Veritrade <https://www.veritrade.com/>, que es una plataforma digital especializada en el análisis de información de comercio exterior, y aportó impresiones de pantalla referentes a la descarga de la información.

33. La Solicitante, a partir de las descripciones registradas en la base de datos que presentó, detectó que por ambas fracciones arancelarias y NICOS, ingresaron rollos de papel térmico convertidos y mercancía no objeto de investigación. Por lo anterior, propuso una metodología para identificar la mercancía objeto de investigación, como se describe a continuación:

- a. Excluyó operaciones cuya descripción se refiere a la importación de mercancías ajenas al papel térmico.
- b. Excluyó las operaciones cuyas dimensiones se refieren a las importaciones de rollo de papel térmico "jumbo", con medidas superiores a 216 milímetros de ancho y mayores a 1,601 metros de longitud.
- c. Excluyó las operaciones por clave de documento que se refieren a procesos de devolución o importaciones virtuales: A4, AD, AF, BA, BH, F2, F9, I1, IN, M3, V1 y V5 de las importaciones.

34. PCM aclaró que la mercancía con descripción "PAPEL REACTIVO A LA TEMPERATURA", debe ser considerada como mercancía objeto de investigación, debido a que dicha descripción es una forma de conocer al papel térmico. Respecto de las importaciones de rollos de papel térmico "jumbo" que solicitó excluir, manifestó que identificó empresas importadoras de dicho producto, para lo cual presentó un listado con el giro comercial, ubicación y página de Internet de las mismas.

35. La Secretaría se allegó información de las importaciones de rollos de papel térmico que ingresaron durante el periodo investigado a través de las fracciones arancelarias de la TIGIE 4809.90.99 NICO 01 y 4811.90.99 NICO 99, datos que integran las estadísticas de la Balanza Comercial de Mercancías de México, en adelante Balanza Comercial, elaborada por el Servicio de Administración Tributaria, en adelante SAT, la Secretaría, Banco de México y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Al comparar esta información con la aportada por la Solicitante, la Secretaría encontró diferencias en cuanto al número de operaciones, volumen y valores reportados.

36. Por lo anterior, la Secretaría determinó utilizar la base de datos de las estadísticas de importación que reporta el listado de la Balanza Comercial, en virtud de que la información contenida en dicha base de datos se obtiene previa validación de los pedimentos aduaneros, que se da en un marco de intercambio de información entre agentes y apoderados aduanales y la autoridad aduanera.

a. Determinación

37. Con fundamento en el artículo 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado en dólares por kilogramo para las importaciones de rollos de papel térmico originarias de China.

b. Ajustes al precio de exportación

38. La Solicitante propuso ajustar el precio de exportación por concepto de flete interno, flete y seguro marítimo, crédito y ajuste por comercialización.

i Flete interno

39. Para estimar el monto del flete interno, la Solicitante presentó cotizaciones de flete terrestre de las ciudades de las empresas productoras y proveedoras chinas a puertos marítimos en China.

40. Para las empresas proveedoras consideró el reporte en las operaciones de importación empleado en el cálculo del precio de exportación. Proporcionó copia de las impresiones de pantalla de las páginas de Internet de las empresas. En el caso de las empresas productoras consideró las señaladas en el valor normal. Presentó capturas de pantalla con las direcciones que obtuvo de los motores de búsqueda B2B, por las siglas en inglés de *Business to Business*, tales como Portal 1688 y Love Procurement, de la página de Internet <https://b2b.baidu.com/>.

41. La Solicitante manifestó que la ubicación de estas empresas es pertinente para el cálculo del flete terrestre debido a que: i) las proveedoras realizaron exportaciones de rollos de papel térmico, y ii) a partir de la búsqueda de su giro comercial, detectó tanto empresas productoras como comercializadoras o proveedoras. Aportó la dirección e indicó la provincia de ocho puertos marítimos, afirmando que son los principales puertos utilizados en el comercio exterior y son parte de la ruta *AC2 Southbound*, que es la utilizada en el transporte de mercancías de China a México. Proporcionó la captura de pantalla de las páginas de Internet de las ubicaciones de dichos puertos.

42. Obtuvo las cotizaciones de la empresa SeaRates BY DP World, a través de Land Rates de la página de Internet <https://www.landrates.com/>. Afirmó que es una plataforma digital con experiencia en el sector logístico.

43. Para la cotización del servicio por flete interno consideró un contenedor de 20 pies y señaló que conforme a las normas ISO, por las siglas en inglés de International Organization for Standardization, los contenedores se encuentran limitados a un peso máximo de 21,700 kilogramos. Para sustentar su afirmación proporcionó el "Manual sobre el Control de Contenedores", a partir del cual la Solicitante obtuvo las "Dimensiones y medidas estándar *container*".

44. Debido a que las cotizaciones no correspondieron al periodo investigado, utilizó la información del Índice de Precios al Consumidor de China que obtuvo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. Presentó captura de pantalla y la página de Internet de dicha organización.

ii Flete y seguro marítimo

45. Para sustentar el ajuste por flete marítimo, la Solicitante aportó cotizaciones del transporte marítimo de los puertos chinos considerados en el flete interno y los puertos Manzanillo y Lázaro Cárdenas, en México. La información correspondió a las empresas de logística Sunniness Logistics con página de Internet <https://www.sunniness.net/aboutUs> y KCS Supply Chain Management Co. Ltd. <https://www.gtran.net/com/lucas-kcs/introduce/>, a quienes señaló como empresas con experiencia en el transporte de mercancías. Presentó capturas de pantalla de las cotizaciones, una captura de pantalla de la página de Internet de la empresa KCS que es una plataforma de comercio B2B y líder mundial en logística internacional.

46. Las cotizaciones de flete marítimo también correspondieron a contenedores de 20" GP, por las siglas en inglés de *General Purpose*, que son para carga seca y son utilizados a nivel mundial. Para sustentar su afirmación, presentó información de la página de Internet de Logisber (<https://logisber.com/>), la cual indicó que es una consultora de logística, experta en cadena de suministros, transporte internacional y aduanas. También aportó información sobre el contenedor de la página de Internet de iContainers (<https://www.icontainers.com/>), empresa que ofrece servicios de logística a nivel global y de la sección de blogs de la página de Internet de Drip Capital (<https://www.dripcapital.com/es-mx>), que es una plataforma de financiamiento para el comercio global.

47. Para el ajuste por seguro marítimo, PCM aportó una cotización por dicho concepto que obtuvo a través de la empresa Maersk, a quien señaló como una naviera con amplia experiencia en logística y transporte de mercancías. Asimismo, presentó una tabla con los servicios de "*Value Protect*" de la empresa Maersk para contenedores de carga seca.

iii Ajuste por crédito y margen de comercialización

48. La Solicitante propuso ajustar el precio de exportación por crédito y utilizar la "Tasa Preferencial de Crédito LPR", reportada por el Banco de China. Manifestó que, con base en su experiencia comercial, tanto en la venta al mercado interno como en las ventas de exportación se puede señalar que la mayor parte de las ventas se realizan a través de créditos. No obstante, no aportó pruebas que demostraran que las ventas de exportación fueron realizadas a crédito.

49. PCM argumentó que las ventas de exportación no se realizaron directamente por empresas productoras chinas, por lo que de acuerdo con su conocimiento de mercado consideró un margen de comercialización. Sin embargo, señaló que no contó con la información y pruebas que demostraran el monto del ajuste. Añadió que buscaría documentar y demostrar el ajuste durante el transcurso del presente procedimiento administrativo.

c. Determinación

50. De conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo *Antidumping*, 36 de la LCE y 53, 54, fracción II y 58 del RLCE, la Secretaría ajustó el precio de exportación de China por concepto de flete marítimo, flete interno y seguro, de acuerdo con la información, metodología y pruebas proporcionadas por la Solicitante.

2. Valor normal

a. Precios internos

51. La Solicitante argumentó que China sigue siendo una economía de no mercado, pero ante la disponibilidad de información de precios internos de rollos de papel térmico convertidos, aportó información al respecto.

52. Para el cálculo del valor normal proporcionó un estudio de precios de la mercancía objeto de investigación que contiene referencias de precios a nivel ex fábrica, de empresas productoras que obtuvo de los motores de búsqueda B2B como el Portal 1688 y Love Procurement. Presentó el perfil de la empresa consultora que elaboró el documento y afirmó que es líder en la realización de inspecciones de calidad y desarrollo de proyectos alrededor del mundo.

53. Del Portal 1688 señaló que es una marca reconocida en el país investigado y que forma parte del Grupo Alibaba, especializado en ventas dentro del mercado de China. Sobre la página de Internet Love Procurement, indicó que es una plataforma integral de adquisición y *marketing* de la empresa Baidu. Asimismo, aportó las impresiones de pantalla de los perfiles de las empresas productoras de la mercancía objeto de investigación y estimó un volumen de ventas de las empresas productoras, a partir del cual, aseveró que son representativas del mercado interno chino.

54. En ese sentido, la Solicitante reiteró que las referencias de precios empleadas para el cálculo del valor normal son razonables debido a que el estudio fue elaborado por una empresa consultora líder en el desarrollo de proyectos asociada con marcas, tiendas e importadores alrededor del mundo, para asegurar, administrar y optimizar las cadenas de abastecimiento.

55. PCM explicó que los precios reportados corresponden a rollos de papel térmico convertidos, por lo que consideró el área total, el peso por metro cuadrado y en algunos casos, el número de piezas reportados en las cotizaciones. Ello con la finalidad de estimar el precio de cada rollo en renminbi por kilogramo.

56. Debido a que los precios de la mercancía objeto de investigación se expresan en renminbi, la Solicitante señaló que convirtió el valor de la mercancía a dólares, a partir del promedio del valor del tipo de cambio que obtuvo de la Federal Reserve Bank of St. Louis, de la empresa Shanghai Prime Machinery, y del Banco Popular de China.

57. En razón de que la Solicitante presentó el soporte documental del tipo de cambio que obtuvo del Banco Popular de China, la Secretaría determinó utilizar el promedio del tipo de cambio durante el periodo investigado para la conversión de renminbi a dólares.

58. La Secretaría observó que la Solicitante no consideró la referencia de una empresa productora de la mercancía objeto de investigación, por lo cual la incluyó en el cálculo del valor normal. Asimismo, la Secretaría, identificó que existen referencias de precios de una empresa cuya información indica ser distribuidora y mayorista de diversos productos, entre los que se encuentran los rollos de papel térmico, por lo cual determinó no considerarla por no ser productora del producto objeto de investigación.

b. Determinación

59. De conformidad con los artículos 2.1 del Acuerdo *Antidumping*, 31 de la LCE, 40 y 58 del RLCE, la Secretaría calculó el valor normal promedio ponderado a partir de las referencias de precios en el mercado interno chino, en dólares por kilogramo para el periodo investigado.

c. Ajustes al valor normal

i Ajuste por comercialización

60. PCM propuso ajustar el valor normal por concepto de uso de plataforma y servicio técnico del 2% y 5%, respectivamente, sobre la venta para llegar al precio ex fábrica. Al respecto, manifestó que los términos y condiciones establecidos por el Portal 1688 sobre los costes de los servicios de *software* para plataformas de distribución de marca, la tarifa de servicio comprende una tasa del 2% sobre la cantidad monetaria de la transacción.

61. Para el ajuste por servicio técnico la Secretaría observó que la Solicitante aplicó el ajuste propuesto. Sin embargo, no presentó las pruebas u argumentos que justificaran su aplicación, por lo que determinó no utilizarlo para el cálculo del valor normal.

62. Respecto de las referencias de precios obtenidas de la página de Internet Love Procurement, la Solicitante puntualizó que la plataforma no aplica ningún cobro por las transacciones que se llevan a cabo dentro de la misma de acuerdo a lo establecido en la página de Internet de Baidu Love Purchase User Service Agreement (<https://b2b.baidu.com/agrt/user?v=20240507>).

d. Determinación

63. De conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo *Antidumping*, 36 de la LCE, y 53 y 54 del RLCE, la Secretaría ajustó el valor normal por concepto de comercialización, específicamente por la tarifa de servicio de plataforma.

3. Margen de discriminación de precios

64. De conformidad con los artículos 2.1 del Acuerdo *Antidumping*, 30 de la LCE, y 38 y 40 del RLCE, la Secretaría comparó el valor normal con el precio de exportación del producto objeto de investigación y determinó que existen indicios suficientes, basados en pruebas positivas, para presumir que, durante el periodo investigado, las importaciones de rollos de papel térmico convertidos originarias de China se realizaron con un margen de discriminación de precios superior al *de minimis*.

G. Análisis de daño y causalidad

65. La Secretaría analizó los argumentos y pruebas que aportó la Solicitante, además de la información que ella misma se allegó, con el objeto de determinar si existen indicios suficientes para sustentar que las importaciones de rollos de papel térmico convertidos originarias de China, efectuadas en presuntas condiciones de discriminación de precios, causaron daño material a la rama de producción nacional del producto similar. Esta evaluación comprende, entre otros elementos, un análisis de:

- a. El volumen de las importaciones en presuntas condiciones de dumping, su precio y el efecto de estas en los precios internos de los rollos de papel térmico convertidos nacionales.
- b. La repercusión del volumen y precio de esas importaciones en los indicadores económicos y financieros de la rama de producción nacional del producto similar.

66. El análisis de los indicadores económicos y financieros de la rama de producción nacional comprende la información que la Solicitante proporcionó, dado que representa a la rama de producción nacional del producto similar, tal como se determinó en el punto 98 de la presente Resolución.

67. Para tal efecto, la Secretaría consideró datos de los siguientes periodos:

Periodo analizado		
agosto de 2022 – julio de 2025		
Periodo 1	Periodo 2	Periodo investigado
agosto de 2022 – julio de 2023	agosto de 2023 – julio de 2024	agosto de 2024 – julio de 2025

68. Salvo indicación en contrario, el comportamiento de los indicadores económicos y financieros en un determinado año o periodo se analiza respecto del inmediato anterior comparable.

1. Similitud del producto

69. De conformidad con lo establecido en los artículos 2.6 del Acuerdo *Antidumping*, y 37, fracción II del RLCE, la Secretaría evaluó la información y pruebas existentes en el expediente administrativo del caso, presentadas por la Solicitante, para determinar si los rollos de papel térmico convertidos nacionales son similar al producto objeto de investigación.

a. Características

70. PCM señaló que el producto nacional son los rollos de papel térmico convertidos o elaborados para su uso final.

71. La Solicitante manifestó que el producto similar al objeto de investigación se conoce comercialmente como rollos de papel térmico, rollos de papel térmico convertidos o elaborados para su uso final, rollos de papel térmico convertidos para cajas registradoras / POS, rollo térmico para impresora de *tickets* y rollo de papel para máquinas de punto de venta, y con los siguientes nombres técnicos: rollos de papel térmico sensitivo al calor, rollos de papel para impresión térmica directa y rollos de papel con recubrimiento químico para termo impresión.

72. PCM indicó que el rollo de papel térmico convertible está constituido por una base de papel recubierta con una capa química termosensible, que al recibir calor del cabezal de impresión reacciona y forma la imagen, sin necesidad de tinta. Las especificaciones pueden ser las siguientes:

- a. Gramaje: desde 44 hasta 80 gramos por metro cuadrado.
- b. Ancho: desde 37 hasta 150 milímetros.
- c. Largo: desde 5 hasta 1,600 metros.
- d. Núcleo: cartón o plástico.

73. PCM señaló que dispone, para su venta, de rollos de papel térmico convertidos con las mismas características de ancho, largo, material, caja y etiquetas correspondientes al producto objeto de investigación, los cuales denominó “estándar”. Asimismo, en el periodo analizado fabricó y comercializó rollos de papel térmico hechos a la medida del cliente en cuanto a: ancho, largo, material rollos por caja, etiqueta e impresión, entre otros, a los que denominó “estratégicos” y “especiales”.

74. El producto similar al objeto de investigación se presenta en rollos de un tamaño chico o mediano y pueden ser fácilmente transportados en una mano para ser instalados en una máquina impresora de una terminal punto de venta, impresora de tienda de conveniencia, departamental, cajero automático o ATM de un banco o *ticket*.

75. Para acreditar su dicho la Solicitante señaló su página de Internet y la Secretaría consultó el catálogo de PCM, los cuales reportan los usos, características y dimensiones del producto similar al objeto de investigación.



Fuente: Información de PCM, que obra en el expediente administrativo.

76. Indicó que los rollos de papel térmico convertidos en el mercado se comercializan comúnmente en rollos, piezas o cajas.

b. Proceso productivo

77. PCM señaló que los principales insumos utilizados en la elaboración del producto similar al objeto de investigación son los rollos de papel térmico “jumbo” —se identifican por ser mayores a 216 milímetros de ancho y más de 1,601 metros de longitud—, centros y materiales de empaque. Indicó que el papel térmico se compone de papel bond, un recubrimiento o pre-capa y una mezcla química:

- a. El recubrimiento o pre-capa mejora la adhesión, uniformidad y la calidad de impresión, aunque las fórmulas exactas dependen de cada fabricante, generalmente incluyen pigmentos minerales, como el carbonato de calcio o caolín, mezclados con un aglutinante polimérico (látex o PVA) y aditivos, formando una capa delgada y lisa que prepara al papel base para recibir la capa termosensible.
- b. Para el caso de la mezcla química, esta funciona como un revelador utilizando sensibilizadores y aditivos.

78. La Solicitante indicó que el proceso productivo del producto nacional consta de las siguientes etapas:

- a. A partir de un rollo de papel térmico en bobina de gran formato o rollo “jumbo”, la realización del corte y rebobinado. Los rollos “jumbo” se cortan en medidas específicas. Se rebobinan en rollos más pequeños y compactos, adecuados para distintos dispositivos (TPV, cajas registradoras, impresoras de etiquetas, etc.).
- b. Personalización de embalaje. Se ofrecen opciones de impresión en los rollos o empaques con logotipos o diseños.
- c. Embalaje y envío. Los rollos se empaquetan con materiales a prueba de humedad y polvo, asegurando su transporte.

79. Para acreditar sus afirmaciones, PCM presentó fotografías, con su respectiva descripción, de cada una de las etapas mencionadas del proceso productivo.

c. Normas

80. Mencionó que los rollos de papel térmico convertidos fabricados por la producción nacional no son objeto de cumplimiento de ninguna norma oficial mexicana o estándar internacional.

d. Usos y funciones

81. La Solicitante indicó que los rollos de papel térmico convertidos son utilizados principalmente por consumidores que necesitan imprimir recibos de manera rápida y económica, sin la necesidad de tintas o cartuchos. Los rollos de papel térmico son utilizados como comprobante de pago (*ticket*), registro de datos, facturas, cupones, *voucher* de transacción bancaria, estados de cuenta, boletos en general y toma turnos. Para acreditar lo anterior, presentó su página de Internet (<https://www.pcm.com.mx/>).

e. Consumidores y canales de distribución

82. PCM señaló que no hay un mercado geográfico específico al que se destine el producto similar al objeto de investigación. Agregó que los principales consumidores son:

- a. Comercios y minoristas: puntos de venta, como tiendas de comestibles, restaurantes, tiendas de ropa y supermercados, que utilizan los rollos de papel térmico para imprimir recibos de ventas y facturas o para etiquetar prendas de vestir.
- b. Cajeros automáticos: usan rollos de papel térmico para imprimir recibos de transacciones bancarias.

- c. Estaciones de servicio y gasolineras: utilizan rollos de papel térmico para emitir recibos de pago.
- d. Transporte y logística: empresas de mensajería o transporte utilizan impresoras térmicas para emitir etiquetas o recibos de entrega.
- e. Industrias de *tickets* y eventos: para conciertos, cines, teatros y otras actividades de entretenimiento, los rollos térmicos se usan para imprimir *tickets* de entrada, *tickets* para estacionamientos y en el sector de la aviación para imprimir pases de abordar.
- f. Sector salud: emplean los rollos de papel térmico para imprimir recetas médicas, diagnósticos u otros documentos.

83. Para acreditar lo anterior, PCM presentó información obtenida de su página de Internet (<https://www.pcm.com.mx/>).

84. Con base en la información presentada por la Solicitante, referente a los listados de ventas al mercado interno a sus clientes y la reportada en la Balanza Comercial, la Secretaría observó que, durante el periodo analizado, dos de los clientes de la Solicitante que realizaron compras del producto nacional, también realizaron importaciones del producto objeto de investigación, conforme se indica en el punto 135 de la presente Resolución.

f. Determinación

85. A partir de lo descrito en los puntos 1 a 20 y 69 a 84 de la presente Resolución, la Secretaría contó con elementos suficientes para determinar, de manera inicial, que los rollos de papel térmico convertidos de producción nacional son similares al producto objeto de investigación, debido a que tienen características semejantes, se fabrican con insumos y procesos productivos similares, atienden mercados y consumidores similares, lo que les permite cumplir las mismas funciones y ser comercialmente intercambiables, de manera que pueden considerarse similares, en términos de lo dispuesto en los artículos 2.6 del Acuerdo *Antidumping*, y 37, fracción II del RLCE.

2. Rama de producción nacional y representatividad

86. De conformidad con lo establecido en los artículos 4.1 y 5.4 del Acuerdo *Antidumping*, 40 y 50 de la LCE, y 60, 61 y 62 del RLCE, la Secretaría identificó a la rama de producción nacional como al conjunto de empresas productoras de rollos de papel térmico convertidos, cuya producción agregada constituya una proporción importante de la producción nacional total de dicho producto, tomando en cuenta si las empresas fabricantes son importadoras del producto objeto de investigación o si existen elementos para presumir que se encuentran vinculadas con empresas importadoras o exportadoras de este.

87. La Solicitante mencionó estar afiliada a la CNICP y no haber realizado importaciones del producto objeto de investigación durante el periodo analizado. Manifestó que siempre ha privilegiado la producción en México y, por ende, no cuentan con algún tipo de vínculo o alianza con empresas importadoras o exportadoras del producto objeto de investigación.

88. PCM señaló a 16 empresas como productoras nacionales de rollos de papel térmico convertidos. Al respecto, mencionó que no tiene comunicación con la totalidad de las empresas fabricantes nacionales de rollos de papel térmico mencionadas. Sin embargo, logró contactar a las empresas más importantes "Formas para Negocio y Formularios de México" en cuanto a su volumen de producción.

89. Señaló que Formas para Negocio y Formularios de México representaron aproximadamente el 32% de la producción nacional en el periodo investigado. Dichas empresas manifestaron su apoyo a la presente investigación, a través de las cartas de apoyo que dichas empresas presentaron.

90. Para estimar la producción de rollos de papel térmico convertidos, PCM identificó a las empresas que realizaron, en el periodo analizado, importaciones de rollos de papel "jumbo" "principal insumo en la elaboración del rollo de papel térmico convertido", entre las que se encuentran las empresas que manifestaron su apoyo.

91. Con base en lo anterior, PCM señaló que en el periodo investigado, participó con 47.5% de la producción nacional, mientras que las empresas que manifestaron su apoyo, Formularios de México participó con 25.1% y Formas para Negocios con 7.1%.

92. Con la finalidad de allegarse información para identificar a la rama de producción nacional y la participación de las productoras nacionales, la Secretaría requirió a la CNICP un listado de las empresas nacionales que fabricaron rollos de papel térmico convertidos durante el periodo analizado, así como la producción nacional, para el periodo analizado, conforme a lo señalado en el punto 23 de la presente Resolución.

93. Asimismo, a Formularios de México y Formas para Negocios, se les requirió información sobre su producción, ventas, importaciones, precios, empleo, salarios, autoconsumo, inventarios, capacidad instalada, utilización de la capacidad instalada, así como importaciones del principal insumo para la fabricación de los rollos similares al producto objeto de investigación, conforme el punto 25 de la presente Resolución.

94. La Secretaría también requirió información a las 40 empresas de que tuvo conocimiento como posibles productoras de rollos de papel térmico convertidos en el periodo analizado, conforme a la información proporcionada por PCM, a fin de que indicaran si fabricaron rollos de papel térmico convertidos similares al producto objeto de investigación y, en su caso, proporcionaran cifras de producción, ventas totales, capacidad instalada, indicaran si realizaron importaciones de rollos de papel térmico “jumbo” y el destino de estas, así como su posición respecto de la presente investigación, conforme al punto 24 de la presente Resolución.

95. De los requerimientos de información realizados por la Secretaría, la CNICP y las empresas respondieron lo siguiente:

- a. La CNICP manifestó que de acuerdo con información derivada de consultas que realizó y de la que es del conocimiento de su empresa afiliada PCM, presentó un listado de 16 empresas productoras nacionales, así como una estimación de la producción y participación en la producción nacional de PCM en cada uno de los periodos que conforman el periodo analizado. La Secretaría analizó la información aportada y observó que esta es congruente con la que PCM reportó en su respuesta al Formulario.
- b. Formas para Negocios y Formularios de México mantuvieron su apoyo a la investigación. Sin embargo, la Secretaría no contó con información completa sobre los indicadores solicitados.
- c. Respecto de las 40 empresas a que hace referencia el punto 24 de la presente Resolución, 25 presentaron su respuesta al requerimiento, en tanto que 15 empresas no respondieron el requerimiento de información:
 - i. Respecto de las empresas que respondieron: 6 señalaron haber fabricado rollos de papel térmico convertidos similares al producto objeto de investigación en el periodo analizado; en todos los casos, las empresas reportaron su producción, ventas y capacidad instalada para cada uno de los periodos que conforman el periodo analizado. De igual manera, las empresas productoras manifestaron su apoyo a la presente investigación. Una empresa más indicó haber realizado importaciones de rollos de papel térmico “jumbo” para convertirlos en rollos de papel térmico. Al respecto, la Secretaría observó que esta empresa se ubica en la descripción del proceso productivo que presentó PCM.
 - ii. Las 18 empresas restantes manifestaron no haber fabricado los rollos de papel térmico convertidos.
 - iii. Respecto de las 15 empresas que no respondieron al requerimiento, la Secretaría, en esta etapa de la investigación, consideró como productoras de rollos de papel térmico convertidos similares al producto objeto de investigación a 5, toda vez que son empresas importadoras del principal insumo para la fabricación de los rollos de papel térmico convertidos —rollos “jumbo”—, y de acuerdo con lo señalado en sus páginas de Internet, fabrican y comercializan rollos de papel térmico convertidos. Para estas empresas, la Secretaría estimó su producción de acuerdo con la metodología propuesta por la Solicitante, relativa a que su producción está en función de las importaciones de rollos de papel térmico “jumbo” que realizaron.

96. A partir de lo descrito en el punto inmediato anterior —información proporcionada por la CNICP, por las empresas que manifestaron su apoyo en la respuesta al Formulario, por las que respondieron al requerimiento de información que la Secretaría formuló, la información estimada para aquellas que no respondieron dicho requerimiento, así como la presentada por la Solicitante—, la Secretaría estimó la producción nacional de rollos de papel térmico convertidos. De ello, observó que PCM representó más del 50% de la producción nacional y la solicitud cuenta con el apoyo de más del 80% de la producción nacional, tanto en el periodo investigado como en el periodo analizado.

97. La Secretaría analizó el listado de operaciones de importación de la Balanza Comercial correspondiente a las fracciones arancelarias de la TIGIE 4809.90.99 NICO 01 y 4811.90.99 NICO 99, y observó que, en el periodo analizado, la Solicitante, así como las empresas que manifestaron su apoyo, no realizaron importaciones de la mercancía objeto de investigación originarias de China. Además, no identificó vinculación con alguna empresa importadora o exportadora del producto objeto de investigación.

98. Con base en los resultados descritos en los puntos 86 a 97 de la presente Resolución, la Secretaría determinó inicialmente que la solicitud se encuentra apoyada por más del 80% de los productores nacionales de rollos de papel térmico convertidos. Asimismo, determinó que la Solicitante constituye la rama de producción nacional, al participar durante el periodo investigado y el periodo analizado con más del 50% de la producción nacional total de rollos de papel térmico convertidos, de conformidad con lo previsto en los artículos 4.1 y 5.4 del Acuerdo *Antidumping*, 40 y 50 de la LCE y 60, 61 y 62 del RLCE. Adicionalmente, la Secretaría no contó con elementos que indiquen que la Solicitante se encuentra vinculada con exportadores o importadores del producto objeto de investigación.

3. Mercado nacional

99. La Solicitante señaló que no existe un mercado geográfico específico al que se destine tanto el producto objeto de investigación como el producto similar.

100. La Secretaría evaluó el comportamiento del mercado nacional en el periodo analizado con base en la información existente en el expediente administrativo, incluyendo las cifras nacionales de producción estimadas conforme se describe en los puntos 95 y 96 de la presente Resolución y las operaciones de importación y exportación realizadas durante el periodo analizado, a través de las fracciones arancelarias de la TIGIE 4809.90.99 NICO 01 y 4811.90.99 NICO 99, obtenidas del listado de operaciones de importación de la Balanza Comercial.

101. Con base en la información descrita en el punto inmediato anterior, la Secretaría observó que el CNA, medido como la producción nacional más las importaciones menos las exportaciones, disminuyó 7% en el periodo analizado: aumentó 15% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y cayó 20% en el periodo investigado. El desempeño de cada componente del CNA fue el siguiente:

- a. El volumen total importado creció 24% en el periodo analizado: aumentó 2% en el periodo agosto de 2023 - julio de 2024 y 22% en el periodo investigado. Durante el periodo analizado, las importaciones totales se efectuaron de 28 países, en las que China fue el principal origen al contribuir en promedio con el 88% del volumen total.
- b. La producción nacional registró una disminución de 1% en el periodo analizado: aumentó 14% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y disminuyó 13% en el periodo investigado.
- c. Las exportaciones crecieron 8% en el periodo analizado: aumentaron 11% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y cayeron 2% en el periodo investigado.

102. Por lo que se refiere a la producción nacional orientada al mercado interno, en adelante PNOMI, calculada como la producción nacional total menos las exportaciones totales, reportó una disminución de 10% en el periodo analizado: aumentó 16% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y disminuyó 23% en el periodo investigado.

4. Análisis real de las importaciones

103. De conformidad con lo establecido en los artículos 3.1 y 3.2 del Acuerdo *Antidumping*, 41, fracción I de la LCE, y 64, fracción I del RLCE, la Secretaría evaluó el comportamiento y la tendencia de las importaciones del producto objeto de investigación durante el periodo analizado, tanto en términos absolutos como en relación con la producción o el consumo nacional.

104. La Solicitante señaló que las importaciones de rollos de papel térmico convertidos, originarias de China, se realizaron en condiciones de discriminación de precios, con un margen de discriminación de precios superior al *de minimis*.

105. PCM señaló que obtuvo información para las fracciones arancelarias de la TIGIE 4809.90.99 NICO 01 y 4811.90.99 NICO 99, para el periodo comprendido del 1 de agosto de 2022 al 30 de julio de 2025, de la página de Internet de Veritrade (<https://www.veritrade.com/>). No obstante, por dichas fracciones arancelarias ingresan productos diferentes al objeto de investigación, por lo que empleó tres criterios para identificar al producto objeto de investigación: identificó las importaciones cuyo régimen haya sido el definitivo, y de estas, aquellas cuya descripción refiere a “rollos de papel térmico”, y excluyó aquellas que refieren a bobinas “jumbo” —rollos mayores a 216 milímetros de ancho y más de 1,601 metros de longitud—, toda vez que estos son el principal insumo para la fabricación de los rollos de papel térmico convertidos.

106. A partir de lo descrito, PCM señaló que las importaciones de origen chino registraron un crecimiento de 43% en el periodo analizado, al grado de convertirse en el principal origen de las importaciones de rollos de papel térmico, con el 90% de las importaciones totales.

107. La Secretaría replicó los criterios propuestos por la Solicitante para identificar el producto objeto de investigación, descritos en el punto 105 de la presente Resolución, a partir del listado de operaciones de importación de la Balanza Comercial correspondiente a las fracciones arancelarias y NICO referidos, en virtud de que tal información se obtiene previa validación de los pedimentos aduaneros que se dan en un marco de intercambio de información entre agentes y apoderados aduanales y la autoridad aduanera, por lo tanto, se considera como la mejor información disponible. Al respecto, la Secretaría obtuvo cifras similares a las reportadas por la Solicitante en el periodo analizado.

108. La Secretaría observó que las importaciones totales de rollos de papel térmico convertidos, que México realizó durante el periodo analizado, crecieron 24% en el periodo analizado: aumentaron 2% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y 22% en el periodo investigado.

109. El incremento de las importaciones totales se explica principalmente por la participación de las importaciones originarias de China, ya que representaron el principal origen con una participación de 88% en el volumen total en el periodo analizado, al pasar de una contribución de 87% en el periodo agosto de 2022 – julio de 2023 a 89% en el periodo investigado. El volumen importado, originario de China, creció 27% en el periodo analizado: aumentó 4% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y 22% en el periodo investigado.

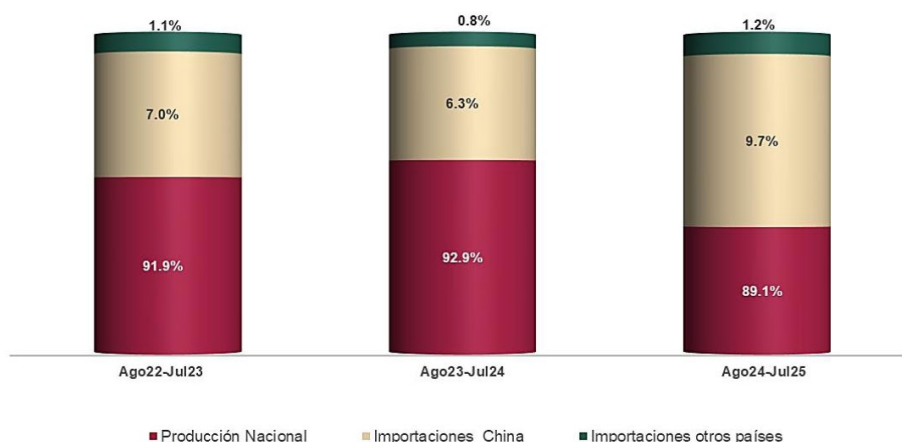
110. Las importaciones de otros orígenes aumentaron 6% en el periodo analizado: cayeron 14% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y crecieron 24% en el periodo investigado. En el periodo analizado, registraron una participación de 12% en el volumen de las importaciones totales.

111. En relación con el mercado nacional, la Secretaría observó que las importaciones originarias de China registraron una participación promedio en el periodo analizado de 7.6%, al reportar una participación de 7% en el periodo agosto de 2022 – julio de 2023, 6.3% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y 9.7% en el periodo investigado, lo que se reflejó en un crecimiento de 2.7 puntos porcentuales en el periodo analizado.

112. Las importaciones originarias de otros países mantuvieron su participación prácticamente constante en el CNA durante el periodo analizado: pasaron de 1.1% en el periodo agosto de 2022 – julio de 2023 a 1.2% en el periodo investigado, de manera que solo incrementaron su participación en 0.1 puntos porcentuales en el periodo analizado.

113. La PNOMI, reportó una tendencia a la baja, al reportar una caída en su participación en el CNA de 2.8 puntos porcentuales en el periodo analizado: registró una contribución de 91.9% en periodo agosto de 2022 – julio de 2023, 92.9% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y disminuyó a 89.1% en el periodo investigado.

114. La Secretaría observó que, de los 2.8 puntos porcentuales de pérdida de mercado de la producción nacional en el periodo analizado, 2.7 puntos son atribuibles a las importaciones investigadas y 0.1 punto a las de los demás orígenes, mientras que, en el periodo investigado, de los 3.8 puntos porcentuales de pérdida de participación, 3.4 puntos son atribuibles a las importaciones investigadas y 0.4 puntos a las de otros orígenes. Estos resultados se ilustran en la siguiente gráfica:



Fuente: Información de PCM y Balanza Comercial.

115. En relación con la producción nacional, las importaciones originarias de China registraron una participación de 3.9% en periodo agosto de 2022 – julio de 2023, 3.6% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024, y 5% en el periodo investigado, lo que significó un incremento de 1.1 puntos porcentuales en el periodo analizado y 1.4 puntos en el periodo investigado.

116. Con base en los resultados del análisis de las importaciones objeto del presente procedimiento, la Secretaría determinó inicialmente que las importaciones originarias de China registraron un comportamiento creciente en el periodo analizado e investigado, lo que generó un incremento de estas, en la contribución tanto en el mercado como en la producción nacional, en los periodos señalados. Por su parte, la PNOMI disminuyó en los periodos investigado y analizado, reflejándose en una caída de su participación en el mercado nacional en dichos periodos, lo cual indica de manera inicial la existencia de un desplazamiento del producto de fabricación nacional, causado por las importaciones investigadas de rollos de papel térmico convertidos en presuntas condiciones de *dumping*.

5. Efectos sobre los precios

117. De conformidad con lo dispuesto en los artículos 3.1 y 3.2 del Acuerdo *Antidumping*, 41, fracción II de la LCE, y 64, fracción II del RLCE, la Secretaría analizó si las importaciones originarias de China concurren al mercado mexicano a precios inferiores a los del producto nacional similar, o bien, si el efecto de esas importaciones fue hacer bajar los precios internos o impedir el aumento que, en otro caso, se hubiera producido, así como si el nivel de precios de las importaciones fue determinante para explicar su comportamiento en el mercado nacional.

118. PCM señaló que, a partir de las importaciones a que hace referencia el punto 106 de la presente Resolución, calculó el precio al que ingresaron las importaciones objeto de investigación, así como el de las de otros orígenes. Presentó dichos precios a nivel aduana, en dólares. Indicó que el precio promedio de las importaciones objeto de investigación fue el más bajo y no solo eso, sino que se redujo 19% en el periodo analizado, lo que ocasionó que las importaciones investigadas reportaran un incremento de 43% en el mismo periodo.

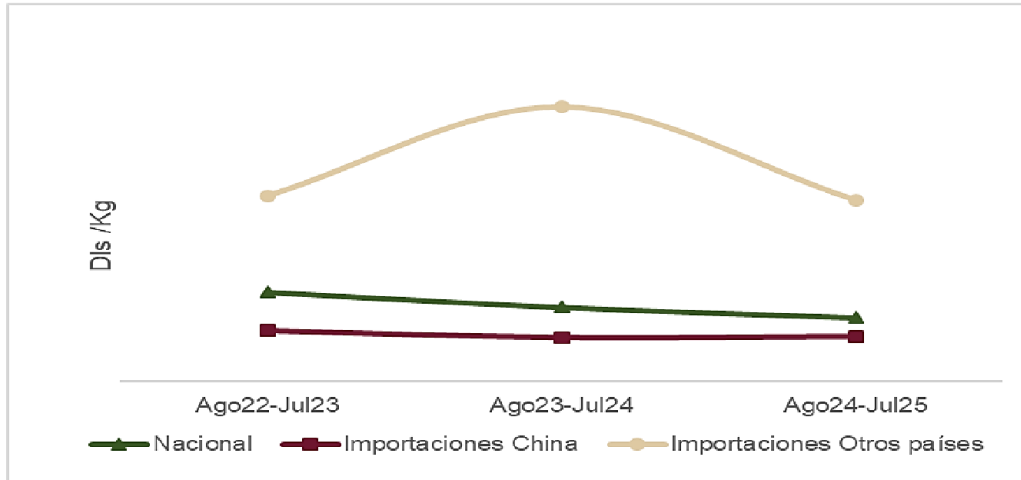
119. Adicionalmente, PCM indicó que el precio al que ingresaron las importaciones de rollos de papel térmico convertidos originarias de China, se situó 37% por debajo del precio de venta ex fábrica de PCM en el periodo investigado.

120. Por ello, PCM concluyó que los precios de las importaciones objeto de investigación no solo fueron los más bajos, sino que también reportaron una tendencia a la baja y mostraron una subvaloración de 37% respecto del precio de la Solicitante, lo que incidió en el incremento de las importaciones de 43%, hasta convertirse en el principal origen de las importaciones, al representar 89.9%.

121. A fin de evaluar los argumentos que la Solicitante expuso, la Secretaría calculó los precios implícitos promedio tanto de las importaciones objeto de investigación como de los demás orígenes, expresados en dólares, a partir de los volúmenes y valores obtenidos conforme a la metodología referida en los puntos 105 y 107 de la presente Resolución, y el precio promedio de venta al mercado interno de la rama de producción nacional.

122. Los resultados indican que el precio promedio implícito de las importaciones originarias de China registró una disminución de 12% en el periodo analizado: cayó 16% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y aumentó 5% en el periodo investigado. Respecto del precio promedio implícito de las importaciones originarias de otros países, este disminuyó 6% en el periodo analizado: creció 31% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y cayó 28% en el periodo investigado.

123. La Secretaría observó que el precio promedio de las ventas internas de la mercancía fabricada por la rama de producción nacional, medido en dólares, disminuyó 29% en el periodo analizado: cayó 17% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y 14% en el periodo investigado.

Precio nacional y de importación de rollos de papel térmico convertidos

Fuente: Información proporcionada por la Solicitante y la Balanza Comercial.

Subvaloración (%)	agosto de 2022 – julio de 2023	agosto de 2023 – julio de 2024	Periodo investigado
Respecto del precio nacional	-44	-43	-30
Respecto del precio de otros orígenes	-70	-81	-72

124. Con la finalidad de evaluar la existencia de subvaloración, la Secretaría comparó el precio puesto en planta de las ventas al mercado interno del producto nacional con el precio de las importaciones de rollos de papel térmico convertidos descrito en el punto 121 de la presente Resolución. Para analizar los precios de las importaciones al mismo nivel de competencia, aplicó los derechos de trámite aduanal y los gastos de agente aduanal a los precios de las importaciones originarias de China, así como de las importaciones de los demás países.

125. De la información descrita en el punto inmediato anterior, la Secretaría observó que el precio promedio de las importaciones de rollos de papel térmico convertidos originarias de China se ubicó 44% por debajo del precio nacional en el periodo agosto de 2022 – julio de 2023, mientras que para el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 la subvaloración fue de 43% y de 30% en el periodo investigado.

126. Asimismo, la Secretaría observó que el precio del producto objeto de investigación también se ubicó por debajo del precio de las importaciones originarias de otros países al registrar niveles de subvaloración de 70% en el periodo agosto de 2022 – julio de 2023, y de 81% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024, y de 72% en el periodo investigado.

127. Con base en los resultados descritos en los puntos anteriores, la Secretaría observó que, en el periodo analizado, las importaciones del producto originario de China se realizaron con significativos niveles de subvaloración respecto del precio de venta al mercado interno del producto nacional, así como en relación con los precios de las importaciones originarias de otros países. Este bajo nivel de precios se observa en forma asociada con la presunta práctica de discriminación de precios en que incurrieron, cuyos elementos quedaron establecidos en el punto 64 de la presente Resolución.

128. Los bajos precios de las importaciones investigadas, así como su tendencia a la baja durante el periodo analizado, se ha reflejado en un deterioro a la rama de producción nacional con una disminución de sus ventas y producción orientada al mercado interno, en adelante POMI, lo que ha vulnerado sus utilidades operativas y margen operativo a lo largo del periodo analizado, como se describe en el siguiente apartado de la presente Resolución, lo que hace vulnerable a la rama de producción nacional ante la competencia de las importaciones objeto de investigación en presuntas condiciones de *dumping*.

6. Efectos sobre la rama de producción nacional

129. Con fundamento en lo dispuesto en los artículos 3.1 y 3.4 del Acuerdo *Antidumping*, 41, fracción III de la LCE, y 64, fracción III del RLCE, la Secretaría evaluó los efectos de las importaciones de rollos de papel térmico convertidos originarias de China, sobre los indicadores económicos y financieros relativos a la rama de producción nacional del producto similar.

130. La Solicitante indicó que, como consecuencia del alto volumen de las importaciones investigadas en condiciones de discriminación de precios, las ventas al mercado interno de PCM registraron una reducción, así como una disminución en su producción de 6%, lo que representó un daño a la producción nacional.

131. Con base en la información proporcionada por la Solicitante, referente a sus indicadores económicos para el periodo analizado, la Secretaría observó que el volumen de producción de la rama de producción nacional de rollos de papel térmico convertidos aumentó 1% en el periodo analizado: creció 7% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y cayó 6% en el periodo investigado.

132. La POMI de la rama de producción nacional disminuyó 21% en el periodo analizado: aumentó 2% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y cayó 23% en el periodo investigado.

133. La participación de la POMI de la rama de producción nacional en el CNA, durante el periodo analizado, reportó una caída de 12.9 puntos porcentuales al registrar una participación de 86% en el periodo agosto de 2022 – julio de 2023, 76.4% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y 73.1% en el periodo investigado.

134. Las ventas totales de rollos de papel térmico convertidos de la rama de producción nacional crecieron 7% en el periodo analizado: aumentaron 11% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y disminuyeron 4% en el periodo investigado. La Secretaría observó que el desempeño que registraron las ventas totales se explica en mayor medida por el comportamiento que tuvieron las que se destinaron al mercado interno. Los siguientes resultados así lo sustentan:

- a. Las ventas al mercado interno de la rama de producción nacional registraron una disminución de 14% en el periodo analizado: aumentaron 7% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y cayeron 20% en el periodo investigado. Estas representaron el 65.8% de las ventas totales en el periodo analizado.
- b. Las ventas al mercado externo de la rama de producción nacional reportaron un incremento de 59% en el periodo analizado: aumentaron 21% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y 32% en el periodo investigado. Estas representaron el 34.2% de las ventas totales en el periodo analizado.

135. La Secretaría comparó el listado de ventas a clientes al mercado interno de la Solicitante y el listado de operaciones de importación de la Balanza Comercial. A partir de dicha información, observó que dos clientes de PCM que disminuyeron sus compras de producto nacional, incrementaron sus compras de producto objeto de investigación, las cuales representaron alrededor del 20% del volumen total importado originario de China en el periodo analizado.

136. Estos clientes de la rama de producción nacional disminuyeron 38% sus compras nacionales durante el periodo investigado, al tiempo que incrementaron 253% sus importaciones de rollos de papel térmico convertidos originarios de China en el mismo periodo, lo que permite presumir que volúmenes considerables de importaciones investigadas se realizaron para sustituir compras del producto nacional similar.

137. La sustitución de volúmenes de ventas nacionales por las importaciones investigadas que los clientes descritos realizaron, se explica debido a que estas últimas tuvieron precios menores que los del producto nacional similar que adquirieron, al registrar márgenes de subvaloración de 36% en el periodo agosto de 2022 – julio de 2023, 38% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y 26% en el periodo investigado.

138. En relación con los inventarios de la rama de producción nacional, disminuyeron 34% en el periodo analizado: cayeron 8% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y 28% en el periodo investigado.

139. El empleo de la rama de la producción nacional disminuyó 8% en el periodo analizado: aumentó 2% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y cayó 10% en el periodo investigado. Los salarios crecieron 30% en el periodo analizado: aumentaron 26% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y 3% en el periodo investigado.

140. El desempeño de la producción y del empleo de la rama de producción nacional se reflejó en la productividad, medida como el cociente de estos indicadores, aumentó 10% en el periodo analizado: creció 6% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y 4% en el periodo investigado.

141. En relación con la capacidad instalada de la rama de producción nacional relativa a la producción de rollos de papel térmico convertidos, se mantuvo constante en el periodo analizado. Respecto de la utilización de la capacidad instalada aumentó 0.7 puntos porcentuales en el periodo analizado, al reportar una utilización de 55.5% en el periodo agosto de 2022 – julio de 2023 a 59.6% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y 56.2% en el periodo investigado, lo que reflejó una disminución de la utilización de la capacidad instalada de 3.4 puntos porcentuales en este último periodo.

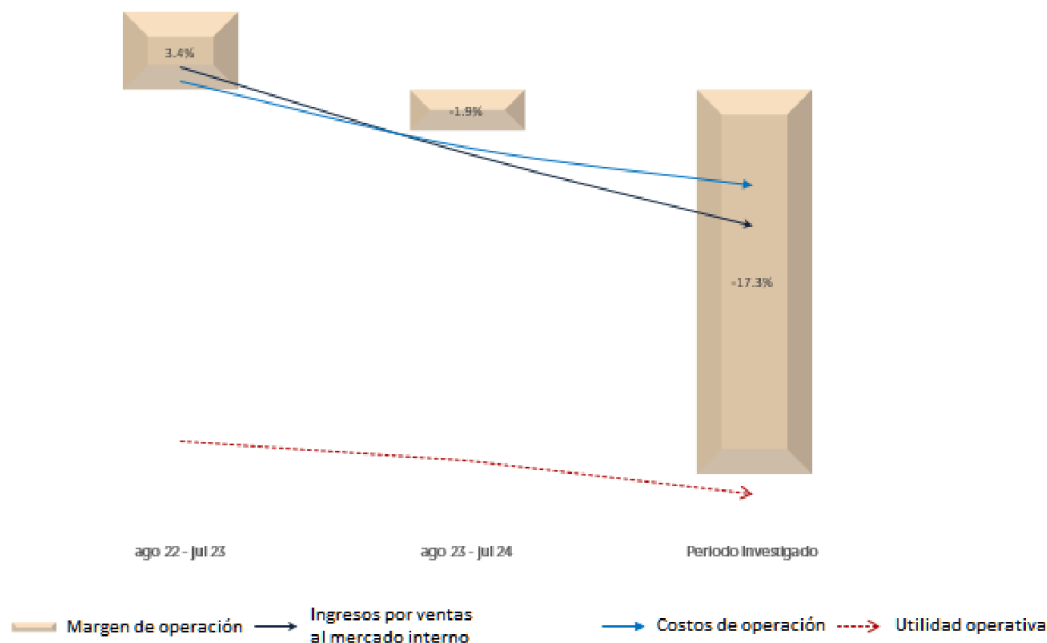
142. PCM proporcionó el estado de costos, ventas y utilidades para el mercado total, para el mercado interno y para el mercado de exportación. Además, presentó el estado de costos y gastos unitario para el periodo analizado. La información financiera histórica proporcionada por la Solicitante fue actualizada mediante el método de cambios en el nivel general de precios utilizando el Índice Nacional de Precios al Consumidor que determina el Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

143. La Secretaría analizó el comportamiento de los ingresos por ventas de la rama de producción nacional del producto similar en el mercado interno y observó lo siguiente: disminuyeron 22% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 y 24% en el periodo investigado, de modo que, durante el periodo analizado, se observó una disminución en los ingresos por ventas de 41%.

144. Los costos de operación (entendiendo estos como la suma de los costos de venta más los gastos de operación) en el periodo de agosto de 2023 – julio de 2024, registraron una reducción de 18%, mientras que para el periodo investigado disminuyeron 12.5%, de tal forma que en el periodo analizado dichos costos de operación cayeron 28%.

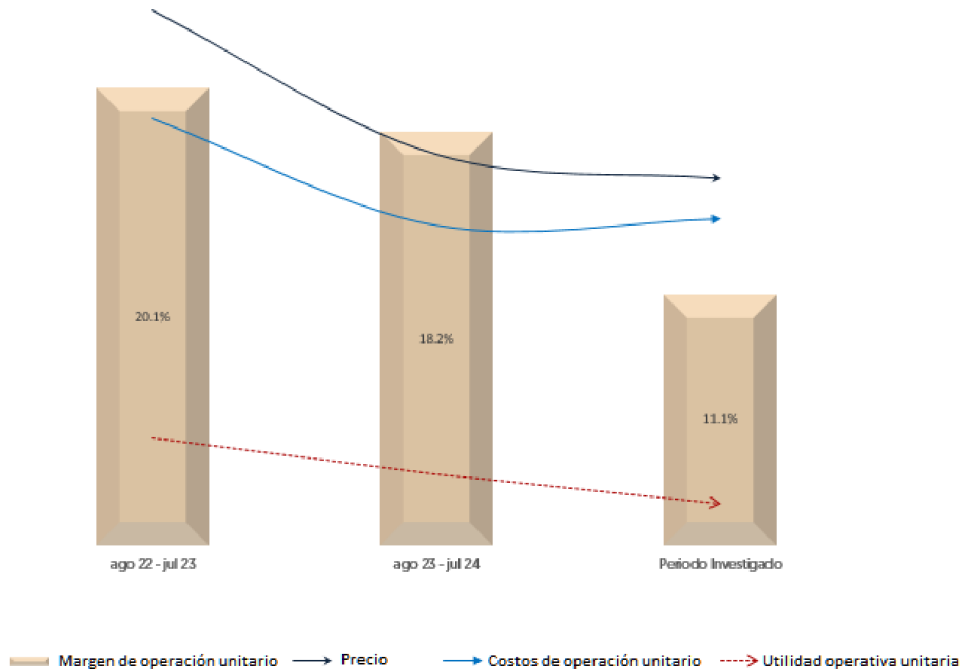
145. A partir del comportamiento de los ingresos por ventas y de los costos de operación de la mercancía similar descritos en los puntos anteriores, la Secretaría observó una caída en las utilidades operativas de 143% en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024, mientras que en el periodo investigado las pérdidas operativas aumentaron más de 5 veces. Por lo tanto, en el periodo analizado se observaron pérdidas acumuladas, equivalentes a 3 veces las utilidades registradas en el periodo agosto de 2022 – julio de 2023.

146. Por otra parte, el margen operativo de la industria nacional de rollos de papel térmico reflejó lo siguiente: en el periodo agosto de 2022 – julio de 2023 fue de 3.4%, en el periodo agosto de 2023 – julio de 2024 reportó 1.9% negativo y en el periodo investigado nuevamente registró negatividad en su comportamiento en 17.3%.



Fuente: Elaboración de la Secretaría con información financiera de la rama de producción nacional.

147. A nivel unitario, es posible observar en el periodo analizado, una tendencia decreciente en la utilidad operativa en 62%, como resultado de la reducción en el precio en moneda nacional en 31%, en tanto que los costos de operación únicamente disminuyeron 24%, por lo que el margen operativo disminuyó 9 puntos porcentuales, al pasar de 20.1% en el periodo agosto de 2022 - julio de 2023, a 11.1% en el periodo investigado.



Fuente: Elaboración de la Secretaría con información financiera de la rama de producción nacional.

148. La Solicitante no presentó información financiera o pruebas relacionadas a proyectos de inversión para la producción de mercancía similar.

149. Las variables financieras de rendimiento sobre la inversión en activos, en adelante ROA, por las siglas en inglés de *Return On Assets*, flujo de efectivo y capacidad para reunir capital, se evaluaron a partir de los estados financieros que presentó la empresa Solicitante, que consideran la producción del grupo o gama más restringido de productos que incluyen a la mercancía similar, de conformidad con los artículos 3.6 del Acuerdo *Antidumping* y 66 del RLCE.

150. Respecto del ROA de la rama de producción nacional de rollos de papel térmico —calculado a nivel operativo— fue positivo en el periodo analizado, al comparar los periodos anuales, es posible observar una tendencia decreciente en 3 puntos porcentuales en el periodo de 2022 a 2024. Dicho rendimiento sobre la inversión disminuyó 5 puntos porcentuales, en el periodo de enero a julio de 2025, en comparación con el mismo periodo de 2024, tal y como se muestra en el siguiente cuadro:

Índice	2022	2023	2024	enero a julio 24	enero a julio 25
ROA	20%	27%	17%	12%	7%

Fuente: Cálculo de la Secretaría usando estados financieros de la Solicitante.

151. A partir del estado de flujo de efectivo, incluido en los estados financieros dictaminados e internos de la Solicitante, la Secretaría analizó el flujo de caja a nivel operativo y observó que fue positivo en los años 2022 a 2024, con tendencia creciente en 6%, debido al aumento en las utilidades. En el periodo de enero a julio de 2025, en comparación con el mismo periodo de 2024, reportó flujos de operación positivos y crecientes en 119%, debido al incremento en las partidas no erogadas.

152. La capacidad de reunir capital de la rama de producción nacional se analiza a través del comportamiento de los índices de solvencia, liquidez, apalancamiento y deuda, calculados con información de los estados financieros dictaminados e internos. A continuación, se muestra un resumen del comportamiento de estos indicadores para los años 2022 a 2024 y para los periodos de enero a julio de 2024 y 2025:

Índice	2022	2023	2024	enero a julio 24	enero a julio 25
Razón de circulante (veces)	1.6	1.9	1.8	3.3	2.5
Prueba de ácido (veces)	1.2	1.5	1.3	2.8	2.1
Apalancamiento	58%	37%	40%	30%	57%
Deuda	37%	27%	29%	23%	36%

Fuente: Cálculo de la Secretaría usando estados financieros de la Solicitante.

153. Conforme al cuadro anterior, la Secretaría observó que la razón de circulante es aceptable, en general una relación de 1 a 1 o superior entre los activos circulantes y los pasivos de corto plazo se considera adecuada. Por su parte, la prueba ácida, en donde, al activo circulante se le resta el valor de los inventarios, en relación con el pasivo de corto plazo, se encuentra en el rango aceptable. Ambas razones financieras fueron analizadas para los años 2022 a 2024 y los periodos de enero a julio de 2024 y 2025.

154. Normalmente, se considera que una proporción del pasivo total con respecto del capital contable o del pasivo total con respecto del activo total es manejable si representa menos del 100%. En la presente investigación, los índices de apalancamiento y deuda reflejan niveles inferiores a 100% durante los años 2022 a 2024 y en los periodos de enero a julio de 2024 y 2025, por lo que la rama de producción nacional de rollos de papel térmico cuenta con capacidad de reunir capital.

155. Con base en los resultados descritos en los puntos 129 a 151 de la presente Resolución, la Secretaría determinó, de manera inicial, que en el periodo investigado y analizado las importaciones originarias de China en presuntas condiciones de *dumping*, registraron un comportamiento creciente debido a sus bajos precios, en tanto el mercado nacional registró una caída en el periodo investigado. Tales precios fueron inferiores a los nacionales en 30%, lo que implicó que la rama de producción nacional disminuyera su producción, POMI, utilización de la capacidad instalada, empleo, ventas al mercado interno e ingresos, así como el crecimiento de las pérdidas operativas en más de 5 veces y del margen operativo negativo.

156. Asimismo, los estados financieros reflejaron que la contribución al rendimiento de los rollos de papel térmico convertidos fue decreciente en el periodo 2024, así como en el periodo enero - julio de 2025 respecto del periodo inmediato anterior comparable, como resultado de las pérdidas operativas crecientes del producto similar al objeto de investigación.

7. Mercado internacional

157. PCM manifestó no contar con bibliografía que señale los volúmenes de producción de los principales países productores de rollos de papel térmico convertidos. No obstante, indicó que logró obtener información de producción de 7 empresas chinas fabricantes de rollos de papel térmico y señaló que la producción nacional de México representó el 25% de la producción de esas 7 empresas chinas.

158. Adicionalmente, PCM indicó que tiene conocimiento de la existencia de al menos 10 empresas chinas productoras de rollos de papel térmico convertidos, de las cuales no tiene información específica sobre sus indicadores. Sin embargo, si se toma en cuenta el posible volumen de producción que estas empresas tienen, se cuenta con mayores elementos sobre la amenaza y potencial de las importaciones chinas.

159. En relación con los principales países exportadores e importadores de rollos de papel térmico convertidos, PCM señaló que con la información con la que cuenta es el ITC Trade Map a nivel de subpartida, 4811.90 y 4809.90, e indicó que, si bien la información puede incluir mercancías distintas al producto objeto de investigación, da una idea clara sobre los principales países que exportan este tipo de mercancías.

160. Respecto de la subpartida 4811.90, PCM presentó cifras de los 6 principales países exportadores, que corresponden a Alemania, China, los Estados Unidos, Corea, Francia y España, así como de los 6 principales países importadores, que corresponden a los Estados Unidos, India, Turquía, Alemania, Canadá e Italia.

161. Asimismo, PCM presentó cifras de exportación de los 5 principales países exportadores de la subpartida 4809.90, las que corresponden a China, los Estados Unidos, Suecia, Finlandia y Mozambique. Respecto de los principales países importadores mundiales, aparecen Mozambique, China, Francia, Reino Unido y Países Bajos.

162. Por su parte, la Secretaría consultó el Trade Map y observó que los 5 principales países exportadores de ambas subpartidas son China, Alemania, los Estados Unidos, Francia y Corea, que en conjunto representaron el 77% de las exportaciones totales mundiales. Tanto en la información reportada por PCM como en la que se allegó la Secretaría, China apareció como uno de los principales países exportadores. Respecto de los 5 principales países importadores de ambas subpartidas, se encuentran los Estados Unidos, India, Canadá, Italia y Alemania, los que en conjunto representaron el 29% de las importaciones totales mundiales.

8. Otros factores de daño

163. De conformidad con los artículos 3.5 del Acuerdo *Antidumping*, 39, último párrafo de la LCE, y 69 del RLCE, la Secretaría examinó la concurrencia de factores distintos a las importaciones objeto de investigación en presuntas condiciones de discriminación de precios, que al mismo tiempo hayan causado daño material a la rama de producción nacional de rollos de papel térmico convertidos.

164. PCM señaló que las importaciones de otros orígenes crecieron 7% mientras que las importaciones objeto de investigación crecieron en más de 43%, lo que quiere decir que durante el mismo periodo las importaciones objeto de investigación crecieron 4,290% más que las importaciones de otros orígenes.

165. PCM mencionó que analizó los precios promedio de las importaciones del resto de los orígenes desde los cuales se realizaron importaciones y se percató que los precios de los rollos de papel térmico convertidos originarios de China fueron los más bajos durante el periodo analizado. Por ello, concluyó que ni los volúmenes ni los precios de las importaciones de otros orígenes en lo individual o en su conjunto, causan daño a la rama de producción nacional.

166. La Secretaría analizó el comportamiento del mercado interno, los posibles efectos en los volúmenes y precios de las importaciones de otros orígenes, el desempeño exportador de la rama de producción nacional, así como otros factores que pudieran ser pertinentes para explicar el desempeño de la rama de producción nacional.

167. La Secretaría observó que, si bien, las importaciones de otros orígenes registraron un incremento de 10% en el periodo analizado, estas representaron en promedio, para el mismo periodo, una participación en el CNA de 0.2%. Asimismo, el precio promedio de las importaciones de otros orígenes a lo largo del periodo analizado se ubicó de manera significativa por encima del precio promedio de venta al mercado interno de la rama de producción nacional.

168. Cabe señalar que, si bien, la Secretaría observó una disminución del CNA del 7% en el periodo analizado y 20% en el periodo investigado, las importaciones objeto de investigación se incrementaron 27% y 22% en los mismos periodos, mientras que la POMI de la rama disminuyó 21% y 23% en los periodos correspondientes. En este contexto de mercado nacional, las importaciones investigadas se beneficiaron, pues incrementaron su participación en el CNA 2.7 puntos porcentuales en el periodo analizado, mientras que las importaciones de otros orígenes solo se incrementaron en 0.1 puntos, lo que se reflejó en un desplazamiento del mercado de la PNOMI en 2.8 puntos porcentuales, lo cual se explica principalmente por los bajos precios en presuntas condiciones de *dumping* y el margen de subvaloración con que se realizaron las importaciones objeto de investigación.

169. Por su parte, las exportaciones registraron un incremento de 8% en el periodo analizado y una disminución de 2% en el periodo investigado. No obstante, las ventas al mercado externo de la rama de producción nacional aumentaron 59% en el periodo analizado y 32% en el periodo investigado.

170. En cuanto a la productividad de la rama de producción nacional, la Secretaría considera que no puede ser la causa del daño a la rama de producción nacional, pues registró una tendencia creciente, al crecer 4% en el periodo investigado y 10% en el periodo analizado.

171. Con base en el análisis descrito en los puntos anteriores y debido a que no se identificó la existencia de prácticas comerciales restrictivas, cambios en la estructura de consumo y evolución de la tecnología, la Secretaría consideró que existen elementos que permiten presumir que las importaciones de rollos de papel térmico convertidos en presuntas condiciones de discriminación de precios, causan daño material a la rama de producción nacional en el periodo analizado.

H. Conclusiones

172. Con base en los resultados del análisis de los argumentos y las pruebas descritos en la presente Resolución, la Secretaría concluyó inicialmente que existen elementos suficientes que permiten presumir que, durante el periodo investigado, las importaciones de rollos de papel térmico convertidos originarias de China se realizaron en presuntas condiciones de discriminación de precios, y causaron daño material a la rama de producción nacional de rollos de papel térmico convertidos. Entre los principales elementos evaluados de forma integral, que sustentan esta conclusión, sin que estos puedan considerarse exhaustivos o limitativos, destacan los siguientes:

- a. Las importaciones del producto objeto de investigación se efectuaron con un margen de discriminación de precios superior al *de minimis* previsto en el artículo 5.8 del Acuerdo *Antidumping*. Destaca que, en el periodo investigado, dichas importaciones representaron el 89% de las importaciones totales.
- b. Las importaciones del producto objeto de investigación se incrementaron en términos absolutos y relativos. Durante el periodo investigado y analizado, registraron un crecimiento de 22% y 27%, respectivamente. Asimismo, aumentaron su participación en el CNA en 3.4 y 2.7 puntos porcentuales en el periodo investigado y analizado, respectivamente.
- c. Los precios de las importaciones investigadas se situaron por debajo del precio promedio de las ventas al mercado interno de la rama de producción nacional a lo largo del periodo analizado, con márgenes de subvaloración de 40% en el periodo analizado y 30% en el periodo investigado. Lo anterior, considerando que el bajo nivel de precios de las importaciones investigadas observado en el periodo analizado está asociado con volúmenes crecientes de las mismas, una mayor participación en el mercado nacional y el desplazamiento del producto nacional.
- d. Los precios de las importaciones investigadas se situaron durante el periodo analizado por debajo del precio promedio de las ventas al mercado interno de la rama de producción nacional con márgenes de subvaloración en promedio de 40% y de 75% respecto del precio de las importaciones originarias de otros países, situación que se ha reflejado en no permitir a la rama de producción nacional incrementar su producción y ventas en el mercado nacional.

- e. El bajo nivel de precios de las importaciones objeto de investigación y el significativo margen de subvaloración están asociados con la pérdida de mercado y la caída en los volúmenes de producción, POMI, utilización de la capacidad instalada, empleo, ventas al mercado interno, ingresos y precio de venta al mercado interno de la rama de producción nacional en el periodo investigado, así como el crecimiento de las pérdidas operativas en más de 5 veces y del margen operativo negativo.
- f. La contribución al rendimiento de los rollos de papel térmico convertidos fue decreciente en el periodo 2024, así como en el periodo enero - julio de 2025 respecto del periodo inmediato anterior comparable, como resultado de las pérdidas operativas crecientes del producto similar al investigado.
- g. No se identificó la concurrencia de otros factores de daño diferentes de las importaciones de rollos de papel térmico convertidos originarias de China en presuntas condiciones de *dumping*, que al mismo tiempo causarían daño material a la rama de producción nacional.

173. Por lo anteriormente expuesto, y con fundamento en los artículos 5 del Acuerdo *Antidumping* y 52, fracciones I y II de la LCE, es procedente emitir la siguiente

RESOLUCIÓN

174. Se acepta la solicitud de parte interesada y se declara el inicio del procedimiento administrativo de investigación *antidumping* sobre las importaciones definitivas de rollos de papel térmico originarias de China, independientemente del país de procedencia, que ingresan a través de las fracciones arancelarias 4809.90.99 y 4811.90.99 de la TIGIE, o por cualquier otra.

175. Se fija como periodo investigado el comprendido del 1 de agosto de 2024 al 31 de julio de 2025 y como periodo de análisis de daño el comprendido del 1 de agosto de 2022 al 31 de julio de 2025.

176. La Secretaría podrá aplicar las cuotas compensatorias definitivas que, en su caso, se impongan sobre los productos que se hayan declarado a consumo hasta 90 días antes de la fecha de aplicación de las medidas provisionales, que en su caso se determinen, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 10.6 del Acuerdo *Antidumping* y 65 A de la LCE.

177. De conformidad con los artículos 6.1, 6.11, 12.1 y la nota 15 al pie de página del Acuerdo *Antidumping*, y 3o., último párrafo y 53 de la LCE, las productoras nacionales, importadoras, exportadoras, personas morales extranjeras o cualquier persona que acredite tener interés jurídico en el resultado de este procedimiento de investigación, contarán con un plazo de 23 días hábiles para acreditar su interés jurídico y presentar la respuesta a los formularios establecidos para tales efectos, los argumentos y las pruebas que consideren convenientes.

178. Para las personas y Gobierno señalados en el punto 21 de la presente Resolución, el plazo de 23 días hábiles empezará a contar cinco días después de la fecha de notificación del inicio de la presente investigación. Para los interesados, el plazo empezará a contar cinco días después de la publicación de la presente Resolución en el DOF. De conformidad con el "Acuerdo por el que se da a conocer el domicilio oficial de la Secretaría de Economía y las unidades administrativas adscritas a la misma", publicado en el DOF el 7 de diciembre de 2023, y el "Acuerdo por el que se establecen medidas administrativas en la Secretaría de Economía con el objeto de brindar facilidades a los usuarios de los trámites y procedimientos que se indican", publicado en el DOF el 4 de agosto de 2021, la presentación de la información podrá realizarse vía electrónica a través de la dirección de correo electrónico upci@economia.gob.mx de las 09:00 a las 18:00 horas, o bien, en forma física de las 09:00 a las 14:00 horas en el domicilio ubicado en Calle Pachuca número 189, Colonia Condesa, Demarcación Territorial Cuauhtémoc, Código Postal 06140, en la Ciudad de México.

179. Los formularios a que se refiere el punto 177 de la presente Resolución, se pueden obtener a través de la página de Internet <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/unidad-de-practicas-comerciales-internacionales-formularios-oficiales?state=published>. Asimismo, se podrán solicitar a través de la cuenta de correo electrónico upci@economia.gob.mx o en el domicilio de la Secretaría.

180. Con fundamento en el artículo 53, párrafo tercero de la LCE, notifíquese la presente Resolución a las empresas y al Gobierno de China de que se tiene conocimiento, a través de los correos electrónicos que se tienen identificados y por conducto de la Embajada de China en México, a las empresas productoras de su país y a cualquier persona que tenga interés jurídico en el resultado del presente procedimiento. Las copias de traslado se ponen a disposición de cualquier parte que las solicite y acredite su interés jurídico en el presente procedimiento, a través de la cuenta de correo electrónico señalada en el punto inmediato anterior de la presente Resolución.

181. Comuníquese esta Resolución a la Agencia Nacional de Aduanas de México y al SAT para los efectos legales correspondientes.

182. La presente Resolución entrará en vigor el día siguiente de su publicación en el DOF.

Ciudad de México, a 26 de marzo de 2026.- El Secretario de Economía, **Marcelo Luis Ebrard Casaubon**.- Rúbrica.

PROGRAMA Institucional del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial 2026-2030.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Economía.- Secretaría de Economía.- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

PROGRAMA INSTITUCIONAL DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL 2026-2030

1. Índice

1. Índice
2. Señalamiento del origen de los recursos del Programa
3. Siglas y acrónimos
4. Fundamento normativo
5. Diagnóstico de la situación actual y visión de largo plazo
6. Objetivos
 - 6.1 Relevancia del objetivo 1: Fortalecer el otorgamiento de instrumentos de protección de la propiedad industrial en el país para contribuir al impulso de la innovación y el desarrollo económico y regional.
 - 6.2 Relevancia del objetivo 2: Robustecer la protección a titulares de derechos de propiedad intelectual para contribuir a la disminución de la competencia desleal en el mercado interno.
 - 6.3 Vinculación de los objetivos del Programa Institucional del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial 2026-2030.
7. Estrategias y líneas de acción
8. Indicadores y metas

2. Señalamiento del origen de los recursos del Programa

La totalidad de las acciones que se consideran en el Programa, incluyendo aquellas correspondientes a sus objetivos, estrategias y líneas de acción, así como las labores de coordinación interinstitucional para la instrumentación de dichas acciones, el seguimiento, reporte y rendición de cuentas de las mismas, se realizarán con cargo a los recursos aprobados a los ejecutores de gasto participantes en el Programa, en el Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio respectivo.

3. Siglas y acrónimos

CPEUM	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
IGI	Índice Global de Innovación de la Organización Mundial de la Propiedad Industrial
IMPI	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial
LFPI	Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
PND	Plan Nacional de Desarrollo 2025-2030
Programa	Programa Institucional del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial 2026-2030
PSE	Programa Sectorial de Economía 2025-2030
SE	Secretaría de Economía
T-MEC	Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá

4. Fundamento normativo

La CPEUM, en sus artículos 3o. y 28, décimo primer párrafo, establece el fundamento de la propiedad industrial.

En términos del artículo 5o. de la LFPPI, el IMPI, autoridad administrativa en materia de propiedad industrial, es un organismo descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio, con facultades para tramitar y, otorgar invenciones y signos distintivos; publicar nombres comerciales; así como inscribir sus renovaciones, transmisiones o licencias de uso y explotación; estimar o declarar la notoriedad o fama de marcas; emitir las declaraciones de protección a denominaciones de origen e indicaciones geográficas, y las demás que le otorga la LFPPI y su marco jurídico aplicable para el reconocimiento y conservación de los derechos de propiedad industrial.

También le corresponde la aplicación administrativa de la Ley Federal del Derecho de Autor, en lo que se refiere a la sanción de las infracciones en materia de comercio, en términos de los artículos 2o., 232 y 234 de dicho ordenamiento legal.

El Estado mexicano ha asumido compromisos en tratados y acuerdos internacionales entre los que se encuentran: el convenio que establece la OMPI; el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial; el Tratado de Cooperación en Materia de Patentes; el Arreglo de Lisboa; el Arreglo de Niza; el Protocolo de Madrid y el Arreglo de La Haya. En el tema de tratados comerciales se encuentran principalmente el T-MEC y el Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico, entre otros.

Con fundamento en los artículos 90 de la CPEUM; 3o., 45, 48 y 49 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 1o., 2o. y 11 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, y en el Decreto por el que se crea el IMPI, publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 10 de diciembre de 1993, el IMPI tiene el carácter de entidad paraestatal, agrupada en el sector que encabeza la SE.

Conforme a lo anterior, el Programa se emite en cumplimiento a lo dispuesto en los artículos 25 y 26, apartado A, de la CPEUM; 9o., 17, fracción II, 22, 24, 27, 28 y 29, párrafo tercero, de la Ley de Planeación; 1o., 2o., 11, 47, 48, 49, 58, fracción II, y 59, fracción II, de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales; 22 del Reglamento de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales y 5o., fracción XXXIII, de la LFPPI, en congruencia con los ejes generales del PND, publicado el 15 de abril de 2025 en el DOF, y a partir de las estrategias y líneas de acción del PSE publicado en el mismo medio de difusión el 22 de diciembre de 2025.

El IMPI será responsable de coordinar la integración, publicación, ejecución, seguimiento y rendición de cuentas del Programa.

5. Diagnóstico de la situación actual y visión de largo plazo

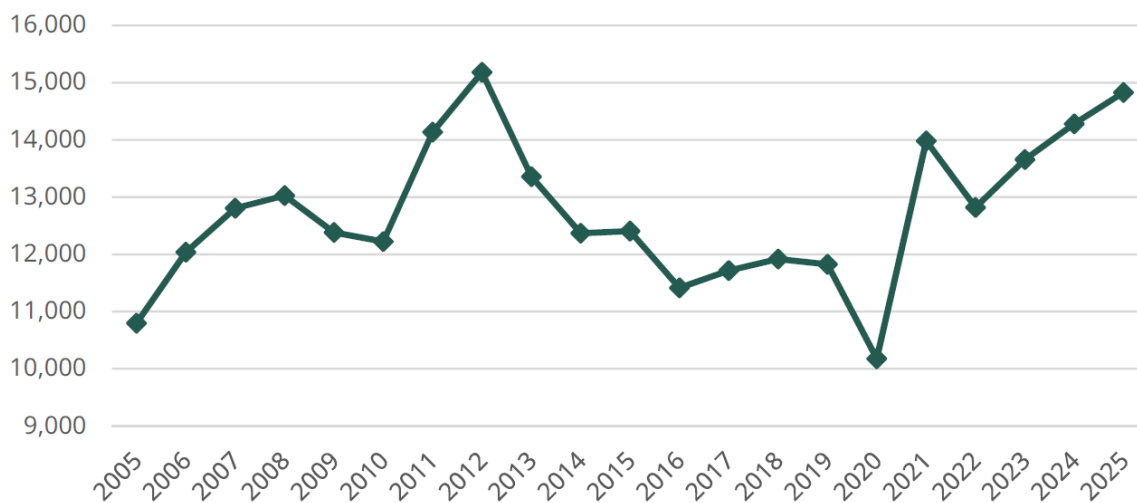
La innovación, la competencia del mercado interno y el desarrollo regional son elementos clave del potencial económico de un país. Para fortalecerlos, se requiere un entorno de propiedad industrial sólido que permita crear un ambiente atractivo para la inversión productiva, lo que permitirá generar empleos, fomentar el desarrollo económico y, con ello, establecer los cimientos de un futuro próspero y con bienestar.

Al proteger los derechos de propiedad industrial, constituidos por signos distintivos, invenciones, denominaciones de origen e indicaciones geográficas, se estimula la innovación y el desarrollo de nuevos productos. Esta protección permite a las personas físicas y morales titulares, el derecho exclusivo de beneficiarse económicamente de sus creaciones e innovaciones lo que impulsa su creatividad y beneficia a la sociedad en su conjunto al promover la transferencia tecnológica y la mejora continua.

La protección a la propiedad industrial ha cobrado una gran importancia en México. Una muestra clara es la evolución de los títulos de invenciones otorgados en los últimos 20 años, pasando de 10,795 en 2005 a 14,828 en 2025, de los cuales 10,840 corresponden a patentes, 367 a registros de modelos de utilidad, 3,619 a registros de diseños industriales y dos a trazados de circuito integrado. De esta cifra general, 1,963 títulos pertenecen a solicitantes nacionales y el resto a personas solicitantes extranjeras. Lo anterior, representa un incremento de 37% en el otorgamiento de títulos de invenciones¹.

¹ IMPI en Cifras, disponible en: <https://www.gob.mx/impi/documentos/instituto-mexicano-de-la-propiedad-industrial-en-cifras-impi-en-cifras>

Títulos de invenciones concedidas (2005-2025)



Fuente: IMPI en cifras².

Títulos de invenciones concedidas 2025



Fuente: IMPI en cifras³.

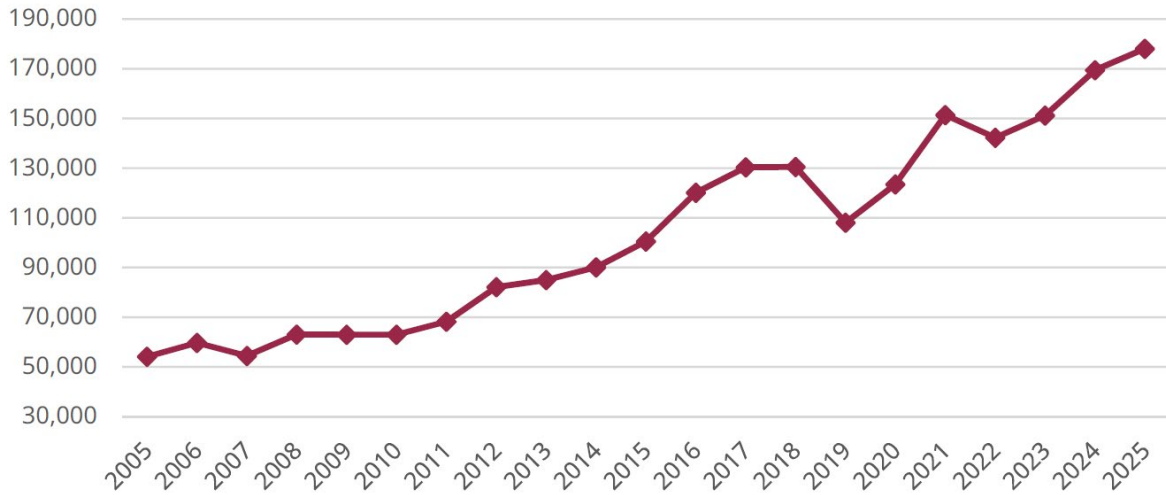
Esta evolución es aún más notable en signos distintivos que registraron un crecimiento de 229% en las últimas dos décadas. En 2005, se otorgaron 54,154 registros y en 2025, 178,072, de los cuales 128,570 pertenecen a titulares nacionales: 124,403 corresponden a marcas, 4,149 a avisos comerciales y 18 a nombres comerciales⁴.

² Ídem

³ Ídem

⁴ Ídem

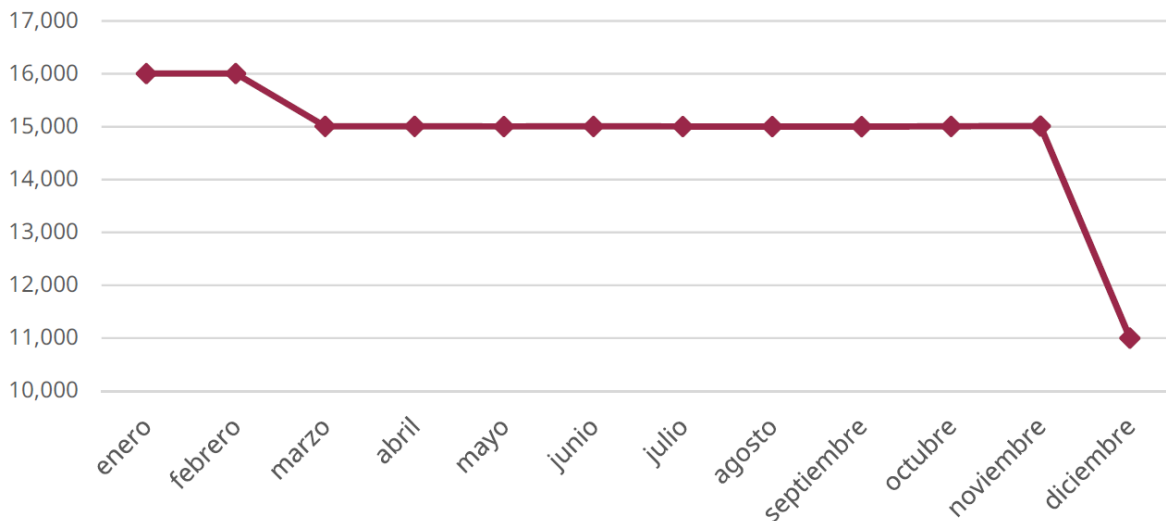
Registros de signos distintivos (2005-2025)



Fuente: IMPI en cifras⁵

De enero a diciembre de 2025, se otorgaron 178,072 registros de signos distintivos, de los cuales, 173,571 corresponden a marcas, 4,483 a avisos comerciales y 18 a nombres comerciales⁶.

Registros de signos distintivos 2025



Fuente: IMPI, Reporte de la Dirección Divisional de Marcas.

En cuanto a las figuras de protección colectiva, en 2005, solo existían 10 denominaciones de origen en el país. Al cierre de diciembre de 2025, se otorgaron 18 declaratorias de denominaciones de origen y 26 de indicaciones geográficas, figura creada en 2020.

Con respecto al marco jurídico aplicable a la propiedad industrial, el 1 de julio de 2020, se publicó en el DOF, la LFPPI que entró en vigor el 5 de noviembre del mismo año. Este ordenamiento contempla, además de una optimización sustantiva, el fortalecimiento del IMPI como entidad responsable de su aplicación incluyendo mejoras enfocadas a la eficiencia en los procesos, la simplificación administrativa, avances en transparencia, adecuaciones para el cabal cumplimiento de compromisos internacionales y el fortalecimiento de sus facultades en materia de protección.

⁵ Idem

⁶ Idem

Es importante señalar que, si bien se han alcanzado avances significativos en la protección de los derechos de propiedad industrial, también se identifican áreas de oportunidad. Como se señala en el Plan México, nuestro país es la decimosegunda economía en el contexto global según datos del Banco Mundial⁷ y el Fondo Monetario Internacional⁸. Sin embargo, el IGI 2025⁹ de la OMPI lo posicionó en el sitio 58 entre 139 países, a partir del análisis de 80 indicadores relacionados con su capacidad de innovación. En este mismo índice, México desciende a la posición 81 en lo que respecta a los indicadores específicos de insumos para la innovación, como consecuencia de los pocos estímulos a la innovación y la disminución de recursos para el Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores, situación que se revierte a partir de las nuevas políticas impulsadas por la Administración 2024-2030.

Lo anterior, responde a la subutilización de la propiedad industrial por parte de las personas físicas y morales establecidas en el país como herramienta de competencia en el mercado interno, así como la prevalencia del comercio ilegal de bienes apócrifos que violentan los derechos de propiedad industrial otorgados, impactando negativamente en la innovación, la competencia en el mercado interno y el desarrollo regional.

La innovación en México enfrenta desafíos importantes ya que se identifica una brecha significativa entre los títulos de invenciones concedidos a nacionales con respecto a los otorgados a extranjeros. En 2024, únicamente 11% de estos títulos correspondió a titulares mexicanos. En el caso específico de las patentes, solo 700 de un total de 10,908 fueron otorgadas a nacionales, lo que representa 6.4%.

El otorgamiento de títulos de patentes es un proceso que requiere años para ser resuelto, en parte porque la normatividad internacional lo establece de esta manera y también por la necesidad de contar con perfiles especializados que realicen la examinación de fondo. Lo anterior, implica la generación de rezago, ya que la capacidad instalada con que cuenta el IMPI no creció de forma importante desde su creación en relación con el crecimiento de la demanda.

Por otro lado, México invierte poco en investigación y desarrollo, solo alrededor de 0.3% del Producto Interno Bruto¹⁰, lo cual limita la generación de innovaciones patentables. De igual forma, no se cuenta con un programa efectivo de transferencia tecnológica que asegure un tránsito exitoso de la invención a la explotación comercial y el impacto en el desarrollo tecnológico del país.

En el caso de signos distintivos, se identifican dificultades que parten desde el desconocimiento de qué es la propiedad industrial y sus beneficios hasta de los procesos necesarios para obtener el registro. De manera adicional, para personas y empresas pertenecientes a grupos en situación de vulnerabilidad, el costo de trámite puede constituir una limitante que les impida ejercer este derecho.

Se identifica también una brecha de género relevante en materia de propiedad industrial. De acuerdo con la OMPI, las mujeres siguen estando insuficientemente representadas en la presentación de solicitudes internacionales de patentes. En nuestro país, solo una fracción de las solicitudes de invenciones proviene de mujeres. Durante 2024, la concesión de patentes fue del 9% a inventoras o grupos de inventoras mujeres y 25% a grupos de personas inventoras con al menos una mujer. En cuanto a los registros de signos distintivos, únicamente 37% corresponde a titulares mujeres.

El potencial de las figuras de protección colectiva de propiedad industrial, como son la denominación de origen y la indicación geográfica, ha sido desaprovechado como detonador del desarrollo regional en beneficio directo de las personas productoras y artesanas de los pueblos indígenas y afromexicanos, además de su capacidad de contribuir a la preservación de su patrimonio cultural. En el caso de las denominaciones de origen, a excepción de los casos del tequila y el mezcal, no se tiene registro de un impacto positivo generalizado.

Es fundamental señalar que, tan importante es el otorgamiento de los títulos y registros de propiedad industrial, como garantizar su debida protección. La comercialización de productos falsificados o apócrifos, comúnmente conocidos como "piratas", genera una importante afectación económica tanto a las personas titulares de derechos de propiedad industrial, como a las personas que los consumen, arriesgando su integridad, y a la economía de una región determinada ya que, al inundar el mercado con bienes y servicios ilícitos, el tejido empresarial registra una baja en sus ventas y se pierden empleos. Sin embargo, históricamente esta actividad ilegal ha representado un bajo riesgo para quienes la llevan a cabo, aun cuando se relaciona con diversos delitos e incluso con la delincuencia organizada.

⁷ GDP Ranking, disponible en: <https://datacatalog.worldbank.org/search/dataset/0038130>

⁸ International Monetary Fund. (2025, abril). *World Economic Outlook Database: GDP, current prices*. Recuperado de la base de datos del WEO del IMF, disponible en: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets/WEO>.

⁹ *Global Innovation Index 2025: Innovation at a Crossroads*, OMPI, p. 177, disponible en: <https://www.wipo.int/web-publications/global-innovation-index-2025/assets/80937/2000EN%20Global%20Innovation%20Index%202025%20-%20Full%20-%20v8.pdf>

¹⁰ ídem

La edición 2025 del Informe Especial 301, documento anual que presenta los resultados sobre el estado que guarda la aplicación y la protección de los derechos de propiedad industrial a nivel global, presentado por la Oficina del Representante Comercial de los Estados Unidos de América, colocó a México en una lista de vigilancia prioritaria junto a otros países de América Latina como Argentina, Chile y Venezuela. Lo anterior, debido a que hay una preocupación por parte de ese país relativa a la protección de los derechos de propiedad industrial en México, como parte de la implementación del T-MEC, en particular el Capítulo 20 “Derechos de Propiedad Intelectual”, señalando que México aún no ha emitido el Reglamento a la Ley Federal del Derecho de Autor ni a la LFPPI. Si bien este reporte reconoce la estrategia “Operación Limpieza”, implementada por el IMPI, destaca que aún hay tareas pendientes que involucran a otras dependencias y que se deberán reforzar las acciones contra la falsificación y la piratería, la protección de la propiedad intelectual relacionada con productos farmacéuticos, las indemnizaciones preestablecidas por infracción de derechos de autor y falsificación de marcas, la protección de las obtenciones vegetales, y la observancia y protección de los derechos de propiedad intelectual en el entorno digital.

En 2010, la Oficina del Representante Comercial de los Estados Unidos de América publicó, por primera vez, la revisión de mercados notorios de falsificación y piratería. A partir de esa fecha, año con año, se publica un listado que identifica los mercados de piratería y falsificación más significativos en el mundo. En enero de 2025, se publicó el listado 2024, que incluyó a tres mercados notorios físicos de nuestro país: El Santuario y el Mercado San Juan de Dios de Guadalajara, Jalisco, y Tepito en Ciudad de México¹¹.

Por otro lado, el Observatorio Nacional Ciudadano de Seguridad, Justicia y Legalidad, en colaboración con la American Chamber Mexico, publicó, en 2020, el documento denominado *Piratería en México: Diagnóstico de la oferta y de las acciones institucionales*, en el que se identifican 19 mercados notorios físicos en el país¹².

Finalmente, se identifica la necesidad prioritaria de fortalecer la difusión y promoción generalizada de los mecanismos de obtención y beneficios de las distintas figuras de propiedad industrial en el país, a partir de una estrategia de vinculación con los actores involucrados incluyendo el sector público, privado y académico.

La subutilización de la propiedad industrial, así como la prevalencia del comercio ilegal de bienes apócrifos generan efectos negativos para México: se pierde la oportunidad de contar con un activo valioso para el cual se han invertido recursos humanos y financieros, así como el control del mismo, se corre el riesgo de ser víctima de competencia desleal por parte de terceros y, a nivel sectorial, se registran afectaciones en los ingresos y el empleo, como ha sido el caso para las industrias textil y del calzado.

La proliferación de productos “pirata”, además de afectar económicamente a las personas titulares de los derechos, puede vulnerar la integridad de las personas consumidoras, contribuye a la operación de redes delictivas y constituye el incumplimiento a compromisos internacionales relacionados con la protección a la propiedad intelectual.

Por otro lado, el entorno de competencia desleal provoca que las marcas y las patentes no obtengan valor en el mercado a través del tiempo. Si las empresas no logran aprovechar los derechos de protección a la propiedad industrial para tener una ventaja comparativa, es posible que caigan en una dinámica de baja competitividad, ya que no tienen un elemento diferenciador que las caracterice.

La suma de estos efectos provoca bajos niveles de innovación en el país, facilita la existencia de competencia desleal en el mercado interno y dificulta el acceso a grupos de personas productoras a una valiosa herramienta para el desarrollo regional.

Derivado de lo anterior, los objetivos del Programa se encuentran dirigidos a fortalecer el otorgamiento de instrumentos de protección de la propiedad industrial en el país, así como robustecer la protección a titulares de derechos de propiedad intelectual para contribuir al impulso de la innovación, la competencia en el mercado interno y el desarrollo económico y regional de conformidad con el *Proyecto de Nación del Ejecutivo Federal y los Cien Compromisos de gobierno para el periodo 2025-2030*, específicamente el compromiso 33 el cual establece que México será potencia tecnológica y de innovación; de igual forma, con base en los principios del Humanismo Mexicano que orientan la construcción del *Segundo Piso de la Cuarta Transformación*, con énfasis en alcanzar una prosperidad compartida, reconociendo un modelo de desarrollo económico que va de la mano del bienestar de las y los mexicanos.

¹¹ Review of Notorious Markets Counterfeiting and Piracy, disponible en: [https://ustr.gov/sites/default/files/2024%20Review%20of%20Notorious%20Markets%20of%20Counterfeiting%20and%20Piracy%20\(final\).pdf](https://ustr.gov/sites/default/files/2024%20Review%20of%20Notorious%20Markets%20of%20Counterfeiting%20and%20Piracy%20(final).pdf)

¹² Piratería en México: Diagnóstico de la oferta y de las acciones institucionales, disponible en: https://onc.org.mx/public/onc_site/uploads/190820-PirateriaMx-doc.pdf

Visión de largo plazo

Los principales cambios que se esperan derivado de la implementación de este Programa son los siguientes:

- El sitio de México en el IGI mejorará, robusteciendo su desempeño a nivel regional y logrando una mayor congruencia con el posicionamiento de nuestra economía en el entorno global.
- La propiedad industrial de titulares nacionales representará un pilar importante en el impulso de la innovación, la competencia del mercado interno y el desarrollo regional.
- La cultura de respeto a la propiedad intelectual en México se verá fortalecida, lo que favorecerá la formalidad de los mercados e incentivará la investigación y el desarrollo nacional.
- Los derechos de propiedad industrial otorgarán una mayor certeza jurídica propiciando que exista una menor cantidad de productos ilícitos que se comercialicen en el país.
- El patrimonio cultural de las comunidades indígenas y afromexicanas, así como la riqueza natural de nuestro país, encontrarán protección bajo los esquemas de denominación de origen e indicación geográfica, valiosas herramientas generadoras de desarrollo regional.

Cambios que están orientados por la visión del IMPI de ser una entidad pública de vanguardia, cercana a la gente, que aprovecha al máximo la tecnología para promover y proteger la propiedad industrial con énfasis en los derechos colectivos, contribuyendo a la innovación y el emprendimiento, para el desarrollo del país con un mayor bienestar humano.

6. Objetivos

En este apartado se presentan los dos objetivos institucionales que integran este Programa, destacando su relevancia y definiendo su vinculación con el PSE y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los cuales orientarán las estrategias y líneas de acción que llevará a cabo el IMPI en el periodo 2026-2030.

Objetivos del Programa Institucional del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial 2026-2030

1. Fortalecer el otorgamiento de instrumentos de protección de la propiedad industrial en el país para contribuir al impulso de la innovación y el desarrollo económico y regional.
2. Robustecer la protección a titulares de derechos de propiedad intelectual para contribuir a la disminución de la competencia desleal en el mercado interno.

6.1 Relevancia del objetivo 1: Fortalecer el otorgamiento de instrumentos de protección de la propiedad industrial en el país para contribuir al impulso de la innovación y el desarrollo económico y regional.

El PND, en su visión de futuro, contempla convertir a México en una potencia científica, tecnológica y de innovación, estableciendo en el *Eje general 2 Desarrollo con bienestar y humanismo*, que México sea potencia tecnológica y de innovación, definiendo el *Objetivo 2.4: Impulsar el desarrollo científico y tecnológico a través de la educación, formación y capacitación para el trabajo, garantizando servicios innovadores, pertinentes y actualizados que mejoren el bienestar y la calidad de vida de todas las personas.*

En el mismo sentido, el *Eje general 3 Economía moral y trabajo* considera que un aspecto fundamental de las políticas de desarrollo económico y social es la innovación, que representa el impulso a la economía social, estableciendo el *Objetivo 3.9: Impulsar el crecimiento y desarrollo económico equilibrado entre todas las regiones del país con respeto a su diversidad para crear prosperidad compartida*, del cual se deriva la *estrategia 3.9.2 Impulsar la atracción de inversiones y aprovechar la relocalización de empresas que fomenten la transferencia tecnológica, el desarrollo local de la innovación y la protección de los derechos de propiedad industrial.*

En consonancia con lo anterior, el objetivo 1 de este Programa, así como las estrategias y líneas de acción para su cumplimiento, se vinculan a los tres ejes transversales del PND: Igualdad sustantiva y derechos de las mujeres; Innovación pública para el desarrollo tecnológico nacional; y Derechos de los pueblos y comunidades indígenas y afroamericanas.

El *Eje transversal 1. Igualdad sustantiva y derechos de las mujeres* busca garantizar que las mujeres se conceptualicen en el centro del desarrollo nacional, no solo como beneficiarias de derechos, sino como protagonistas del cambio social, económico y político. En este sentido, el Programa mantiene perspectiva de género en todas sus estrategias y líneas de acción, encaminadas a reducir la brecha de desigualdad entre mujeres y hombres existente en materia de derechos de propiedad industrial.

En cuanto al *Eje transversal 2. Innovación pública para el desarrollo tecnológico nacional*, que establece que dicha innovación permitirá que México avance hacia la autosuficiencia digital y tecnológica, este Programa contribuye a la consecución del *Objetivo T2.4: Impulsar la investigación colaborativa, el desarrollo tecnológico y la innovación en sectores estratégicos, con el objetivo de convertir a México en una potencia científica y tecnológica soberana, orientada hacia un desarrollo con bienestar y prosperidad. Este enfoque promoverá la formación científica, la generación de conocimiento y la transferencia tecnológica con visión humanista, contribuyendo al progreso integral del país.*

Con respecto al *Eje transversal 3. Derechos de los pueblos y comunidades indígenas y afroamericanas* en el que se señala que el Estado mexicano debe impulsar políticas públicas que reconozcan y valoren la riqueza cultural de los pueblos originarios, asegurando su bienestar y participando activamente en los procesos de toma de decisiones, el Programa promueve la difusión y utilización de las figuras de denominación de origen e indicación geográfica, como herramientas para el desarrollo local en beneficio de las personas de los pueblos y comunidades indígenas y afroamericanas.

De manera adicional, el objetivo 1 del Programa contribuye a lo establecido en la acción 15 del Plan México: Mayor inversión para investigación científica y tecnológica y simplificación de tiempos para registros de patentes.

En el ámbito internacional, se vincula con la misión de la OMPI, organismo del cual México es miembro, de impulsar el desarrollo de un ecosistema mundial de propiedad intelectual equilibrado y eficaz que promueve la innovación y la creatividad en aras de un futuro mejor y más sostenible, con la visión de un mundo en el que la innovación y la creatividad se sustentan en la propiedad intelectual en beneficio de todas las personas.

Abordando lo anteriormente expuesto, se planteó este objetivo que cobrará relevancia al contribuir de manera eficiente al Proyecto de Nación y al logro de los objetivos del PND y los programas que derivan de éste, así como a los compromisos internacionales de México en materia de propiedad industrial, con un enfoque que privilegia el bienestar de la población, mediante el impulso de la innovación y el desarrollo económico y regional, a través del fortalecimiento del otorgamiento de instrumentos de protección de la propiedad industrial en el país, en el marco de las atribuciones y competencia del IMPI.

Para el logro de este objetivo se plantean estrategias orientadas a:

1. Promover la protección de invenciones y la transferencia de tecnología para impulsar la innovación y el desarrollo económico en México.
2. Generar acciones que faciliten el incremento del otorgamiento de registros de signos distintivos en el país, para potenciar el aprovechamiento de la protección de los derechos de propiedad industrial.
3. Impulsar la protección de las figuras de denominación de origen e indicación geográfica mexicanas, para promover el desarrollo regional.
4. Fortalecer la promoción y vinculación con entidades del sector público, privado, académico y social, nacionales e internacionales, para robustecer la protección de la propiedad industrial.

Todas ellas, en apego al modelo de desarrollo del segundo piso de la cuarta transformación con el fin primigenio de contribuir al bienestar de todas y todos los mexicanos.

6.2 Relevancia del objetivo 2: Robustecer la protección a titulares de derechos de propiedad intelectual para contribuir a la disminución de la competencia desleal en el mercado interno.

La piratería es un fenómeno social y económico inserto en todos los sectores y estratos sociales del país. Afecta a diversas industrias, especialmente al entretenimiento, software, textil, calzado, productos de lujo, entre otros, disminuyendo sus ventas y restringiendo su crecimiento, lo que eventualmente genera pérdida de empleos formales.

De igual forma, este fenómeno trasciende al ámbito social ya que se vuelve parte de la vida cotidiana de las y los mexicanos frecuentemente expuestos a la compra y venta de productos que infringen los derechos de propiedad intelectual, sin la percepción de que se trata de una actividad ilícita con severas consecuencias en la salud, seguridad y economía en su propio entorno.

En este sentido, el *Eje general 3: Economía moral y trabajo* del PND establece en la estrategia 3.9.3 *Fomentar la competencia económica, la competitividad y la formalidad de los mercados para mejorar las condiciones de creación y operación de empresas en el territorio nacional*.

Por ello, el objetivo 2 de este Programa se enfoca en robustecer la protección a titulares de derechos de propiedad intelectual lo que permitirá contribuir a disminuir la competencia desleal e impulsar la formalidad del mercado interno. Objetivo que cobra relevancia en el cumplimiento de compromisos internacionales y para la atención de recomendaciones sobre la protección y observancia en materia de derechos propiedad intelectual.

El gobierno de México, a través de la SE, ha manifestado su compromiso de impulsar una política de tolerancia cero a la piratería. De acuerdo con sus atribuciones, el IMPI es la instancia ejecutora de las acciones orientadas a su prevención, combate y sanción.

Por ello, se establecen las estrategias de:

1. Proteger de manera eficiente los derechos de propiedad intelectual, para inhibir los actos de competencia desleal en el país.

2. Fortalecer los mecanismos de protección de marcas altamente reconocidas por el público consumidor para evitar actos de competencia desleal.

6.3 Vinculación de los objetivos del Programa Institucional del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial 2026-2030

Los objetivos del Programa se vinculan con los objetivos, estrategias y líneas de acción del PSE, conforme a lo siguiente:

Objetivos del Programa Institucional del IMPI 2026-2030	Objetivos del PSE 2025-2030	Estrategias del PSE 2025-2030
1. Fortalecer el otorgamiento de instrumentos de protección de la propiedad industrial en el país para contribuir al impulso de la innovación y el desarrollo económico y regional.	1. Diversificar la relocalización de empresas en sectores estratégicos.	Estrategia 1.1 Impulsar los polos de desarrollo, sectores productivos y Corredores del Bienestar para el crecimiento y desarrollo equilibrado.
		Estrategia 1.2 Promover programas, proyectos y acciones de política para incorporar en sectores estratégicos a los grupos en situación de exclusión.
	4. Impulsar la innovación y la competencia en el mercado interno.	Estrategia 4.3 Promover e incentivar la innovación y la transferencia de tecnología en México para impulsar el crecimiento económico.
2. Robustecer la protección a titulares de derechos de propiedad intelectual para contribuir a la disminución de la competencia desleal en el mercado interno.	4. Impulsar la innovación y la competencia en el mercado interno.	Estrategia 4.2 Impulsar acciones de tolerancia cero a la piratería y la falsificación, con la finalidad de proteger los derechos de propiedad intelectual.

Los objetivos contribuirán también al cumplimiento de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas, la cual está integrada por 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Este Programa se vincula con los siguientes objetivos y meta:

Objetivos del Programa Institucional del IMPI 2026-2030	Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030	Metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030
<p>Objetivo 1. Fortalecer el otorgamiento de instrumentos de protección de la propiedad industrial en el país para contribuir al impulso de la innovación y el desarrollo económico y regional.</p> <p>Objetivo 2. Robustecer la protección a titulares de derechos de propiedad intelectual para contribuir a la disminución de la competencia desleal en el mercado interno.</p>	<p>Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación.</p>	<p>9.b. Apoyar el desarrollo de tecnologías, la investigación y la innovación nacionales en los países en desarrollo, incluso garantizando un entorno normativo propicio a la diversificación industrial y la adición de valor a los productos básicos, entre otras cosas.</p>

7. Estrategias y líneas de acción

En apego a las atribuciones y facultades con que cuenta el IMPI, se presentan las estrategias y líneas de acción, alineadas al PND y al PSE, que serán la ruta para cumplir los objetivos del Programa.

Objetivo 1. Fortalecer el otorgamiento de instrumentos de protección de la propiedad industrial en el país para contribuir al impulso de la innovación y el desarrollo económico y regional.

Estrategia 1.1 Promover la protección de invenciones y la transferencia de tecnología para impulsar la innovación y el desarrollo económico en México.

Líneas de acción

1.1.1 Promover la protección de invenciones con la finalidad de incrementar el número de solicitudes, a través de acciones que contribuyan al fomento de la actividad inventiva en México.

1.1.2 Implementar acciones para facilitar y agilizar la concesión de títulos y registros de invenciones nacionales, a través de la mejora de procesos.

Estrategia 1.2 Generar acciones que faciliten el incremento del otorgamiento de registros de signos distintivos en el país, para potenciar el aprovechamiento de la protección de los derechos de propiedad industrial.

Líneas de acción

1.2.1 Promover la protección de signos distintivos de titulares pertenecientes a grupos vulnerables, a través de acciones diseñadas específicamente para beneficio de estos sectores.

1.2.2 Impulsar la renovación de la vigencia de los derechos de los signos distintivos ya registrados, mediante la mejora de procesos internos.

1.2.3 Promover la protección de signos distintivos de titulares nacionales con la finalidad de contribuir al desarrollo regional, a través de acciones que faciliten el otorgamiento de registros.

Estrategia 1.3 Impulsar la protección de las figuras de denominación de origen e indicación geográfica mexicanas, para promover el desarrollo regional.

Líneas de acción

1.3.1 Fomentar la protección de denominaciones de origen e indicaciones geográficas mexicanas, a través de la emisión de declaratorias de protección.

1.3.2 Agilizar los trámites para la emisión de las resoluciones de denominación de origen e indicación geográfica, mediante la mejora de procesos internos.

1.3.3 Fortalecer la vinculación con entidades del sector público, privado, académico y social, prioritariamente con los pueblos indígenas y afromexicanos, a través de instrumentos de colaboración para aumentar las solicitudes de denominaciones de origen e indicaciones geográficas.

Estrategia 1.4 Fortalecer la promoción y vinculación con entidades del sector público, privado, académico y social, nacionales e internacionales, para robustecer la protección de la propiedad industrial.

Líneas de acción

1.4.1 Llevar a cabo acciones de promoción y vinculación en materia de protección de la propiedad industrial, a través de mecanismos implementados en coordinación con el sector público, privado, académico y social.

1.4.2 Fortalecer la vinculación internacional en materia de protección de la propiedad industrial, mediante la formalización de instrumentos de colaboración.

1.4.3 Promover la protección de derechos de propiedad industrial en el territorio nacional, a través de las sedes regionales.

Objetivo 2. Robustecer la protección a titulares de derechos de propiedad intelectual para contribuir a la disminución de la competencia desleal en el mercado interno.

Estrategia 2.1 Proteger de manera eficiente los derechos de propiedad intelectual, para inhibir los actos de competencia desleal en el país.

Líneas de acción

2.1.1 Impulsar acciones de tolerancia cero a la piratería, el contrabando y la falsificación, mediante la implementación de la estrategia de combate a la piratería.

2.1.2 Implementar acciones para facilitar y agilizar la recepción y tramitación de solicitudes de declaración administrativa de infracción, mediante la mejora de los procesos.

2.1.3 Agilizar el trámite de medidas en frontera, a través de acciones de coordinación con diversas autoridades.

Estrategia 2.2 Fortalecer los mecanismos de protección de marcas altamente reconocidas por el público consumidor para evitar actos de competencia desleal.

Líneas de acción

2.2.1 Promover la presentación del trámite de marcas notorias y famosas mediante el otorgamiento de asesorías.

2.2.2 Agilizar el otorgamiento de declaratorias de marcas notorias y famosas mediante la mejora de procesos internos.

8. Indicadores y metas

Para medir el avance en el cumplimiento de los objetivos del Programa se definen los siguientes indicadores estratégicos:

Indicador 1.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR							
Nombre	1.1 Tasa de variación en el número de títulos y registros de protección a la propiedad industrial otorgados.						
Objetivo	Objetivo 1. Fortalecer el otorgamiento de instrumentos de protección de la propiedad industrial en el país para contribuir al impulso de la innovación y el desarrollo económico y regional.						
Definición o descripción	El indicador mide la variación en el número de títulos y registros de protección a la propiedad industrial otorgados en el año en curso con respecto a los otorgados en 2024. El número de títulos y registros de protección a la propiedad industrial otorgados comprende la suma de: Títulos de invenciones otorgados; Registros de signos distintivos; Denominaciones de origen publicadas; Indicaciones geográficas publicadas.						
Derecho asociado	Derecho a gozar de los beneficios del desarrollo de la ciencia y la innovación tecnológica (Artículo 30. CPEUM).						
Nivel de desagregación	Personas físicas y morales de nacionalidad mexicana y extranjera.	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual.				
Acumulado o periódico	Periódico: Títulos y registros de protección a la propiedad industrial otorgados.	Disponibilidad de la información	Mayo del siguiente año.				
Unidad de medida	Tasa de variación.	Periodo de recolección de los datos	Enero a diciembre.				
Tendencia esperada	Ascendente.	Unidad responsable de reportar el avance	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.				
Método de cálculo	Tasa de variación en el número de títulos y registros de protección a la propiedad industrial otorgados = $[(\text{Total de títulos y registros de protección a la propiedad industrial otorgados en el año } t / \text{Total de títulos y registros de protección a la propiedad industrial otorgados 2024}) - 1] * 100$						
Observaciones							
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Total de títulos y registros de protección a la propiedad industrial otorgados en el año t.	Valor variable 1	183,736	Fuente de información variable 1	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.		
Nombre variable 2	Total de títulos y registros de protección a la propiedad industrial otorgados en 2024.	Valor variable 2	183,736	Fuente de información variable 2	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.		
Sustitución en método de cálculo	Tasa de variación en el número de títulos y registros de protección a la propiedad industrial otorgados = $[(183,736/183,736)-1]*100 = 0$						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base				Nota sobre la línea base			
Valor	0			Toda vez que la variación se proyecta con respecto a los títulos y registros de protección a la propiedad industrial otorgados en 2024, la variación en la línea base es igual a cero.			
Año	2024						
Meta 2030				Nota sobre la meta 2030			
9.0				Tasa de variación de 2030 con respecto a 2024.			
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR							
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	0	5.0 ^{1/}
METAS							
2026	2027	2028	2029	2030			
5.8	6.6	7.4	8.2	9.0			

^{1/} Cifra preliminar.

Indicador 1.2

ELEMENTOS DEL INDICADOR							
Nombre	1.2 Tasa de crecimiento de las patentes otorgadas a personas titulares mexicanas.						
Objetivo	Objetivo 1. Fortalecer el otorgamiento de instrumentos de protección de la propiedad industrial en el país para contribuir al impulso de la innovación y el desarrollo económico y regional.						
Definición o descripción	El indicador mide la tasa de crecimiento de las patentes otorgadas a personas titulares mexicanas en el año t con respecto al total de patentes otorgadas a personas titulares mexicanas en 2024.						
Derecho asociado	Derecho a gozar de los beneficios del desarrollo de la ciencia y la innovación tecnológica (Artículo 3º; fracción V y 28 CPEUM).						
Nivel de desagregación	Nacional.			Periodicidad o frecuencia de medición	Anual.		
Acumulado o periódico	Periódico.			Disponibilidad de la información	Mayo del siguiente año.		
Unidad de medida	Tasa de variación.			Periodo de recolección de los datos	Enero a diciembre.		
Tendencia esperada	Ascendente.			Unidad responsable de reportar el avance	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.		
Método de cálculo	Tasa de crecimiento de las patentes otorgadas a personas titulares mexicanas = $[(\text{Total de patentes otorgadas a personas titulares mexicanas en el año } t / \text{Total de patentes otorgadas a personas titulares mexicanas en 2024}) - 1] * 100$						
Observaciones							
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Total de patentes otorgadas a personas titulares mexicanas en el año t.	Valor variable 1	700	Fuente de información variable 1	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.		
Nombre variable 2	Total de patentes otorgadas a personas titulares mexicanas en 2024.	Valor variable 2	700	Fuente de información variable 2	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.		
Sustitución en método de cálculo	Tasa de crecimiento de las patentes otorgadas a personas titulares mexicanas = $[(700/700) - 1] * 100 = 0$						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base				Nota sobre la línea base			
Valor	0			Toda vez que el crecimiento se proyecta con respecto a patentes otorgadas a personas titulares mexicanas en 2024, la variación en la línea base es igual a cero.			
Año	2024						
Meta 2030				Nota sobre la meta 2030			
45.0							
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR							
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	0	39.4 ^{1/}
METAS							
2026	2027	2028	2029	2030			
40.0	41.4	42.9	44.3	45.0			

^{1/}Cifra preliminar.

Indicador 2.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR							
Nombre	2.1 Tasa de variación del total de multas impuestas por infracciones a la propiedad intelectual.						
Objetivo	Objetivo 2. Robustecer la protección a titulares de derechos de propiedad intelectual para contribuir a la disminución de la competencia desleal en el mercado interno.						
Definición o descripción	El indicador mide la variación del total de multas impuestas por infracciones a la propiedad intelectual, expresado en UMAS, en el año en curso con respecto al total de multas impuestas por infracciones a la propiedad intelectual, expresado en UMAS, del año 2025.						
Derecho asociado	Derecho a gozar de los beneficios del desarrollo de la ciencia y la innovación tecnológica (Artículo 3o. CPEUM).						
Nivel de desagregación	Nacional.	Periodicidad o frecuencia de medición			Anual.		
Acumulado o periódico	Periódico.	Disponibilidad de la información			Mayo del siguiente año.		
Unidad de medida	Tasa de variación.	Periodo de recolección de los datos			Enero a diciembre.		
Tendencia esperada	Ascendente.	Unidad responsable de reportar el avance			Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.		
Método de cálculo	Tasa de variación del total de multas impuestas por infracciones a la propiedad intelectual = $[(\text{Total de multas impuestas por infracciones a la propiedad intelectual en el año } t / \text{Total de multas impuestas por infracciones a la propiedad intelectual en el año 2025}) - 1] * 100$						
Observaciones							
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Total de multas impuestas por infracciones a la propiedad intelectual en el año t.	Valor variable 1	1,412,327	Fuente de información variable 1	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.		
Nombre variable 2	Total de multas impuestas por infracciones a la propiedad intelectual en el año 2025.	Valor variable 2	1,412,327	Fuente de información variable 2	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.		
Sustitución en método de cálculo	Tasa de variación del total de multas impuestas por infracciones a la propiedad intelectual = $[(1,412,327/1,412,327)] - 1 * 100 = 0$						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base				Nota sobre la línea base			
Valor	0			Toda vez que la variación se proyecta con respecto al total de multas impuestas por infracciones a la propiedad intelectual en 2025, la variación en la línea base es igual a cero.			
Año	2025						
Meta 2030				Nota sobre la meta 2030			
10.5				Tasa de variación de 2030 respecto a 2025.			
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR							
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	0
METAS							
2026	2027		2028	2029		2030	
9.5	9.8		10.1	10.3		10.5	

Ciudad de México, a 9 de febrero de 2026.- Director General del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, Dr. **Santiago Nieto Castillo**.- Rúbrica.

PROGRAMA Institucional de la Procuraduría Federal del Consumidor 2026-2030.

Al margen un logotipo, que dice: Procuraduría Federal del Consumidor.

PROGRAMA INSTITUCIONAL DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR 2026-2030

1. Índice

1. Índice
2. Señalamiento del origen de los recursos del Programa
3. Siglas y acrónimos
4. Fundamento normativo
5. Diagnóstico de la situación actual y visión de largo plazo
6. Objetivos
 - 6.1 Relevancia del objetivo 1: Garantizar el acceso a información adecuada y clara sobre bienes, productos, servicios y derechos de las personas consumidoras.
 - 6.2 Relevancia del objetivo 2: Impulsar relaciones de consumo justas por parte de los proveedores de bienes, servicios y productos.
 - 6.3 Relevancia del objetivo 3: Fortalecer los mecanismos para la defensa de los derechos de las personas consumidoras.
 - 6.4 Relevancia del objetivo 4: Fomentar una cultura de consumo responsable y sostenible basada en la educación y divulgación de información.
 - 6.5 Relevancia del objetivo 5: Fortalecer el desempeño institucional de la Profeco para la atención de las personas consumidoras, con énfasis en los grupos en situación de vulnerabilidad y las nuevas generaciones.
 - 6.6 Vinculación de los objetivos del Programa Institucional de la Procuraduría Federal del Consumidor 2026-2030.
7. Estrategias y líneas de acción
8. Indicadores y metas

Referencias

2. Señalamiento del origen de los recursos del Programa

La totalidad de las acciones que se consideran en el Programa, incluyendo aquellas correspondientes a sus objetivos, estrategias y líneas de acción, así como las labores de coordinación interinstitucional para la instrumentación de dichas acciones, el seguimiento, reporte y rendición de cuentas de las mismas, se realizarán con cargo a los recursos aprobados a los ejecutores de gasto participantes en el Programa en el Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio respectivo.

Por lo que atañe a la Procuraduría Federal del Consumidor, cuenta con Programas presupuestarios sustantivos alineados al cumplimiento de los objetivos institucionales, así como con Programas presupuestarios de apoyo, enfocados en facilitar la operatividad interna de la institución.

3. Siglas y acrónimos

APF: Administración Pública Federal.

CPEUM: Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

ENCOAP: Encuesta Nacional de Confianza en la Administración Pública.

ENDUTIH: Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares.

FMI: Fondo Monetario Internacional.

Gas L.P.: Gas Licuado de Petróleo.

INEGI: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

ISeD: Índice de Seguimiento al Desempeño.

LFPC: Ley Federal de Protección al Consumidor.

LNPC: Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

ODECO: Oficinas de Defensa del Consumidor.

PACIC: Paquete Contra la Inflación y la Carestía.

PND: Plan Nacional de Desarrollo 2025-2030.

Profeco: Procuraduría Federal del Consumidor.

Programa: Programa Institucional de la Procuraduría Federal del Consumidor 2026-2030.

PSE: Programa Sectorial de Economía 2025-2030.

RPCE: Registro Público de Casas de Empeño.

RPFC: Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor.

4. Fundamento normativo

El Proyecto de Nación se materializa en el PND, documento rector mediante el cual el Gobierno de México define los objetivos, estrategias y prioridades nacionales para dar continuidad a la transformación del país, orientándola hacia un desarrollo con bienestar, justicia social, sustentabilidad y una visión global e incluyente.

En apego al artículo 25 de la CPEUM, el 15 de abril de 2025 se publicó en el DOF el PND, que establece que el desarrollo económico y social debe sustentarse en el fortalecimiento de la capacidad de consumo, el crecimiento con justicia, la competitividad, la generación de empleo digno, la equidad social y el bienestar de las familias mexicanas.

En el marco del sistema de planeación democrática del desarrollo nacional, conforme a lo previsto en el artículo 26, apartado A, segundo párrafo de la CPEUM; 9o., 17, fracción II, 22, 24, 27, 28 y 29, párrafo tercero, de la Ley de Planeación; 1o., 2o., 11, 47, 48, 49 y 59, fracción II, de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales; 22 del Reglamento de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, las dependencias y entidades de la APF deben elaborar programas sectoriales, regionales, especiales e institucionales, alineados con las prioridades del PND y evaluados mediante indicadores y metas que midan su impacto.

Particularmente, el artículo 24 de la Ley de Planeación establece que los programas institucionales deben sujetarse al PND y al Programa Sectorial correspondiente. En este sentido, la Secretaría de Economía, como dependencia coordinadora de sector, publicó en el DOF el PSE el 22 de diciembre de 2025.

En congruencia con este marco jurídico y en atención a lo dispuesto en la fracción II del artículo 17 de la Ley de Planeación, la Profeco elabora y presenta su Programa, que establece los objetivos estratégicos, estrategias y líneas de acción de mediano plazo, con el propósito de consolidarse como una institución garante de la protección efectiva de los derechos de las personas consumidoras.

Este mandato se refuerza con lo dispuesto en el artículo 28 de la CPEUM, que reconoce la rectoría del Estado en la protección de las personas consumidoras, así como en los preceptos de la LFPC. En particular, el artículo 20 de la LFPC define a la Profeco como un organismo descentralizado de servicio social, con personalidad jurídica y patrimonio propios, facultado para promover y proteger los derechos e intereses de las personas consumidoras y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones de consumo.

Aunado a lo anterior, obedece al artículo 19 de la LFPC y artículo 9 del RPFC, respecto a la Política de Protección al Consumidor que constituye uno de los instrumentos sociales y económicos del Estado para proteger y promover los intereses de la población consumidora.

Con el propósito de fomentar la transparencia y la confianza ciudadana, se señala que la Dirección General de Planeación y Evaluación de la Profeco es la unidad administrativa responsable de coordinar la publicación, seguimiento y reporte de avances y resultados del presente Programa, conforme a lo señalado en el artículo 21, fracciones I, III y VI del RPFC.

Asimismo, la LFPC y el RPFC establecen la obligación de planear y organizar sus funciones a través de sus oficinas centrales y las ODECO, garantizando cobertura nacional y cercanía con la población.

En consecuencia, el Programa se sustenta en la CPEUM, la Ley de Planeación, la LFPC y su Reglamento, el PND y el PSE, asegurando coherencia normativa, alineación con los objetivos de la Cuarta Transformación y la consolidación de un Estado que coloca a las personas en el centro de las relaciones de consumo al garantizar su derecho a consumir de manera justa, informada, segura y sustentable.

5. Diagnóstico de la situación actual y visión de largo plazo

5.1 Diagnóstico de la situación actual

Las relaciones de consumo son relaciones de poder, por lo que no deben entenderse como simples relaciones contractuales entre iguales, sino como vínculos sociales y económicos caracterizados por una asimetría estructural. Las personas proveedoras ejercen poder al estructurar los términos en los contratos, la información disponible y las posibilidades de elección de las personas consumidoras.

Así, el mercado no es un espacio neutral, sino un escenario de relaciones sociales en el que las personas consumidoras suelen enfrentar sesgos de información, menor poder de negociación y limitadas opciones reales de elección, lo que los pone en una situación de vulnerabilidad.

Ante esta problemática central, la asimetría en las transacciones de consumo se acentúa con el poder del mercado que ejercen las empresas. De acuerdo con el FMI¹, el creciente poder de mercado de las empresas puede traer un impacto negativo en el crecimiento económico y los ingresos de las personas, principalmente ante el aumento de los mercados globales.

Estudios recientes del FMI² han mostrado un aumento en los márgenes de beneficio globales, esto es, lo que cobra una empresa por sus productos en comparación con lo que le cuesta producirlos, en más del 30%, en promedio, desde 1980, por lo que es necesario implementar diversas políticas públicas para preservar el vigor de la competencia en el mercado.

De esta manera, la importancia de atención a este problema radica en que el consumo constituye uno de los principales motores de la economía nacional, al representar alrededor de 71% del Producto Interno Bruto (PIB)³. Su relevancia no se limita al crecimiento económico, sino que se refleja en la vida cotidiana de millones de hogares generando mejores condiciones de consumo, en la competitividad de las empresas y en la estabilidad del mercado interno.

Factores como la información asimétrica en los mercados, la publicidad engañosa, la presencia de productos que podrían poner en riesgo la salud o integridad de las personas, las prácticas comerciales abusivas y las brechas digitales generan entornos de vulnerabilidad que afectan de manera directa a la ciudadanía y propician relaciones de consumo en condiciones de inequidad y poca transparencia.

Este diagnóstico se centra en identificar y analizar los problemas públicos asociados a las relaciones de consumo, entendidos como situaciones que limitan la capacidad de las personas para tomar decisiones informadas, justas y responsables en el mercado. Además, retoma los principios que establece la LFPC, así como los principios para buenas prácticas comerciales de las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor⁴. Reconocer estos desafíos constituye el primer paso para plantear objetivos y estrategias que garanticen un entorno de consumo más seguro, sostenible y orientado al bienestar social y económico del país.

En los últimos años, las relaciones de consumo en México han experimentado transformaciones profundas impulsadas por factores tecnológicos, económicos y culturales. Estas dinámicas han consolidado al consumo como un motor central de la economía nacional, pero al mismo tiempo, han abierto nuevas áreas de vulnerabilidad para las personas consumidoras. La digitalización de los mercados, la creciente orientación hacia la sostenibilidad y la expansión del comercio electrónico son hoy fenómenos que no solo redefinen la forma en que se adquieren bienes y servicios, sino que también plantean retos en materia de equidad, transparencia y acceso a la información.

La primera tendencia corresponde a la digitalización del mercado. Con más del 83% de la población conectada a internet en 2024⁵—equivalente a 100.2 millones de personas—, el consumo digital ha dejado de ser un fenómeno marginal para convertirse en un componente esencial de la vida económica. Plataformas de comercio electrónico, servicios de entrega y aplicaciones financieras han modificado la forma en que proveedores y personas consumidoras interactúan, al tiempo que han introducido nuevos riesgos relacionados con la seguridad de datos, la publicidad engañosa y el acceso desigual a tecnologías digitales.

¹ Fondo Monetario Internacional (2019). *World Economic Outlook, Growth Slowdown, Precarious Recovery*. <https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2019/04/03/blog-weo-ch2-how-to-keep-corporate-power-in-check>

² Fondo Monetario Internacional (2021, marzo). *Rising Corporate Market Power: Emerging Policy Issues*. <https://www.imf.org/en/Publications/Staff-Discussion-Notes/Issues/2021/03/10/Rising-Corporate-Market-Power-Emerging-Policy-Issues-48619>

³ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2024). *Cuentas por sector institucional 2023*. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/CByS/CByS2023.pdf>

⁴ Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2016). *Directrices para la Protección del Consumidor*, Nueva York y Ginebra. https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf

⁵ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2024). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2024. <https://www.inegi.org.mx/programas/endutih/2024/>

En segundo lugar, se observa una creciente orientación hacia la sostenibilidad. Los datos de seguimiento al Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 12 sobre producción y consumo responsables muestran avances significativos en la incorporación de prácticas ambientales en los hogares, como la separación de residuos o la reducción en el uso de plásticos de un solo uso⁶. Esta tendencia marca un cambio en los patrones de consumo tradicionales, aunque todavía convive con prácticas de consumismo intensivo y sobreendeudamiento.

La tercera tendencia clave es la expansión del comercio electrónico, que ha situado a México como uno de los mercados con mayor crecimiento digital en América Latina. En 2023, el comercio electrónico representó 6.4% del PIB nacional⁷, con un valor agregado bruto de 2,047,362 millones de pesos a precios corrientes.

Este dinamismo ha ampliado la oferta de bienes y servicios, mejorado el acceso a mercados globales y ha generado nuevas oportunidades económicas. Sin embargo, también ha multiplicado los riesgos de fraudes digitales, prácticas abusivas y asimetrías de información, que afectan de manera especial a personas consumidoras con baja educación financiera o acceso limitado a herramientas de verificación.

En conjunto, estas tres tendencias muestran que el consumo en México no solo es un pilar macroeconómico, sino también un espacio de transformación tecnológica y cultural que redefine las relaciones entre proveedores y personas consumidoras.

Los hábitos de consumo en México están determinados por una interacción compleja de factores económicos, sociales y tecnológicos. La ENDUTIH 2024 confirma que el acceso a internet alcanzó al 83.1% de la población, lo que equivale a 100.2 millones de personas; mientras que en las zonas rurales la penetración pasó de 56.5% en 2021 a 68.5% en 2024⁸. Estas cifras evidencian avances importantes en cobertura digital, pero también reflejan la persistencia de brechas territoriales, ya que millones de personas en comunidades rurales e indígenas continúan en desventaja frente a las oportunidades que ofrece el entorno digital.

Los registros internos de la Profeco refuerzan este diagnóstico al mostrar que casi el 70% de las visitas a los medios digitales de la institución provienen de la Ciudad de México. Esto indica que el acceso a información confiable sobre derechos de las personas consumidoras sigue estando concentrado de forma principal en áreas urbanas, mientras que en diferentes regiones del país se requiere promover acceso a información en línea.

A ello se suma un problema de confianza social. La ENCOAP 2023 revela que solo el 53.1% de la población considera que sus solicitudes ciudadanas serían atendidas con imparcialidad⁹. Esta percepción limitada de equidad y transparencia en los procesos de atención ciudadana desalienta el uso de los mecanismos de defensa de las personas consumidoras y contribuye a que gran parte de la población opte por no presentar quejas formales, incluso cuando enfrenta abusos.

En el contexto internacional, México se ubica en el lugar 55 de 69 economías¹⁰ dentro del *World Competitiveness Ranking 2025* del *International Institute for Management Development*, que si bien ha avanzado una posición respecto a 2024, aún existen áreas de oportunidad en las políticas gubernamentales y normatividad que regulan a las instituciones y el mercado, lo que puede derivar en fallas en el entorno económico.

Lo anterior puede derivar en mayores asimetrías de mercado si no se continúa fomentando la regulación a favor de las personas consumidoras, más aún cuando los mercados digitales han emergido de manera súbita.

En el ámbito específico de la defensa de las personas consumidoras, a nivel internacional se ha fomentado el uso de mecanismos de reclamación mediante plataformas digitales, como el caso de la Unión Europea¹¹, lo cual representa un reto para el país, en el que algunos procedimientos siguen dependiendo de mecanismos presenciales o burocráticos, lo que limita su eficacia y accesibilidad.

⁶ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2024). ODS 12: Producción y consumo responsables – Datos en acción. https://datosenaccion.inegi.org.mx/doc/ODS12-Produccion_y_consumo_responsable.pdf

⁷ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2025). *Valor Agregado Bruto del Comercio Electrónico 2023, preliminar*. Comunicado de prensa Núm.44/25.INEGI. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2025/vabcoel/vabcoel2025_02.pdf

⁸ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2024). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2024*. <https://www.inegi.org.mx/programas/endutih/2024/>

⁹ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2023). *Encuesta Nacional de Confianza en la Administración Pública (ENCOAP) 2023*. <https://www.inegi.org.mx/programas/encoap/2023/>

¹⁰ International Institute for Management Development (IMD) (2025). *IMD World Competitiveness Ranking 2025*. IMD World Competitiveness Center. <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness/>

¹¹ Las vías para resolver las reclamaciones están disponibles en el siguiente enlace: https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/resolve-your-consumer-complaint_es. Asimismo, la creación y desarrollo de la Plataforma de resolución de litigios en línea en la Unión Europea viene dispuesta en el Reglamento (UE) 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:165:0001:0012:ES:PDF>

Aunque México ha avanzado en cobertura digital e impulsó a mecanismos alternativos de resolución de controversias, el avance de los mercados digitales hace que persistan desafíos para garantizar la confianza en las relaciones de consumo, principalmente en territorios y grupos etarios con menor apropiación tecnológica.

Alcanzar estándares similares a los de economías con mayores niveles de protección a las personas consumidoras requerirá cerrar las brechas territoriales, fortalecer la educación digital y financiera, y mejorar los mecanismos de resolución de conflictos en beneficio de la ciudadanía.

Derivado de varias décadas de implementación de políticas neoliberales, las relaciones de consumo en México se desarrollan en un entorno complejo marcado por asimetrías de información, prácticas comerciales abusivas, publicidad engañosa, productos que ponen en riesgo la salud o integridad de las personas y desigualdades en el acceso a mecanismos de defensa.

Estos problemas limitan la capacidad de las personas consumidoras para ejercer plenamente sus derechos y tomar decisiones informadas. Sus efectos se traducen en pérdidas económicas para los hogares, debilitamiento de la competencia leal, riesgos para la salud pública y una creciente desconfianza hacia las instituciones.

Comprender la naturaleza y magnitud de estos desafíos resulta indispensable para delinear estrategias que garanticen un mercado más justo, transparente y sostenible. En este contexto, con base en los artículos 4o. y 20 de la Ley de Planeación, referentes a la participación y consulta de los diversos grupos en el marco de la construcción de los programas que derivan del PND, la Profeco consideró una consulta en línea en la que convocó a participar a más de 110 actores de todas las entidades federativas para fortalecer las estrategias y líneas de acción que permitan contribuir a solventar estas problemáticas. Con este ejercicio de consulta, se logró contar con 44 aportaciones de actores sociales, empresariales, académicos y de la APF, de las ODECO, así como del Consejo Consultivo del Consumo de la Profeco.

Con dichas aportaciones se constataron los desafíos actuales en la política de protección a las personas consumidoras ante una economía global y ante los avances tecnológicos; el impulso a transparentar información de productos, bienes y servicios sostenibles y no perjudiciales para la salud; mecanismos de defensa de derechos más eficaces, así como esquemas de regulación y protección ante el aumento del comercio digital, lo que en conjunto conlleva a mejorar la confianza del consumidor.

A continuación, se presenta el diagnóstico para cada una de las principales problemáticas identificadas por la Profeco, las cuales dan origen al Programa.

5.1.1 Publicidad engañosa y productos inseguros o de mala calidad.

La publicidad engañosa, que puede incluir información falsa, promesas exageradas o ambiguas, lleva a las personas consumidoras a tomar decisiones de compra equivocadas, lo que puede resultar en insatisfacción, riesgos para la salud y pérdidas económicas. Según el Informe Anual de Actividades de la Profeco 2023¹², una de cada tres quejas registradas ante la institución se relaciona con publicidad engañosa, etiquetado incompleto o información incorrecta en contratos, lo que refleja la magnitud de este fenómeno.

Estos casos se presentan con frecuencia en sectores como telecomunicaciones, alimentos y bebidas, productos financieros y comercio electrónico, donde la opacidad en la información o la exageración en las promociones generan pérdidas económicas recurrentes para los hogares.

Por su parte, la venta de productos inseguros o de mala calidad constituye un riesgo permanente. El LNPC ha realizado estudios de calidad en los que detectó irregularidades en alimentos básicos, bebidas alcohólicas, electrodomésticos y materiales escolares. En 2023, por ejemplo, Profeco ordenó el retiro de varias marcas de quesos y yogurts que no cumplían con los estándares de composición, engañando a las personas consumidoras que pagaron por productos distintos a lo que creían adquirir. Asimismo, se emitieron llamados a revisión de automóviles y electrodomésticos por defectos de fabricación que ponían en riesgo la seguridad de los usuarios.

Este problema también tiene un impacto ambiental. La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales estima que cada persona en México genera 1.2 kilogramos de residuos sólidos urbanos al día, gran parte provenientes de envases y empaques de un solo uso promovidos por campañas publicitarias. Así, la publicidad no solo incide en decisiones económicas, sino que también fomenta patrones de consumo insostenible que contribuyen a la crisis ambiental y a la saturación de los sistemas de gestión de residuos.

En resumen, la publicidad engañosa y la presencia de productos inseguros o de mala calidad constituyen un problema complejo y multidimensional. Sus efectos abarcan la economía familiar, la salud pública, la confianza en el mercado y la sostenibilidad ambiental. Atenderlo requiere fortalecer los mecanismos de supervisión, garantizar información clara y verificable para las personas consumidoras, y sancionar de manera efectiva a proveedores que incumplen con las normas de seguridad y transparencia.

5.1.2 Prácticas comerciales abusivas.

Las prácticas comerciales abusivas constituyen un problema público que afecta la equidad en las relaciones de consumo y, por ende, los derechos de las personas consumidoras. Estas prácticas incluyen cláusulas contractuales injustas, cobros indebidos, ventas forzadas o con información incompleta, y omisión de datos relevantes sobre productos o servicios.

En cuanto al número de quejas que se registraron al mes de marzo de 2024¹³ como producto de estas malas prácticas, los sectores de telecomunicaciones, tiendas departamentales y aerolíneas encabezaron la lista con más quejas en materia de consumo, con el 34, 16 y 15 por ciento, respectivamente, considerando los 25 proveedores de la iniciativa privada con más quejas registradas en la Profeco.

En el caso de telecomunicaciones, los problemas más frecuentes incluyen cargos no reconocidos, incumplimiento en la velocidad contratada de internet y cláusulas que impiden la cancelación sin penalización, mientras que en el caso del sector de las aerolíneas se presentaron quejas relacionadas con cancelaciones unilaterales de vuelos, cobros por equipaje no incluidos en la tarifa y cambios de itinerario sin consentimiento.

El alto grado de concentración en sectores estratégicos es un factor que agrava este problema. Según la OCDE, México mantiene niveles de concentración de mercado que limitan la competencia efectiva, no solo en el sector de telecomunicaciones, sino también en otros sectores como energía y servicios financieros¹⁴. Este contexto permite que proveedores con poder sustancial en el mercado impongan condiciones contractuales poco favorables para las personas consumidoras, quienes, ante la falta de alternativas reales, se ven obligados a aceptarlas. La concentración también inhibe la innovación, ya que las empresas dominantes no enfrentan suficiente presión competitiva para mejorar sus prácticas comerciales.

A nivel productivo, las pequeñas y medianas empresas (PyMES) también son víctimas de prácticas abusivas por parte de grandes cadenas de distribución, que imponen condiciones de compra y pago inequitativas. Estudios realizados por la Comisión Federal de Competencia Económica (ahora Comisión Nacional Antimonopolio) documentan que proveedores locales enfrentan plazos de pago desproporcionados, descuentos obligatorios y exclusividades contractuales que deterioran su viabilidad financiera¹⁵.

Estas condiciones no solo afectan la capacidad de crecimiento de las personas productoras locales, sino que también controlan y restringen la diversidad de la oferta disponible para las personas consumidoras, perpetuando un círculo de desigualdad económica y territorial.

En suma, las prácticas comerciales abusivas constituyen un problema que afecta a toda la cadena de consumo. Para las familias mexicanas, representan gastos adicionales y frustración; para las empresas, un obstáculo a la competencia leal; y para la sociedad en su conjunto, una barrera al desarrollo de un mercado justo, dinámico y confiable.

Atender este problema implica no solo sancionar los abusos existentes, sino también fortalecer la supervisión, reducir la concentración en sectores estratégicos y garantizar condiciones de equidad para las personas productoras y consumidoras.

5.1.3 Asimetría de información en las transacciones de consumo que requiere de mecanismos de defensa para las personas consumidoras.

En las relaciones de consumo existe una asimetría de información que coloca a las personas consumidoras en desventaja frente a los proveedores, quienes suelen contar con mayor conocimiento sobre las características, calidad o condiciones reales de los bienes y servicios que ofrecen. Esta desigualdad informativa puede derivar en decisiones de consumo poco informadas y prácticas abusivas, por lo que resulta indispensable contar con mecanismos de defensa y protección que garanticen la equidad, la transparencia y el ejercicio pleno de los derechos de las personas consumidoras.

¹³ Procuraduría Federal del Consumidor (2024). *Comunicado ¿De qué se queja más el consumidor mexicano?* Publicado el 15 de marzo de 2024. <https://www.gob.mx/profeco/prensa/de-que-se-queja-mas-el-consumidor-mexicano?idiom=es>

¹⁴ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2018). *OECD Competition Assessment Reviews: Mexico*. OECD Publishing. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2018/01/oecd-competition-assessment-reviews-mexico_g1g86ac4/9789264288218-en.pdf

¹⁵ Comisión Federal de Competencia Económica (2021). *Estudio sobre condiciones de competencia en cadenas de suministro en México*. COFECE. <https://www.cofece.mx>

De acuerdo con el Informe Anual de Actividades de la Profeco 2023¹⁶, una de cada tres quejas recibidas por la institución se relaciona con contratos poco claros, cláusulas ambiguas o publicidad que omite información relevante. Esta opacidad no solo vulnera el derecho básico a la información, sino que también dificulta que las personas consumidoras puedan demostrar el incumplimiento de un proveedor durante un procedimiento de queja o arbitraje.

Un caso recurrente son los contratos de adhesión, que concentran un alto número de controversias. En sectores como telecomunicaciones, por ejemplo, los contratos suelen redactarse con un lenguaje técnico y complejo que resulta inaccesible para la mayoría de la población.

Otro ámbito de la asimetría de información se presenta en el entorno digital. El crecimiento del comercio electrónico y de los servicios digitales ha multiplicado los contratos electrónicos y los términos de servicio, que con frecuencia se extienden a decenas de páginas, sin que a la fecha exista regulación al respecto.

La OCDE señala que la mayoría de los usuarios no lee ni comprende dichos documentos, lo que deja a las personas en una situación de riesgo frente a cobros indebidos, uso no autorizado de datos personales o condiciones de cancelación desfavorables¹⁷. Este problema se agrava cuando, en caso de controversia, las personas consumidoras deben presentar pruebas técnicas o legales para demostrar abusos, situación para la cual carecen de los recursos necesarios.

Las consecuencias de la asimetría de información en la resolución de controversias son múltiples. En primer lugar, produce inequidad procesal, pues los proveedores cuentan con departamentos legales especializados que pueden defender sus intereses, mientras que las personas consumidoras enfrentan limitaciones de conocimiento y recursos. En segundo lugar, genera pérdidas económicas y de tiempo, ya que muchas personas consumidoras desisten de presentar quejas o abandonan los procedimientos al no contar con pruebas suficientes o por desconocer sus derechos. Finalmente, contribuye a la desconfianza hacia las instituciones encargadas de la defensa del consumidor, al percibirse que los mecanismos de resolución no garantizan condiciones equitativas para las partes.

El etiquetado de alimentos y bebidas es un ejemplo ilustrativo. Antes de la entrada en vigor del etiquetado frontal de advertencia en 2020, el Instituto Nacional de Salud Pública encontró que más del 70% de la población no comprendía adecuadamente la información nutrimental en los empaques, lo que afectaba su derecho a elegir de manera informada¹⁸. En la práctica, esto se traducía en que las personas consumidoras adquirían productos distintos a lo que creían estar comprando, y al presentar quejas sobre incumplimiento, no contaban con elementos técnicos para demostrar su reclamo.

En suma, la asimetría de información limita la efectividad de los mecanismos de defensa de las personas consumidoras en México. Su persistencia produce un círculo vicioso: las personas consumidoras no cuentan con información suficiente para prevenir abusos ni con herramientas adecuadas para resolverlos cuando ocurren, lo que deriva en pérdidas económicas, exclusión y una baja confianza en la posibilidad real de hacer valer sus derechos. Abordar este problema requiere estrategias integrales de transparencia, simplificación contractual y alfabetización digital, con el fin de equilibrar las condiciones en las que se desarrollan las controversias.

5.1.4 Desigualdad en la información para el desarrollo de una cultura de consumo informado, responsable y sostenible.

La desigualdad en el acceso a información clara, veraz y oportuna representa un reto significativo para el desarrollo de una cultura de consumo informado, responsable y sostenible. Este problema se manifiesta en la existencia de brechas informativas entre distintos sectores de la población, especialmente aquellas personas consumidoras con menor nivel educativo, acceso limitado a tecnologías de la información o que residen en zonas rurales o de difícil acceso.

De acuerdo con la ENDUTIH 2024, el acceso a internet alcanzó al 83.1% de la población nacional; sin embargo, en las zonas rurales, la penetración apenas llegó al 68.5%, lo que implica que más de una cuarta parte de la población rural sigue sin acceso pleno a herramientas digitales. Esta disparidad evidencia que, mientras en las grandes ciudades la digitalización abre nuevas oportunidades para informarse y presentar quejas en línea, en amplias regiones del país estas posibilidades permanecen limitadas o inexistentes.

¹⁶ Procuraduría Federal del Consumidor (2024). *Informe Anual Profeco 2023*. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/918376/INFORME_ANUAL_ACTIVIDADES_2023_PROFECO.pdf

¹⁷ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2022). *Manual de la OCDE sobre política de competencia en la era digital*. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/es/publications/reports/2022/02/oecd-handbook-on-competition-policy-in-the-digital-age_50b6e951/92f049d7-es.pdf

¹⁸ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2018). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) 2018. Tabulados básicos con precisiones estadísticas* <https://www.inegi.org.mx/programas/ensanut/2018/#tabulados>

Los registros internos de la Profeco refuerzan este diagnóstico al mostrar que casi el 70% de las visitas a los medios digitales de la institución provienen de la Ciudad de México. Esta concentración geográfica demuestra que los canales digitales de atención no han logrado llegar de manera equitativa a todas las regiones del país. El resultado es que, mientras las personas consumidoras de zonas urbanas cuentan con acceso a información inmediata sobre derechos y mecanismos de defensa, las de comunidades rurales, indígenas o marginadas enfrentan obstáculos estructurales para acceder a información confiable y ejercer sus derechos.

La desigualdad informativa no es únicamente territorial o geográfica. Grupos sociales en situación de vulnerabilidad, como adultos mayores, personas con discapacidad, mujeres jefas de hogar y comunidades indígenas, suelen enfrentar barreras adicionales de tipo cultural, económico y educativo que limitan su capacidad para acceder a información clara y relevante. Esto se traduce en una exclusión diferenciada, donde los sectores con menor nivel educativo y menor conectividad digital permanecen más expuestos a abusos comerciales, fraudes digitales, productos que afectan la salud o seguridad de las personas y menor acceso a los mecanismos de defensa.

Al mismo tiempo, la generación más joven se enfrenta a nuevos riesgos derivados de la digitalización del consumo. El Instituto Federal de Telecomunicaciones (ahora Comisión Reguladora de Telecomunicaciones) señala que más del 70% de adolescentes y jóvenes ha enfrentado publicidad engañosa, fraudes en línea o prácticas abusivas en plataformas digitales. Aunque este sector tiene un mayor acceso a internet y dispositivos móviles, su exposición constante a la publicidad digital y la falta de educación financiera los vuelve particularmente vulnerables a abusos y endeudamiento.

En síntesis, la desigualdad en la información no solo impide el desarrollo de una cultura de consumo informado y responsable, sino que también profundiza las brechas sociales y territoriales existentes en el país. Avanzar hacia un modelo de consumo sostenible requiere garantizar acceso equitativo a información clara, fortalecer la educación digital y financiera, y ampliar la cobertura de los canales institucionales de defensa en todo el territorio. Solo de esta forma se podrá construir una ciudadanía consumidora empoderada, consciente y capaz de tomar decisiones que favorezcan tanto su bienestar como el de la sociedad en su conjunto.

5.1.5 Baja confianza en las instituciones públicas.

Cuando la ciudadanía percibe falta de transparencia, eficacia o cercanía en las instituciones, disminuye su disposición a acudir a ellas para resolver conflictos o participar en procesos de mejora, por lo que se debilita la confianza y legitimidad de las instituciones.

De acuerdo con la ENCOAP 2023¹⁹, apenas el 53.1% de la población considera que sus solicitudes serían atendidas con imparcialidad. Este dato refleja una percepción extendida de que las instituciones públicas no siempre actúan de manera equitativa o eficiente frente a los reclamos ciudadanos. En el ámbito del consumo, esta falta de confianza se traduce en la decisión en muchos hogares de no presentar quejas formales, incluso cuando enfrentan abusos o incumplimientos por parte de proveedores.

La baja confianza tiene raíces múltiples. En primer lugar, los procesos de atención y resolución de quejas suelen percibirse como lentos y burocráticos. Aunque la Profeco ha avanzado en la digitalización de servicios, gran parte de los procedimientos de arbitraje y conciliación aún requieren trámites presenciales o extensos tiempos de espera, lo que desincentiva a las personas consumidoras a iniciar un proceso.

En segundo lugar, existe una percepción de asimetría en el poder de negociación entre personas consumidoras y grandes proveedores. Empresas con capacidad económica y departamentos legales especializados pueden prolongar los procesos o imponer sus propios términos, mientras que las personas consumidoras carecen de recursos para sostener un procedimiento largo. Esto genera la percepción de que las instituciones no logran equilibrar las condiciones entre las partes, reforzando la idea de indefensión ciudadana.

En contraste, algunos avances muestran que es posible revertir esta tendencia. La digitalización parcial de los servicios de la Profeco, como las plataformas de Concilianet y Conciliaexpres, han permitido resolver controversias de manera más ágil y con menor costo para las personas consumidoras. Sin embargo, su cobertura sigue siendo limitada y concentrada en zonas urbanas.

¹⁹ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2023). *Encuesta Nacional de Confianza en la Administración Pública (ENCOAP) 2023*. <https://www.inegi.org.mx/programas/encoap/2023/>

5.2 Contribución al modelo de desarrollo del Segundo piso de la Transformación.

El Segundo Piso de la Transformación es la guía de la Administración 2025 - 2030 para consolidar un modelo de desarrollo que se enfoca en el bienestar, justicia social y sustentabilidad. En la propuesta de cambio en el modelo económico, la promoción del consumo responsable e informado y el fortalecimiento del mercado interno son parte de la búsqueda del bienestar de las personas, a través de la garantía de los derechos y la justicia social.

En este sentido, la Profeco asume el compromiso de empoderar a las personas consumidoras mediante la protección efectiva de sus derechos y el fomento de la confianza ciudadana; promover un consumo informado, responsable, sostenible, además de seguro y saludable, con el objetivo de corregir los comportamientos abusivos del mercado, equilibrar y consolidar el mercado interno y contribuir a la prosperidad compartida en el país.

Asimismo, el Programa encuentra sustento en los Cien Compromisos para el Segundo Piso de la Transformación, documento rector que establece los grandes objetivos de la política pública durante el sexenio, a los cuales la Profeco contribuye a los siguientes:

- a) **Compromiso 3.** Gobierno sensible y cercano a la gente, a través del fortalecimiento de los canales de atención ciudadana y la promoción de una relación directa y transparente con la población consumidora.
- b) **Compromiso 5.** Respeto a los derechos y combate a la discriminación, al garantizar la no discriminación de los servicios de la Profeco y la promoción de los siete derechos fundamentales de las personas consumidoras con un enfoque incluyente.
- c) **Compromiso 12.** Gobierno honesto y sin nepotismo, mediante el reforzamiento de los procesos de verificación administrativa con criterios técnicos y sin privilegios, a fin de contribuir a la confianza ciudadana y la rendición de cuentas.
- d) **Compromiso 16.** No aumentarán los precios de energéticos ni canasta básica, al contribuir mediante el monitoreo de precios de productos de la canasta básica, así como de los combustibles, con el fin de que la población pueda acceder a estos a precios justos.
- e) **Compromiso 17.** Digitalización más grande de la historia (trámites y servicios), mediante el mantenimiento y mejora continua de sistemas y sitios web, así como el impulso a trámites y servicios digitales.
- f) **Compromiso 30.** Las escuelas serán espacios de prevención de la salud, a través de acciones educativas para promover programas de educación y de consumo responsable.
- g) **Compromiso 33.** México será potencia tecnológica y de innovación, al contar con información sobre estudios de calidad de productos en formato digital, promover el uso de comparadores de precios y generar contenido educativo en línea.
- h) **Compromiso 38.** Desarrollo y acceso a la cultura, con el fortalecimiento a la educación para el consumo mediante materiales impresos y digitales dirigidos a niñas, niños y familias, con el fin de contar con una ciudadanía más informada y participativa.

5.3 Forma en que se toman en consideración los Principios del Humanismo Mexicano.

La Profeco, como encargada de garantizar la protección y defensa de los derechos e intereses de las personas consumidoras, considera la contribución directa del Programa a los siguientes principios del Humanismo Mexicano:

- a) **Para alcanzar la prosperidad compartida, primero los pobres.** El programa considera mecanismos de defensa para las personas consumidoras con una perspectiva inclusiva, territorialmente equitativa, que acerque los servicios a comunidades tradicionalmente excluidas o con menor acceso a información y mecanismos de defensa, y se priorice a la población más vulnerable.
- b) **No puede haber Gobierno rico con pueblo pobre.** Como parte de la transformación del modelo de atención de la Profeco, el Programa considera procesos eficientes de atención ciudadana que disminuya el gasto gubernamental, en atención de las disposiciones de austeridad republicana.
- c) **Las y los gobernantes deben ser honrados y honestos.** El Programa impulsa el fortalecimiento institucional, operativo y de servicio, mediante el reforzamiento de los procesos que implementa la Profeco con criterios técnicos y sin privilegios, que aumente la confianza ciudadana, la ética pública y la rendición de cuentas.

- d) **La democracia es el Gobierno del pueblo y para el pueblo.** El Programa sitúa los derechos de las personas consumidoras en el centro de las relaciones de consumo, con lo cual se garantiza su derecho a un consumo justo, informado, seguro y sostenible.
- e) **El desarrollo y bienestar del pueblo sólo pueden fortalecerse con el cuidado del medio ambiente y los recursos naturales.** El Programa promueve una cultura de consumo responsable y sostenible mediante el empoderamiento de la ciudadanía frente al mercado.
- f) **Las mujeres tenemos derecho a la igualdad sustantiva.** El fortalecimiento de los mecanismos de defensa a las personas consumidoras considera el enfoque de género, lo que implica atención diferenciada a mujeres, garantizando igualdad sustantiva; de igual manera, se fomenta la difusión del consumo responsable con contenidos libres de estereotipos y roles de género.

Condenamos el clasismo, el racismo, el machismo y cualquier forma de discriminación. El Programa se orienta a garantizar los servicios de la Profeco sin excepción mediante la promoción de los siete derechos fundamentales de las personas consumidoras con un enfoque incluyente.

5.4 Impacto esperado del Programa.

Mediante la ejecución de las líneas de acción, estrategias y objetivos del Programa, la Profeco busca garantizar la protección y promoción de los derechos de las personas consumidoras mediante el establecimiento de relaciones de consumo justas que fortalezcan su bienestar y confianza; la aplicación efectiva de la LFPC y la adopción de medidas que propicien la equidad, seguridad y certeza jurídica; así como la ampliación de canales de información accesibles que promuevan un consumo consciente, sostenible y seguro, con innovación, eficiencia y cercanía con el pueblo de México.

Visión de largo plazo.

México avanza hacia la transformación del mercado interno al posicionar en el centro los derechos de las personas consumidoras, con especial atención a los grupos históricamente vulnerados; con la finalidad de fomentar un entorno de consumo que impulse la innovación y la competencia para crear prosperidad compartida en todo el país.

En un horizonte de veinte años, México habrá consolidado un modelo de consumo justo, sostenible e incluyente, en el que las relaciones entre proveedores y personas consumidoras se desarrollen bajo principios de equidad, transparencia e innovación constante.

La asimetría de información habrá sido superada gracias a marcos regulatorios robustos y al uso extendido de tecnologías de inteligencia artificial que garanticen la trazabilidad de productos, contratos claros y accesibles, y etiquetados verificables en tiempo real. Cada persona consumidora contará con herramientas digitales universales que le permitan conocer el origen, la composición, los impactos ambientales y los costos reales de los bienes y servicios que adquiere.

Las prácticas comerciales abusivas serán residuales, pues la competencia abierta y vigilada por sistemas de supervisión inteligentes generará condiciones de igualdad entre proveedores y ciudadanía. El mercado se caracterizará por la confianza, la innovación permanente y la integración de principios de ética empresarial en todos los sectores.

La seguridad y calidad de los productos estará garantizada por cadenas de suministro globales certificadas, lo que reducirá de manera drástica la presencia de bienes inseguros en el mercado. Al mismo tiempo, la cultura del consumo sostenible se habrá normalizado, de modo que la demanda de bienes con bajo impacto ambiental y social marcará la pauta del desarrollo económico.

En el plano social, la brecha digital y territorial habrá quedado cerrada. El acceso universal a internet de alta velocidad y a mecanismos de defensa en línea asegurará que comunidades rurales, población indígena y personas mayores ejerzan sus derechos en igualdad de condiciones. La digitalización será plenamente inclusiva, asegurando que la tecnología potencie la equidad en lugar de profundizar desigualdades.

En este horizonte, las relaciones de consumo se consolidarán como un pilar de cohesión social y prosperidad compartida. Los hogares mexicanos disfrutarán de mayor certidumbre económica al contar con mercados confiables, mientras que las empresas innovarán bajo estándares internacionales de sostenibilidad y responsabilidad social.

México se posicionará como un referente regional en la construcción de un entorno de consumo en el que la justicia, la transparencia y la sostenibilidad sean elementos del desarrollo nacional, con una institución cercana y confiable que garantiza relaciones de consumo seguras, informadas, justas y equitativas.

6. Objetivos

A fin de construir un entorno de consumo más justo, informado y sostenible en el largo plazo, la política pública establecida en el Programa se orienta a transformar de manera estructural la relación entre personas consumidoras, proveedores, y la Profeco como dependencia articuladora de los mecanismos e instrumentos para la protección y defensa de los derechos del consumo.

Con el fin de atender los problemas públicos descritos y lograr la visión a largo plazo centrada en el bienestar de las personas ciudadanas, se establecen cinco objetivos estratégicos. Al implementarse de manera articulada, permitirán fortalecer la protección de las personas consumidoras, fomentar el consumo más justo, informado y sostenible, promover la equidad y las relaciones justas en el mercado, así como recuperar la confianza ciudadana en las instituciones públicas. Estos objetivos son:

Objetivos del Programa Institucional de la Procuraduría Federal del Consumidor 2026-2030

1. Garantizar el acceso a información adecuada y clara sobre bienes, productos, servicios y derechos de las personas consumidoras.
2. Impulsar relaciones de consumo justas por parte de los proveedores de bienes, servicios y productos.
3. Fortalecer los mecanismos para la defensa de los derechos de las personas consumidoras.
4. Fomentar una cultura de consumo responsable y sostenible basada en la educación y divulgación de información.
5. Fortalecer el desempeño institucional de la Profeco para la atención de las personas consumidoras, con énfasis en los grupos en situación de vulnerabilidad y las nuevas generaciones.

6.1 Relevancia del objetivo 1: Garantizar el acceso a información adecuada y clara sobre bienes, productos, servicios y derechos de las personas consumidoras.

Este objetivo se incluye dentro del modelo de desarrollo que prioriza la construcción de una sociedad más justa, informada y equitativa. En este sentido, una ciudadanía empoderada a través del acceso a información clara, veraz y oportuna es indispensable para la consolidación de una economía que pone al centro a las personas, promueve la equidad en las relaciones de consumo y fortalece el Estado de derecho.

El problema público que este objetivo atiende tiene su raíz en la circulación de productos perjudiciales para la salud o de mala calidad y la persistencia de prácticas de publicidad engañosa. Estas prácticas no solo representan violaciones a los derechos de las personas consumidoras, sino que también ponen en riesgo la salud pública, generan pérdidas económicas para los hogares y debilitan la confianza en los mecanismos de regulación y en el mercado formal. La publicidad engañosa —que incluye afirmaciones falsas, incompletas o ambiguas— distorsiona la capacidad de decisión de las personas consumidoras, llevándolas a adquirir bienes o servicios bajo condiciones equívocas o desventajosas.

Adicionalmente, la comercialización de productos que no cumplen con estándares mínimos de calidad o seguridad compromete la integridad física de las personas, desincentiva la formalidad empresarial y acentúa la desconfianza en los canales de distribución. Este fenómeno encuentra sus causas no sólo en los mecanismos de vigilancia y sanción, sino también en la falta de canales de información y orientación eficaces, accesibles y adaptados a los distintos contextos sociales.

En muchas ocasiones, las personas consumidoras no cuentan con los conocimientos, herramientas ni medios para identificar información falsa, comparar opciones de compra o ejercer sus derechos ante abusos. Las brechas digitales, de lenguaje, educativas y culturales amplifican la desigualdad de condiciones entre las personas consumidoras y proveedores, especialmente en zonas rurales o en segmentos con menor escolaridad. El cumplimiento de este objetivo implica no solo identificar la publicidad engañosa y evaluar la calidad de bienes y productos, sino de transmitir la información oportuna que evite poner en riesgo a las personas consumidoras.

Esto se logrará mediante la publicación de los “llamados de revisión”, con lo cual se compartirán los hallazgos de los estudios de calidad sobre bienes y servicios, así como la promoción del desarrollo de programas de monitoreo de precios dirigidos a diversos públicos para fomentar una cultura de consumo informado, consciente y responsable.

En el marco del Segundo Piso de la Cuarta Transformación, este objetivo refuerza la transición hacia un modelo de desarrollo centrado en el bienestar colectivo, donde las personas consumidoras participan de manera activa y crítica en el mercado, se reducen las prácticas abusivas, se protege la economía familiar y se fomenta un entorno de consumo más ético, justo y sostenible. De este modo, se contribuye a generar condiciones de equidad, fortalecer el estado de derecho en materia económica y avanzar hacia una prosperidad compartida en beneficio del pueblo de México.

6.2 Relevancia del objetivo 2: Impulsar relaciones de consumo justas por parte de los proveedores de bienes, servicios y productos.

Uno de los fines de la continuación de la Cuarta Transformación, es el fortalecer un modelo de desarrollo con justicia, transparencia, equidad y bienestar compartido, erradicar las malas prácticas comerciales es fundamental para garantizar la protección de los derechos de las personas consumidoras, consolidar la equidad en el mercado y reducir las desigualdades estructurales que vulneran el bienestar de millones de hogares mexicanos.

El problema público que atiende este objetivo es la persistencia de prácticas comerciales abusivas que afectan directamente la equidad en las relaciones de consumo y los derechos de las personas consumidoras. Estas prácticas incluyen, entre otras, cobros indebidos, cláusulas contractuales injustas, ventas forzadas o con información incompleta, y omisión de datos relevantes sobre productos o servicios. Su ocurrencia es más común en entornos donde la población consumidora carece de información oportuna, canales eficaces para presentar denuncias o mecanismos efectivos de acceso a la justicia.

La persistencia de estas prácticas no solo perjudica el bienestar económico de las personas consumidoras, sino que también perpetúa condiciones de abuso, desconfianza y vulnerabilidad en el mercado. En muchos casos, la población consumidora no logra identificar el abuso, carecen de los recursos para enfrentarlo o temen represalias. Esto profundiza las asimetrías de poder entre las personas consumidoras y proveedores, repercutiendo de forma desproporcionada a las personas en situación de mayor vulnerabilidad, como mujeres, adultos mayores y comunidades rurales.

Estas prácticas también distorsionan el funcionamiento del mercado, desincentivan la competencia leal y debilitan el desarrollo de empresas responsables. Aquellas empresas que operan conforme a la ley y con prácticas éticas enfrentan desventajas frente a competidores que maximizan beneficios mediante el incumplimiento normativo sin enfrentar consecuencias reales. Esta situación impacta la eficiencia económica, la innovación empresarial y la generación de valor con responsabilidad social.

A nivel institucional, la prevalencia de estos abusos se asocia con rezagos originados por políticas neoliberales que pusieron en desventaja a las personas consumidoras frente a las empresas en las relaciones de consumo, lo que evidenció limitaciones en la capacidad de fiscalización y sanción, así como una insuficiente cobertura preventiva por parte de las autoridades.

Estas políticas que favorecieron los intereses del mercado restringieron la respuesta oportuna y eficaz del Estado frente a desafíos como la ampliación de la cobertura de los mecanismos de verificación, la modernización tecnológica, la coordinación entre dependencias y una mayor cultura de denuncia entre las personas consumidoras.

Estas fallas generan una percepción de permisividad e impunidad institucional que debilita la confianza de la ciudadanía en las autoridades encargadas de vigilar el mercado. En ese sentido, la omisión o la inacción frente a malas prácticas comerciales erosionan esa confianza y lesiona los principios democráticos y de justicia social.

El logro de este objetivo implica una respuesta institucional integral por parte de la Profeco, que combine la mejora de sus capacidades operativas y tecnológicas con una estrategia firme de vigilancia, sanción, prevención y educación para el consumo. Se promoverá una supervisión más eficaz, con herramientas innovadoras para la detección temprana de abusos; se fortalecerán las alianzas con empresas responsables mediante acciones de sensibilización; se ampliará la presencia territorial de mecanismos de verificación y se robustecerán los mecanismos de denuncia, atención y resolución de conflictos para brindar soluciones accesibles, rápidas y confiables a las personas consumidoras.

Asimismo, se impulsará una cultura de cumplimiento normativo entre los proveedores, se reforzará la transparencia, la ética empresarial y la autorregulación, como pilares para un mercado justo. A través de campañas públicas, incentivos positivos y sanciones ejemplares, se buscará modificar comportamientos empresariales hacia una mayor responsabilidad social y comercial.

El impacto de este objetivo se proyecta directamente en el bienestar económico de los hogares mexicanos, al reducir los abusos que afectan su patrimonio, y en la consolidación de un mercado interno más dinámico, competitivo y confiable. Además, al reforzar la actuación del Estado en defensa de los derechos de las personas consumidoras, se contribuye a restaurar la confianza institucional, fortalecer la cohesión social y promover un desarrollo económico sustentado en la legalidad, la equidad y el respeto a la dignidad de las personas.

Este enfoque responde a los principios del Humanismo Mexicano y a los pilares del Segundo Piso de la Cuarta Transformación, que colocan en el centro a las personas con mayor vulnerabilidad, priorizan la prosperidad compartida y reconocen al consumo justo, informado y protegido como condición indispensable para una economía incluyente y sostenible.

6.3 Relevancia del objetivo 3: Fortalecer los mecanismos para la defensa de los derechos de las personas consumidoras.

El Gobierno de México mantiene un firme compromiso con la prosperidad compartida a través de la promoción de la competencia y la competitividad en los mercados, siempre con un profundo respeto a la diversidad regional de nuestro país. Esto significa facilitar la inversión productiva, fomentar la innovación tecnológica y apoyar a nuestras pequeñas y medianas empresas, que son el motor de nuestra economía. Y en este camino, el pueblo de México es centro de la política económica.

En este contexto, es fundamental fortalecer los mecanismos y recursos para la defensa de los derechos de la población consumidora. Una persona consumidora informada y protegida es un actor clave para un mercado justo y eficiente. Mejores procesos de conciliación, servicios de atención a quejas ágiles y efectivos, un Teléfono del Consumidor robusto y una simplificación en el registro de contratos, son acciones concretas que fortalecen la confianza ciudadana, previenen abusos y garantizan que la competencia sea leal. Al empoderar a la ciudadanía en sus decisiones de consumo, se impulsa la competitividad genuina, lo cual obliga a las empresas a ofrecer mejores productos y servicios y favorece una prosperidad compartida.

La protección a las personas consumidoras no es un gasto, es una inversión en la equidad y en el dinamismo económico. Es garantizar que la riqueza generada se distribuya de manera más justa y que las oportunidades lleguen a todas las personas, con el objetivo de reducir las brechas de desigualdad y fortalecer el tejido social.

Fortalecer los mecanismos para la defensa de los derechos de las personas consumidoras es, en esencia, una piedra angular para asegurar relaciones de consumo justas, equitativas y transparentes en México. Su relevancia se magnifica en el panorama actual, caracterizado por una creciente digitalización, una notable concentración empresarial y la complejidad a las relaciones contractuales. En este escenario, es imperativo que las instituciones públicas no solo se posicionen firmemente del lado de la ciudadanía, sino que también expandan continuamente sus capacidades y perfeccionen sus servicios para satisfacer las demandas de una sociedad en constante evolución.

Al mejorar los procesos de conciliación, por ejemplo, no solo se reducen drásticamente los tiempos de atención y se incrementa la eficiencia operativa de las instituciones, sino que se ofrecen soluciones más ágiles a los conflictos entre las personas consumidoras y proveedores. Un sistema de conciliación robusto y accesible es fundamental porque evita la judicialización de conflictos menores y garantiza así un acceso efectivo a la justicia cotidiana para millones de personas.

Brindar un servicio de calidad, rápido y efectivo para la resolución de quejas, no solo se traduce en la pronta atención a las reclamaciones, sino que implica ofrecer una experiencia accesible, empática, multicanal y tecnológicamente eficiente. Esta aproximación es vital para consolidar la confianza ciudadana en las instituciones.

Asimismo, impulsar el Teléfono del Consumidor como canal de información para el acceso a trámites y servicios de la Profeco subraya la relevancia de la inclusión. Esta herramienta es un canal de contacto directo, asesoría inmediata y denuncia esencial. Fortalecer este servicio es crucial para acercar la atención a sectores vulnerables, a zonas sin acceso digital o a personas mayores que requieren una orientación clara y humana. Sin esta vía, amplios segmentos de la población quedarían desprotegidos.

Mejorar y simplificar el registro de contratos de adhesión en telecomunicaciones es una medida preventiva clave. Este sector, uno de los que genera mayor número de quejas, se beneficia enormemente de una supervisión más estricta. Esta medida ayuda a prevenir abusos desde el diseño mismo de los contratos y promueve una indispensable transparencia. Contratos comprensibles, accesibles y debidamente supervisados son fundamentales para que la población consumidora tome decisiones informadas.

En última instancia, este objetivo, enmarcado en una visión de derechos humanos y justicia económica, es fundamental porque permiten cerrar brechas de desigualdad, empoderar a la ciudadanía y prevenir conflictos de consumo.

6.4 Relevancia del objetivo 4: Fomentar una cultura de consumo responsable y sostenible basada en la educación y divulgación de información.

En el marco del Segundo Piso de la Transformación, este objetivo se alinea con la visión de un modelo de desarrollo centrado en la innovación pública, equidad territorial, la justicia social y la sostenibilidad como base del futuro.

Promover una cultura de consumo responsable y sostenible representa una importante toma de decisiones que permite contar con suficiente información sobre los bienes, servicios y productos que se adquieren, así como los efectos que tendrán en el medio ambiente. Con ello, representa también una estrategia clave para fortalecer las capacidades ciudadanas a través de la educación y divulgación, proteger la economía de los hogares, mejorar el entorno del mercado y avanzar hacia una economía social y solidaria.

Así, el problema público que aborda este objetivo es la desigualdad en la información para el desarrollo de una cultura de consumo responsable y sostenible, la cual se manifiesta en las brechas que existen entre sectores de la población con mayor y menor acceso a información clara, veraz y oportuna sobre sus derechos al consumo, los impactos de sus decisiones de consumo y las alternativas disponibles en el mercado.

Algunas personas que viven en comunidades rurales tienen bajo nivel educativo o acceso limitado a las tecnologías de la información, enfrentan mayores obstáculos para contar con los conocimientos y herramientas que les permitan tomar decisiones de compra conscientes y ejercer sus derechos con autonomía. Como consecuencia, muchas personas consumidoras toman decisiones poco informadas, que pueden afectar negativamente su economía familiar, su salud y el medio ambiente.

Asimismo, se reduce su capacidad de identificar prácticas engañosas o abusivas por parte de proveedores, y se dificulta la adopción de patrones de consumo sostenibles. Esta situación perpetúa círculos de vulnerabilidad, desigualdad y dependencia frente al mercado; asimismo, reproduce condiciones de exclusión económica en las zonas con menor acceso a oportunidades, además de otros problemas indirectos como daños a la salud.

Al respecto, la falta de una cultura de consumo informado también tiene implicaciones para el mercado nacional. Cuando las personas consumidoras no exigen calidad, transparencia y responsabilidad social a las empresas, disminuye la presión competitiva para mejorar los productos y servicios, lo que debilita la innovación, la ética empresarial y la sostenibilidad económica. Esta dinámica contribuye a la permanencia de prácticas comerciales poco éticas, a la concentración del mercado y a la pérdida de confianza en las instituciones reguladoras.

Este objetivo busca atender estas desigualdades mediante una estrategia integral que impulse la educación para el consumo desde una perspectiva territorial, inclusiva y sostenible. Para ello, se fortalecerán las campañas de información y sensibilización dirigidas a públicos diversos, se aprovecharán las plataformas digitales y redes sociales para difundir contenidos útiles y comprensibles, y se establecerán alianzas con medios tradicionales para ampliar el alcance territorial.

El logro de este objetivo contribuirá directamente al bienestar de todas las personas mexicanas al facilitar el acceso igualitario a información útil, proteger la economía familiar, promover prácticas de consumo responsable y sostenible, y empoderar a la ciudadanía frente al mercado. En conjunto, estos resultados reforzarán un entorno económico más justo, competitivo y ético, en sintonía con los principios del Segundo Piso de la Transformación, que busca cerrar brechas estructurales, fortalecer la cohesión social, la certidumbre en los hogares mexicanos, y avanzar hacia una prosperidad con justicia para todas las regiones del país.

6.5 Relevancia del objetivo 5: Fortalecer el desempeño institucional de la Profeco para la atención de las personas consumidoras, con énfasis en los grupos en situación de vulnerabilidad y las nuevas generaciones.

Este objetivo se alinea con los principios del Segundo Piso de la Transformación, particularmente en lo relativo a la consolidación de un Estado de bienestar con instituciones eficaces, cercanas a la ciudadanía y garantes de derechos. En el contexto de un modelo de desarrollo que busca reducir desigualdades estructurales y restaurar la confianza ciudadana en las instituciones públicas, fortalecer la atención y los servicios que ofrece la Profeco representa una estrategia prioritaria.

Desde su raíz, el problema público que se atiende es la baja confianza en las instituciones públicas, provocada por percepciones de ineficiencia, opacidad e injusticia en la gestión gubernamental. Esta desconfianza impacta de forma negativa en la participación ciudadana, la eficacia de las políticas públicas y la cohesión social. En el ámbito del consumo, se traduce en menor uso de los trámites y servicios de defensa de las personas consumidoras, desprotección ante abusos del mercado y pérdida de legitimidad institucional.

El objetivo plantea una transformación profunda del modelo de atención de la Profeco, a través de la adopción de una gestión moderna basada en tecnología a través de los proyectos conjuntos con la Agencia de Transformación Digital y Telecomunicaciones; normativa vigente y clara, que atienda las nuevas tendencias de consumo; procesos eficientes y transparencia activa; el establecimiento de vínculos de colaboración con otras instituciones; la atención multicanal con enfoque inclusivo y la profesionalización del personal. Se busca, además, consolidar un modelo de atención territorial que acerque los servicios a comunidades tradicionalmente excluidas o con menor acceso a información y mecanismos de defensa.

Con estas acciones, se reducirá la asimetría entre personas consumidoras y proveedores, se fortalecerá la capacidad del Estado para proteger derechos y se recuperará la legitimidad institucional. El objetivo también atiende áreas de oportunidad como la cobertura territorial, la falta de interoperabilidad de sistemas, la búsqueda de mecanismos regionales para la protección a las personas consumidoras y la mejora de la percepción de atención ciudadana.

El cumplimiento de este objetivo contribuirá al bienestar de todas y todos los mexicanos al garantizar un acceso efectivo a la justicia en materia de consumo, proteger la economía familiar, y generar condiciones de equidad y confianza en las relaciones de mercado. En términos más amplios, aportará a la gobernabilidad democrática, a la cohesión social y al fortalecimiento de un Estado de derecho, pilares fundamentales del modelo de desarrollo propuesto en el Segundo Piso de la Transformación.

6.6 Vinculación de los objetivos del Programa Institucional de la Procuraduría Federal del Consumidor 2026-2030.

El Programa se alinea con el objetivo 4 del PSE, “Impulsar la innovación y la competencia en el mercado interno”, mediante la implementación de acciones estratégicas orientadas a fortalecer la protección, información y empoderamiento de las personas consumidoras. A través de sus cinco objetivos prioritarios — garantizar el acceso a información adecuada y clara, impulsar relaciones de consumo justas, fortalecer mecanismos para la defensa de las personas consumidoras, fomentar una cultura de consumo responsable y fortalecer el desempeño institucional para la atención de la población, con énfasis en los grupos en situación de vulnerabilidad —, la Profeco contribuye a consolidar un entorno de consumo justo, equitativo y sostenible.

Estos objetivos responden a problemáticas que afectan la dinámica del mercado, tales como la baja confianza en las instituciones públicas, la persistencia de publicidad engañosa y productos inseguros, la desigualdad en el acceso a información para un consumo informado, y la prevalencia de prácticas abusivas por parte de ciertos proveedores. Al atender estos desafíos, se favorece la competencia leal entre empresas, se promueve la innovación mediante incentivos al cumplimiento normativo y a la calidad, y se amplía el acceso a productos y servicios más seguros y sostenibles para toda la población.

Además, el Programa adopta un enfoque inclusivo y equitativo, al priorizar la atención a las personas consumidoras más vulnerables y fortalecer los mecanismos de participación, vigilancia y rendición de cuentas. Esto permite consolidar un ecosistema de consumo más transparente y accesible, en donde el Estado actúa como garante de derechos y facilitador del desarrollo económico con bienestar.

En conjunto, los cinco objetivos del Programa no solo fortalecen su capacidad operativa y de servicio, sino que también hacen una aportación sustantiva al modelo de desarrollo del Segundo Piso de la Transformación, al vincular la defensa de los derechos de las personas consumidoras con la construcción de un mercado más innovador, competitivo, justo y sustentado en los principios del Humanismo Mexicano.

Objetivos del Programa Institucional de la Procuraduría Federal del Consumidor 2026-2030	Objetivos del Programa Sectorial de Economía 2025-2030	Estrategias del Programa Sectorial de Economía 2025-2030
1. Garantizar el acceso a información adecuada y clara sobre bienes, productos, servicios y derechos de las personas consumidoras.		
2. Impulsar relaciones de consumo justas por parte de los proveedores de bienes, servicios y productos.		Estrategia 4.6. Fortalecer la protección, defensa e información
3. Fortalecer los mecanismos para la defensa de los derechos de las personas consumidoras.	Objetivo 4. Impulsar de las personas la innovación y la competencia en el mercado interno.	de las personas consumidoras, con un enfoque inclusivo, para impulsar relaciones comerciales justas y equitativas; así como el consumo responsable.
4. Fomentar una cultura de consumo responsable y sostenible basada en la educación y divulgación de información.		
5. Fortalecer el desempeño institucional de la Profeco para la atención de las personas consumidoras, con énfasis en los grupos en situación de vulnerabilidad y las nuevas generaciones.		

Asimismo, los objetivos, estrategias y líneas de acción del Programa se alinean con los Objetivos y Metas de Desarrollo Sostenible. A continuación, se presenta la vinculación directa de los objetivos del Programa con las prioridades señaladas en la Agenda 2030:

Objetivos del Programa Institucional de la Procuraduría Federal del Consumidor 2026-2030	Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030	Desarrollo	Metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 ²⁰
Objetivo 1. Garantizar el acceso a información adecuada y clara sobre bienes, productos, servicios y derechos de las personas consumidoras.	Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	Garantizar	Meta 12.8. De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.
Objetivo 2. Impulsar relaciones de consumo justas por parte de los proveedores de bienes, servicios y productos.	Objetivo 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.		Meta 2.c Adoptar medidas para asegurar el buen funcionamiento de los mercados de productos básicos alimentarios y sus derivados y facilitar el acceso oportuno a la información sobre los mercados, incluso sobre las reservas de alimentos, a fin de ayudar a limitar la extrema volatilidad de los precios de los alimentos.
Objetivo 3. Fortalecer los mecanismos para la defensa de los derechos de las personas consumidoras.	Objetivo 10. Reducir la desigualdad en y entre los países		Meta 10.3. Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de los resultados, en particular mediante la eliminación de las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y la promoción de leyes, políticas y medidas adecuadas a ese respecto.
Objetivo 4. Fomentar una cultura de consumo responsable y sostenible basada en la educación y divulgación de información.	Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	Garantizar	Meta 12.8. De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.
Objetivo 5. Fortalecer el desempeño institucional de la Profeco para la atención de las personas consumidoras, con énfasis en los grupos en situación de vulnerabilidad y las nuevas generaciones.	Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas.		Meta 16.6. Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas.

²⁰ Organización de las Naciones Unidas (2015). *Resolución aprobada por la Asamblea General el 25 de septiembre de 2015. A/RES/70/1*. https://agenda2030.mx/docs/doctos/A_RES_70_1_es.pdf

7. Estrategias y líneas de acción

El Programa contribuye de manera decidida a la construcción de un entorno de consumo más justo, seguro y equitativo, mediante acciones integrales orientadas a fortalecer la confianza ciudadana en las instituciones, empoderar a las personas consumidoras, fomentar una cultura de consumo responsable y erradicar las malas prácticas comerciales en el mercado nacional. A través de la mejora normativa, operativa y tecnológica de sus servicios; la generación y difusión de información clara y oportuna; la promoción del consumo informado en todas las regiones del país; y la vigilancia y corrección de abusos en las relaciones de consumo, la Profeco impulsa la protección efectiva de los derechos de la población consumidora.

Estas acciones no solo atienden desafíos como la desinformación, la desigualdad en el acceso a mecanismos de defensa y la asimetría entre proveedores y personas consumidoras, sino que además fortalecen las condiciones para una competencia leal, un mercado más innovador y una economía centrada en el bienestar de las personas. En coherencia con el enfoque del Humanismo Mexicano, el Programa adopta una perspectiva inclusiva, territorialmente equitativa y orientada al fortalecimiento institucional. De esta manera, contribuye a la estrategia nacional de establecer mecanismos que promuevan la eficiencia en la atención a las personas consumidoras mediante el acceso a los trámites y servicios de una manera más fácil, así como optimizando los procesos para una respuesta más rápida y efectiva que garantice un consumo justo y sostenible.

A continuación, se presentan las estrategias y líneas de acción que permitirán materializar estos objetivos en el periodo 2026–2030.

Objetivo 1. Garantizar el acceso a información adecuada y clara sobre bienes, productos, servicios y derechos de las personas consumidoras.

Estrategia 1.1 Proveer información técnica y accesible sobre la calidad, seguridad y cumplimiento de bienes y/o productos, para facilitar el consumo informado de las personas consumidoras.

Línea de acción

- 1.1.1 Elaborar estudios de calidad sobre bienes y productos, mediante la aplicación de métodos de prueba estandarizados o implementados en el LNPC.
- 1.1.2 Realizar actividades de evaluación de bienes y productos sujetos a estudio mediante pruebas y análisis técnicos en el LNPC, para verificar que cumplan con los requisitos establecidos en la normatividad aplicable.
- 1.1.3 Informar a las personas consumidoras sobre los bienes y productos que pongan en riesgo su vida, salud o integridad mediante la publicación de los "llamados a revisión" en el portal de Alertas al Consumidor de la Red de Alerta Rápida.
- 1.1.4 Identificar publicidad engañosa en bienes, productos y servicios, incluidos los de telecomunicaciones, mediante el monitoreo, análisis y evaluación de la información difundida en medios masivos de comunicación por parte de proveedores.

Estrategia 1.2 Implementar el monitoreo de precios conforme a las necesidades de las personas consumidoras para que tomen decisiones de consumo informado y responsable.

Línea de acción

- 1.2.1 Generar y presentar información veraz y oportuna a través del "Quién es Quién en los Combustibles", sobre el precio de las gasolinas y diésel que se expende al público en las estaciones de servicio.
- 1.2.2 Generar y presentar la información veraz y oportuna a través del programa "Quién es Quién en los Precios", de los productos que integran la canasta básica, así como los de alto consumo.
- 1.2.3 Publicar y promover la información generada mediante el programa "Quién es Quién en los Precios", a fin de que la población consumidora tome mejores decisiones de compra.

Objetivo 2. Impulsar relaciones de consumo justas por parte de los proveedores de bienes, servicios y productos.

Estrategia 2.1 Identificar prácticas comerciales abusivas por parte de proveedores de bienes y servicios para impulsar la confianza de los consumidores.

Línea de acción

- 2.1.1 Analizar la información comercial de las etiquetas que ostentan los productos mediante la revisión del cumplimiento a las normas oficiales mexicanas aplicables, a petición de parte.
- 2.1.2 Realizar acciones de verificación y vigilancia a proveedores de bienes o prestadores de servicio con apego a la transparencia, rendición de cuentas y a la normatividad aplicable.
- 2.1.3 Elaborar y ejecutar los programas temporales de verificación y vigilancia en temporadas de alto consumo a través de estrategias que amplíen el alcance y eficacia en la atención a las personas consumidoras.
- 2.1.4 Brindar información sobre el comportamiento comercial de los proveedores sobre quejas y su estado procesal, así como los principales motivos de reclamación mediante el Buró Comercial de la Profeco.
- 2.1.5 Supervisar la actuación del personal que desarrolla las labores en campo mediante el seguimiento de sus actividades conforme a la normatividad aplicable.
- 2.1.6 Instalar la Báscula Itinerante en zonas estratégicas como centros de abasto y mercados públicos con mayor afluencia para impulsar la confianza ciudadana.

Estrategia 2.2 Brindar asesorías e información útil a los proveedores de bienes, productos y servicios a fin de impulsar el cumplimiento normativo.

Línea de acción

- 2.2.1 Orientar a proveedores hacia prácticas responsables mediante capacitaciones en materia de información comercial y comercio justo.
- 2.2.2 Impulsar la adopción del diagnóstico publicitario (Copy Advice) mediante la sensibilización de los proveedores de servicios para el cumplimiento de la normativa vigente.
- 2.2.3 Verificar el cumplimiento normativo e información comercial contenida en los avisos de promoción a través de las solicitudes presentadas por las y los proveedores.
- 2.2.4 Asesorar a proveedores sancionados respecto a sus opciones de pago respecto a las multas impuestas por las unidades administrativas impositoras de la Profeco a fin de alcanzar una óptima recaudación.

Estrategia 2.3 Corregir y sancionar prácticas comerciales abusivas por parte de proveedores de bienes y servicios para impulsar el buen comportamiento comercial y, en su caso, reparar el daño o perjuicio a las personas consumidoras.

Línea de acción

- 2.3.1 Facilitar a las personas consumidoras la recuperación del monto pagado al proveedor ante un incumplimiento mediante el fomento en las ODECO del correcto uso del título ejecutivo de dictamen.
- 2.3.2 Garantizar la imposición de sanciones mediante la sustanciación de los Procedimientos Administrativos por Infracciones a la LFPC.
- 2.3.3 Promover la responsabilidad fiscal de los proveedores mediante la implementación de los procesos de Control y Cobro Persuasivo y del Procedimiento Administrativo de Ejecución con los que cuenta la Profeco, como instancia fiscal.
- 2.3.4 Propiciar la recuperación del monto pagado por las personas consumidoras ante un incumplimiento a través de la emisión de sentencias por autoridades jurisdiccionales y la celebración de convenios judiciales y extrajudiciales.

Objetivo 3. Fortalecer los mecanismos para la defensa de los derechos de las personas consumidoras.**Estrategia 3.1 Brindar un servicio para la resolución de quejas que mejore la atención de las personas consumidoras.****Línea de acción**

- 3.1.1 Mejorar la atención a las personas consumidoras a través de mecanismos digitales de reclamación y resolución de conflictos, así como modelos de atención rápida.
- 3.1.2 Promover la obtención y uso del Distintivo Digital mediante la sensibilización sobre la importancia de ofrecer mayor confiabilidad y certeza jurídica a la población consumidora de bienes, productos y/o servicios.
- 3.1.3 Impulsar el Teléfono del Consumidor como canal de información para el acceso a trámites y servicios de la Profeco mediante la difusión en medios.
- 3.1.4 Realizar procesos de conciliación y arbitraje mediante la modernización de sistemas de conciliación presencial y remota como Concilianet y Conciliaexpres.
- 3.1.5 Impulsar el uso de mecanismos de acción colectiva a través de campañas de difusión y la representación a las personas consumidoras ante instancias judiciales.

Estrategia 3.2 Aumentar el registro de contratos de adhesión a fin de mejorar la confianza de las personas consumidoras.**Línea de acción**

- 3.2.1 Impulsar el proceso de registro de contratos de adhesión mediante capacitaciones a proveedores sobre la importancia y el proceso de un registro de contratos de adhesión transparente.
- 3.2.2 Agilizar la revisión y aprobación de contratos de adhesión mediante el establecimiento de formatos y lineamientos claros.
- 3.2.3 Facilitar la consulta al Registro Público de Contratos de Adhesión a través de la actualización y difusión del registro.

Estrategia 3.3 Impulsar acciones preventivas para la protección de las personas consumidoras.**Línea de acción**

- 3.3.1 Promover el Registro Público de Casas de Empeño como medio para la protección de los derechos de las personas consumidoras que contratan los servicios de mutuo con interés y garantía prendaria mediante campañas de comunicación.
- 3.3.2 Fomentar el uso del Registro Público para Evitar Publicidad como medio de protección ante publicidad engañosa mediante la actualización y difusión de dicha herramienta a la población.
- 3.3.3 Considerar mejoras en los mecanismos de protección de las personas consumidoras ante el aumento del comercio electrónico.
- 3.3.4 Generar proyectos especiales para la protección de personas consumidoras ante el uso de la Inteligencia Artificial en plataformas digitales.

Objetivo 4. Fomentar una cultura de consumo responsable y sostenible basada en la educación y divulgación de información.

Estrategia 4.1 Divulgar información sobre el ejercicio de derechos de consumo para fomentar el consumo responsable.

Línea de acción

- 4.1.1 Difundir materiales didácticos e informativos sobre bienes, productos y servicios mediante el uso de plataformas tradicionales o digitales.
- 4.1.2 Diseñar piezas gráficas para promover los servicios de la Profeco mediante los canales institucionales.
- 4.1.3 Orientar las decisiones de las personas consumidoras en temporadas de alto consumo mediante la Brújula de Compra.
- 4.1.4 Promover los estudios de consumo elaborados por la Profeco para ayudar a las personas consumidoras a tomar decisiones informadas mediante su difusión en la Revista del Consumidor, digital o impresa, y en otros canales oficiales.
- 4.1.5 Promover el uso de la información sobre temas de consumo en las organizaciones no gubernamentales mediante el envío de información de consumo.

Estrategia 4.2 Empoderar a las personas consumidoras respecto a sus derechos para consolidar una cultura de consumo responsable y sostenible.

Línea de acción

- 4.2.1 Sensibilizar a las personas consumidoras sobre sus derechos de consumo a través de sesiones educativas en las ODECO.
- 4.2.2 Publicar la información de La Revista del Consumidor mediante la adaptación del contenido a diseños adecuados para las redes sociales institucionales.
- 4.2.3 Impulsar campañas de educación y concienciación a las personas consumidoras a través del fortalecimiento de grupos de personas consumidoras.
- 4.2.4 Promover la protección efectiva de derechos de las personas consumidoras en el país mediante el Consejo Consultivo de Consumo.
- 4.2.5 Promover programas de educación para el consumo responsable mediante la coordinación de acciones con autoridades educativas y la elaboración de paquetes didácticos.

Objetivo 5. Fortalecer el desempeño institucional de la Profeco para la atención de las personas consumidoras, con énfasis en los grupos en situación de vulnerabilidad y las nuevas generaciones.

Estrategia 5.1 Actualizar el marco normativo institucional a fin de contar con un respaldo jurídico robusto que beneficie y proteja los intereses de las personas consumidoras.

Línea de acción

- 5.1.1 Promover en la Ley, Reglamento y Estatuto competencia de la Profeco adecuaciones para fortalecer la protección de los derechos de las personas consumidoras, mediante la identificación de sus necesidades y con un enfoque de inclusión a personas con discapacidad, Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas.
- 5.1.2 Promover mecanismos regionales para la protección de los derechos de las personas consumidoras mediante el establecimiento de convenios de cooperación nacional e internacional.
- 5.1.3 Impulsar la regulación del comercio electrónico, el uso de la Inteligencia Artificial y algoritmos en plataformas comerciales a través de la coordinación con las autoridades competentes.

Estrategia 5.2 Impulsar la accesibilidad de los trámites y servicios institucionales con un enfoque de inclusión e igualdad a fin de garantizar la protección de los derechos de las personas consumidoras.

Línea de acción

- 5.2.1 Promover una atención incluyente por grupo social o en situación de vulnerabilidad mediante formatos adaptados y con lenguaje accesible que les permitan identificar prácticas abusivas y ejercer su derecho a participar en decisiones que les afectan.
- 5.2.2 Impulsar medidas para la protección de los derechos de las personas con discapacidad, Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas, a través del diseño de acciones de igualdad.

Estrategia 5.3 Fortalecer los canales de atención y comunicación de la Profeco para brindar un mejor servicio a las personas consumidoras.

Línea de acción

- 5.3.1 Promover un mayor uso de la información de la Profeco en las nuevas generaciones a través de contenidos incluyentes en redes y sitios institucionales.
- 5.3.2 Garantizar la calidad en los procesos de asesoría, conciliación, arbitraje y de emisión de dictámenes para las personas consumidoras a través del fortalecimiento de las capacidades de las personas servidoras públicas.
- 5.3.3 Fomentar la comunicación con diversas instituciones públicas y privadas mediante el intercambio de información en beneficio de la población consumidora.

8. Indicadores y metas

Para evaluar el avance y efectividad de los objetivos del Programa, se han establecido indicadores clave que permiten medir, de manera sistemática y orientada a resultados, el impacto de las políticas públicas en la vida cotidiana de las personas consumidoras.

A largo plazo, la implementación sostenida de las estrategias del Programa, basadas en principios como la accesibilidad de la información, la rendición de cuentas, la transparencia, el fortalecimiento normativo y la colaboración multisectorial, contribuirá decisivamente a transformar el ecosistema del consumo en México. Con la aplicación de estas estrategias, las personas consumidoras estarán plenamente informadas, empoderadas y protegidas, gracias a una política de comunicación continua, inclusiva y adaptada a la evolución tecnológica y cultural. Asimismo, el fortalecimiento institucional y la profesionalización del servicio público permitirán contar con una autoridad legítima, confiable y eficaz, capaz de responder a los retos de nuevas dinámicas de consumo, como el comercio digital o los mercados verdes. La gobernanza compartida, basada en la corresponsabilidad entre gobierno, sociedad civil, empresas, academia y medios de comunicación, consolidará un sistema regulador equilibrado y participativo.

México avanzará hacia un mercado interno competitivo y justo, donde se promuevan productos seguros, prácticas comerciales éticas y el bienestar económico de las familias. Este entorno favorecerá una prosperidad más equitativa, fortalecerá la confianza ciudadana en las instituciones y contribuirá a un modelo de desarrollo moderno, inclusivo y sostenible.

Indicador 1.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR							
Nombre	Porcentaje de análisis de monitoreos de bienes, productos o servicios ofrecidos por proveedores en el mercado.						
Objetivo	1.- Garantizar el acceso a información adecuada y clara sobre bienes, productos, servicios y derechos de las personas consumidoras.						
Definición o descripción	Mide la cantidad de resultados de análisis de monitoreos realizados en el que se detectaron elementos que posiblemente vulneran los derechos de las personas consumidoras y que son remitidos para iniciar o no un Procedimiento por Infracción a la Ley competencia de la Profeco.						
Derecho asociado	Derecho a libre concurrencia en el mercado, evitando que los monopolios perjudiquen a los consumidores al limitar sus opciones y aumentar los precios (Artículo 28 Constitucional).						
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición			Anual		
Acumulado o periódico	Periódico	Disponibilidad de la información			Enero, posterior al cierre de cada ejercicio.		
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos			De enero a diciembre.		
Tendencia esperada	Descendente	Unidad responsable de reportar el avance			Subprocuraduría de Telecomunicaciones (SPT).		
Método de cálculo	$PAM_t = \left(\frac{Ram\ PIL_t}{Ram_t} \right) \times 100$ <p>PAM_t: Porcentaje de análisis de monitoreos de bienes, productos o servicios ofrecidos por proveedores en el mercado.</p> <p>Ram PIL_t: Número de resultados de análisis de monitoreos remitidos por posible Infracción a la Ley en el periodo t.</p> <p>Ram_t: Número de resultados de análisis de monitoreos realizados en el periodo t.</p>						
Observaciones	<p>Si bien la Procuraduría ha desempeñado la actividad de realizar monitoreos a la publicidad de proveedores del sector de telecomunicaciones conforme a la atribución establecida en el Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor en su artículo 15, fracción XIV, este indicador contabiliza en cuántos de estos monitoreos se ha dado inicio a un Procedimiento por Infracción a la Ley en contra de algún proveedor del sector.</p> <p>En este sentido, se da cuenta de la proporción de proveedores del sector de telecomunicaciones que vulnera, a través de su publicidad, lo establecido en el marco legal competencia de la institución con la finalidad de que con ello se fortalezca la protección de los derechos de las personas consumidoras. Se espera que, como parte de las acciones implementadas por la Procuraduría, la proporción de proveedores que contravienen la ley tenga un comportamiento a la baja.</p>						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	$Ram\ PIL_t$ Número de resultados de análisis de monitoreos remitidos por posible Infracción a la Ley en el periodo t	Valor variable 1	13	Fuente de información variable 1	Reporte de resultados de monitoreos realizados remitidos a PIL en el periodo t de la SPT.		
Nombre variable 2	Ram_t Número de resultados de análisis de monitoreos realizados en el periodo t	Valor variable 2	300	Fuente de información variable 2	Reporte de resultados de monitoreos realizados en el periodo t de la SPT.		
Sustitución en método de cálculo	$PAM_t = \left(\frac{13}{300} \right) \times 100 = 4.33$						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base				Nota sobre la línea base			
Valor	4.33						
Año	2025						
Meta 2030				Nota sobre la meta 2030			
3.00				Con la continuidad del monitoreo, la disuasión, la corrección de prácticas irregulares y el trabajo directo con el sector, se espera que la proporción de proveedores que contravienen la ley muestre una tendencia descendente hacia 2030.			
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR							
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	4.33
METAS							
2026	2027	2028	2029	2030			
4.30	4.00	3.67	3.33	3.00			

Indicador 2.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR							
Nombre	Porcentaje de visitas de verificación y vigilancia en las cuales los establecimientos de proveedores de bienes, servicios y productos cumplieron con las leyes y normas competencia de la Profeco.						
Objetivo	2.- Impulsar relaciones de consumo justas por parte de los proveedores de bienes, servicios y productos.						
Definición o descripción	Mide el impulso a relaciones de consumo justas mediante la verificación y vigilancias realizadas a los establecimientos de proveedores de bienes y servicios en territorio nacional para constatar el cumplimiento a la Ley Federal de Protección al Consumidor, Ley de la Infraestructura de la Calidad, Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión, las Normas Oficiales Mexicanas y Normas Mexicanas competencia de la Profeco, a fin de evaluar el comportamiento que los proveedores tienen hacia la población consumidora en las relaciones de consumo y corregir malas prácticas comerciales.						
Derecho asociado	Derecho a la libre concurrencia en el mercado, evitando que los monopolios perjudiquen a los consumidores al limitar sus opciones y aumentar los precios (Artículo 28 Constitucional).						
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual				
Acumulado o periódico	Periódico	Disponibilidad de la información	Enero, posterior al cierre de cada ejercicio.				
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	De enero a diciembre.				
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Subprocuraduría de Verificación y Defensa de la Confianza (SPVDC). Subprocuraduría de Telecomunicaciones (SPT).				
Método de cálculo	$PViC_t = \left(\frac{ViC_t}{ViT_t} \right) \times 100$ <p>PViC_t: Porcentaje de visitas de verificación y vigilancia en las cuales los establecimientos de proveedores de bienes, servicios y productos cumplieron con las leyes y normas competencia de la Profeco. Vi C_t: Visitas de verificación y vigilancia con cumplimiento de las Leyes y Normas competencia de la Profeco realizadas a establecimientos de proveedores de bienes y servicios en el periodo t. Vi T_t: Total de visitas de verificación y vigilancia realizadas a establecimientos de proveedores de bienes y servicios en el periodo t.</p>						
Observaciones	Si bien se cuenta con históricos de las visitas de verificación y vigilancia que la Profeco realiza, fue hasta 2021 que en el indicador consideró medir el cumplimiento a lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor y Normas Oficiales Mexicanas durante las visitas.						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	ViC_t Visitas de verificación y vigilancia con cumplimiento de las Leyes y Normas competencia de la Profeco realizadas a establecimientos de proveedores de bienes y servicios en el periodo t.	Valor variable 1	31,413	Fuente de información variable 1	Reporte de visitas de verificación y vigilancia con cumplimiento realizadas en el periodo t de las áreas de la SPVDC y la SPT.		
Nombre variable 2	ViT_t Total de visitas de verificación y vigilancia realizadas a establecimientos de proveedores de bienes y servicios en el periodo t.	Valor variable 2	37,518	Fuente de información variable 2	Reporte del total visitas de verificación y vigilancia realizadas en el periodo t por parte de las áreas de la SPVDC y la SPT.		
Sustitución en método de cálculo	$PViC_t = \left(\frac{31,413}{37,518} \right) \times 100 = 83.73$						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	83.73		El indicador presenta resultados que varían en cada ejercicio debido al comportamiento que se detecta por parte de la proveeduría al constatar su cumplimiento a la Leyes y Normas competencia de la Profeco.				
Año	2025						
Meta 2030			Nota sobre la meta 2030				
84.95							
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR							
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
No disponible	No disponible	No disponible	83.98	84.85	87.35	84.34	83.73
METAS							
2026		2027	2028	2029	2030		
84.55		84.65	84.75	84.85	84.95		

Indicador 3.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR							
Nombre	Porcentaje de monto recuperado mediante mecanismos de defensa de derechos de las personas consumidoras.						
Objetivo	3.- Fortalecer los mecanismos para la defensa de los derechos de las personas consumidoras.						
Definición o descripción	Mide la proporción del monto que resulta de la afectación a las personas consumidoras, recuperado al momento de la conclusión del procedimiento al cual haya sido turnado (acción colectiva, procedimiento conciliatorio o arbitral), o derivado de una acción extrajudicial realizada en el periodo dentro de las áreas jurídicas, de servicios y de telecomunicaciones.						
Derecho asociado	Derecho a la libre concurrencia en el mercado, evitando que los monopolios perjudiquen a los consumidores al limitar sus opciones y aumentar los precios (Artículo 28 Constitucional).						
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición			Anual		
Acumulado o periódico	Periódico	Disponibilidad de la información			Enero, posterior al cierre de cada ejercicio.		
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos			De enero a diciembre.		
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance			Subprocuraduría de Servicios (SPS). Subprocuraduría de Telecomunicaciones (SPT). Subprocuraduría Jurídica (SPJ).		
Método de cálculo	$PMRe_t = \left(\frac{MRe_t}{MRC_t} \right) \times 100$ <p>PMRe_t: Porcentaje de monto recuperado mediante mecanismos de defensa de derechos de las personas consumidoras.</p> <p>MRe_t: Monto recuperado para las personas consumidoras al concluir procedimientos de acción colectiva, conciliatorio o arbitral o acción extrajudicial realizada en el periodo t.</p> <p>MRC_t: Monto reclamado por las personas consumidoras en procedimientos de acción colectiva, conciliatorio o arbitral, o acción extrajudicial en el periodo t.</p>						
Observaciones	En este indicador refleja la retribución a favor de las personas consumidores a través de los diversos mecanismos de defensa de sus derechos, por lo cual se excluyen los montos registrados de los Procedimientos por Infracciones a la Ley (PIL) al no tratarse de un beneficio directo en su economía.						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	MRe_t Monto recuperado para las personas consumidoras al concluir procedimientos de acción colectiva, conciliatorio o arbitral o acción extrajudicial realizada en el periodo t	Valor variable 1	868,188,235.53	Fuente de información variable 1	Reporte con el monto recuperado en el periodo t por parte de las áreas de la SPS, SPT y SPJ.		
Nombre variable 2	MRC_t Monto reclamado por las personas consumidoras en procedimientos de acción colectiva, conciliatorio o arbitral, o acción extrajudicial en el periodo t	Valor variable 2	1,019,831,574.94	Fuente de información variable 2	Reporte con el monto reclamado en el periodo t por parte de las áreas de la SPS, la SPT y la SPJ.		
Sustitución en método de cálculo	$PMRe_t = \left(\frac{868,188,235.53}{1,019,831,574.94} \right) \times 100 = 85.13$						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base				Nota sobre la línea base			
Valor	85.13			Los datos disponibles para la línea base son de 2025. Se excluyen los montos registrados de los Procedimientos por Infracciones a la Ley (PIL) al no tratarse de un beneficio directo en la economía de las personas consumidoras, esto con el fin de reflejar la defensa efectiva de sus derechos por parte de la Institución.			
Año	2025						
Meta 2030				Nota sobre la meta 2030			
86.93							
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR							
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
No disponible	No disponible	No disponible	No disponible	No disponible	No disponible	No disponible	85.13
METAS							
2026		2027		2028		2030	
85.28		85.48		85.63		86.93	

Indicador 4.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR							
Nombre	Porcentaje de personas consumidoras encuestadas que consideran útil la información sobre consumo proporcionada en las sesiones educativas.						
Objetivo	4.- Fomentar una cultura de consumo responsable y sostenible basada en la educación y divulgación de información.						
Definición o descripción	<p>Mide el porcentaje de la población consumidora que afirmó en la encuesta realizada al finalizar las sesiones educativas impartidas en las Oficinas de Defensa del Consumidor (ODECO), que los productos educativos e informativos de la Profeco presentados les son de utilidad para el fomento de una cultura de consumo responsable y sostenible.</p> <p>Se considera como información útil, aquella que es empleada por las personas consumidoras para tomar decisiones informadas de compra lo cual permite proteger y defender sus derechos. La información otorgada en las sesiones educativas incluye proporcionar opciones en el mercado para aminorar riesgos y ser empáticos con el medio ambiente, así como de la calidad de productos y uso de tecnologías domésticas.</p>						
Derecho asociado	Derecho a la libre concurrencia en el mercado, evitando que los monopolios perjudiquen a los consumidores al limitar sus opciones y aumentar los precios (Artículo 28 Constitucional).						
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición			Anual		
Acumulado o periódico	Periódico	Disponibilidad de la información			Enero, posterior al cierre de cada ejercicio.		
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos			De enero a diciembre.		
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance			Coordinación General de Educación y Divulgación (CGED).		
Método de cálculo	$PPCESE_t = \left(\frac{PeU_t}{TPe_t} \right) \times 100$ <p>PPCESE_t: Porcentaje de personas consumidoras encuestadas que consideran útil la información sobre consumo proporcionada en las sesiones educativas.</p> <p>PeU_t: Personas consumidoras en México que afirmaron en la encuesta que los materiales educativos e informativos proporcionados en las sesiones educativas impartidas en las ODECO les han sido útiles en el periodo t.</p> <p>TPe_t: Total de personas consumidoras encuestadas en México que asistieron a las sesiones educativas impartidas en las ODECO en el periodo t.</p>						
Observaciones							
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	PeU_t Personas consumidoras en México que afirmaron en la encuesta que los materiales educativos e informativos proporcionados en las sesiones educativas impartidas en las ODECO les han sido útiles en el periodo t	Valor variable 1	No disponible	Fuente de información variable 1	Resultados de la encuesta realizada en las ODECO sobre los materiales educativos e informativos proporcionados en las Sesiones Educativas en los archivos de la CGED.		
Nombre variable 2	TPe_t Total de personas consumidoras encuestadas en México que asistieron a las sesiones educativas impartidas en las ODECO en el periodo t	Valor variable 2	No disponible	Fuente de información variable 2	Resultados de la encuesta realizada en las ODECO sobre los materiales educativos e informativos proporcionados en las Sesiones Educativas en los archivos de la CGED.		
Sustitución en método de cálculo	No aplica						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base				Nota sobre la línea base			
Valor	No disponible			El indicador será calculado a partir del ejercicio 2026, por lo cual no se cuenta con un valor definitivo para establecer la línea base.			
Año	2026						
Meta 2030				Nota sobre la meta 2030			
85				Al tratarse de un indicador de reciente creación, no se cuenta con una línea base, no obstante, se plantea una meta del 85% al cierre de la presente administración.			
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR							
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
METAS							
2026	2027	2028	2029	2030			
81	82	83	84	85			

Indicador 5.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR					
Nombre	Índice de desempeño de atención a las personas consumidoras a nivel nacional.				
Objetivo	5.- Fortalecer el desempeño institucional de la Profeco para la atención de las personas consumidoras, con énfasis en los grupos en situación de vulnerabilidad y las nuevas generaciones.				
Definición o descripción	Mide la capacidad y el desempeño de la Profeco en la atención integral de las personas consumidoras en el territorio nacional, al sintetizar en un sólo valor el grado de cumplimiento de las principales funciones sustantivas de la institución, siendo: la educación, la conciliación, la verificación y la vigilancia; las cuales constituyen el núcleo operativo de la política pública de protección a las personas consumidoras. Lo anterior, conforme a las equivalencias de valores para las variables del cumplimiento de metas del Índice de Seguimiento al Desempeño (ISeD) de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.				
Derecho asociado	Derecho a la libre concurrencia en el mercado, evitando que los monopolios perjudiquen a los consumidores al limitar sus opciones y aumentar los precios (Artículo 28 Constitucional).				
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual		
Acumulado o periódico	Periódico	Disponibilidad de la información	Enero, posterior al cierre de cada ejercicio.		
Unidad de medida	Índice	Periodo de recolección de los datos	De enero a diciembre.		
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección General de Planeación y Evaluación (DGPE) de la Profeco.		
Método de cálculo	$IDAPC = \frac{ISed_1 + ISed_2 + ISed_3 + ISed_4 + ISed_5}{5}$ <p>IDAPC: Índice de desempeño de atención a las personas consumidoras a nivel nacional.</p> <p><i>ISed₁</i>: Porcentaje de cumplimiento de las sesiones educativas realizadas, de acuerdo con las equivalencias del ISeD.</p> <p><i>ISed₂</i>: Porcentaje de cumplimiento del monto recuperado en los procedimientos concluidos, de acuerdo con las equivalencias del ISeD.</p> <p><i>ISed₃</i>: Porcentaje de cumplimiento de los procedimientos conciliatorios concluidos dentro de un plazo de 90 días naturales, de acuerdo con las equivalencias del ISeD.</p> <p><i>ISed₄</i>: Porcentaje de cumplimiento de los municipios en los que se realizan acciones de verificación y vigilancia, de acuerdo con las equivalencias del ISeD.</p> <p><i>ISed₅</i>: Porcentaje de cumplimiento de las visitas de vigilancia a establecimientos comerciales, de acuerdo con las equivalencias del ISeD.</p>				
Observaciones	Las variables se normalizan en una escala de 0 a 1, donde los valores más altos reflejan mayor cumplimiento de metas y, por ende, mejor desempeño institucional.				
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE					
Nombre variable 1	<i>ISed₁</i> Porcentaje de cumplimiento de sesiones educativas realizadas, de acuerdo con las equivalencias del ISeD.	Valor variable 1	0.81	Fuente de información variable 1	Reporte de desempeño de atención a las personas consumidoras realizado por la DGPE de la Profeco.
Nombre variable 2	<i>ISed₂</i> Porcentaje de cumplimiento de monto recuperado en los procedimientos concluidos, de acuerdo con las equivalencias del ISeD.	Valor variable 2	0.81	Fuente de información variable 2	Reporte de desempeño de atención a las personas consumidoras realizado por la DGPE de la Profeco.

Nombre variable 3	<i>ISeD₃</i> Porcentaje de cumplimiento de procedimientos conciliatorios concluidos dentro de un plazo de 90 días naturales, de acuerdo con las equivalencias del ISeD.	Valor variable 3	0.78	Fuente de información variable 3	Reporte de desempeño de atención a las personas consumidoras realizado por la DGPE de la Profeco.		
Nombre variable 4	<i>ISeD₄</i> Porcentaje de cumplimiento de municipios en los que se realizan acciones de verificación y vigilancia, de acuerdo con las equivalencias del ISeD.	Valor variable 4	0.88	Fuente de información variable 4	Reporte de desempeño de atención a las personas consumidoras realizado por la DGPE de la Profeco.		
Nombre variable 5	<i>ISeD₅</i> Porcentaje de cumplimiento de visitas de vigilancia a establecimientos comerciales, de acuerdo con las equivalencias del ISeD.	Valor variable 5	0.93	Fuente de información variable 5	Reporte de desempeño de atención a las personas consumidoras realizado por la DGPE de la Profeco.		
Sustitución en método de cálculo	$IDAPC = \frac{0.81 + 0.81 + 0.78 + 0.88 + 0.93}{5} = \frac{4.21}{5} = 0.84$						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	0.84		Los valores considerados para la línea base han sido recuperados de los reportes de desempeño de atención a las personas consumidoras que se obtienen de manera mensual y con resultados acumulados.				
Año	2025						
Meta 2030			Nota sobre la meta 2030				
0.89			Se establece como meta el 0.89, toda vez que dicho índice reflejará un alto desempeño institucional; con la ampliación de la cobertura educativa en materia de consumo a lo largo del país; un incremento en la eficiencia conciliatoria y una mayor presencia territorial y de capacidad de verificación y vigilancia de la Procuraduría a nivel nacional.				
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR							
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	0.84
METAS							
2026	2027	2028	2029	2030			
0.85	0.86	0.87	0.88	0.89			

Referencias

Comisión Federal de Competencia Económica (2021). *Estudio sobre condiciones de competencia en cadenas de suministro en México*. COFECE. <https://www.cofece.mx>

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2016), *Directrices para la Protección del Consumidor*, Nueva York y Ginebra. https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf

Unión Europea, *Reglamento (UE) No 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo*, publicación del Diario Oficial de la Unión Europea. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:165:0001:0012:ES:PDF>

Fondo Monetario Internacional (2019). *World Economic Outlook, Growth Slowdown, Precarious Recovery*. <https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2019/04/03/blog-weo-ch2-how-to-keep-corporate-power-in-check>

Fondo Monetario Internacional (2021, marzo). *Rising Corporate Market Power: Emerging Policy Issues*. <https://www.imf.org/en/Publications/Staff-Discussion-Notes/Issues/2021/03/10/Rising-Corporate-Market-Power-Emerging-Policy-Issues-48619>

International Institute for Management Development (IMD) (2025). *IMD World Competitiveness Ranking 2025*. IMD World Competitiveness Center. <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2024). *Cuentas por sector institucional 2023*. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/CByS/CByS2023.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2023). *Encuesta Nacional de Confianza en la Administración Pública (ENCOAP) 2023*. <https://www.inegi.org.mx/programas/encoap/2023/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2018). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) 2018. Tabulados básicos con precisiones estadísticas <https://www.inegi.org.mx/programas/ensanut/2018/#tabulados>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2024). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2024*. <https://www.inegi.org.mx/programas/endutih/2024/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2024). *ODS 12: Producción y consumo responsables – Datos en acción*. https://datosenaccion.inegi.org.mx/doc/ODS12-Produccion_y_consumo_responsable.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2025). *Valor Agregado Bruto del Comercio Electrónico 2023, preliminar*. Comunicado de prensa Núm.44/25.INEGI. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2025/vabcoel/vabcoel2025_02.pdf

Organización de las Naciones Unidas (2015). Resolución aprobada por la Asamblea General el 25 de septiembre de 2015. A/RES/70/1. https://agenda2030.mx/docs/doctos/A_RES_70_1_es.pdf

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2022). Manual de la OCDE sobre política de competencia en la era digital. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/es/publications/reports/2022/02/oecd-handbook-on-competition-policy-in-the-digital-age_50b6e951/92f049d7-es.pdf

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2018). *OECD Competition Assessment Reviews: Mexico*. OECD Publishing. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2018/01/oecd-competition-assessment-reviews-mexico_g1g86ac4/9789264288218-en.pdf

Procuraduría Federal del Consumidor (2024). Comunicado ¿De qué se queja más el consumidor mexicano? Publicado el 15 de marzo de 2024. <https://www.gob.mx/profeco/prensa/de-que-se-queja-mas-el-consumidor-mexicano?idiom=es>

Procuraduría Federal del Consumidor (2024). *Informe Anual Profeco 2023*. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/918376/INFORME_ANUAL_ACTIVIDADES_2023_PROFECO.pdf

Ciudad de México, 9 de abril de 2026.- Procurador Federal del Consumidor, Lic. **César Iván Escalante Ruiz**.- Rúbrica.

PROGRAMA Institucional del Servicio Geológico Mexicano 2026-2030.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Economía.- Secretaría de Economía.- Servicio Geológico Mexicano.

PROGRAMA INSTITUCIONAL DEL SERVICIO GEOLÓGICO MEXICANO 2026-2030

1. Señalamiento del origen de los recursos del Programa
2. Siglas y acrónimos
3. Fundamento normativo
4. Diagnóstico de la situación actual y visión de largo plazo
5. Objetivos
 - 6.1 Relevancia del objetivo 1: Incrementar la exploración de los recursos minerales del territorio nacional para impulsar el desarrollo del sector minero.
 - 6.2 Relevancia del objetivo 2: Aumentar el conocimiento de potenciales depósitos minerales requeridos para la generación de energía, la transición energética y las tecnologías verdes.
 - 6.3 Relevancia del objetivo 3: Incrementar la difusión de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra para fortalecer el conocimiento geológico del país.
 - 6.4 Vinculación de los objetivos del Programa Institucional del Servicio Geológico Mexicano 2026 – 2030
6. Estrategias y líneas de acción
7. Indicadores y metas

1. Señalamiento del origen de los recursos del Programa

La totalidad de las acciones que se consideran en el Programa, incluyendo aquellas correspondientes a sus objetivos, estrategias y líneas de acción, así como las labores de coordinación interinstitucional para la instrumentación de dichas acciones, el seguimiento, reporte y rendición de cuentas de las mismas, se realizarán con cargo a los recursos aprobados a los ejecutores de gasto participantes en el Programa, en el Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio respectivo.

2. Siglas y acrónimos

BM: Banco Mundial.

CAMIMEX: Cámara Minera de México.

CEDOCIT: Centro de Documentación en Ciencias de la Tierra.

DOF: Diario Oficial de la Federación.

IGCP: Programa Internacional de Geociencias, por sus siglas en inglés.

IUGS: Unión Internacional de Ciencias Geológicas, por sus siglas en inglés.

PICG: Programa Internacional de Correlación Geológica.

PND: Plan Nacional de Desarrollo 2025-2030.

Programa: Programa Institucional del Servicio Geológico Mexicano 2026-2030.

PSE: Programa Sectorial de Economía 2025-2030.

SE: Secretaría de Economía.

SGM: Servicio Geológico Mexicano.

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

3. Fundamento normativo

El Programa se emite en cumplimiento a lo dispuesto por los artículos 25 y 26, apartado A, segundo párrafo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM); 9o., 17, fracción II, 22, 24, 27, 28 y 29, párrafo tercero, de la Ley de Planeación; 1o., 2o., 11, 47, 48, 49 y 59, fracción II, de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales; 22 del Reglamento de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, y con vinculación a los Ejes Generales 3. Economía moral y trabajo y 4. Desarrollo sustentable del PND, publicado en el DOF el 15 de abril de 2025, y con el PSE, publicado en el DOF el 22 de diciembre de 2025.

El Programa tiene como propósito articular, a nivel conceptual y estratégico, el objeto, la misión y las funciones del SGM, dirigidos a apoyar a la SE y al organismo a que se refiere el párrafo tercero del artículo 10 de la Ley de Minería (Litio para México) para generar la información geológica básica de la nación y garantizar un aprovechamiento sustentable de los recursos minerales, en cumplimiento de los fines de la Ley en comento.

La línea de actuación del SGM tiene su fundamento en los párrafos cuarto y sexto del artículo 27 de la CPEUM; los artículos 3o. y 45 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 5o. Bis, 9o., 9o. Bis, 10, 10 Bis de la Ley de Minería; 10, 11 y 12 del Reglamento de la Ley Minera; 9o. y 10 de la Ley Reglamentaria del artículo 27 Constitucional en Materia Nuclear; 15, segundo párrafo, y 58, fracción VIII, de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales. El SGM cuenta con un Estatuto Orgánico aprobado por su Órgano de Gobierno, con el objetivo de regular la adscripción y organización interna de las unidades administrativas del organismo, así como establecer las funciones previstas en la Ley de Minería y su Reglamento, el cual fue publicado el 24 de marzo de 2010 en el DOF, y cuya última reforma fue publicada el 22 de agosto de 2016, en el mismo órgano de difusión oficial.

El SGM es la entidad responsable de coordinar la integración, publicación, ejecución, seguimiento y rendición de cuentas de este Programa.

4. Diagnóstico de la situación actual y visión de largo plazo

El SGM, de acuerdo a lo que establece la Ley de Minería en su artículo 9o., es un organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propios, coordinado sectorialmente por la SE, cuyo objeto es apoyar a la Secretaría y al organismo a que se refiere el párrafo tercero del artículo 10 de esta Ley, para generar la información geológica básica de la Nación y garantizar un aprovechamiento sustentable de los recursos minerales en cumplimiento de los fines de dicha Ley.

El SGM, tiene su domicilio legal en Pachuca, Hidalgo. Su patrimonio se integra con las aportaciones del Gobierno Federal, las primas por descubrimiento y las contraprestaciones económicas que provengan de los concursos a que se refiere la Ley de Minería, los ingresos por los servicios que proporcione y los bienes que adquiera por cualquier otro título.

Para el cumplimiento de su objeto, cuenta con 25 funciones descritas en el artículo 9o. BIS de la Ley de Minería y tiene como misión "generar y difundir el conocimiento geológico de la nación para impulsar la inversión, el empleo y el bienestar social mediante el aprovechamiento sostenible de los recursos minerales y la asistencia técnica para planear el uso de suelo, prevenir desastres por fenómenos geológicos y realizar estudios geohidrológicos".

Sus oficinas centrales están ubicadas en la ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo, y cuenta con siete Gerencias Regionales, una Gerencia de Evaluación, dos Centros Experimentales (uno en Chihuahua y uno en Oaxaca) y un Centro de Documentación en Ciencias de la Tierra (CEDOCIT), ubicado en la Ciudad de México. Tanto las oficinas centrales como algunas de las gerencias regionales, cuentan con una oficina CEDOCIT para dar atención al público en general.



Fuente: Elaboración propia del SGM.

El Programa se vincula a los Ejes Generales 3. Economía moral y trabajo y al eje 4. Desarrollo sustentable del PND. Las estrategias y acciones descritas en este Programa permitirán apoyar a la SE para generar la información geológica básica de la nación y garantizar un aprovechamiento sostenible de los recursos minerales, realizando investigación y exploración en el territorio nacional con el objetivo de localizar áreas con potencial de contener depósitos minerales, incluidos los esenciales para la transición energética del país, la electromovilidad y el fortalecimiento de la industria nacional y favorecer el desarrollo sostenible del país.

En seguimiento a lo anterior, se dará atención, en lo correspondiente a los compromisos inscritos en el PND, relativos a fortalecer la economía nacional e impulsar una política industrial integral que ayude a disminuir la dependencia del exterior, que incentive la inversión nacional y extranjera responsable y que, además, permita a las empresas nacionales participar en las cadenas globales de producción y de valor, fomentar un crecimiento económico mejor equilibrado en todas las regiones del país, con énfasis en el desarrollo de un modelo económico sostenible y competitivo a nivel global, así como, también, al Proyecto de Nación de la Cuarta Transformación en lo referente a impulsar un desarrollo sustentable y lograr un equilibrio entre desarrollo económico, social y ambiental, que preserve el medio ambiente y evite un daño irreversible.

De esta forma, las acciones que el SGM desarrollará en esta administración, se sumarán y contribuirán al modelo de desarrollo del Segundo Piso de la Transformación planteado en el PND, identificando y evaluando los recursos minerales potenciales de la nación requeridos para impulsar las energías renovables y la consolidación del "Plan Sonora", tomando en consideración los principios del Humanismo Mexicano, tanto al de "Prosperidad compartida", en lo referente a que "el desarrollo económico debe elevar el nivel de bienestar de los mexicanos, que, a su vez, pone en marcha la economía interna y regional, así como la inversión pública y privada", como al de "Desarrollo y bienestar con cuidado al medio ambiente".

Lo anterior, debido a que el conocimiento geológico es uno de los pilares para generar nuevos polos de desarrollo en zonas alejadas, ya que la minería detona desarrollo económico y social, inversión y empleo; apoyar la transición hacia las energías limpias y la protección de los ecosistemas naturales; garantizar el derecho al agua y hacer frente a los efectos del cambio climático.

Relevancia de la geología en el mundo contemporáneo.

La geología, es una disciplina fundamental para entender la evolución del planeta, gestionar los recursos naturales, prevenir y mitigar afectaciones por fenómenos naturales. Se ocupa, entre otras cosas, del estudio de la estructura de la corteza terrestre, su composición e historia, así como de los procesos que la moldean y sus interacciones con la vida a lo largo de millones de años.

¿Por qué es importante la geología para el planeta?¹

Los hallazgos geológicos tienen el alcance de orientar decisiones en materia de disponibilidad de recursos esenciales como minerales, combustibles fósiles (hidrocarburos) y aguas subterráneas, mediante el entendimiento de la evolución de la corteza terrestre; adicionalmente es la ciencia básica de la que derivan otras disciplinas, algunas en materia del cuidado y conservación del entorno natural y otras en lo que se refiere a la producción de energía.

Por su parte, los ecosistemas dependen de procesos geológicos que derivan en la formación de suelos y la erosión, aunque también del clima y la hidrología, que influyen el crecimiento de las plantas, lo que, a su vez, sustenta la vida animal.

Sin el conocimiento geológico, sería muy complicado gestionar los recursos esenciales o anticipar problemas como la erosión del suelo, los deslizamientos de tierras y el agotamiento de las aguas subterráneas que podrían alterar significativamente a los ecosistemas.

Una de las disciplinas de la geología, la geotecnia, encargada del estudio de la resistencia de los tipos de suelo y rocas, la estabilidad del terreno, los sistemas de fallas y fracturas y la influencia de la hidrogeología antes de proceder a levantar una obra de ingeniería, son factores que intervienen en la planificación, diseño y seguridad de estructuras tales como puentes, túneles, presas, edificios, carreteras, puertos, entre otras. Las ingenieras y los ingenieros deben evaluar dichos factores, los que están íntimamente relacionados con las ciencias geológicas.

En el ámbito de la producción de energía, la información geológica y geofísica aporta conocimiento sobre la evolución de las cuencas sedimentarias en las que están entrampadas las reservas de petróleo y gas, cruciales para el suministro energético mundial.

La producción de energía geotérmica, a base de vapor de agua, depende directamente del emplazamiento de cámaras magmáticas que generan calor en el interior de la corteza terrestre; por lo tanto, se requieren conocimientos geológicos para localizar y gestionar yacimientos geotérmicos. Es indispensable, también, el conocimiento de la ciencia geológica para generar energía hidroeléctrica, que deriva del control y embalse de las corrientes de agua en la superficie. Por último, la geología aplica igualmente para entender los acuíferos subterráneos, materia sumamente relevante para el abastecimiento de agua y gestión de los recursos hídricos.

El registro geológico indica que han existido cientos de ciclos climáticos a lo largo de la historia del planeta, provocados por las cambiantes condiciones atmosféricas, información que los científicos utilizan hoy en día para tratar de descifrar la variabilidad climática natural y los cambios provocados por el ser humano. Además, comprender estos patrones facilita el desarrollo de políticas ambientales que proporcionan una base científica para abordar los ciclos climáticos actuales.

Los conocimientos geológicos y algunas de las aplicaciones y utilidades mencionadas son necesarias para gestionar los recursos esenciales que utiliza la humanidad en la vida diaria y mitigar los impactos por fenómenos hidrometeorológicos. Desempeñan un papel clave para la sostenibilidad, tal y como lo afirman Joel C. Gill y Martin Smith, expertos en geociencias y desarrollo sostenible, quienes destacan, en su libro «Geociencias y los Objetivos de Desarrollo Sostenible», que el trabajo de las científicas y los científicos que se dedican a la geología es esencial en áreas como la gestión del agua, la extracción de recursos y la mitigación de riesgos, todas ellas fundamentales para lograr la sostenibilidad.²

¹ University of North Dakota. (2024, Diciembre 31). *Why is Geology Important for Our Planet?*
<https://und.edu/blog/why-is-geology-important.html>

² Joel C. Gill, Martin Smith Editors. (2021). *Geociencias and the Sustainable Development Goals*.
https://books.google.com.mx/books?id=KAcPEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Tan importante es la geología para la vida, que la UNESCO instituyó el IGCP,³ el cual funciona como centro de conocimiento de dicha organización para facilitar la cooperación científica internacional en materia de ciencias geológicas. Su misión incluye promover el uso sostenible de los recursos naturales, impulsar nuevas iniciativas relacionadas con la geodiversidad, el patrimonio geológico y la mitigación de riesgos geológicos.

Así también, existe la IUGS, que se fundó en 1961 en respuesta a la necesidad de coordinar programas internacionales de investigación geológica mediante la organización de congresos geológicos internacionales que se han celebrado cada cuatro años desde 1875.⁴

La IUGS busca unir a la comunidad geológica mundial para (i) promover el desarrollo de las ciencias de la Tierra mediante el apoyo a estudios científicos de amplio alcance, relevantes para todo el sistema terrestre y (ii) aplicar los resultados de estos y otros estudios a la preservación del medio ambiente natural de la Tierra, el uso racional de todos los recursos naturales y la mejora de la prosperidad de las naciones y la calidad de vida humana.

El PICG ha sido copatrocinado por la UNESCO y la IUGS desde 1972. Actualmente, el PICG involucra a 140 países y miles de personas geocientíficas. El programa ha sido ampliamente reconocido como un vehículo muy eficaz para la transferencia de información y formación en geociencias del mundo, apoyando a países en desarrollo. Esto contribuye al objetivo de la unión para fortalecer las capacidades.

Con personas asociadas que representan a 115 países y regiones, 8 comisiones, 4 grupos de trabajo y 38 organizaciones afiliadas, la IUGS es una de las asociaciones científicas más grandes y activas del mundo.

La Minería en México.

El Centro de Estudios de las Finanzas Públicas de la Cámara de Diputados de la LXV Legislatura, en el estudio denominado "Situación Actual de la Industria Minera en México, 2020-2023" de fecha 15 de abril de 2024, publicado en internet,⁵ describe lo siguiente:

- México tiene una importante tradición minera debido a la gran riqueza geológica que posee; la minería nacional extrae y procesa 53 tipos de minerales, de los cuales 11 son metálicos y 42 no metálicos.
- En 2022, se posicionó como el principal productor de plata del mundo con siete mil 068 toneladas, que representaron 26.3 por ciento del total mundial; con ello, acumuló 13 años consecutivos en esa posición.
- En el segmento de los minerales metálicos, México ubica siete productos dentro de las primeras 10 posiciones a nivel internacional: plata, plomo, zinc, molibdeno, cadmio, oro y selenio.
- Con respecto a los minerales no metálicos, el país se posiciona con ocho materiales dentro del top 10 del planeta, destacando los casos de la fluorita, con un millón 857 mil toneladas durante 2022, que contribuyó con 20.3 por ciento mundial y lo ubicó en el segundo lugar; en la producción de wollastonita, en el mismo año, se colocó en el segundo sitio, con 162 mil 410 toneladas (13.3 por ciento del total).

En el valor de la producción minera mundial, México también tiene un papel relevante, durante 2022:

- Aporta 1.9 por ciento al valor de la minería mundial y se ubica en la posición 13.
- El segmento de hierro y ferroaleaciones contribuye con 0.6 por ciento y se sitúa en el sitio 24.
- Genera 2.2 por ciento del valor de los metales ferrosos, ocupando el décimo puesto.
- Participa con 4.9 por ciento de los metales preciosos, colocándose en el séptimo peldaño.
- Produce 1.2 por ciento de los minerales industriales y se coloca en el lugar 15.

³ UNESCO. (2023, septiembre 15). *International Geoscience Programme (IGCP)* <https://www.unesco.org/en/igpp/igcp?hub=67817>

⁴ International Science Council. *International Union of Geological Sciences (IUGS)* <https://council.science/member/iugs-international-union-of-geological-sciences/#:~:text=Actualmente%2C%20el%20PICG%20involucra%20a,grandes%20y%20activas%20del%20mundo.>

⁵ Cámara de Diputados, LXV Legislatura. (2025, abril 15). *Situación Actual de la Industria Minera en México, 2020-2023.* <https://www.cefp.gob.mx/publicaciones/documento/2024/cefp0132024.pdf>

La CAMIMEX, en su "Informe Anual 2025",⁶ en lo relacionado a la situación de la Minería en México en 2024, describe:

- La inversión, alcanzó un monto de 5 mil 63 millones de dólares, monto que representó un incremento 2.1 % con relación a lo registrado el año previo.
- El valor de la producción minero-metalúrgica nacional sumó un total de 312 mil 461.2 millones de pesos, monto que representó un incremento de 19.6 % con respecto al año anterior.
- El sector minero registró un total de 416 mil 663 puestos de trabajo a diciembre de 2024.
- El número de mujeres empleadas en el sector minero en 2024 ascendió a 77 mil 190 trabajadoras, 3.6 % más que el año previo; asimismo, su participación en el total del empleo minero-metalúrgico se elevó, alcanzando una proporción de 18.5%.

La vida humana, el desarrollo económico, tecnológico, cultural y el bienestar social son factores que están estrechamente ligados a los productos provenientes de las actividades mineras, ya que son insumos básicos que se utilizan en la construcción de vivienda, en la infraestructura civil, en la transmisión y almacenamiento de energía eléctrica, en los vehículos automotores, aéreos, marítimos y terrestres; en equipos electrónicos y electrodomésticos, así como en un sinfín de artículos para el hogar, de limpieza, salud y alimentos, entre los más destacables.

El uso y consumo de materias primas minerales ha sido, es y seguirá siendo indispensable para fortalecer la economía y el bienestar de la humanidad, por lo que es importante planear la manera de allegarse de dichos recursos mediante cuidadosos planes que involucren el cuidado del entorno natural y respeten la cultura y las tradiciones de las sociedades.

Problemática.

Como se describe en el PSE, México requiere un nuevo modelo de crecimiento económico, que combine dinamismo y equidad, productividad e inclusión, competitividad e innovación, fortalecer el tejido productivo, ampliar la base empresarial, mejorar la calidad del empleo e impulsar la transformación industrial en sectores estratégicos, dados los constantes cambios a nivel internacional, las tensiones geopolíticas, la reorganización de las cadenas de suministro globales, la transición energética y la competencia tecnológica.

El PND, además de lo anterior, manifiesta la necesidad de impulsar fuentes de energía renovables y la aceleración a la transición energética con el objetivo de reducir las emisiones contaminantes, cumplir con las metas nacionales de energías limpias y honrar los compromisos internacionales en la lucha contra el cambio climático, así como, también, equilibrar el desarrollo económico con la responsabilidad ambiental, asegurando que las generaciones presentes y futuras cuenten con los recursos y condiciones necesarias para una mejor calidad de vida.

El país tiene un territorio de casi dos millones de kilómetros cuadrados, que están siendo estudiados de manera sistemática, pero que se requiere muchos años más para tener un conocimiento geológico total del país. La información todavía no generada pudiese provocar una inadecuada gestión de los recursos minerales y medioambientales, lo que, a su vez, dificultaría el crecimiento económico y el bienestar social al ritmo que se quisiera.

Las áreas que todavía están por ser exploradas, pueden contener zonas con yacimientos minerales; al no tenerlas evaluadas, se desaprovechan estas áreas potenciales para satisfacer la demanda de las tecnologías verdes, que requieren de los minerales críticos y estratégicos.

Así mismo, existe la posibilidad de que haya recursos hídricos, que podrían ser aprovechados para el bienestar de la sociedad. El conocimiento de los mismos puede desarrollar mecanismos para conservar, restaurar y aprovechar integralmente los recursos naturales en un marco de desarrollo sostenible, la prevención de afectaciones a la salud humana por efecto de fenómenos naturales, la caracterización de regiones vulnerables a eventos naturales tales como inestabilidad de laderas, inundaciones o sismos, que sirvan de base para generar programas de protección a la sociedad y sus bienes materiales.

⁶ CAMIMEX. (2025, febrero 21). *Informe Anual 2025*
<https://www.camimex.org.mx/index.php/publicaciones/informe-anual/informe/109>

Cambios esperados y visión de largo plazo.

El conocimiento básico que se genera en diferentes materias, como la geología, geofísica y geoquímica, es materia prima indispensable para desarrollar nuevos proyectos para el aprovechamiento sostenible de minerales metálicos, no metálicos y energéticos, apoyar la transición energética en el país mediante detección de depósitos de litio y otros minerales empleados en la fabricación de dispositivos que generan y almacenan energía, a través de la ubicación de depósitos de minerales radiactivos y asociados (uranio, torio y tierras raras), además de mantener a México como fuerte competidor mundial en la atracción de inversiones.

Con la realización de las acciones contenidas en este Programa, se favorecerá el desarrollo del país con beneficios directos a la población, al:

- Contar con mayor conocimiento de los recursos de minerales metálicos, no metálicos y energéticos, especialmente aquellos que son la base de la transición energética, lo que brindará apoyo a la SE para promover la atracción de inversiones en el sector minero, ya que se definirán con mayor precisión nuevos proyectos mineros que se consoliden en nuevos polos de desarrollo.
- Fortalecer la competitividad nacional en atracción de inversiones mediante el incremento de la información geológica, geoquímica y geofísica del país, misma que se dispondrá de manera gratuita y sin restricción de acceso a través del banco de datos geológicos digital.
- Generar el conocimiento técnico para el mejor aprovechamiento de los recursos naturales, extendiendo los beneficios del desarrollo a comunidades aisladas, menos favorecidas.
- Aportar información en apoyo a las autoridades de los tres niveles de gobierno para elaborar programas de ordenamiento ecológico del territorio nacional y de desarrollo regional, estatal y municipal.
- Apoyar a las autoridades de protección civil de municipios y entidades federativas con la información base para la prevención, mitigación y atención de desastres por fenómenos geológicos, con estudios de peligro y riesgos, incluyendo atlas de riesgos.
- Contribuir al desarrollo económico y social, de manera sustentable, al desarrollar trabajos de evaluación, caracterización y monitoreo de las fuentes de abastecimiento de agua subterránea, tanto a gran escala, mediante la realización de estudios hidrológicos integrales de regiones acuíferas, como de manera local, con atención a problemáticas puntuales y específicas al respecto de la localización y manejo de fuentes de abastecimiento de agua.
- Facilitar la proyección de escenarios a distintos plazos y la planeación sustentable del desarrollo, mediante la aportación de información técnica sobre agua subterránea.
- Identificar, inventariar y evaluar los pasivos ambientales mineros en diferentes regiones del país para que las autoridades correspondientes tomen medidas de protección a cuerpos de agua, subsuelo y, principalmente, la integridad y salud de los habitantes de comunidades aledañas a éstos.
- Contribuir con los programas de desarrollo municipal de varias entidades con la localización de sitios favorables para el confinamiento de residuos sólidos municipales, mismos que deben de dar cumplimiento a la normatividad aplicable.
- Proveer información confiable y oportuna en relación con el potencial de grafito en México.
- Evaluar, bajo estándares reconocidos internacionalmente, los recursos los yacimientos de uranio y minerales asociados y determinar su viabilidad.

Teniendo como sustento todo lo anterior descrito, nuestro país contará con información básica para gestionar adecuadamente sus recursos y toda persona, física o moral, podrá consultarla para generar el conocimiento necesario en proyectos relacionados con las ciencias de la Tierra en el corto, mediano y largo plazo.

El conocimiento geológico obtenido es un activo permanente (bien público) y de gran importancia. La vida útil de la información geológica es prácticamente permanente que no se agota, no se extingue, ni se consume ni deprecia. Es importante destacar que, si bien los rasgos geológicos se moldean, se destruyen y se modifican, esto ocurre a lo largo de millones de años (tiempo geológico).

5. Objetivos

El Programa contiene objetivos que se vinculan a los Ejes Generales 3. Economía moral y trabajo y 4. Desarrollo sustentable del PND y, más específicamente, a las estrategias 3.9.2 Impulsar la atracción de inversiones y aprovechar la relocalización de empresas que fomenten la transferencia tecnológica, el desarrollo local de la innovación y la protección de derechos de propiedad industrial, y 3.10.1 Consolidar la integración de las entidades federativas en las cadenas de proveeduría para reconocer y potenciar sus vocaciones productivas, así como a la 4.2.5 Fomentar el uso sustentable y estratégico de minerales críticos como el litio para fortalecer la industria energética y garantizar su aprovechamiento económico y social. De la misma manera, el programa se vincula al PSE en su Objetivo 1. Diversificar la relocalización de empresas en sectores estratégicos, Estrategia 1.5 Generar y difundir la información geológica como soporte de diversos proyectos, en especial los que se refieren al aprovechamiento de los recursos minerales estratégicos, para impulsar el desarrollo sostenible del país y sus seis líneas de acción.

La identificación y el análisis de la problemática relacionada al objeto y funciones del SGM, en el entorno de la planeación nacional, dieron como resultado la definición de los objetivos de este Programa, mismos que se describen a continuación.

Objetivos del Programa Institucional del Servicio Geológico Mexicano 2026-2030

- 1.- Incrementar la exploración de los recursos minerales del territorio nacional para impulsar el desarrollo del sector minero.
- 2.- Aumentar el conocimiento de potenciales depósitos minerales requeridos para la generación de energía, la transición energética y las tecnologías verdes.
3. Incrementar la difusión de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra, para fortalecer el conocimiento geológico del país.

6.1 Relevancia del objetivo 1: Incrementar la exploración de los recursos minerales del territorio nacional para impulsar el desarrollo del sector minero.

Los minerales son requeridos por una gran variedad de industrias como la automotriz, aeronáutica, médica, electrónica, construcción, farmacéutica, alimenticia, energética, por citar algunas de ellas.

Todos los países exploran su territorio en búsqueda de materias primas para asegurar su abasto y México no es la excepción. Nuestro país tiene un territorio privilegiado con un marco geológico rico y diverso, pero complejo en algunas zonas, y con posibilidades de ubicar depósitos minerales.

La falta de identificación y evaluación de los recursos minerales del país es un factor que reprime el crecimiento económico y social equilibrado en todas las regiones del país. En las zonas en las que se instalan las empresas mineras, se genera infraestructura básica y social, que incluye caminos, drenaje, alumbrado, vivienda de calidad, escuelas, centros deportivos y hospitales.

Por lo anterior, es necesario que se ejecuten los procesos de cartografía geológica, geoquímica y geofísica; estudios de investigación aplicada en ciencias de la Tierra; exploración para la definición de zonas prospectivas para identificar áreas con potencial de contener depósitos minerales y, posteriormente, la determinación y evaluación de áreas de interés geológico con potencial geológico-económico para determinar proyectos de minerales con viabilidad de ser aprovechados.

6.2 Relevancia del objetivo 2: Aumentar el conocimiento de potenciales depósitos minerales requeridos para la generación de energía, la transición energética y las tecnologías verdes.

El Banco Mundial (BM) señala que la producción de minerales como el grafito, el litio y el cobalto podrían experimentar un aumento de casi el 500 por ciento de aquí a 2050, para satisfacer la demanda de tecnologías de energía limpia. Se estima que se requerirán más de 3,000 millones de toneladas de minerales y metales para la implementación de la energía eólica, solar y geotérmica, así como el almacenamiento de energía, para lograr una reducción de la temperatura por debajo de los 2°C en el futuro.⁷

⁷ Grupo Banco Mundial. (2020, mayo 11). *La producción minera se dispara con el aumento de la demanda de energía limpia*

La transición a la energía limpia dependerá significativamente de los minerales. Para la construcción de aerogeneradores, según el BM, se necesitan al menos 4.7 toneladas de cobre, 335 toneladas de acero y 1,200 toneladas de hormigón. Un auto eléctrico requiere de alrededor de 89 kilogramos de cobre, casi cuatro veces más que uno convencional. La demanda de cobre se disparará casi un 600 por ciento para 2030 por el cambio de modelo energético de acuerdo con el Informe de Goldman Sachs.⁸

El Foro Nuclear en su publicación “World Energy Outlook 2025: la energía nuclear vive un nuevo resurgimiento y una etapa de crecimiento futuro”,⁹ destaca que: “La energía nuclear está experimentando un fuerte resurgimiento, con un aumento de la inversión tanto en reactores convencionales como en nuevos diseños, como los reactores modulares pequeños (SMR). Según este informe de la Agencia Internacional de la Energía (AIE), la capacidad nuclear mundial podría crecer al menos un tercio —y potencialmente hasta un 70%— en el año 2035”.

En este entorno, es de vital importancia, ubicar y evaluar las áreas geológicas en las que existan presencia de litio en apoyo al organismo público descentralizado denominado “Litio para México”, encargado de la exploración, explotación, beneficio y aprovechamiento del litio.

También, es importante realizar la exploración de minerales radiactivos para identificar y evaluar zonas con potencial de contener este tipo de minerales y sus asociados, con el propósito de determinar la viabilidad de ser utilizados como materia prima en la producción de dispositivos que generan electricidad.

Además, se requieren estudios geológicos y de caracterización del carbón, utilizado para el funcionamiento y operación de las Centrales Termoeléctricas, propiedad de Comisión Federal de Electricidad principalmente.

6.3 Relevancia del objetivo 3: Incrementar la difusión de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra para fortalecer el conocimiento geológico del país.

El desarrollo sostenible es el que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades,¹⁰ enfoque del desarrollo que busca equilibrar necesidades diferentes y, a menudo, en competencia con una conciencia de las limitaciones ambientales, sociales y económicas que enfrentamos como sociedad.

Por lo tanto, es indispensable desarrollar continuamente estudios de geología ambiental, de geohidrología y de ingeniería de riesgos y peligros naturales con los cuales se conozcan las posibles amenazas y se planteen estrategias de protección a la población y se prevean alternativas de recarga de acuíferos y de las regiones susceptibles a la contaminación subterránea del agua en donde se requiera.

También, utilizar dichos estudios para la prevención de la deforestación, causante de la erosión de los suelos; la identificación de áreas adecuadas para el desecho de residuos de diversos tipos, la erosión costera y la pérdida de tierras, así como la selección de sitios seguros y adecuados para la realización de obras civiles residenciales, industriales y de infraestructura, como carreteras, presas y aeropuertos, actividades que traen, a la par, bienestar social y económico para el país.

Así mismo, difundir estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra del país propicia y estimula la realización de proyectos, cuya base son estas disciplinas y proveen los elementos técnicos para su sostenibilidad.

<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/05/11/mineral-production-to-soar-as-demand-for-clean-energy-increases>

⁸ **BBVA. (2024, septiembre 2).** *El futuro de la minería y su impacto en la economía.*

<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/el-futuro-de-la-mineria-y-su-impacto-en-la-economia/>

⁹ **Foro Nuclear. (2025, noviembre 17).** *World Energy Outlook 2025: la energía nuclear vive un nuevo resurgimiento y una etapa de crecimiento futuro.*

<https://www.foronuclear.org/actualidad/noticias/world-energy-outlook-2025-la-energia-nuclear-vive-un-nuevo-resurgimiento-y-una-etapa-de-crecimiento-futuro/>

¹⁰ **Sustainable Development Commission.** *What is sustainable development*

https://www.sd-commission-org-uk.translate.google/pages/what-is-sustainable-development.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=rq#:~:text=%22Sustainable%20development%20is%20development%20hat,to%20meet%20their%20own%20needs.%22

6.4 Vinculación de los objetivos del Programa Institucional del Servicio Geológico Mexicano 2026 – 2030

La Ley de Minería, en el objeto que tiene definido para el SGM, determina que éste debe apoyar a la SE para generar la información geológica básica de la nación y garantizar un aprovechamiento sustentable de los recursos minerales. Así, sus objetivos se vinculan al PSE como se describe a continuación:

Objetivos del Programa Institucional del Servicio Geológico Mexicano 2026 – 2030	Objetivos del Programa Sectorial de Economía 2025-2030	Estrategias del Programa Sectorial de Economía 2025-2030
<p>1.- Incrementar la exploración de los recursos minerales del territorio nacional para impulsar el desarrollo del sector minero.</p> <p>2.- Aumentar el conocimiento de potenciales depósitos minerales requeridos para la generación de energía, la transición energética y las tecnologías verdes.</p> <p>3. Incrementar la difusión de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra para fortalecer el conocimiento geológico del país.</p>	<p>1. Diversificar la relocalización de empresas en sectores estratégicos.</p>	<p>Estrategia 1.5 Generar y difundir la información geológica como soporte de diversos proyectos, en especial los que se refieren al aprovechamiento de los recursos minerales estratégicos, para impulsar el desarrollo sostenible del país.</p>

De igual manera, los objetivos, las estrategias y las líneas de acción de este Programa se vinculan a un objetivo y una meta, de manera indirecta, a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible:

Objetivos del Programa Institucional del Servicio Geológico Mexicano 2026-2030	Objetivo de Desarrollo Sostenible 2030	Meta del Objetivo de Desarrollo Sostenible 2030
<p>1.- Incrementar la exploración de los recursos minerales del territorio nacional para impulsar el desarrollo del sector minero.</p> <p>2.- Aumentar el conocimiento de potenciales depósitos minerales requeridos para la generación de energía, la transición energética y las tecnologías verdes.</p> <p>3. Incrementar la difusión de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra para fortalecer el conocimiento geológico del país.</p>	<p>Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación.</p>	<p>9.2 Promover una industrialización inclusiva y sostenible y, de aquí a 2030, aumentar significativamente la contribución de la industria al empleo y al producto interno bruto, de acuerdo con las circunstancias nacionales, y duplicar esa contribución en los países menos adelantados.</p>

6. Estrategias y líneas de acción

Para cada uno de los tres objetivos considerados en este Programa, se definen estrategias y línea de acción para la consecución de éstos.

Las líneas de acción describen las actividades a realizar por las diversas áreas que integran el SGM para atender las estrategias y lograr los objetivos, contribuyendo al logro de los objetivos con los que se vincula el Programa, tanto del PSE como del PND, poniendo especial interés en el cuidado del medio ambiente, los derechos humanos y los derechos de las comunidades indígenas y afro mexicanas.

Objetivo 1. Incrementar la exploración de los recursos minerales del territorio nacional para impulsar el desarrollo del sector minero.

Estrategia 1.1 Realizar la exploración geológica del territorio nacional para apoyar el desarrollo de estudios que permitan identificar la posible existencia de depósitos minerales de rendimiento económico.

Línea de acción

1.1.1 Generar la cartografía geológica y geoquímica a escala 1:50 mil, mediante trabajos de campo, en zonas con posibilidades de contener potencial minero.

1.1.2 Definir las características geológicas en la superficie y en el subsuelo por medio de estudios de geofísica aérea y terrestre.

1.1.3 Ampliar el conocimiento de procesos geológicos mediante el desarrollo de estudios institucionales y en coordinación con otras entidades e instituciones públicas o privadas, nacionales o extranjeras, que lleven a cabo investigación aplicada.

Estrategia 1.2 Definir proyectos de evaluación de depósitos minerales geológicamente viables para fomentar la inversión y el empleo.

Línea de acción

1.2.1 Definir zonas prospectivas por medio de trabajos de geología y geofísica para identificar áreas con posibilidades de contener un depósito mineral, en especial de aquellos que contengan elementos para la transición energética (cobre, zinc, grafito, litio, tierras raras, etc.).

1.2.2 Determinar áreas de interés geológico con posibilidades de contener recursos minerales mediante estudios geológico - evaluativos, priorizando los minerales requeridos para la transición energética y sus cadenas de valor.

1.2.3 Explorar proyectos viables de contener minerales necesarios para el abastecimiento de la industria y evaluar las áreas con mejores expectativas geológico - económicas, amparadas por órdenes de exploración a través de estudios de exploración regional, semidetalle y detalle que permitan definir su potencialidad.

Objetivo 2. Aumentar el conocimiento de potenciales depósitos minerales requeridos para la generación de energía, la transición energética y las tecnologías verdes.

Estrategia 2.1.- Auxiliar al organismo público descentralizado encargado de la exploración, explotación, beneficio y aprovechamiento del litio, para la ubicación y reconocimiento de los contextos geológicos en los que exista presencia de este elemento.

Línea de acción

2.1.1.- Identificar nuevas localidades prospectivas susceptibles de contener litio mediante investigación geológica.

2.1.2.- Definir nuevos blancos de exploración de mineral de litio mediante estudios de semidetalle y detalle.

2.1.3.- Precisar el contexto que permita identificar, con la precisión requerida, proyectos con potencial de contener litio por medio de estudios geológico - evaluativos para determinar su potencialidad.

2.1.4.- Evaluar proyectos mediante estudios de perforación para confirmar los contenidos químicos anómalos de litio a profundidad.

Estrategia 2.2.- Identificar áreas favorables de contener depósitos de minerales de carbón, grafito y de radiactivos y asociados para determinar sus características geológicas y evaluar su potencial.

Línea de acción

2.2.1.- Identificar localidades prospectivas y áreas de interés geológico de carbón y grafito, así como de minerales radiactivos y asociados, para definir áreas susceptibles de contener estos minerales mediante estudios de investigación geológica.

2.2.2.- Ampliar el conocimiento de los potenciales recursos de carbón y grafito, así como de minerales radiactivos y asociados en México, mediante estudios geológico - evaluativos.

Objetivo 3. Incrementar la difusión de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra para fortalecer el conocimiento geológico del país.

Estrategia 3.1 Ejecutar estudios de geología ambiental, de geohidrología y servicios de laboratorios para contribuir al desarrollo sostenible de la nación.

Línea de acción

3.1.1 Apoyar técnicamente el desarrollo de estrategias para prevenir, reducir, mitigar y atender afectaciones a la población derivadas de fenómenos naturales y antrópicos, mediante el desarrollo de estudios geológicos aplicados al medio ambiente.

3.1.2 Promover acciones para el correcto ordenamiento territorial, así como para gestionar el destino final de los desechos sólidos urbanos y de manejo especial, peligrosos y, en su caso, radiactivos a través de estudios que permitan identificar la vocación de la tierra en armonía con el medio ambiente.

3.1.3 Apoyar a la prevención de posibles afectaciones a la salud de las personas y al medio ambiente derivados de antiguas instalaciones y operaciones mineras, mediante la generación de información de pasivos ambientales mineros por estado.

3.1.4 Respaldo la toma de decisiones e implementación de acciones relativas a la gestión y administración del recurso hídrico en materia de abasto, calidad y conservación por parte del organismo rector mediante la generación de información geohidrológica actualizada y necesaria.

3.1.5 Proveer respaldo técnico a las actividades del sector minero-metalúrgico y de preservación del medio ambiente a través de la realización de estudios físico-químicos, de caracterización y pruebas y estudios metalúrgicos a nivel laboratorio y planta piloto.

Estrategia 3.2 Proveer la información geológica para fortalecer la investigación, inversión y la competitividad del país en proyectos relacionados con las ciencias de la Tierra.

Línea de acción

3.2.1.- Incorporar la información de estudios y las publicaciones en ciencias de la Tierra a la base de datos institucional mediante procesos de estandarización y preparación para su disposición a las plataformas de difusión.

3.2.2.- Divulgar el acervo de información en ciencias de la Tierra de México a través de plataformas digitales del organismo.

7. Indicadores y metas

Con el propósito de contar con los elementos que muestren el progreso en la consecución de los objetivos del Programa, se diseñaron los siguientes tres indicadores:

Indicador 1.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR							
Nombre	1.1 Tasa de variación de las áreas identificadas con características favorables de contener recursos minerales del territorio nacional.						
Objetivo	Objetivo 1. Incrementar la exploración de los recursos minerales del territorio nacional para impulsar el desarrollo del sector minero.						
Definición o descripción	El indicador busca medir el incremento de áreas en donde se han realizado muestreos y mapeos, que permiten considerar que contienen recursos minerales, respecto a la cantidad de áreas al año base (2024).						
Derecho asociado	Derecho a gozar de los beneficios del desarrollo de la ciencia y la innovación tecnológica (artículos 3o., fracción V, y 28 de la CPEUM).						
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición			Anual		
Acumulado o periódico	Acumulado	Disponibilidad de la información			Marzo del año siguiente		
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos			Enero a diciembre		
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance			SE – SGM		
Método de cálculo	((Número de áreas de interés geológico identificadas, con características favorables de contener recursos minerales, acumuladas al periodo t / Número de áreas de interés geológico identificadas, con características favorables de contener recursos minerales, acumuladas al año 2024) - 1) * 100						
Observaciones							
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Número de áreas de interés geológico identificadas, con características favorables de contener recursos minerales, acumuladas al periodo t.	Valor variable 1	342	Fuente de información variable 1	Informe de Autoevaluación de SGM enero-diciembre del periodo t, disponible en: https://consultapublicamx.plataformadetransparencia.org.mx/vut-web/faces/view/consultaPublica.xhtml#obligaciones , la fuente de información de la primera variable del método de cálculo.		
Nombre variable 2	Número de áreas de interés geológico identificadas, con características favorables de contener recursos minerales, acumuladas al año 2024.	Valor variable 2	342	Fuente de información variable 2	Informe de Autoevaluación de SGM enero-diciembre de 2024, disponible en: https://mapserver.sgm.gob.mx/UnidadTransparenciaSGM/LGTA-F-XXIX/Informes/IAE-ED-2024.pdf , la fuente de información de la primera variable del método de cálculo.		
Sustitución en método de cálculo	Tasa de variación de las áreas identificadas con características favorables de contener recursos minerales del territorio nacional = $((342 / 342) - 1) * 100 = 0$						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base				Nota sobre la línea base			
Valor	0			Punto de referencia para denotar que, en el tiempo, se espera un crecimiento progresivo.			
Año	2024						
Meta 2030				Nota sobre la meta 2030			
47.95							
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR							
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	5.56
METAS							
2026		2027		2028		2029	2030
14.04		22.51		30.99		39.47	47.95

Indicador 2.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR							
Nombre	2.1 Incremento porcentual de estudios geológicos de potenciales depósitos con minerales para la generación y almacenamiento de energía, requeridos para la transición energética.						
Objetivo	Objetivo 2. Aumentar el conocimiento de potenciales depósitos minerales requeridos para la generación de energía, la transición energética y las tecnologías verdes.						
Definición o descripción	El indicador muestra el aumento en la cantidad de estudios geológicos, regionales, de semidetalle y detalle, de minerales específicos para la generación y almacenamiento de energía, requeridos para la transición energética, que se acumulan a un periodo respecto a una línea base (año 2024). Mediante la realización de estos estudios, se incrementa el conocimiento del potencial que existe en México sobre estos minerales, indispensables para la generación y almacenamiento de energía, requeridos para la transición energética y la electromovilidad.						
Derecho asociado	Derecho a gozar de los beneficios del desarrollo de la ciencia y la innovación tecnológica (artículos 3o., fracción V, y 28 de la CPEUM).						
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición			Anual		
Acumulado o periódico	Acumulado	Disponibilidad de la información			Marzo del año siguiente		
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos			Enero a diciembre		
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance			SE - SGM		
Método de cálculo	((Número de estudios geológicos de potenciales depósitos con minerales para la generación y almacenamiento de energía y transición energética, acumulados al año t / Número de estudios geológicos de potenciales depósitos con minerales para la generación y almacenamiento de energía, requeridos para la transición energética, acumulados al año 2024) - 1) * 100.						
Observaciones	No aplica.						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Número de estudios geológicos de potenciales depósitos con minerales para la generación y almacenamiento de energía, requeridos para la transición energética, acumulados al año t.	Valor variable 1	7	Fuente de información variable 1	Informe de Autoevaluación de SGM enero-diciembre del periodo t, disponible en: https://consultapublicamx.plataformadetransparencia.org.mx/vut-web/faces/view/consultaPublica.xhtml#obligaciones , la fuente de información de la primera variable del método de cálculo.		
Nombre variable 2	Número de estudios geológicos de potenciales depósitos con minerales para la generación y almacenamiento de energía, requeridos para la transición energética, acumulados al año 2024.	Valor variable 2	7	Fuente de información variable 2	Informe de Autoevaluación de SGM enero-diciembre de 2024, disponible en: https://mapserver.sgm.gob.mx/UnidadTransparenciaSGM/LGTA-F-XXIX/Informes/IAE-ED-2024.pdf , la fuente de información de la primera variable del método de cálculo.		
Sustitución en método de cálculo	Incremento porcentual de estudios geológicos de potenciales depósitos con minerales para la generación y almacenamiento de energía, requeridos para la transición energética = $((7 / 7) - 1) * 100 = 0$						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base				Nota sobre la línea base			
Valor	0			Punto de referencia para denotar que, en el tiempo, se espera un crecimiento progresivo.			
Año	2024						
Meta 2030				Nota sobre la meta 2030			
685.71							
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR							
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	71.43
METAS							
2026		2027		2028		2030	
200.00		328.57		457.14		571.43	
						685.71	

Indicador 3.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR							
Nombre	3.1 Tasa de crecimiento de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra difundidas a través de plataformas digitales del Servicio Geológico Mexicano.						
Objetivo	Objetivo 3. Incrementar la difusión de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra para fortalecer el conocimiento geológico del país.						
Definición o descripción	El indicador busca medir el incremento de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra que se difunden en las diversas plataformas digitales del SGM, respecto a las que se tenía publicadas en el año base (2024). Aumentar la difusión de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra contribuye a la generación del conocimiento geológico de México y, por ende, permite a los usuarios la toma de decisiones asertivas en el desarrollo de proyectos relacionados con estas disciplinas (geología, geofísica, geología ambiental, geohidrología, investigación aplicada, entre otras).						
Derecho asociado	Derecho a gozar de los beneficios del desarrollo de la ciencia y la innovación tecnológica (artículos 3o., fracción V, y 28 de la CPEUM).						
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición			Anual		
Acumulado o periódico	Acumulado	Disponibilidad de la información			Marzo del año siguiente		
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos			Enero a diciembre		
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance			SE - SGM		
Método de cálculo	((Número de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra difundidas a través de plataformas digitales del Servicio Geológico Mexicano, acumuladas al periodo t / Número de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra difundidas a través de plataformas digitales del Servicio Geológico Mexicano, acumuladas al año 2024) - 1)*100.						
Observaciones	No aplica						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Número de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra difundidas a través de plataformas digitales del Servicio Geológico Mexicano, acumuladas al periodo t.	Valor variable 1	53,466	Fuente de información variable 1	Informe de Autoevaluación de SGM enero-diciembre del periodo t, disponible en: https://consultapublicamx.plataformadetransparencia.org.mx/vut-web/faces/view/consultaPublica.xhtml#obligaciones , la fuente de información de la primera variable del método de cálculo.		
Nombre variable 2	Número de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra difundidas a través de plataformas digitales del Servicio Geológico Mexicano, acumuladas al año 2024.	Valor variable 2	53,466	Fuente de información variable 2	Informe de Autoevaluación de SGM enero-diciembre de 2024, disponible en: https://mapserver.sgm.gob.mx/UnidadTransparenciaSGM/LGTA-F-XXIX/Informes/IAE-ED-2024.pdf , la fuente de información de la primera variable del método de cálculo.		
Sustitución en método de cálculo	Tasa de crecimiento de estudios y publicaciones en ciencias de la Tierra difundidas a través de plataformas digitales del Servicio Geológico Mexicano = ((53,466 / 53,466) - 1) * 100 = 0						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base		Nota sobre la línea base					
Valor	0	Punto de referencia para denotar que, en el tiempo, se espera un crecimiento progresivo.					
Año	2024						
Meta 2030		Nota sobre la meta 2030					
15.14							
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR							
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	2.23
METAS							
2026		2027		2028		2030	
4.81		7.39		9.98		15.14	

Pachuca de Soto, Hidalgo, a 9 de abril de 2026.- Directora General del Servicio Geológico Mexicano, M. en C. **Flor de María Harp Iturrubarría**.- Rúbrica.