

Cabeza de Sector SECRETARÍA DE ECONOMÍA

Naturaleza Jurídica: ORGANISMO DESCONCENTRADO

Entidad o Dependencia COMISIÓN NACIONAL DE MEJORA REGULATORIA

Fecha de elaboración 12 de noviembre de 2019

INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA

Nombre de la Campaña:

SIMPLIFICACIÓN DE REGULACIONES, TRÁMITES Y SERVICIOS

Versión (es):

CONSULTA PÚBLICA

Clasificación de Campaña:

SERVICIOS DE GOBIERNO

Coemisor (es):

Objetivo institucional:

LA COFEMER FUE CREADA EN EL AÑO 2000 MEDIANTE REFORMAS A LA LEY FEDERAL DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO. EL 18 DE MAYO DE 2018, SE EXPIDIO LA LEY GENERAL DE MEJORA REGULATORIA DONDE SE CREÓ LA CONAMER. A PARTIR DE ENTONCES Y DE CONFORMIDAD CON LA LEY, EL OBJETIVO DE LA CONAMER ES PROMOVER LA MEJORA DE LAS REGULACIONES Y LA SIMPLIFICACIÓN DE TRÁMITES Y SERVICIOS, ASÍ COMO LA TRANSPARENCIA Y APLICACIÓN DE LOS MISMOS, PROCURANDO QUE ESTOS GENEREN BENEFICIOS SUPERIORES A SUS COSTOS Y EL MÁXIMO BENEFICIO PARA LA SOCIEDAD.

Objetivo de comunicación:

INCENTIVAR A LA CIUDADANÍA A QUE PARTICIPE EN LA CONSULTA PÚBLICA DE LOS PROGRAMAS DE MEJORA REGULATORIA SOBRE LOS TRÁMITES, SERVICIOS Y REGULACIONES DEL GOBIERNO FEDERAL, PARA QUE SEAN TOMADOS EN CUENTA EN EL MOMENTO DE REALIZAR EL PROCEDIMIENTO DE MEJORA REGULATORIA DE CADA DEPENDENCIA DE LA APF, A FIN DE IMPLEMENTAR ACCIONES DE SIMPLIFICACIÓN QUE PERMITA CONTAR CON UN GOBIERNO EFICAZ QUE PROMUEVA EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS Y EL MÁXIMO BENEFICIO PARA LA SOCIEDAD.

Meta a alcanzar:

QUE LA POBLACIÓN OBJETIVO TENGA UN 20% DE RECORDACIÓN A FIN DE PARTICIPAR EN LA CONSULTA PÚBLICA DE LAS REGULACIONES, TRÁMITES Y SERVICIOS QUE INGRESAN A LA CONAMER.

Cobertura

NACIONAL Y ESTATAL / , AGUASCALIENTES, BAJA CALIFORNIA SUR, BAJA CALIFORNIA, CAMPECHE, CHIAPAS, CHIHUAHUA, COAHUILA, COLIMA, CIUDAD DE MEXICO, DURANGO, ESTADO DE MEXICO, GUANAJUATO, GUERRERO, HIDALGO, JALISCO, MICHOACAN, MORELOS, NAYARIT, NUEVO LEON, OAXACA, PUEBLA, QUERETARO, QUINTANA ROO, SAN LUIS POTOSI, SINALOA, SONORA, TABASCO, TAMAULIPAS, TLAXCALA, VERACRUZ, YUCATAN, ZACATECAS

Vigencia general de la campaña

FECHA DE INICIO: **01/12/2019** FECHA DE TÉRMINO: **23/12/2019**

	Tipo	Sexo	Edad	NSE
Población Objetivo:	URBANA Y RURAL	MUJERES Y HOMBRES	25 A 34 / 35 A 44 / 45 A 64 / 65 O MÁS	C+ / C / D / E

Señalar características específicas :

%

Cabeza de Sector SECRETARÍA DE ECONOMÍA

Naturaleza Jurídica: ORGANISMO
DESCONCENTRADO

Entidad o Dependencia COMISIÓN NACIONAL DE MEJORA REGULATORIA

Fecha de elaboración 12 de noviembre de 2019

PLAN DE MEDIOS A UTILIZAR

Medios de difusión a utilizar	Tiempos oficiales / comerciales	Recursos a erogar (miles de pesos / I.V.A. incluido)	Vigencia por tipo de medio	Formato del mensaje
Televisoras		-		
Radiodifusoras	TIEMPOS COMERCIALES/	170.85	DEL 1 DE DICIEMBRE DE 2019 AL 23 DE DICIEMBRE DE 2019	SPOT(30")
Diarios Editados en la Cd. de México		-		
Diarios Editados en los Estados		-		
Revistas		-		
Medios Complementarios		-		
- Cine		-		
Medios Impresos y Electronicos Internacionales		-		
Medios Digitales		-		
Estudios (pre-campaña, post-campaña)		-		
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado		11.84		
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		182.68		

Cabeza de Sector SECRETARÍA DE ECONOMÍA

Naturaleza Jurídica: ORGANISMO
DESCONCENTRADO

Entidad o Dependencia COMISIÓN NACIONAL DE MEJORA REGULATORIA

Fecha de elaboración 12 de noviembre de 2019

Actividades Complementarias:

Razones para la Utilización de estos Medios:

AUTORIZACIONES

Autorización de la Coordinadora Sectorial

Autorización del Titular del Área de Comunicación Social

MTRO. EFRÉN GARCÍA GARCÍA

MTRO. JESÚS ALBERTO DE LA FUENTE GUERRERO

Nombre y Firma

Nombre y Firma