



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**REPORTE DE EXPERIENCIA PROFESIONAL EN LA
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
CONDUSEF**

TESINA QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

MARÍA GUADALUPE SÁNCHEZ MONTES DE OCA



ASESORA: SILVIA JOSEFINA GONZÁLEZ MARTÍNEZ

CIUDAD UNIVERSITARIA, NOVIEMBRE 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

Introducción.....	3
Capítulo 1. México en crisis.....	7
1.1 La crisis financiera de 1994 y la banca.....	7
1.2 Apoyo a deudores.....	11
1.3 Origen de la CONDUSEF.....	13
Capítulo 2. La CONDUSEF.....	18
2.1 Misión y visión.....	18
2.2 Funciones.....	19
2.2.1 Acciones correctivas.....	19
2.2.2 Acciones preventivas.....	21
2.3 Organigrama.....	28
Capítulo 3. Dirección de Comunicación Social.....	31
3.1 Información.....	35
3.1.1 Síntesis Informativa.....	35
3.1.2 Boletines de Prensa.....	38
3.1.3 Conferencias de Prensa.....	41
3.1.4 Entrevistas.....	46
3.1.5 La importancia del Vocero.....	48
3.1.6 Manejo de Crisis.....	51
3.1.7 Redes Sociales.....	52
3.2 Campañas publicitarias.....	62
3.3 Revista “Proteja su Dinero”.....	66
3.4 Boletín semanal “Consejos para su Bolsillo”.....	69
Conclusiones.....	73
Fuentes de consulta.....	76
ANEXO I	80

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objeto acercar a los estudiosos de la Comunicación al trabajo que se realiza en la oficina de Comunicación Social de una institución gubernamental, como lo es la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF).

A lo largo de los años, el gobierno mexicano y las instituciones financieras han implementado diversos programas y acciones que han permitido avanzar en la inclusión financiera de los mexicanos, ejemplo de ello es la bancarización de los programas sociales y de aquellos que reciben su nómina a través de una tarjeta de débito.

También hay que señalar la ampliación del servicio de corresponsales bancarios, la creación de cuentas básicas, de la banca móvil, e incluso las ahora tan sofisticadas tarjetas sin contacto, es decir, el aumento de la bancarización en México, -aunque precaria en comparación con países desarrollados- ha hecho que se voltee a ver instituciones de defensa como lo es la CONDUSEF.

Si bien es cierto que, acercar a la población al sistema financiero y expandir la oferta de sus servicios es importante para el desarrollo del país, también lo es el enseñar a la población a hacer un uso correcto y responsable de los productos y servicios financieros, así como defender sus derechos ante las grandes instituciones financieras.

La CONDUSEF es un organismo público descentralizado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y tiene la función de “promover y difundir la educación y la transparencia financiera, a fin de que los usuarios tomen decisiones informadas sobre los beneficios, costos y riesgos de los productos y servicios ofertados en el sistema financiero mexicano; asimismo, protege sus intereses mediante la

supervisión y la regulación de las instituciones financieras”¹ (CONDUSEF, Sección Qué hacemos).

Una de las áreas indispensables para la CONDUSEF es la Dirección de Comunicación Social, la cual tiene por objeto difundir y consolidar la imagen de la institución, impulsar la Educación Financiera en la población, así como establecer y mantener vínculos con los distintos medios de comunicación.

En este reporte de experiencia profesional, veremos por qué y para qué se crea la CONDUSEF y sobre todo, la importancia de difundir temas financieros en un lenguaje accesible para toda la población. Por ello, el presente trabajo se divide en tres capítulos:

En el primer capítulo, es indispensable acercar al lector a entender la creación de la CONDUSEF como respuesta a la crisis económica que se generó en nuestro país a partir del llamado “error de diciembre de 1995”. De tal forma que, el 19 de abril de 1999 se creó la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), la cual responde a la necesidad de que un organismo público y federal oriente, defienda y promueva la conciliación de los conflictos generados entre usuarios e instituciones financieras.

También me refiero al papel que jugaron las instituciones financieras y el cobro de intereses exorbitantes, así como el surgimiento de organizaciones sociales en apoyo a los deudores.

En el capítulo dos, se expondrá la misión, visión y objetivo que tiene la CONDUSEF en beneficio de los usuarios de servicios financieros, se describirá la organización de la institución, así como sus atribuciones y funciones tanto correctivas como preventivas.

Las funciones denominadas “correctivas” son aquellas que van dirigidas a la defensa de los derechos de los usuarios ante las instituciones financieras, para cumplirlas la CONDUSEF lleva a cabo un proceso de atención en donde a través

¹ Misión de Condusef. <https://www.gob.mx/condusef/que-hacemos> Recuperado el 25 de abril 2018.

de la conciliación y posteriormente de la defensa legal, defiende a los usuarios ante cualquier abuso de las instituciones financieras.

En tanto, las funciones preventivas van encaminadas a la difusión de la educación financiera, a fin de informar y educar a los usuarios sobre el uso correcto de los productos y servicios financieros.

Posteriormente, en el capítulo tres se hará mención de mi experiencia profesional al frente de la Dirección de Comunicación Social, se describirá el manejo de la información, lo que debe saber el titular del organismo antes de salir a medios, cómo coordinar una rueda de prensa, la importancia de los boletines de prensa y las entrevistas, se definirán las características de un vocero, así como el manejo de crisis y de redes sociales.

Del mismo modo, se expondrán algunas campañas realizadas en la presente administración (2013-2019), cómo se realizan y el presupuesto destinado para este fin.

Un tema de gran relevancia para la institución y que también se toca en este capítulo, son las publicaciones que se realizan en la CONDUSEF, y de las cuales, la Dirección a mi cargo también es responsable. Una de ellas es la revista mensual “Proteja su Dinero”, la cual está enfocada en tocar temas de finanzas personales, con el fin de que los usuarios tengan un mayor control de su dinero y eviten tener problemas financieros.

También se encuentra el boletín semanal “Consejos para su bolsillo”, el cual es una publicación electrónica que se envía a más de 200 mil usuarios vía correo electrónico. Esta publicación tiene la característica de brindar *tips* breves y prácticos, así como recomendaciones útiles a los usuarios sobre el manejo de sus finanzas.

Finalmente, en las conclusiones, relato la importancia que tiene para mí la realización de este informe. Para los profesionales de la Comunicación, estar al frente de un área de Comunicación Social de una institución del sector financiero es un gran reto y una enorme responsabilidad, ya que entre otras cosas, te enfrentas

a temas especializados que tienes que informar de una forma sencilla y comprensible.

Después de estar al frente de la Dirección de Comunicación Social de CONDUSEF durante seis años, quiero dejar para quienes cursan la carrera de comunicación un acercamiento a la realidad laboral, realidad que seguramente vivirán y experimentarán.

CAPÍTULO 1. MÉXICO EN CRISIS

1.1 La crisis financiera de 1994 y la banca

Durante la última década del Siglo XX, nuestro país experimentó diversas crisis financieras y para enfrentarlas se tuvo que recurrir a la ayuda internacional, especialmente de los Estados Unidos de América.

La crisis económica de 1994, también llamada “Error de diciembre”, fue una de las más graves que sacudió a nuestro país y que causó, entre otras, la devaluación del peso mexicano como nunca antes se había visto.

El 29 de diciembre de 1994, el entonces presidente Ernesto Zedillo, dio un mensaje a la población mexicana en la residencia oficial de Los Pinos sobre la situación del país, señalando lo siguiente:

El pasado 22 de diciembre, el Banco de México dejó de intervenir en el mercado cambiario, el exceso de demanda de divisas provocó una considerable devaluación en nuestra moneda. La demanda de dólares era mucho más grande que la oferta, y dado el uso de reservas internacionales que a lo largo de 1994 hubo de efectuar el Banco de México, se llegó a un punto en el cual ya no fue posible cubrir la diferencia con sus propias reservas; consecuentemente debió dejarse que el precio del dólar se ajustara libremente.

La principal razón por la cual la demanda de divisas se hizo mucho más grande que la oferta es que durante varios años nuestras importaciones han sido mucho mayores que nuestras exportaciones. La diferencia entre las importaciones y las exportaciones de mercancías y servicios fue de casi 25 mil millones de dólares en 1992; 23 mil millones en 1993 y se calcula cercana a 28 mil millones en 1994.

Esta diferencia es lo que se conoce como el saldo en la cuenta corriente de la balanza de pagos. Bajo cualquier medida el saldo negativo en la cuenta

corriente llegó a ser demasiado grande, por ejemplo, como proporción del valor de todo lo que se produce en nuestra economía, es decir el Producto Interno Bruto; en 1994 el déficit en la cuenta corriente alcanzó casi el ocho por ciento.

Para dar una idea de qué tan grande es esta proporción podemos compararla con la que se registró en el último año de cada uno de los tres sexenios anteriores: en 1976 esa proporción fue del cuatro por ciento; en 1982 fue del tres por ciento y en 1988 fue de poco menos del uno y medio por ciento del Producto Interno Bruto.

Normalmente el saldo negativo en la cuenta corriente se compensa con entradas de capital hacia nuestro país; hubo entradas de capital privado para inversiones directas, pero principalmente flujos de capital invertidos en instrumentos financieros líquidos de corto plazo.

El que hayan venido capitales a México y que eso nos haya ayudado a pagar por las importaciones de materias primas y de bienes de capital no es en sí mismo malo, lo malo fue el exceso; el que creciera tanto la cuenta corriente, así como el que nuestro país se haya visto sacudido por varios hechos lamentables que minaron la confianza y que los capitales se hayan hecho más escasos también en el exterior, hizo crecientemente difícil que continuaran viniendo esos capitales a compensar el déficit.²

De acuerdo con Humberto Banda y Susana Chacón en su artículo La Crisis Financiera Mexicana de 1994: una visión política-económica (2005), también existieron factores políticos que influyeron en la crisis financiera. Algunos de ellos son:

- El 1ro de enero de 1994, el mismo día que el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) entraba en vigor, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) tomó en su poder poblados del estado de

²Discurso Ernesto Zedillo, 29 Diciembre 1994.
<http://zedillo.presidencia.gob.mx/pages/disc/dic94/29dic94.html>

Chiapas, México. La irrupción fue la primera señal del malestar político existente en el país y de que todo no era prosperidad como el gobierno del ex presidente Carlos Salinas pregonaba.

- Cuatro meses después, el candidato presidencial Luis Donaldo Colosio fue asesinado en Tijuana, Baja California. Los mercados financieros respondieron, el peso rebasó la banda de flotación establecida y el Banco de México tuvo que intervenir para mantener el tipo de cambio. Se dio la primera gran fuga de capitales.
- El asesinato de José Francisco Ruiz Massieu, presidente del Partido Revolucionario Institucional (PRI), el 29 de septiembre de 1994. La respuesta de los mercados financieros no se reflejó en una caída de las reservas internacionales, mismas que sí se vieron afectadas en noviembre, cuando Mario Ruiz Massieu culpó a María de los Ángeles Moreno y a Ignacio Pichardo, ambos representantes del PRI, del asesinato de su hermano José Francisco.
- Al inicio de la administración del gobierno de Zedillo, el EZLN lanzó otra ofensiva para festejar el primer año de su levantamiento.³ (p.450)

Algunas de las consecuencias de la crisis que repercutieron en la población se reflejaron en el aumento del desempleo, puesto que miles de negocios tuvieron que cerrar por falta de capital o bien algunas empresas tuvieron que disminuir sus gastos y recortar empleados. También se redujeron programas de asistencia social.

El sistema bancario mexicano también se vio afectado por esta crisis, lo que provocó que el gobierno mexicano tomara medidas para rescatarlo y evitar quiebras masivas que pusieran en riesgo el dinero de los ahorradores.

De acuerdo con el libro de Jorge Francisco Moncada y Mario Alberto Di Costanzo titulado *El saqueo a los mexicanos* (2005), al estallar la crisis económica se puso en evidencia que la gran mayoría de la banca privada tenía problemas financieros, “los cuales se agravaron por una ineficiente administración bancaria y en muchos casos

³ BANDA, HUMBERTO, CHACÓN, SUSANA, La crisis financiera mexicana de 1994: una visión política-económica. Foro Internacional [en línea] 2005, XLV (Julio-Septiembre) : [Fecha de consulta: 26 de septiembre de 2018] Disponible en:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59921013004>

producto de ilícitos e irregularidades que sobrepasaron la capacidad y previsiones del seguro de depósitos creado para el sector: el Fondo Bancario de Protección al Ahorro (Fobaproa)”⁴. (p.5)

Con la crisis, los problemas de insolvencia y cartera vencida se agravaron, ante esta situación y con la supuesta finalidad de proteger los ahorros de la población (aproximadamente 20 millones de personas) el gobierno mexicano utilizó el dinero público para solucionar el problema de liquidez de la banca, bajo esquemas o programas de intervención y saneamiento, así como de capitalización y compra de cartera.

El primero, tuvo como objetivo solucionar la crisis de 14 bancos que tenían irregularidades y mediante diversas líneas de crédito se les permitió cumplir con sus obligaciones, rehabilitarlos y luego venderlos para recuperar la inversión.

En el segundo, cuatro bancos resultaron beneficiados con la compra de su cartera vencida, misma que resultó incobrable.

Sin embargo, dichos programas eran demasiado costosos y el gobierno mexicano no contaba con los suficientes recursos para financiarlos, por ello, “firmaron pagarés de saneamiento financiero y de compra de cartera, que garantizaron a los bancos subsidios a través de costosas tasas de interés con cargo al erario y, por tanto, a todos los contribuyentes mexicanos”⁵.

Entre los efectos de la crisis de 1994, el libro *El saqueo a los mexicanos* (2005) señala los siguientes:

- La inflación, que en noviembre de 1994 fue de 7% anual, pasó a 8% mensual hasta abril de 1995.
- La tasa de interés interbancaria, que antes de la crisis estaba en 18%, llegó a 110% en marzo.

⁴ Moncada, Jorge Francisco y Di Costanzo, Mario Alberto. 2005. *El saqueo a los mexicanos*, México, Editorial Grijalbo, , pp.5

⁵ *Ibidem* pp.12

- En consecuencia, gran cantidad de deudores de la banca se vieron imposibilitados para cumplir sus compromisos de pago: cientos de miles perdieron sus casas y otros bienes.
- En el primer semestre de 1995 el PIB cayó 5.8%.
- El índice de desempleo abierto, que en diciembre de 1994 era de 3.6% de la población económicamente activa, subió a 6.6% en junio de 1995 y hasta 7.6% dos meses después.
- El IMSS dio cuenta de la pérdida de 824 mil afiliados permanentes en los primeros meses de 1995.
- Ese mismo año casi 39% de las empresas productivas del país prácticamente paralizan sus actividades.
- Y entre la frialdad de las cifras destacan datos como estos: 3 mil 700 deudores terminan en prisión, más de 380 personas optan por el suicidio y miles sufren el embargo de al menos un millón 730 mil bienes muebles o inmuebles.

Para los efectos de la presente tesina, vale la pena destacar dos puntos clave anteriormente citados: la tasa de interés interbancaria llegó a 110%, lo que provocó que una gran cantidad de deudores de la banca se vieran imposibilitados para cumplir sus compromisos de pago, y por lo tanto que cientos de miles perdieran sus casas y otros bienes.

1.2 Apoyo a deudores

Ante la situación que se vivía en nuestro país, surgieron grupos y asociaciones de “apoyo a deudores de la banca”, el más representativo fue la Unión Nacional de Productores Agropecuarios, Comerciantes, Industriales, Prestadores de Servicios, mejor conocido como El Barzón, que nació el 13 de octubre de 1994. Dicho movimiento social surgió por la crisis de solvencia, falta de liquidez y de rentabilidad de las unidades productivas, económicas y familiares que llevaron al incumplimiento con los compromisos de pago con las instituciones financieras.

La primera consigna del Barzón, liderado por Alfonso Ramírez Cuellar, Juan José Quirino Salas, Liliana Flores Benavides y Manuel Ortega González, fundadores de este movimiento social, fue “defender el patrimonio de las familias y rescatar las unidades de producción amenazadas por los banqueros fue la primera tarea que emprendieron miles de campesinos, acción que rápidamente se reprodujo también en las ciudades. “*Debo no niego, pago lo justo*” era la consigna”⁶.

Para la defensa de los derechos, El Barzón utilizó diversas vías de lucha que le permitieron abrir canales de negociación, entre las que se encontraban: la vía jurídica, la resistencia civil pacífica, la conciliación y negociación, así como la política legislativa o cabildeo.

En su declaración de principios se señala lo siguiente:

Primero: Puesto que todo poder público dimana de nosotros los ciudadanos y se instituye para nuestro beneficio, toda política económica que arruine nuestros hogares, nuestras fuentes de trabajo, y atropelle nuestra dignidad es ilegítima.

Segundo: El único objeto del desarrollo económico es el mayor bienestar y el aumento de las oportunidades de disfrute de todos nosotros, los ciudadanos y las ciudadanas.

Tercero: La pobreza extrema no es producto de la casualidad, sino fruto de los vicios del poder. La existencia de ricos muy ricos es a costa de que haya pobres muy pobres.

Cuarto: El negocio bancario de manejar el ahorro de los habitantes y prestar sobre ellos, es una concesión que otorgamos los ciudadanos a través del gobierno para nuestro beneficio.

Quinto: Porque se trata de un servicio público, el crédito es para la producción y el desarrollo, no para la especulación ni la extorsión.

⁶ El Barzón. ¿Quiénes somos? <http://elbarzon.mx/quienes-somos/> consultado el 26 de Febrero 2018

Sexto: EL campo es la riqueza nacional más preciada que debemos conservar como fuente generadora de la vida, base de la soberanía alimentaria y la fábrica más eficiente que existe sobre la tierra.

Séptimo: EL don más valioso de nosotros, los seres humanos, es la naturaleza, de ella proviene todo ser vivo, si la destruimos nos destruimos.

Octavo: El apoyo recíproco y autogestionario entre los ciudadanos para mejorar sus niveles de vida y para compartir el saber humano, es la más poderosa palanca para el desarrollo económico y para la libertad.

Noveno: Ante una política económica neoliberal y globalizada devastadora es deber de los ciudadanos erigirse en defensores del patrimonio familiar, la planta productiva nacional, el empleo y la soberanía del país.

Décimo: Luchamos para defender la dignidad atropellada. Nuestras únicas armas ciudadanas, la razón, la justicia y el valor civil, son invencibles.⁷

1.3 Origen de la CONDUSEF

De acuerdo a la Exposición de Motivos de la Iniciativa del Decreto por la que se expide la Ley de Protección y Defensa a los Usuarios de Servicios Financieros, presentada por el entonces diputado Jorge Estefan Chidiac del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional, la CONDUSEF se gestó como consecuencia de la crisis financiera que nuestro país sufrió en el año de 1995.

A raíz de dicha crisis económica, se puso en evidencia la falta de protección, defensa de derechos y las desventajas que tenían los usuarios ante las instituciones financieras.

“La crisis por la que atravesó nuestro país a finales de 1994, hizo palpable la ingente prioridad del Estado de velar por los intereses y derechos de un grupo social, que por su condición y recursos, requiere de asesoría jurídica para hacer uso adecuado

⁷ El barzón. Declaración de principios <http://www.elbarzon.org/quien/principios.shtml> consultado el 27 de febrero 2018

de la cada día más sofisticada gama de servicios financieros, y, en su caso, para reclamar ante las diversas entidades que conforman al Sistema Financiero Mexicano, sus legítimos derechos. Dicho grupo social está compuesto, fundamentalmente, de miles de pequeños ahorradores, que con muchos esfuerzos logran constituir un patrimonio familiar a lo largo de su vida”⁸. (Dictamen Comisión de Hacienda, 1998).

Hay que recordar que en esos años un escándalo bancario sacudió a México (FOBAPROA) y el gobierno propuso que el estado se hiciera responsable de una deuda bancaria de 55 mil millones de dólares.

En ese episodio de la historia de México, la Corte Suprema mexicana le dio el derecho a los bancos de cobrar intereses sobre intereses vencidos, es decir, cuando los deudores no podían pagar a tiempo. De tal forma que por un voto de 8 a 3, la Corte Suprema acabó con una prohibición de 100 años, decisión que afectó a aproximadamente 6 millones de pequeños deudores.⁹

Como era de esperarse, las protestas de la clase media comenzaron, apoyados por una asociación de deudores llamada El Barzón, quienes organizaron manifestaciones y tomas de diferentes instancias.

“Las autoridades mexicanas han permitido que los intereses suban. La tasa real de interés se aproxima al 20 por ciento, cosa que afecta a los dueños de tarjetas de crédito y a muchas industrias. Los intereses altos contribuyen a la quiebra de la agricultura y a la parálisis de las hipotecas. Al mismo tiempo, se devalúa gradualmente el peso, lo cual a diario hace aumentar el precio de los alimentos y de las importaciones. Se rescata a la banca mediante la quiebra de la economía real.”¹⁰ (Nebbia Gerardo, 1998)

⁸ Dictamen de la Comisión de Hacienda y Crédito Público, con proyecto de Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros. Cámara de Diputados. Aprobado el 12 de diciembre de 1998.

⁹ Nebbia Gerardo. En México, una crisis bancaria paraliza al gobierno. 1998
<https://www1.wsws.org/es/articles/1998/nov1998/mexi-n24.shtml> Consultado el 1 de junio de 2017.

¹⁰ Íbidem

En esos años, la protección y defensa de los derechos de los usuarios en nuestro país careció de un cauce jurídico que diera entrada a las reclamaciones e inconformidades que tenían los usuarios con las instituciones que formaban parte del sistema financiero.

En 1941, la Ley General de Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares no contenía alguna disposición que velara por los derechos de los usuarios, e incluso la Comisión Nacional Bancaria desempeñó la función de conciliador con las instituciones financieras.

“Esta función la desarrollaba por medio de un procedimiento administrativo de conciliación no establecido en la ley, por el que simplemente esa Comisión comunicaba por escrito a los intermediarios, las reclamaciones y quejas que le eran planteadas por los usuarios. En caso de que los bancos reconocieran incumplimientos o errores se resolvían los conflictos; de otro modo, la Comisión notificaba a los usuarios que sus reclamaciones debían ser planteadas ante los tribunales competentes, habida cuenta de la falta de atribuciones legales para resolver en calidad de conciliador o árbitro.”¹¹ (Nebbia Gerardo, 1998)

A raíz de la nacionalización de la banca en 1982, existieron varios cambios en la política bancaria y financiera lo que dio lugar a la implementación de varias disposiciones legales y reglamentarias en materia financiera.

Por ejemplo, la Ley Reglamentaria del Servicio Público de Banca y Crédito estableció procedimientos de conciliación que se atendían en la llamada Comisión Nacional Bancaria y de Seguros. Posteriormente, en la Ley Reglamentaria de 1985 fueron revisados y modificados y fue hasta 1990 que se creó la Comisión supervisora de Seguros y Fianzas.

Posteriormente, la promulgación de la Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro de 1996 retomó algunos antecedentes de otras instancias y adoptó los

¹¹ Ibídem

procedimientos de resolución de controversias entre trabajadores, patrones y afores, a través de una conciliación y el arbitraje.¹²

Los legisladores argumentaron en el dictamen de ley que si bien las instituciones y las leyes que regulaban el sistema financiero mexicano, contemplaban mecanismos de protección a los usuarios mediante la conciliación, reconocieron que los usuarios se veían en “franca desventaja frente a las entidades cuando acuden a los tribunales correspondientes, a fin de buscar solución a las controversias suscitadas en la prestación de servicios financieros, las cuales no pueden ser resueltas por las Comisiones Nacionales debido a limitaciones en su actuación”.¹³ E incluso señalaron que en muchas ocasiones los usuarios no acudían a las instancias judiciales porque carecían de recursos, tiempo y conocimiento para asesorarse legalmente.

Ante ello, se propuso la creación de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) que además de fungir como conciliadora, realizaría funciones de asesoría, recepción de quejas y orientación en materia financiera.

Asimismo, se propuso crear un Registro de Prestadores de Servicios Financieros que tiene el fin de concentrar la información de todas las instituciones financieras que ofrezcan servicios al público; así como representaciones delegaciones al interior del país.

A partir de esa fecha, las atribuciones de CONDUSEF se han ido modificando, la transformación más significativa se llevó a cabo con la aprobación de la Reforma Financiera en 2013 y promulgada en enero de 2014, donde las facultades de la institución se ampliaron significativamente al darle mayores facultades de supervisión y sanción.

“CONDUSEF contenía 65 facultades previstas en diversos ordenamientos legales en materia financiera, con la Reforma Financiera se adicionan 64 facultades más,

¹² *Íbidem*

¹³ *Íbidem*

llegando a un total de 129. Cabe destacar que antes de la Reforma Financiera se supervisaban a 3 mil 428 entidades financieras, sin embargo a partir de la entrada en vigor de la nueva normatividad, serán sujetas de supervisión un total de 4 mil 314 instituciones”¹⁴. (CONDUSEF, 2014)

Dicha reforma establece la creación del Buró de Entidades Financieras (BEF), como una herramienta en donde los usuarios pueden consultar el desempeño de las instituciones financieras al “contar con información sobre productos, comisiones, sanciones, reclamaciones, prácticas, desempeño en la atención así como la calificación en transparencia de las instituciones financieras, a efecto de que puedan decidir lo que mejor se adapte a sus intereses”¹⁵. (CONDUSEF, 2014)

Asimismo, se le dan facultades para ordenar la eliminación de las cláusulas abusivas de los contratos y la prohibición de ventas atadas o condicionadas ante la contratación de algún producto financiero.

Además, se le facultó para poder sancionar a las instituciones financieras cuando los despachos de cobranza que contratan para la gestión de su cartera, cometan malas prácticas de cobro, como el amenazar u ofender a los usuarios.

¹⁴ Boletín de Prensa CONDUSEF <http://www.gob.mx/condusef/prensa/condusef-lista-para-enfrentar-nuevos-cambios-con-la-reforma-financiera> Consultado el 1 de junio de 2017.

¹⁵ Íbidem

CAPÍTULO 2. LA CONDUSEF

La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) es un organismo público descentralizado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), cuyo objetivo fundamental es la “protección y defensa de los derechos e intereses del público usuario de cualquier servicio financiero en el país, que prestan las instituciones tanto públicas como privadas y del sector social que estén debidamente autorizadas para operar por la autoridad competente respectiva”¹⁶ (Gaceta Parlamentaria. 12 diciembre 1998).

2.1 Misión y Visión

De acuerdo al portal oficial de la CONDUSEF, su misión es “promover y difundir la educación y la transparencia financiera para que los usuarios tomen decisiones informadas sobre los beneficios, costos y riesgos de los productos y servicios ofertados en el sistema financiero mexicano; así como proteger sus intereses mediante la supervisión y regulación a las instituciones financieras y proporcionarles servicios que los asesoren y apoyen en la defensa de sus derechos”¹⁷.

Asimismo, su visión es “ser una institución pública especializada en materia financiera, que promueve entre la sociedad conocimientos y habilidades que le permiten tomar decisiones adecuadas para el ahorro constante y el pago responsable; y un organismo efectivo para la protección y defensa de los intereses y derechos de los usuarios ante las instituciones financieras, contribuyendo, de esta manera, al sano desarrollo del sistema financiero mexicano.

Tener arraigada una cultura institucional basada en la transparencia, el combate a la corrupción y la igualdad entre mujeres y hombres”¹⁸

¹⁶ Gaceta Parlamentaria. Cámara de Diputados. 12 de Diciembre de 1998. Iniciativa del Decreto por el que se expide la Ley de Protección y Defensa a los Usuarios de Servicios financieros.

¹⁷ Condusef. Misión y Visión institucional www.gob.mx/condusef consultado el 5 de junio de 2017

¹⁸ Íbidem

2.2 Funciones

Las funciones que desempeña la CONDUSEF se pueden clasificar en dos tipos: correctivas y preventivas.

2.2.1 Acciones correctivas

La protección y defensa de los usuarios prevista en Ley, considera la realización de acciones correctivas, tales como la gestión, la conciliación o la defensoría legal gratuita que permiten superar los desacuerdos que ocurren entre las instituciones financieras y sus clientes. El proceso de atención es el siguiente:

1. **Gestión Ordinaria.** Es el procedimiento por el que la CONDUSEF notifica a la Institución Financiera la inconformidad o reclamación del Usuario (a través del envío de un oficio con fundamento en el Art. 53 de la Ley de CONDUSEF), y se realiza en aquellos casos en los que no se cuenta con convenio de colaboración de Gestión Electrónica.
2. **Gestión Electrónica.** Es el mecanismo que permite a la CONDUSEF y a la Unidad Especializada de la Institución, resolver de forma electrónica las inconformidades o reclamaciones que plantean los Usuarios, en un tiempo máximo de 20 días hábiles.
3. **Conciliación:** Si la respuesta de la institución por gestión electrónica no satisface al usuario, se lleva a cabo una conciliación, que es cuando se cita al apoderado legal de la Institución Financiera, al usuario y a un Abogado de CONDUSEF a una audiencia donde se presentarán las evidencias de los hechos con los que se pretende conciliar los intereses¹⁹.
4. **Arbitraje:** Al no haber arreglo en la etapa de Conciliación, las partes podrán, de mutuo acuerdo, elegir a la CONDUSEF o a un tercero propuesto por ésta, como árbitro de la Controversia y/o Reclamación. La CONDUSEF, con los elementos aportados por ambas partes, emite el “Proyecto de Laudo”, que es la resolución que pone fin al asunto y en el cual se señala a quién le asiste la razón.

¹⁹ CONDUSEF en línea <https://phpapps.condusef.gob.mx/condusefenlinea/TATJ.php> Consultado el 12 de junio de 2017

5. **Dictamen:** Cuando la Institución Financiera rechaza el Arbitraje, el Usuario puede solicitar la emisión de un Dictamen por parte de la CONDUSEF, y está a su vez podrá emitir los siguientes dictámenes:

- Solicitud de Dictamen. Es una opinión técnico-jurídica, elaborada con base en la información, documentación o elementos que existan en el expediente del asunto, con la intención de que dicha opinión la pueda hacer valer ante los tribunales.
- Solicitud de Dictamen con Título Ejecutivo. Cuando a juicio de CONDUSEF, la obligación contractual incumplida por la Institución Financiera sea cierta, exigible y líquida. Es un documento que podrá hacerse valer ante la autoridad jurisdiccional competente con orden de ejecución.²⁰

6. En tanto, la **Defensoría Legal Gratuita**, como su nombre lo indica, la CONDUSEF puede defender a los usuarios ante la autoridad judicial previo análisis, viabilidad jurídica y condiciones económicas de quien la solicita.

Acciones de Defensa recibidas													
RECLAMACIONES													
Año	Aseorías *	Gestión Ordinaria	Gestión Electrónica	Gestión REDECO	Conciliación	Dictamen	Arbitraje	Solicitudes para la DLG	Defensa Legal Gratuita	Asesoría Jurídica Penal	Concursos Mercantiles	Liquidación Judicial	
2017	1,492,092	5,316	157,845	28,652	48,275	15,037	-	2,589	2,167	405	-	-	-
2016	1,415,027	5,582	151,576	28,220	42,046	11,909	1	2,262	1,974	197	-	-	-
2015	1,305,789	8,594	147,082	31,159	38,306	9,566	1	2,141	1,685	144	1	1	-
2014	1,140,807	11,416	158,941	-	37,525	8,241	2	1,406	1,239	-	1	-	-
2013	1,082,835	10,756	171,241	-	31,263	4,919	2	1,382	930	-	3	-	-
2012	1,024,340	11,661	168,741	-	27,695	4,739	-	1,766	425	-	1	-	-
2011	886,413	19,050	163,972	-	30,091	2,364	-	5,734	854	-	9	-	-
2010	898,089	24,382	129,842	-	28,276	2,605	-	2,841	964	-	-	-	-
2009	793,292	42,277	97,337	-	34,621	2,599	-	3,155	1,130	-	-	-	-
2008	487,224	61,890	47,271	-	33,332	2,455	1	3,443	1,163	-	-	-	-
2007	316,152	73,386	9,861	-	30,593	2,016	4	2,657	874	-	-	-	-
2006	297,874	-	-	-	26,097	1,776	1	2,607	765	-	-	-	-
2005	358,825	-	-	-	25,542	2,212	21	2,889	1,002	-	-	-	-
2004	352,340	-	-	-	24,660	2,497	5	2,448	965	-	-	-	-
2003	276,067	-	-	-	21,777	1,935	9	2,301	520	-	-	-	-
2002	170,144	-	-	-	21,349	1,576	26	2,527	374	-	-	-	-
2001	144,761	-	-	-	25,473	-	-	13,810	302	-	-	-	-
2000	136,491	-	-	-	21,297	-	-	4,800	69	-	-	-	-
1999	77,238	-	-	-	14,473	-	-	1,445	4	-	-	-	-
Total	12,655,800	274,310	1,403,709	88,031	562,691	76,446	73	62,203	17,406	746	15	1	

* Incluye Asesorías Técnico Jurídicas, Consultas Jurídicas, Orientaciones Jurídicas Especializadas, Consulta de Beneficiarios de Cuentas Bancarias (Sistema BCD) y SAB Vía.

Imagen 1. Histórico de Acciones de Defensa recibidas en CONDUSEF
Fuente: Informe Estadístico Histórico de CONDUSEF 2017

²⁰ Anuario Estadístico 2016. CONDUSEF. Pp.13

En el cuadro anterior podemos observar el incremento en el número de asesorías que la CONDUSEF ha impartido año con año desde su creación, llegando a un total de más de 12.6 millones a lo largo de su historia. También se puede observar las acciones realizadas por tipo de proceso (gestión ordinaria, electrónica conciliación, etc.).

2.2.2 Acciones preventivas

Las acciones preventivas se refieren a todas aquellas que se realizan a fin de que los usuarios eviten tener algún conflicto con las instituciones financieras, como lo son las asesorías y la educación financiera.

Desde 1999 a 2017, la CONDUSEF otorgó 12.6 millones de asesorías a los usuarios de diferentes productos y/o servicios financieros disponibles en el país.

De acuerdo al Anuario Estadístico 2016 de la CONDUSEF, la asesoría es la orientación que se le da al usuario sobre productos y servicios financieros.

“A través de las Asesorías Técnico-Jurídicas (ATJ), le ayuda al Usuario a entender el tipo de producto o servicio que adquirió, sus características, su forma de operación y el compromiso asumido por las partes (derechos y obligaciones). Así mismo, se puede otorgar orientación de carácter legal mediante:

- **Consultas Jurídicas y Orientaciones Jurídicas Especializadas:** es la herramienta previa y siempre necesaria, puesta a disposición del Usuario para el correcto ejercicio de sus derechos y obligaciones recogidos en las leyes, explicados y desarrollados a través de la figura profesional del abogado.

De igual manera, CONDUSEF proporciona las siguientes asesorías:

- **Consulta Beneficiarios de Cuentas Bancarias:** tiene por objeto que el Usuario pueda tener el conocimiento si es beneficiario de alguna cuenta de depósito o inversión, o en su caso pueda tener información de la existencia de la misma.

- **Consulta SIAB VIDA:** es el sistema mediante el cual el Usuario, en su carácter de beneficiario, consulta la existencia de un seguro de vida a su favor.”²¹ (Anuario Estadístico, 2016)

El incremento de las asesorías realizadas a lo largo de la historia de la institución se puede observar en el siguiente cuadro:

Año	Asesorías atendidas
2018*	1,570,589
2017	1,492,092
2016	1,415,027
2015	1,305,789
2014	1,140,807
2013	1,082,835
2012	1,024,340
2011	886,413
2010	898,089
2009	793,292
2008	487,224
2007	316,152
2006	297,874
2005	358,825
2004	352,340
2003	276,067
2002	170,144
2001	144,761
2000	136,491
1999	77,238

*Cifras al mes de Octubre

Imagen 2. Asesorías atendidas anuales.

*Fuente: Elaboración propia basado en el Anuario Estadístico 2016 e Informe de Presidencia 2017 y 2018 de CONDUSEF.

También, dentro de las acciones preventivas que realiza CONDUSEF, se encuentra la Educación Financiera, es decir, la difusión de información necesaria de productos y servicios financieros, sus características, costos, riesgos, así como sus ventajas y desventajas, con la finalidad de que los usuarios tomen decisiones informadas en beneficio de su economía familiar.

Para ello, actualmente CONDUSEF implementa las siguientes acciones en materia de Educación Financiera:

²¹ Anuario Estadístico 2016. CONDUSEF. Pp.12

- **Material Didáctico:** Ofrece a los usuarios información y consejos que contribuyen al desarrollo de capacidades y habilidades que sirven como guía para entender conceptos básicos de finanzas personales.



Imagen 3. Material de Educación Financiera y promocionales de CONDUSEF.
Fuente: Portal Educa tu Cartera de CONDUSEF.

- **Guía Familiar:** Material didáctico que reúne conceptos económicos y financieros básicos, ejercicios y recomendaciones prácticas para fomentar la participación entre padres, maestros, hijos y toda la familia. Contiene temas como ¿Qué es el dinero?, el Presupuesto, el Ahorro, la Inversión y los Productos y Servicios Financieros.



Imagen 4. Guía Familiar de Educación Financiera.
Fuente: Portal Educa tu Cartera de CONDUSEF.

- **Cuadernillos temáticos de Educación Financiera:** Informa a los usuarios de manera sencilla, clara y didáctica conceptos, consejos y características de distintas herramientas financieras con el objeto de mejorar su entendimiento y su uso mediante materiales útiles y atractivos.



Imagen 5. Cuadernillos educativos de los ejes temáticos de la Educación Financiera.
Fuente: Portal Educa tu Cartera de CONDUSEF.

- **Material para niños:** Incluye conceptos y consejos financieros sencillos para iniciar a los niños en la educación financiera y que entiendan su participación en el control del gasto familiar, con el uso de diversos juegos.





Imagen 6. Juegos, libros de cuentos y material educativo para niños de Educación Financiera.
Fuente: Portal Educa tu Cartera de CONDUSEF.

- **Revista Proteja su Dinero.** Proporciona a los lectores herramientas e información útil, relevante y entretenida sobre temas de actualidad en materia de finanzas personales y consejos para cuidar y hacer rendir su dinero.



Imagen 7. Portadas de la revista “Proteja su Dinero”
Fuente: Portal Educa tu Cartera de CONDUSEF.

- **Taller Formador de Formadores:** Es un taller que se ofrece a organismos públicos, privados e instituciones educativas, comprometidos con sus comunidades, familias, empresas e instituciones; y que están interesados en convertirse en “formadores” de temas de Educación Financiera; replicando los conocimientos adquiridos, buscando beneficiar al mayor número de personas.²²

²² Taller para formador de formadores en Educación Financiera. CONDUSEF.
<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/97460/INICIO-TALLERFORMADORES.pdf>

- **Consejos para tu Bolsillo:** Es una publicación electrónica semanal que brinda a los usuarios tips cortos y prácticos para el manejo de sus finanzas, abordando temas como: presupuesto, ahorro, crédito, seguros, inversión, entre otros.

27/marzo/2015

¿Sabes qué son los Seguros de Depósito?

Si eres usuario de alguna institución financiera como Bancos, Sociedades Financieras Populares (SOFOPOs) o Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (SOCAAPS) tus ahorros se encuentran protegidos, en caso de que éstas llegaran a presentar problemas financieros.

Para ello existe el Instituto para la Protección al Ahorro Bancario (IPAB) que cubre a los clientes de la banca y el Fondo de Protección para aquellos que ahorran en las SOFOPOs y SOCAAPS.

Desde 1999, el IPAB es el encargado de administrar el sistema de protección al ahorro bancario, mediante un seguro de depósito que garantiza hasta por 400 mil UDIS (aproximadamente 2 millones, 112 mil pesos) por persona física o moral, y por banco. Las operaciones bancarias que realicen los ahorradores. Cabe precisar que si el usuario tiene más de una cuenta u operación en un mismo banco, se suman los saldos de éstas y el monto total, es aquí que se toma como base para efecto de determinar el importe a cubrir, el cual en todos los casos se encontrará limitado a 400 mil UDIS.

Entre las operaciones que están cubiertas con este seguro de protección, destacan:

- Depósitos a la vista en cuentas de cheques.
- Cuentas de nómina.
- Depósitos en cuentas de ahorro.
- Depósitos a plazo.
- Depósitos a plazos retirables con previo aviso o en días preestablecidos.
- Depósitos en cuenta corriente asociados a tarjetas de débito.
- Inversiones retirables con previo aviso.

En el caso de las SOCAAPS y las SOFOPOs cuentan con un esquema similar, con un seguro de hasta 25 mil UDIS. Para ambos tipos de entidades financieras, las operaciones garantizadas en el Seguro de Depósito son las siguientes:

- Depósitos de dinero a la vista.
- Depósitos de ahorro.
- Depósitos a plazo.
- Depósitos retirables en días preestablecidos.
- Depósitos retirables con previo aviso.

Para más información visita nuestra página de Internet www.condusef.gob.mx

30/abril/2015

Pequeños AHORRADORES

Si tus pequeños adquieren hábitos de ahorro durante sus primeros años, ten por seguro que los pondrán en práctica el resto de su vida. Por ello, es importante explicarles desde temprana edad qué es el dinero, enseñarles su valor, así como fomentar en ellos el ahorro.

A muchos no nos enseñaron a administrar el dinero, pero si un niño comienza a ahorrar mensualmente de forma constante pequeñas cantidades de dinero, a la larga podría tener un fondo para su retiro. Increíble, ¿no?

A la Condusef le interesa tu bienestar financiero y el de tu familia, por ello, te damos las siguientes recomendaciones para que las pongas en práctica con tus hijos, de acuerdo a su edad:

Etapa 1 (5 A 8 años)
Aprovecha la imaginación que tienen los niños a esta edad:
• Motiva a tu hijo para que comience a ahorrar.
• Cómprale una alcancía o hagan una juntos e invítalo a que guarde ahí parte de sus domingos.
• Hazle notar que la alcancía se llena cada vez más y felicítalo por ello.

Etapa 2 (9 A 12 años)
Comienza a explicar a tu hijo la importancia de trazarse metas:
• Enséñale la diferencia entre deseos y necesidades.
• Permite que gaste el dinero ahorrado en algo importante para él.
• Ayúdalo a demostrarse a sí mismo que es capaz de volver a llenar una nueva alcancía.

Etapa 3 (13 A 16 años)
En esta etapa, es probable que tu hijo desee muchas cosas y quizá no le alcance para todo con el dinero que tiene, así que:
• Enséñale que el primer paso es ahorrar y el segundo es invertir para que su dinero crezca.
• Busquen información sobre cuentas bancarias.
• Ayúdalo a abrir una cuenta y a tener una tarjeta de débito para que vaya conociendo los servicios y productos financieros.

Imagen 8. Boletín informativo semanal Consejos para tu bolsillo.
Fuente: Portal Educa tu Cartera de CONDUSEF.

- **Semana Nacional de Educación Financiera:** Es un evento que CONDUSEF organiza cada año en donde reúnen instituciones financieras y autoridades, para dar a conocer sus acciones sobre Educación Financiera, a través de talleres, juegos y dinámicas que permiten a la población de todas las edades adquirir conceptos básicos de la Educación Financiera.



Imagen 9. Imágenes de las actividades realizadas en la Semana Nacional de Educación Financiera 2016.

Cursos de Educación Financiera: Son gratuitos y se imparten de manera presencial todos los jueves en las oficinas centrales de CONDUSEF. Consta de siete sesiones didácticas sobre los ejes básicos de Educación Financiera: Ahorro, Presupuesto, Crédito, Inversión, Seguros, Retiro.



Imagen 10. Cursos de Educación Financiera.

2.3 Organigrama

La CONDUSEF es encabezada por un Presidente, posteriormente se encuentran cuatro vicepresidencias: Técnica, Jurídica, Delegaciones y Planeación. La Vicepresidencia Técnica coordina la Dirección General de Educación Financiera, de la cual forma parte la Dirección de Comunicación Social.

Una área medular de la CONDUSEF es la Vicepresidencia Técnica, la cual se encarga de procesar toda la información estadística de la institución, asimismo de evaluar en materia de transparencia a las instituciones financieras, e incluso de llevar a cabo el programa de Educación Financiera.

Dicha labor la realiza a través de las siguientes direcciones generales, algunas de sus funciones son las siguientes:

Dirección General de Evaluación y Vigilancia: Lleva a cabo los programas anuales de análisis y evaluación en materia de vigilancia de los diferentes sectores y productos financieros; analiza y evalúa los contratos de adhesión, publicidad, estados de cuenta y comprobantes de operación de las Instituciones Financieras;

Dirección General de Desarrollo Financiero, Estadístico y de Tecnologías de la Información: proporciona información a las unidades administrativas que así lo requieran respecto de las condiciones técnico financieras de los productos y servicios que ofrecen las instituciones financieras; elabora análisis e investigaciones del sector para el desarrollo de las herramientas de productos financieros que permitan proponer estrategias de orientación y asesoramiento a los usuarios; lleva el registro de comisiones vigentes que cobran las instituciones financieras; da mantenimiento y soporte técnico a los servicios de cómputo, entre otras.

Dirección General de Educación Financiera: Hace del conocimiento del público en general, las características de los productos y servicios que ofrecen las instituciones financieras que operan en el país, a fin de promover el desarrollo de una cultura financiera; Coordina la promoción de la cultura financiera, a través de medios electrónicos, informáticos o impresos; Coordina el Consejo Editorial de la revista “Proteja su Dinero”; Diseña y desarrolla estrategias que permitan consolidar

la imagen y posicionamiento de la Comisión Nacional, ante el público usuario; y analiza los productos y servicios financieros existentes en el mercado nacional, con la finalidad de desarrollar herramientas que permitan conocer a los usuarios sus características y funcionamiento.

La **Dirección de Comunicación Social** forma parte de la Dirección General de Educación Financiera, en donde además de difundir los logros y acciones de la Institución, también se utilizan los medios de comunicación para emitir recomendaciones, alertar e informar a los usuarios sobre el manejo de los productos y servicios financieros.

Es importante destacar la importancia que tienen las áreas antes mencionadas para el funcionamiento de la Dirección de Comunicación Social, ya que es de ahí donde se obtiene la información que se difunde en los medios de comunicación.

Por ejemplo, cuando la Dirección General de Evaluación y Vigilancia realiza una evaluación en materia de transparencia de algún determinado producto financiero, como tarjetas de crédito, seguros hipotecarios, etc., envía a la Dirección de Comunicación Social los resultados con la finalidad de que sean difundidos a la opinión pública.

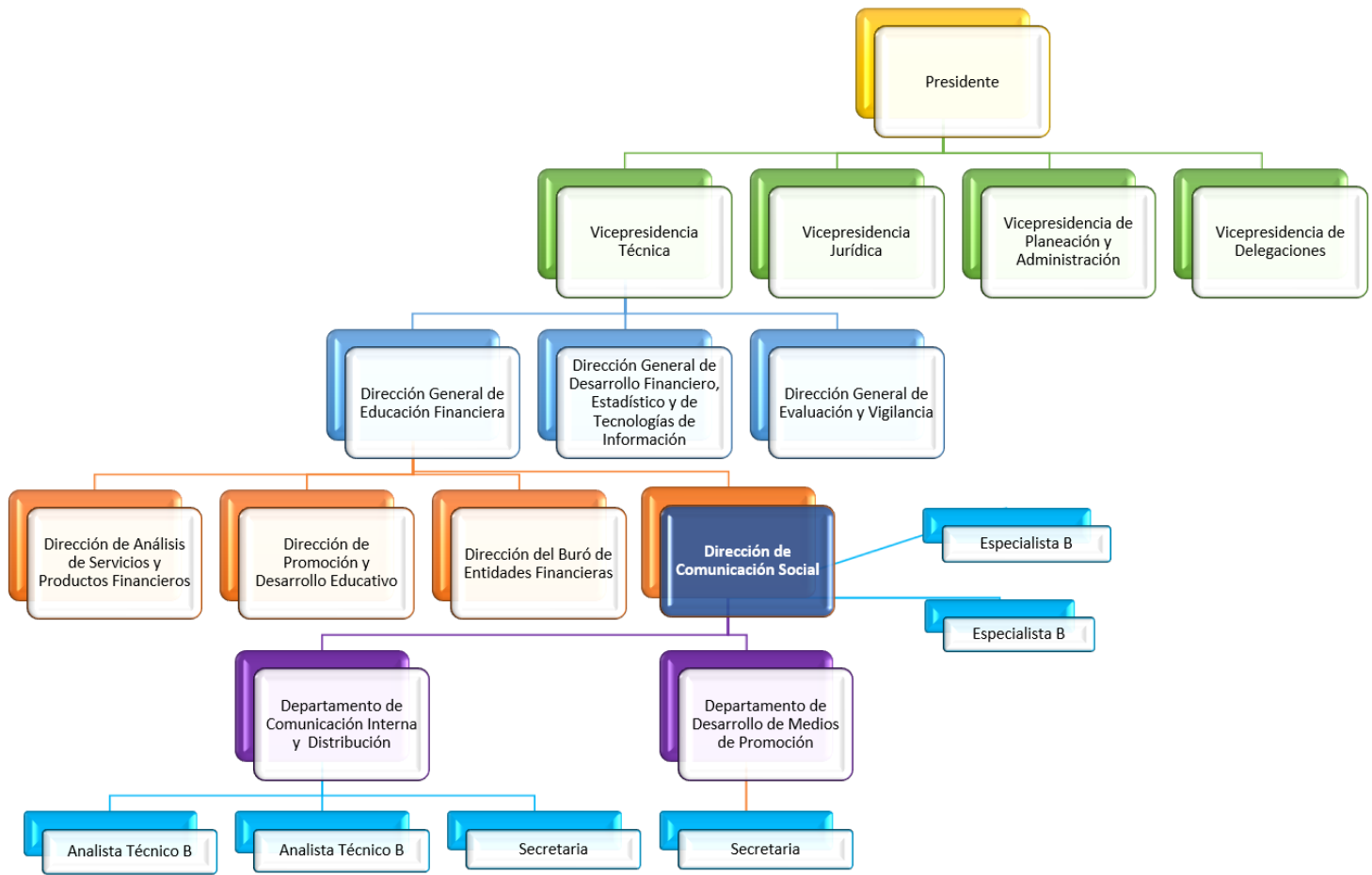


Imagen 11. Organigrama de la Dirección de Comunicación Social.

CAPÍTULO 3. DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

De acuerdo a Francisco Hernández Lomelí en su artículo *Las Oficinas de Comunicación Social en México* (1996), las oficinas de Comunicación Social datan de 1936, cuando se publicó en el Diario Oficial de la Federación un acuerdo firmado por el entonces Presidente Lázaro Cárdenas en donde estipulaba la creación de la Dirección de Publicidad y Propaganda como parte de la Secretaría de Gobernación.

De esta manera, “buscó centralizar el control de los medios de difusión estatales, además de justificar, explicar y difundir las acciones del poder Ejecutivo Federal, de manera especial durante la crisis política suscitada a raíz de la medidas tomadas para terminar con el Maximato instaurado por el ex presidente Calles. La Dirección de Publicidad y Propaganda nace como una institución defensiva, en medio de un ambiente de lucha interna y abierta hostilidad de la clase política del país.”²³ (Hernández Lomelí, p. 59)

En dicho artículo, el autor va más allá y enumera las funciones asignadas a dicha dirección de la Secretaría de Gobernación, las cuales fueron las siguientes:

- I. *Publicidad y propaganda oficiales, de carácter general, respecto del plan integral de las actividades del gobierno;*
- II. *Dirección y administración de los órganos periodísticos destinados a realizar la publicidad y propaganda a que se refiere el párrafo anterior;*
- III. *Información oficial:*
 - a. *A la prensa nacional y extranjera;*
 - b. *A las agencias cable gráficas e informativas;*
 - c. *A las autoridades civiles y militares; y*
 - d. *A los representantes de México en el extranjero.*
- IV. *Servicio de propaganda a los periódicos del país y del extranjero;*

²³ Hernández Lomelí, Francisco. 1996. *Las oficinas de Comunicación Social en México*. http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/25-26_1996/57-72.pdf Consultado el 19 de Junio de 2017

- V. *Servicio editorial de publicidad y propaganda (libros, folletos, álbum [sic], etcétera), en los términos del párrafo primero;*
- VI. *Edición de películas cinematográficas informativas y de propaganda;*
- VII. *Autorización para exhibir comercialmente películas cinematográficas en toda la República y exportar las producidas en el país, conforme al reglamento que se expida;*
- VIII. *Dirección y administración de las estaciones radiodifusoras pertenecientes al Ejecutivo, con excepción de las que forman parte de la Red Nacional y las que dependan de las Secretarías de Educación y Guerra y Marina;*
- IX. *Supervisión y reglamentación de la propaganda y la publicidad hecha por medio de las estaciones radiodifusoras comerciales establecidas en la República;*
- X. *Propaganda directa por circulares, cartas y otros medios semejantes;*
- XI. *Propaganda indirecta por carteles, periódicos murales, frases postales, engomados, placas cinematográficas y otros medios semejantes;*
- XII. *Distribución de toda clase de material de publicidad y propaganda;*
- XIII. *Diario Oficial y publicación de toda clase de leyes, reglamentos y disposiciones del Gobierno Federal;*
- XIV. *Talleres gráficos de la nación con su actual equipo y todo el que pertenece a las diversas imprentas dependientes del Ejecutivo Federal.*

A lo largo de los años, este modelo de comunicación gubernamental ha sufrido diversas modificaciones, de tal manera que se establecieron oficinas de comunicación social en cada institución federal con la finalidad de que realicen las funciones de información, propaganda y publicidad.

Hernández Lomelí (1996) hace una reflexión en su artículo y señala que “el aparato gubernamental mexicano está obligado a crear instituciones que le ayuden a mantener y acrecentar su legitimidad ante la sociedad; de manera continua debe mantener la lealtad de las masas exaltando logros gubernamentales en materia de

obra y servicios públicos. Mi opinión es que las OCS mexicanas -con su estructura y funcionamiento actual- contribuyen de manera importante a esta función” (p.68).

Asimismo, el autor indica que las oficinas de Comunicación Social de cualquier dependencia, deben cumplir las siguientes funciones:

1. **Función informativa**, a través de los contactos con los medios de comunicación social, reuniones informativas, entrevistas, etcétera.
2. **Función informativa en el interior de la institución** o entidad a que pertenezca la OCS, a través de la elaboración de dossiers de prensa, grabaciones en casetes, videocasetes o audiovisuales, teletipos o análisis de prensa, radio, televisión, etcétera.
3. **Función documental** de los temas aparecidos en prensa, radio y televisión que hacen referencia a la propia institución. Elaboración de documentos de trabajo propios de la institución a la cual pertenece la OCS, así como el mantenimiento de ficheros estadísticos, agenda, etcétera.
4. **Función de mantenimiento de medios de comunicación propios:** como son publicaciones ocasionales, revistas, periódicos, grabación de material para campañas concretas y otro tipo de materiales.
5. **Función de asesoramiento** y en algunos casos de ejecución de una política no solamente informativa sino también de comunicación de la entidad a la que pertenece la OCS, política que suele estar centrada en el ajuste y la potenciación de los medios de comunicación social pertenecientes al territorio donde opera la institución correspondiente.

La Dirección de Comunicación Social de CONDUSEF, forma parte de la Dirección General de Educación Financiera (DGEF) que pertenece a la Vicepresidencia Técnica. Su objetivo es difundir y consolidar la imagen de la Comisión Nacional, a fin de que la población esté enterada que existe una institución que protege sus intereses mediante la supervisión y regulación de las instituciones financieras, además de proporcionarles servicios de asesoría y apoyo en la defensa de sus derechos.

Las funciones que desempeña la Dirección de Comunicación Social son: Establecer y mantener vínculos con los distintos medios de comunicación, para cuidar y promover la imagen de la institución y su titular, además de cubrir las necesidades de información de los medios de comunicación así como al interior de la institución.

De acuerdo al Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros²⁴, sus atribuciones son las siguientes:

- Planear y ejecutar los programas de difusión y comunicación social de la Comisión Nacional.
- Establecer y mantener vínculos con los medios de comunicación a fin de promover entrevistas con los servidores públicos de la Comisión Nacional para la difusión de los servicios y acciones relevantes del organismo.
- Organizar y supervisar entrevistas y conferencias de prensa, así como emitir boletines informativos en las materias competencia de la Comisión Nacional.
- Evaluar las campañas informativas de la Comisión Nacional.
- Elaborar y difundir publicaciones institucionales, campañas informativas y cualquier otro material que contribuya al fomento de la Educación Financiera.
- Dar seguimiento a la información divulgada por los medios de comunicación acerca de las actividades de la Comisión Nacional, informando de ello a las unidades administrativas de la misma.
- Coordinar la distribución de las publicaciones desarrolladas por la Comisión nacional para el cumplimiento de sus fines.
- Difundir los precios, comisiones y características de los servicios u productos financieros, con la finalidad de apoyar a los usuarios en la toma de decisiones y fomentar la competencia entre instituciones financieras.
- Coordinar y ejecutar el programa anual de publicaciones de la Comisión Nacional.
- Coordinar el Consejo Editorial de la Revista Proteja su Dinero.

²⁴ Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros. Artículo 15.

- Elaborar investigaciones, entrevistas, crónicas, reportajes y otros productos periodísticos para la revista Proteja su Dinero.
- Diseñar y desarrollar estrategias que permitan consolidar la imagen y posicionamiento de la Comisión Nacional ante la población en general.

3.1 Información

Durante mi encargo al frente de la Dirección de Comunicación Social de CONDUSEF, el manejo de la información se ha clasificado bajo dos vertientes: la información al interior de la institución, como lo es la síntesis informativa y el monitoreo; y la información dirigida al exterior, como pueden ser los boletines de prensa, las conferencias y las entrevistas.

3.1.1 Síntesis informativa

Como parte de las funciones de la Dirección de Comunicación Social, se encuentra dar seguimiento a la información divulgada por los medios de comunicación y mantener informados a los funcionarios de la institución.


Para ello, diariamente se realiza un compendio digital de las notas registradas en los medios de comunicación, se envía diariamente a más tardar a las 6:30 hrs al titular de la institución, así como a todos los funcionarios como Vicepresidentes, Directores Generales, Directores de Área, Subdirectores, Jefes de Departamento y personal operativo.

Vale la pena señalar que todas las notas contenidas en la síntesis (radio, tv, prensa e internet) contienen un enlace y el formato adecuado para desplegarse por completo en dispositivos móviles, ya sea el testigo de la nota impresa, como el audio y video en el caso de los medios electrónicos.

La síntesis matutina se integra de la siguiente manera:

- Nota del día.
- Primeras Planas.
- Notas del titular de la institución.
- Notas de la CONDUSEF.

- Entrevistas realizadas a los funcionarios de la Comisión.
- Notas del Sector Financiero.
- Principales Columnas Financieras.
- Situación Nacional.
- Indicadores Económicos.



SECRETARÍA DE HACIENDA
Y CREDITO PÚBLICO



Comisión Nacional para la
Protección y Defensa de los
Usuarios de Servicios Financieros


Síntesis Informativa
Miércoles 28 de febrero de 2018

Indicadores Financieros

	Valor	% Var
IPC	47,970.15	1.028
Dow Jones	25,410.00	1.177
Tasa %		
TIIE 28	7.8315	
CETES 28	7.22	
UDI	6.0017	
Compra Venta		
Dólar	18.3000	19.1000
Euro	22.7366	23.3606


Titulares de hoy

REFORMA




'Vigilan' en CU... pero droga sigue

EL UNIVERSAL



Grave vigilancia armada en UNAM no es una opción

Nota del Día



Si tienen algo vengan por mí, reta Anaya a SAT y PGR

El candidato presidencial de la coalición por México al Frente, integrada por el PAN, PRD y Movimiento Ciudadano, Ricardo Anaya, retó a las autoridades federales a demostrar que es culpable de algún delito y en caso de tener elementos para procesarlo por ellos, que lo hagan. "Si al menos el cinco por ciento de lo que se ha dicho el PRI en mi contra y han repetido hasta el cansancio los medios de comunicación fuera cierto, ¿por qué no proceden en mi contra la PGR y el SAT? ¡Aquí estoy! Saben dónde encontrarme, saben dónde vivo. Me siguen todo el santo día con los vehículos del Cisen. Esto es porque todo es una vil mentira... una cortina de humo", aseguró. Anaya señaló que las acusaciones en su contra se dieron después de que la Auditoría Superior de la Federación (ASF) entregó a la Cámara de Diputados los resultados de la Cuenta Pública 2016, en la que se detectaron desvíos por más de 500 millones de pesos que, a juicio del panista, fueron efectuados por José Antonio Meade, candidato del PRI.
(María Cabada, LA RAZÓN PP-3,)

MARIO DI COSTANZO (Radio)

Mario Di Costanzo: Fraude cibernético ha venido creciendo a tasas importantes

Mario Di Costanzo, presidente de la Condusef: Hemos venido dándole seguimiento y observando cómo ha aumentado este fraude, fraude financiero y ha mutado de un esquema tradicional a un esquema cibernético.

Hace a lo mejor un año y medio o dos años, pues muchas de las recomendaciones o gran parte de las recomendaciones que se hacen por todos los actores. Incluso, instituciones financieras, era que cuidáramos

Imagen 12. Síntesis Informativa digital de CONDUSEF. 28 febrero 2018.

- a) **Corte Informativo.** Asimismo, diariamente se monitorean todos los portales de la web, radio y TV para emitir un Monitoreo Informativo, el cual se envía en dos cortes (10:30 am y 4:00 pm), con el objeto de informar de las notas que surjan durante el día relacionadas a la Comisión.

Dicho compendio también contiene el enlace que te lleva a ver la nota completa, escuchar el audio o incluso ver el video de la transmisión.



26 de febrero de 2018

Condusef planteará norma contra fraude financiero

Tania Díaz

Milenio Noticias (14:00 a 16:00)

[Ver Video](#)

Llama Condusef a crear norma contra fraudes

Tania Díaz

Milenio Noticias (13:00 a 14:00)

[Ver Video](#)

Denuncia engaño por parte de promotor de Afore

Zeta Tijuana

Aprovechándose de la integración de datos biométricos para la identificación de usuarios, promotores de Administradoras de Fondos para el Retiro (Afore) están engañando a ciudadanos para que realicen su traslado a otra institución, denunció a ZETA la usuaria Shantal Martínez.

(...) Esta situación la denunció ante la **Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef)**, dependencia que solo levantó un reporte sin integrar una queja, dado que el acto reclamado no fue concretado.

[Ver Nota Completa](#)

Identifica Condusef tres empresas que ofrecen créditos falsos

UniObregón

En Hermosillo y Cajeme están identificadas tres empresas que ofrecen créditos falsos a las personas, requiriéndoles antes un anticipo por la apertura del préstamo.

Imagen 13. Corte Informativo vespertino. 26 de febrero 2018.

- b) **Alertas.** Además de la síntesis matutina y los dos cortes informativos, se envían “Alertas”, es decir, un mensaje corto que informa de algún acontecimiento extraordinario. Las alertas, no necesariamente se manejan con temas relacionados a la institución, ya que pueden ser por noticias importantes del acontecer nacional o internacional.

viernes, 16 de junio de 2017 02:24 p.m.

Asunto: OPORTUNO DE MILENIO NOTICIAS (14:00 A 16:00)

MILENIO TV/DONALD TRUMP ELIMINA ACUERDOS DE OBAMA CON CUBA; REFUERZA EL EMBARGO Y RESTRICCIÓN DE VIAJES

PROGRAMA: Milenio Noticias (14:00 a 16:00)

CADENA: MILENIO TV

APARICIÓN: 13:59:24

FRECUENCIA: 120 Cable

Imagen 14. Ejemplos de alerta informativa

Es importante mencionar, que las acciones anteriormente señaladas tienen la función de mantener informados a los funcionarios de la CONDUSEF, tanto de las noticias que hacen referencia a la institución o a algunos de sus funcionarios, como del acontecer nacional e internacional.

3.1.2 Boletines de prensa

En su libro Manual de Periodismo, Tratados y Manuales (1986), Vicente Leñero y Carlos Marín señalan que:

“El boletín es la forma institucional de expresión de las entidades públicas y privadas. De su elaboración se encargan las oficinas de prensa y se envían a las redacciones de los distintos medios informativos. Si bien es cierto que rara vez los boletines constituyen noticias y, por tanto, su utilización casi nunca responde a las expectativas, un reportero jamás deja de lado los boletines porque algunos de ellos pueden ser el inicio de un trabajo periodístico profesional o, los menos, auténticas noticias de primerísima importancia. En este último caso están los boletines que dan

cuenta, por ejemplo, de remociones en el gabinete presidencial. La importancia del boletín es indiscutible, siempre y cuando sepa valorarse”²⁵ (p.48)

Los boletines de prensa expresan la postura institucional y como señala en su Tesina Guadalupe Sánchez Linares (2001): “Se entenderá por boletín a la herramienta de comunicación institucional que emiten las entidades públicas y privadas con objeto de dar a conocer a sus interlocutores directos (receptores/públicos) un suceso, el cual puede centrarse en informes, testimonios, declaraciones y aclaraciones. El carácter del suceso se perfila con base en los intereses de la institución y bajo las necesidades informativas que marcan los medios y la opinión pública”²⁶ (p.24)

En el caso particular de la CONDUSEF, los boletines de prensa son parte de la estrategia de Comunicación Social y se utilizan para transmitir mensajes como: alertas a usuarios, resultados de evaluaciones y temas de Educación Financiera.

Si bien es cierto, como lo señala Marín, los boletines de prensa pueden ser el inicio de un trabajo periodístico, también es cierto que cubren las necesidades informativas de los medios de comunicación, insertando en la opinión pública los temas que las instituciones quieren dar a conocer.

Los boletines de prensa se envían a los reporteros que cubren la fuente Financiera, en el caso de CONDUSEF, así como a las redacciones de los medios de comunicación y a los jefes de información.

Los boletines de prensa se entienden como una nota periodística que tiene las siguientes características:

- Aborda temas de interés
- El mensaje es concreto y novedoso
- Utiliza un lenguaje sencillo

²⁵ Vicente Leñero y Carlos Marín, *Manual de Periodismo, Tratados y manuales*. Grijalbo, México 1986, Pág.48

²⁶ Guadalupe, Sánchez Linares, *Propuesta de lineamientos básicos para la elaboración de boletines de prensa de las Subdirección de Comunicación Social de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal*, México, abril 2001, p.24

- Contiene una cabeza atractiva al lector
- Presenta datos duros
- Contiene datos de contacto

Al igual que la nota periodística, el boletín de prensa debe contener en el primer párrafo el mensaje principal, contiene un encabezado y “balazos” que mencionan el contenido del texto. Asimismo, responde a las preguntas ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿por qué?

En el caso específico de la CONDUSEF, como parte de la estrategia de comunicación social implementada, los boletines de prensa manejan un lenguaje muy sencillo, a fin de explicar el tema financiero, asimismo, se dan recomendaciones a los usuarios para mejorar sus finanzas y los datos de contacto para obtener más información si se desea.

La Dirección de Comunicación Social de CONDUSEF, emite de dos a tres boletines semanales, en el periodo de enero del 2013 a Octubre del 2018, se han emitido 592 boletines, los cuales han generado el registro de 18 mil 637 notas en los medios de comunicación.

A continuación se detalla por año:

Año	Total de boletines y comunicados emitidos	Total de notas en Medios de Comunicación
2013	102	1,207
2014	109	2,177
2015	96	1,239
2016	105	3,639
2017	114	6,207
2018*	66	4,168

*Datos a Octubre del 2018.

Imagen 15. Histórico anual de Comunicados de prensa emitidos por la Dirección de Comunicación Social de CONDUSEF

Es importante señalar que el número de notas registradas en el cuadro anterior, es generado exclusivamente de los boletines de prensa y comunicados emitidos por la Dirección de Comunicación Social, no así de aquellas que se generan por entrevistas, conferencias de prensa, “chacaleos”²⁷ e investigaciones de los propios medios.

Por otro lado, es importante precisar que los comunicados de prensa se entienden como aquellos que emite la dependencia para fijar alguna postura institucional ante algún acontecimiento político y/o social.

3.1.3 Conferencias de prensa

Mauricio Aarón Reyna Guerrero señala en su Tesina (2000) que las conferencias de prensa “se conceptualizan como un procedimiento organizado por una institución para dar a conocer a un grupo de periodistas información que se necesita exponer a la opinión pública en un momento dado. Es una herramienta de comunicación a través de la cual se presenta información de acciones, objetivos, metas, logros y/o posturas,”²⁸ (p.11)

Las conferencias de prensa forman parte del plan de comunicación social de las instituciones, en el caso de CONDUSEF, es parte de su programa y estrategia de Comunicación Social.

Podemos entender que los objetivos de las conferencias de prensa son:

- Generar un impacto mediático.
- Dar a conocer la información que la institución requiere.
- Tener un acercamiento con los medios de comunicación.
- Colocar el tema en la agenda mediática nacional.

²⁷ Para efectos de la presente Tesina se entenderá por *Chacaleo* el acto en el que los reporteros abordan a un personaje público para obtener una declaración. Tiene la característica de que la entrevista puede ser en cualquier lugar, como la banqueta, la explanada, la calle, etc.

²⁸ Mauricio Aarón Reyna Guerrero, *Propuesta de lineamientos mínimos para la realización de Conferencias de Prensa en la Subdirección de Comunicación Social de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal*, México, 2000, pág. 11

Para ello, los interlocutores son los representantes de los medios de comunicación tanto de prensa, televisión, radio, agencias y medios por internet.

El procedimiento se puede esquematizar de la siguiente manera²⁹:



Pero, ¿cómo saber en qué momento dar una conferencia de prensa? En CONDUSEF, son solicitadas exclusivamente por el Presidente de la Institución, ya sea para dar a conocer los resultados de las evaluaciones a las entidades financieras; la actualización de herramientas como lo es el Buró de Entidades Financieras; la creación de nuevos simuladores y calculadoras; análisis realizados sobre el comportamiento o problemas financieros en nuestro país; así como para alertar y/o recomendar a los usuarios sobre temas nacionales como el Buen Fin o la llegada del Aguinaldo.

Una vez realizada la solicitud de conferencia de prensa por la Presidencia de CONDUSEF, comienza el trabajo para el área de Comunicación Social. Las actividades que se realizan antes, durante y después son las siguientes:

- **Definir la fecha de la conferencia y Reservar Auditorio.**

Definir el día y la hora para que la conferencia de prensa se lleve a cabo es muy importante, ya que puede ser definitorio para la asistencia de los medios de comunicación y por lo tanto de la publicación de notas.

Se deben revisar factores como agenda nacional y la agenda de la fuente, en este caso la financiera, ya que no solamente cubren a CONDUSEF, sino a diversas dependencias del sector hacendario e instituciones privadas como bancos y otras entidades financieras. Realizar una conferencia el día en que

²⁹ Íbidem pág. 31

haya diversos eventos, sobre todo del Secretario de Hacienda, puede derivar en la poca asistencia de los medios de comunicación.

Finalmente la hora, si bien es cierto que no todas las fuentes son iguales, en las conferencias de la CONDUSEF, las 11 de la mañana siempre ha sido un horario adecuado para que lleguen los reporteros. Aquí es importante para algunos medios, como el caso de radio, que los eventos sean antes del mediodía, ya que muchos noticieros inician a las 13:00 horas.

Una vez que se tiene la fecha de la conferencia de prensa, es importante reservar el Auditorio que se encuentra en las oficinas centrales de CONDUSEF con anticipación, a fin de no empalmar eventos que se tengan con algunas áreas de la institución. Para ello, se envía solicitud a la Dirección de Recursos Materiales, encargada del recinto.

- **Se elabora la presentación.**

Los temas que generalmente da a conocer la CONDUSEF, contienen una gran diversidad de cifras e incluso comparativos con años anteriores, por ello se opta por apoyarse en una presentación que se proyecta durante la conferencia y se entrega de manera impresa a cada uno de los reporteros asistentes.

La elaboración de dicha presentación corre a cargo del responsable del área encargada en desarrollar el tema y se revisa previamente por el Presidente, Vicepresidentes y el área de Comunicación Social.

- **Envío de convocatoria a los medios de comunicación.**

Es importante que la convocatoria a los medios de comunicación se realice con días de anticipación, ya que de esta forma pueden agendar y programar sus eventos. La convocatoria se envía vía correo electrónico a los reporteros que cubren la fuente y a los jefes de información de cada medio. Asimismo, un día antes de la conferencia, se les hace una llamada telefónica a los reporteros de la fuente para confirmar su asistencia y reservar, si lo requieren, lugar de estacionamiento.

- **Acondicionar el Auditorio**

Para llevar a cabo la conferencia de prensa, es necesario prever los siguientes aspectos:

a) **Presídium:** está integrado por quién o quiénes darán la conferencia de prensa, generalmente se coloca un tablón, cubierto con un mantel, y micrófonos. En conferencias donde se presentan invitados especiales como el Secretario, se coloca un pódium con micrófono de cuello de ganso. El presídium se viste en la parte de atrás con las banderas oficiales o una mampara con el nombre del evento.

Es importante revisar que los micrófonos funcionen adecuadamente y que se coloquen bocinas en el área donde estará la prensa, ya que los medios buscarán alguna cercana donde puedan colocar sus micrófonos y grabadoras para captar un audio más claro.

b) **Fotógrafos y Camarógrafos:** Es necesario contemplar un espacio para que se coloquen las cámaras de los medios televisivos y los fotógrafos, generalmente hay que verificar que el “tiro” esté dirigido al presídium.

c) **Proyector:** Si se va a proyectar presentación, es indispensable cerciorarse que tanto el proyector como las pantallas funcionen adecuadamente.

- **Registro:** Es conveniente que exista un registro de los representantes de los medios de comunicación que acuden al evento, de esta forma, el área de Comunicación Social puede saber con exactitud quienes acudieron, así como su correo electrónico y teléfono.

- **Audio, Video y Fotografías:** El área de Comunicación Social siempre graba sus eventos con audio y video, ya que es indispensable contar con el material tanto para hacer boletines de prensa y versiones estenográficas, como para proporcionar la información a algún medio de comunicación. Adicionalmente, ayuda a tener los elementos ante un desmentido que se tenga que realizar una vez publicada la información.

- **Redes Sociales:** Aprovechar las redes sociales en los eventos ha cobrado mayor relevancia en los últimos años, por ello, durante las conferencias de prensa se hace uso de las transmisiones en tiempo real y el posteo tanto en twitter como en Facebook.
- **Coffee Break:** Si bien no existe una regla respecto a la atención que se le tiene que dar a los representantes de los medios de comunicación en una conferencia de prensa, en mi experiencia como Directora de Comunicación Social, recomiendo siempre brindar algún tipo de aperitivo a los compañeros reporteros. Por ejemplo, en las conferencias de CONDUSEF siempre hay café, refrescos, agua y galletas; al terminar la conferencia, se ofrecen bocadillos que convocan a convivir.
- **Boletín de prensa:** Cuando previo a la conferencia se realiza una presentación, el boletín de prensa se puede redactar con anterioridad al evento, sin embargo, es importante esperar la información que pueda surgir mientras se desarrolla la conferencia.
- **Envío de Información:** Una vez concluida la conferencia de prensa, se envía a los reporteros que cubren la fuente y a las redacciones de los medios de comunicación, vía correo electrónico, la presentación proyectada, el boletín de prensa, fotografías y audio, así como la liga que contiene el video del evento.
- **Atención a medios:** Es importante señalar que en algunas ocasiones los reporteros tienen alguna duda o bien necesitan alguna información adicional a la proporcionada en la conferencia, por lo que el área de Comunicación Social les da la atención debida.
- **Publicación en el portal:** Asimismo, de manera casi inmediata, se publica en el portal oficial de la institución, tanto el boletín, fotografías y video de la conferencia de prensa.

- **Atención de entrevistas:** Cuando das a conocer un tema de interés y la información se empieza a ver reflejada en los portales de noticias, comienzan también las solicitudes de entrevistas para los programas de radio y televisión. Hay que tomar en cuenta que cuando las solicitudes no son lo esperado, la oficina de Comunicación Social debe colocar y abrir espacios en algunos programas para que pueda ser entrevistado el titular.
- **Seguimiento de la nota:** Una vez concluida la conferencia, el trabajo en la oficina de Comunicación Social continúa, ya que se da un seguimiento de las notas que se publican en los medios de comunicación y se hace un informe de cómo la manejaron los diferentes medios, el cual se envía al Presidente de la institución para su conocimiento.
- **Carpeta informativa:** Al día siguiente de la conferencia, se realiza una carpeta informativa que contiene todas las notas publicadas de la conferencia de prensa, la cual se entrega al Presidente y Vicepresidentes de la institución. Las notas se organizan por tipo de medio: radio, televisión, prensa, portales.

3.1.4 Entrevistas

La entrevista es el género periodístico informativo que se basa en las declaraciones de una fuente (la persona entrevistada).

González Longoria, Silvia (1997) define a la entrevista como una “técnica para obtener información, es decir, permite al entrevistador interactuar con el entrevistado y obtener datos e información que no necesariamente son plasmados en el género periodístico de entrevista, al momento de ser publicado”³⁰ (p.83).

Asimismo, la autora señala que las entrevistas pueden ser clasificadas en tres tipos³¹:

³⁰ Gonzalez Longoria, Silvia. El Ejercicio del Periodismo. Julio 1997, Trilla, México. Pp.83

³¹ Íbidem pp.87

1. **Entrevista Noticiosa o Informativa:** el objetivo del reportero es obtener una noticia, es decir, el anuncio de algo nuevo.
2. **Entrevista de Opinión:** es cuando se solicita al entrevistado que emita su punto de vista sobre asuntos que ya son noticia y de interés general.
3. **Entrevista de Semblanza:** Es cuando el objetivo es que el entrevistado hable de sí mismo, de su vida, sus costumbres, sus gustos, etc.

El área de Comunicación Social también coordina las solicitudes de entrevistas que hacen los representantes de los medios de comunicación para realizar su quehacer periodístico. Pero no sólo eso, también valora el tema, designa y prepara informativamente al vocero que atenderá dicha solicitud.

La atención a las solicitudes de entrevistas en el área de Comunicación Social de CONDUSEF, la podemos entender de la siguiente manera:

1. Se recibe la solicitud. Ya sea vía telefónica, mensajes o correo electrónico; se toma nota del nombre del medio, nombre del reportero o conductor de programa, tema a abordar, fecha, hora, tipo de entrevista, si es presencial, telefónica o grabada.
2. El titular de Comunicación Social valora el tema y la pertinencia de abordarlo en los medios de comunicación.
3. Se coordina el día y la hora con el secretario particular del titular del organismo, se revisa la agenda y la viabilidad de que acuda al estudio, o bien tome la llamada o reciba al reportero.
4. El titular de Comunicación Social está presente al momento de realizar la entrevista, e incluso graba en audio el desarrollo de ésta.

La entrevista es un género periodístico de gran importancia en CONDUSEF, ya que permite difundir temas de Educación Financiera de manera ágil y sencilla. El número de entrevistas que se registraron a través de la oficina de Comunicación Social son las siguientes:

ENTREVISTAS OTORGADAS					
2013	2014	2015	2016	2017	ENE-JUL 2018
492	511	387	285	315	205
				TOTAL	2,195

*Histórico de entrevistas otorgadas en CONDUSEF 2013-2018.

Es importante señalar, que las entrevistas también pueden ser propiciadas por el área de Comunicación Social a fin de dar alguna respuesta o fijar una postura de la institución, ante algún acontecer nacional o un tema que afecte o involucre a la dependencia.

3.1.5 La importancia del vocero

De acuerdo al informe de Comunicación Social denominado “ser Vocero” de la Secretaría de Educación Pública, el vocero es aquel que “funge como la voz oficial de la Institución y es la fuente de información oficial en temas de diversa naturaleza, siendo responsable de proyectar y apoyar la construcción de una imagen positiva de la Institución, así como de potenciar las cualidades de la Dependencia”³²

El vocero de una dependencia, no necesariamente tiene que ser el titular de la institución, sino aquella persona que maneje el tema que se quiera presentar ante los medios de comunicación. Una mala elección de vocero puede traer consecuencias tanto de credibilidad, reputación y trabajo de la institución.

Las características de un vocero que señala el informe “Ser vocero” anteriormente citado son las siguientes:

- Debe de tener amplio dominio del quehacer de la Institución.
- Debe de tener facilidad de palabra y con un uso del lenguaje claro y concreto.
- Buenos transmisores de mensajes de posicionamiento institucional.

³² Ser vocero. Secretaría de Educación Pública, Instituto Nacional para la educación de los adultos.
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/130307/SER_VOCERO.pdf

- Tiene que estar informado acerca de las noticias que puedan influir en la labor de la dependencia.
- Debe de tener la destreza para tratar con diversos públicos, generando confianza y credibilidad a la organización.
- Tiene la habilidad de construir mensajes para todo tipo de medios.
- Debe de ser empático.
- Capaz de enfrentar problemas.
- Debe de tener autocontrol de emociones y sentimientos.

En el caso específico de CONDUSEF, el vocero oficial es el titular de la institución, ya que tiene un buen manejo de medios, conocimiento del quehacer de la dependencia e información general que le permiten enfrentar cuestionamientos imprevistos.

Vale la pena señalar que presentar a un vocero ante los distintos medios de comunicación tiene diferencias importantes que requieren ciertas cualidades. Por ejemplo, si va a dar una entrevista ante la prensa, tiene más oportunidad de explicar e incluso profundizar el tema, ya sea proporcionando información escrita o bien apoyarse de documentación para el desarrollo de la misma.

Sin embargo, si la entrevista es para un medio de televisión o de radio, las respuestas deben ser concretas y con un lenguaje sencillo, ya que se estará dirigiendo a la población.

Los lineamientos establecidos bajo mi dirección, respecto a la atención a medios en CONDUSEF, tanto para los funcionarios de las oficinas centrales así como para las delegaciones al interior de la República, son los siguientes:

- El vocero oficial de la institución es el Presidente de la CONDUSEF.
- Los responsables de dar entrevistas en las delegaciones al interior de la República, serán exclusivamente los funcionarios de CONDUSEF capacitados en el tema.

- Antes de dar alguna declaración, es importante identificar el tema que el medio de comunicación requiere tratar y ubicar la problemática (motivo) que le da origen.
- Ubicar el tema o la problemática a cuestionar en el contexto adecuado (casos particulares o generalizados, a nivel local o nacional, mayor o menor ocurrencia, mayor o menor impacto).
- Antes de otorgar la entrevista, se recomienda solicitar al medio de comunicación los temas a abordar. Esto con la finalidad de tener toda la información a la mano.
- De ser posible, plantear solución o proponer alternativas a la problemática expuesta y explicar cómo superarla.
- Siempre procurar dar consejos o recomendaciones a la población para que hagan un mejor uso de servicios y productos financieros.
- Evitar señalar (evidenciar) a los causantes de la problemática expuesta, y así evitar “dimes y diretes”.
- Conservar la línea del mensaje que CONDUSEF quiere dar y evitar que el periodista nos lleve a dar declaraciones no necesarias.
- Evitar situaciones de ruptura con el entrevistador.
- Si se van a dar nombres de instituciones financieras, los datos de referencia deben ser ciertos y fundados, a efecto de no propiciar un posible desmentido de la propia Comisión Nacional o de la SHCP.
- Es importante que las Delegaciones procuren apegarse a la información que se emite en Oficinas Centrales, a fin de hacer un mayor eco a nivel nacional.
- Las Delegaciones que requieran información, orientación o asesoría respecto algún tema, pueden solicitarla a Oficinas Centrales.
- Las entrevistas otorgadas serán exclusivamente bajo los temas de Educación Financiera, reporte estadístico tratados en los boletines y cuestiones locales; cualquier tema político será atendido por el Presidente de CONDUSEF, o en su caso, algún Vicepresidente asignado.
- Las Delegaciones informarán a Oficinas Centrales de casos o situaciones del quehacer laboral, que puedan tener trascendencia a nivel nacional.

- Todos los entrevistados, deberán tener presente y hacer referencia durante sus entrevistas el número de CONDUSEF 01800 999 8080, así como la cuenta de la página de Internet, Twitter y de Facebook, a fin de dar una mayor difusión.

3.1.6 Manejo de Crisis

Cualquier institución gubernamental está expuesta a tener alguna situación de crisis, por ello es importante que las oficinas de Comunicación Social estén preparadas, ya que el manejo adecuado de la información es vital para hacerle frente.

De acuerdo con la “Guía de manejo de medios masivos de comunicación durante la crisis en unidades de salud” de la Secretaría de Salud, “las crisis están relacionadas directamente con el impacto social o daños que provoca, y con el tiempo de reacción, pues, entre mayor sea este, más pasa el tiempo y el margen de acción que las autoridades tienen para actuar sobre la misma disminuye, convirtiéndose la crisis en un escándalo, en donde el control es mínimo y la objetividad se pierde.”³³

Es decir, generalmente las crisis tienen un impacto social por lo que el requerimiento de información por parte de los medios de comunicación, autoridades e incluso la población se vuelve muy demandante.

Los medios de comunicación en una situación de crisis juegan un papel muy importante, ya que a través de ellos puede ser la forma más efectiva de llevar el mensaje a la población.

Para hacer frente a una situación de crisis es importante tomar en consideración las siguientes acciones:

³³ “Guía de manejo de medios masivos de comunicación durante la crisis en unidades de salud”. Secretaría de Salud.
http://www.promocion.salud.gob.mx/dgps/descargas1/influenza/mat/Guia_manejo_de_medios_Abril_2008.pdf

1. **Crear líneas de información.** Establecer la información que se va a difundir, los mensajes y el contexto, de esta forma se tendrá todo el panorama y las acciones que se emprenderán para afrontar la crisis.
2. **Designar vocero.** Es importante designar a la persona o funcionario que va a hacer frente a los cuestionamientos, basándose en las líneas de información. El vocero será la única voz oficial para explicar o aclarar el tema en cuestión, esto evitará que exista confusión en la información.
3. **Entrar a medios.** Una vez que se tengan definidos los mensajes, es importante abrir espacios en los medios de comunicación para que la información llegue al público. Por ejemplo, realizar una conferencia de prensa o entrar directamente a los programas de radio, televisión y prensa escrita, todo depende de la situación y el tema que se trate.

En una situación de crisis lo más recomendable es atender los cuestionamientos de los medios de comunicación, esto evitará que se especule respecto al tema y el problema se agrave.

Es importante señalar que el vocero designado en una situación de crisis, debe estar en comunicación constante y coordinación con el área de Comunicación Social, ya que es el área encargada de coordinar las entrevistas, abrir espacios en medios e incluso señalar los medios de comunicación más idóneos para informar.

3.1.7 Redes Sociales

El desarrollo tecnológico ha generado que en muchas áreas de nuestra vida llegue a existir dependencia a algún aparato electrónico o incluso a las bondades del internet, de tal forma que en la actualidad la tecnología nos ayuda a llevar un registro de nuestras actividades, aprender nuevas cosas e incluso comunicarnos de forma inmediata con personas por más lejos que se encuentren.

Las redes sociales forman parte de esta revolución tecnológica, convirtiéndose en una parte cotidiana de nuestra vida: por ejemplo, en cualquier situación buscamos la mejor fotografía para postearla.

De acuerdo al 13° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017³⁴, realizado por la Asociación de Internet, existen en nuestro país 70 millones de internautas, de los cuales el 90% utiliza un dispositivo móvil o Smartphone para conectarse y su principal actividad online que realiza es el acceder a redes sociales (83%).

Las redes sociales en nuestro país, han venido a complementar la manera de comunicar, ya que de acuerdo al estudio anteriormente citado, los usuarios pasan el 38% de su tiempo conectados en internet en alguna red social, lo cual ha generado que la publicidad, empresas e instituciones volteen a ver este mercado.

Para conocer los orígenes de las redes sociales hay que remontarse al “año 1994, en el que nace Geocities, considerado uno de sus principales predecesores. Consistía en un alojamiento gratuito para páginas web. La página representaba una ciudad en la que existían diferentes barrios. El usuario tenía que elegir uno en función de la temática de su web, y no podía superar los 5 MB de tamaño. Fue comprada por Yahoo, por casi 4000 millones de dólares, una decisión que resultó impopular, desencadenando que fuese cerrada una década después”³⁵ (Marie Perod, Muy Interesante).

Podemos considerar que la primera gran revolución de las redes sociales llega en 2003 con la creación de My space, la cual permitía crear un perfil completo, en donde se incluía información como gustos, intereses y preferencias, además de que se podía compartir fotografías y música. Aunque sigue funcionando, ha quedado relegada por el auge de otras redes mucho más potentes³⁶.

Actualmente la red social más utilizada en nuestro país es Facebook³⁷, sin embargo, ha sido claro el crecimiento y penetración de redes como Youtube, Twitter,

³⁴ Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017 , Asociación de Internet file:///D:/Users/gsmontesdeoca/Downloads/Estudio_Habitosdel_Usuario_2017.pdf

³⁵ Marie Perod. Revista Muy Interesante <https://www.muyinteresante.es/tecnologia/articulo/pasado-y-presente-de-las-redes-sociales-711496244493> Recuperado 25 de junio 2018.

³⁶ Íbidem

³⁷ Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017 , Asociación de Internet file:///D:/Users/gsmontesdeoca/Downloads/Estudio_Habitosdel_Usuario_2017.pdf Recuperado 22 de junio 2018.

Instagram e incluso Snapchat. El siguiente gráfico que forma parte del estudio de la Asociación de Internet, anteriormente citado, nos da una visión amplia del posicionamiento que tienen las redes sociales en nuestro país.



Imagen 16. Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017. Asociación de Internet

La agencia Influencia Digital define a las redes sociales en su taller denominado “Community Manager”, como el “espacio online en que el usuario es el motor de la interacción. Internet facilita la identificación y la interacción de las comunidades mediante grupos muy segmentados. El hábitat natural en el que participan y se relacionan los usuarios.”

Asimismo, indica que sus características son las siguientes:

- Son una gran herramienta para la comunicación.
- Promueven la colaboración.
- Borran las barreras de distancia y de geografía.
- Ahorran tiempo y dinero a las instituciones.

- Cambio de los datos al conocimiento.

Las redes sociales han venido a complementar la comunicación tradicional, su penetración y uso por las personas ha registrado un aumento considerable en los últimos años.

Las áreas de comunicación social no deben estar ajenas a esta revolución tecnológica y forma de comunicar, por ello es importante ser parte de la comunidad, estar presentes y participar en las redes sociales.

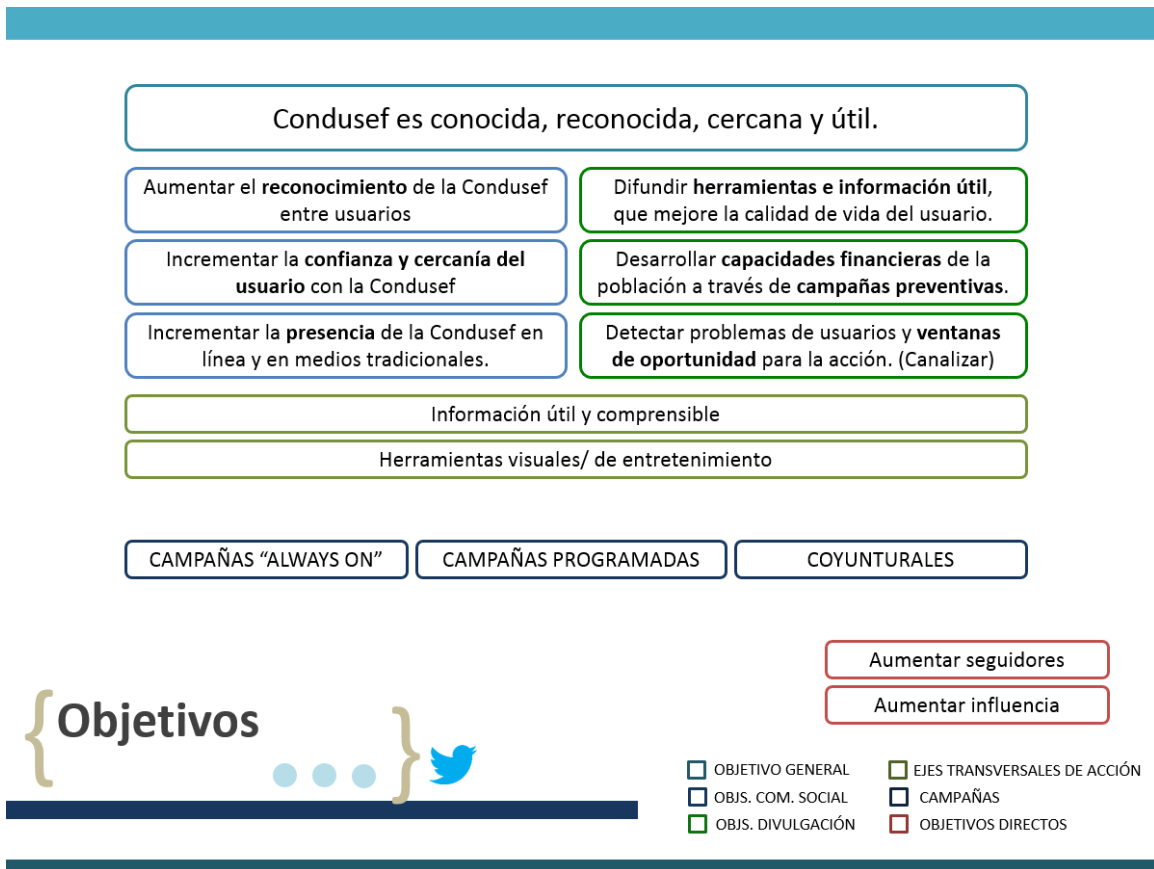
¿Qué tipo de mensajes debemos utilizar en redes sociales?, dependerá en mucho de qué red social queremos utilizar, algunas son muy visuales, otras manejan textos cortos, fotografías, videos, etc. La agencia Influencia Digital lo explica “con el café”:



Imagen 17. Agencia Influencia Digital. Taller “Community Manager”.

El objetivo y la forma de expresarse en cada red social es distinto, por ello, si lo que queremos es informar y que la institución sea reconocida y parte de una comunidad, tenemos que tener claro para qué sirve y cómo funciona cada una.

De acuerdo a la Estrategia de Comunicación Digital de CONDUSEF, la cual se rige también por lineamientos de Presidencia de la República, se utilizan tres redes sociales: Twitter, Facebook y YouTube, y el objetivo es el siguiente:



*Imagen 18. Estrategia de comunicación digital para la CONDUSEF.

Respecto a los mensajes que se difunde en CONDUSEF a través de las redes sociales, se realizan bajo las directrices que se establecen en el cuadro de abajo. Sin embargo la manera de plasmar el mensaje depende de cada red social.



*Imagen 19. Estrategia de comunicación digital para la CONDUSEF.

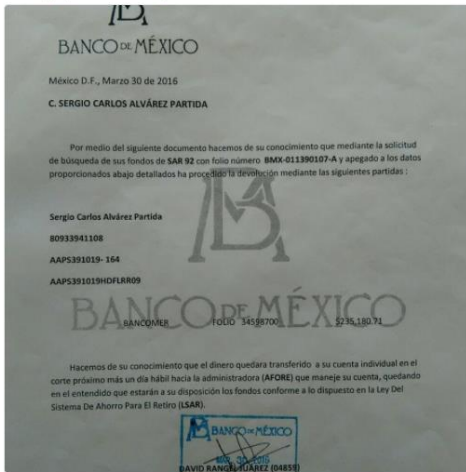
Es importante resaltar que el manejo de las redes sociales en las oficinas de comunicación social, nos ayudan a dar a conocer a la institución, los servicios que ofrece, sus novedades, interactuar con los usuarios, conocer de primera mano lo que busca o quiere saber la población, brindar atención personal y generar confianza. Asimismo, nos da la oportunidad de llegar a un público específico, segmentado.

Algunos de los mensajes de CONDUSEF que han tenido mayor impacto en las redes sociales son:

Twitter



¡AGUAS! Falsos gestores prometen tramitar recursos del SAR 92. #CondusefTeProtege
ow.ly/pY2M308jDsw



15:05 - 24 ene. 2017

111 Retweets 43 Me gusta



Descubre que puedes deducir de impuestos en la revista #ProtejaSuDinero.
ow.ly/E3LB30a8eSW



17:35 - 21 mar. 2017

107 Retweets 57 Me gusta



#Comunicado. Antes de utilizar cajeros automáticos distintos a tu Banco emisor, ¡conoce las comisiones! ow.ly/68wT30e95RI

COMISIONES PARA EL RETIRO DE DINERO EN CAJEROS AUTOMÁTICOS (Comisiones para cajeros ubicados en las sucursales del banco o de baja complejidad)

Banco operador del cajero automático	Costo por usar el cajero para retirar efectivo.	Costo por usar el cajero para consultar el saldo.
Interam Banco	\$30.00	\$7.00
Santander	\$27.00	\$12.00
Banamex	\$26.50	\$10.00
Banco Multiva	\$25.00	\$10.00
Scotiabank	\$25.00	\$10.00
Banorte	\$27.00	\$10.00
Afirme	\$22.50	\$8.00
BBVA Bancomer	\$22.00	\$11.00
FAMISA	\$22.00	\$10.00
Bejito	\$20.00	\$7.00
Banco Autofin	\$20.00	\$10.00
HSBC	\$19.50	\$8.00
Azteca	\$16.38	\$7.76
Banjército	\$16.00	\$6.00
ABC Capital	\$15.00	\$5.00
Banakaol	\$15.00	\$5.00
Banregio	\$15.00	\$5.00
CIBANCO	\$15.00	\$3.25
Inbursa	\$15.00	\$6.00
Mifel	\$14.50	\$6.00
BanCoppel	\$12.93	\$6.90
Compartamos	\$12.00	\$4.00
Bansefi	\$10.00	\$5.00
Bansi	\$8.62	\$7.50

Fuente: Elaborado por CONDUSEF con información del Banco de México y páginas electrónicas de las instituciones financieras.

13:30 - 3 ago. 2017

205 Retweets 134 Me gusta



#ComparaAntesDeDecidir ¿Cuánto cuesta la Banca por Internet?

¿Cuánto cuesta la Banca por Internet? (para personas físicas)

Bancos	Sumisión mensual por uso de Banca por Internet	Transferencias entre días (SPFI)	Transferencias de depósitos (CICOBAN)	Regulación de fondos por venta o compra
BBVA Bancomer	\$0.00	\$9.00	\$3.00	\$100.00
Banamex	\$0.00	\$5.50	\$3.00	\$6.00
Banorte	\$0.00	\$5.50	\$0.00	\$65.00
Banregio	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$250.00
Santander	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$250.00
HSBC	\$0.00	\$0.00	\$4.00	No aplica
Scotiabank	\$0.00	\$7.00	\$0.00	\$200.00
BanCoppel	\$0.00	\$5.00	\$2.50	\$100.00
Banamex	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$99.00
BanCoppel	\$0.00	\$4.50	\$0.00	\$150.00
Bansi	\$20.00	\$7.50	\$3.00	\$200.00

Fuente: Elaborado por CONDUSEF con información del Banco de México y páginas electrónicas de las instituciones financieras al 15 de agosto de 2017. Los comisionados de CONDUSEF. Se recomienda al usuario verificar sus comisiones antes de utilizar cualquier servicio con el institución elegida. Esta información se publica en cumplimiento con la Ley de Protección al Usuario de Servicios Financieros.

14:05 - 6 sept. 2017

172 Retweets 130 Me gusta





Como financiarte hasta 50 días sin pagar intereses con la tarjeta de crédito.
#SHCPTambiénEs #EducaciónFinanciera



15:30 - 9 jun. 2017

53 Retweets 51 Me gusta



¿Te amenaza un despacho de cobranza con embargarte? ¡OJO! solo un Juez lo puede ordenar y debes ser notificado legalmente.

Si tienes una queja contra un DESPACHO DE COBRANZA
Ingresa al REDECO

¿Qué es?
El Registro de Despachos de Cobranza REDECO, es un Sistema electrónico que contiene información de los Despachos de Cobranza, quienes actúan como intermediarios entre la Entidad Financiera y el Deudor, con el propósito de requerir extrajudicialmente el pago de la deuda, así como, negociar y reestructurar los créditos, préstamos o financiamientos.

El REDECO permite al público conocer la información relativa a los Despachos de Cobranza, entre la cual destaca su denominación o razón social, domicilio, teléfonos y correo electrónico utilizados para realizar sus gestiones.

Así mismo, cualquier persona puede presentar su queja en contra de las Entidades Financieras a través del REDECO y recibir respuesta por el mismo sistema.

www.gob.mx/condusef

20:30 - 18 feb. 2017

95 Retweets 73 Me gusta

Facebook



Publicado por Hootsuite [?] · 29 de enero ·

Cuántas veces te han llamado hoy para ofrecerte tarjetas de crédito? Mejor regístrate al #REUS. <http://ow.ly/OGzN308qjTN>

¿HARTO DE LAS LLAMADAS PUBLICITARIAS DE INSTITUCIONES FINANCIERAS?

Regístrate en el REUS

¿Qué es?
Registro público de usuarios que no deseen información publicitaria de productos y servicios financieros.
Es un padrón que contiene información personal de los usuarios del Sistema Financiero Mexicano que no desean ser molestados con publicidad y promociones por parte de las instituciones financieras.

Para más información y registrarte ingresa a:
www.gob.mx/condusef

83.486 personas alcanzadas

Promoción no disponible

Me gusta Comentar Compartir

Claudia Aguilar, Luis Panduro y 75 personas más Comentarios destacados

265 veces compartido

2 comentarios



está con Anahi Mendieta y 4 personas más.

Publicado por Hootsuite [?] · 13 de febrero ·

¿Cuánto cuesta casarse? <http://ow.ly/qOla308YyCD>

¿CUÁNTO CUESTA CASARSE?

A CONTINUACIÓN TE PRESENTAMOS UN EJEMPLO DE PRESUPUESTO REALIZADO PARA UNA BODA, CONTEMPLANDO DIFERENTES OPCIONES OBTENIDAS EN INTERNET. ÉCHALE UN VISTAZO A LOS PRECIOS:

Anillo de compromiso (oro blanco)*	\$3,083
Anillos de boda (oro 14k)*	\$6,000
Vestido de novia**	\$10,000
Peinado y maquillaje***	\$3,000
Traje del novio*	\$5,000
Flores y decoración****	\$9,000
Fotografía y video****	\$13,000
Salón para evento (cena para 100 invitados)*****	\$45,000
Grupo musical****	\$12,000
Pastel de boda****	\$2,500
TOTAL	\$108,583

www.gob.mx/condusef

104.755 personas alcanzadas

Promoción no disponible

Me gusta Comentar Compartir

346 Comentarios destacados

550 veces compartido

96 comentarios

CONDUSEF está con Ele Chi Naal.
Publicado por Hootsuite [?] · 12 de abril ·

Si andas de vacaciones de #SemanaSanta2017 y no encuentras un cajero de tu banco, esto te cobrarian si utilizas el de otro banco.

CUÁL BANCO TE COBRA MÁS COMISIÓN

por usar su cajero automático con tarjeta de otro banco.
(Comisiones para cajeros ubicados en las sucursales del banco)

BANCO OPERADOR DEL CAJERO AUTOMÁTICO	PARA RETIRAR EFECTIVO	POR CONSULTAR EL SALDO
INTERCAM BANCO	\$30.00	\$7.00
SANTANDER	\$27.00	\$12.00
BANAMEX	\$26.50	\$10.00
BANCO MEXICANA	\$25.00	\$10.00
SCOTTIBANK	\$25.00	\$10.00
BANORTE	\$27.00	\$10.00
AFRIME	\$22.50	\$8.00
BIVA BANCOMER	\$22.00	\$11.00
FAMSA	\$22.00	\$10.00
BAJO	\$20.00	\$7.00
BANCO AUTOFIN	\$20.00	\$10.00
HSBC	\$19.50	\$8.00
AZTECA	\$16.38	\$7.76
BANERCTO	\$16.00	\$6.00
ABC CAPITAL	\$15.00	\$5.00
BANLADOL	\$15.00	\$5.00
BANBEGIO	\$15.00	\$5.00
CIBANCO	\$15.00	\$3.25
INBURSA	\$15.00	\$6.00
MEFL	\$14.50	\$6.00
BANCOPPEL	\$12.83	\$6.90
COMPARTAMOS	\$12.00	\$4.00
BANSEFI	\$10.00	\$5.00
BANSH	\$8.42	\$7.50

Fuente: Elaborado por CONDUSEF con información del Banco de México y páginas electrónicas de las instituciones financieras al 30 de abril del 2017.
Los comisiones varían de acuerdo a la institución y al giro comercial donde están instalados los cajeros automáticos. Se recomienda al usuario verificar antes de utilizar cualquier cajero con la institución emisora.

47.266 personas personas alcanzadas Promoción no disponible

Me gusta Comentar Compartir

225 Comentarios destacados

409 veces compartido 16 comentarios

CONDUSEF
Publicado por Hootsuite [?] · 27 de mayo ·

¿CUÁNTO GASTA TU ANGELITO EN CHATARRA?

Veamos a cuánto asciende el suyo, saquen un lápiz y hagan cuentas:

En promedio, 20 mil millones de pesos anuales gastan los niños en chatarra: dulces, refrescos... ¿Cuánto gasta tu angelito?

No se trata de que deje de comer golosinas, sino de evitar que se vuelva un hábito con consecuencias negativas para su salud, y que se convierta en una fuga para su bolsillo y el tuyo (a esto le llamamos gasto hormiga).

58.591 personas personas alcanzadas Promoción no disponible

Me gusta Comentar Compartir

30 Comentarios destacados

98 veces compartido 2 comentarios

CONDUSEF
Publicado por Hootsuite [?] · 25 de julio ·

¡Aguas! con la ESTAFA que está circulando en Facebook, te recordamos que nadie puede borrarte del Buró de Crédito México <http://ow.ly/oRsr30dTRod>

Busca en Compra y venta...

PUBLICACIONES FOTOS EVENTOS

Cecilia Marquez
hace 3 horas ·

Borro de buro de crédito, Borro de antecedentes, Borro de prórroga en cualquier empresa! Sólo inbox \$1

Problemas con tu Buró? Quieres generar un crédito nuevo y no puedes? Nosotros te ayudamos directamente y legal por condusef, no comentas si aún no sabes la información por favor, Mándame inbox y te atiendo y cotizó.
Si no te parece sólo me das las gracias por la info!

107.217 personas personas alcanzadas Promoción no disponible

Me gusta Comentar Compartir

126 Comentarios destacados

179 veces compartido 15 comentarios

CONDUSEF
Publicado por Hootsuite [?] · 7 de agosto ·

#Comunicado Emite CONDUSEF nueva alerta por caso de phishing de Citibanamex. <http://ow.ly/FFo930eerls>

Estimado Usuario: 09/07/17 09:10:21 AM

Notificaciones Citibanamex

Bloqueo Temporal Seguridad Banamex

Seguridad Banamex

Tipo de Operación: Bloqueo de Seguridad.
Cuenta/Tarjeta: Tarjeta M.N. 123
No. de Autorización: 85914.
Acción Requerida: Por Motivos de seguridad su cuenta ha sido bloqueada, favor de realizar la verificación de su identidad en el enlace que se le proporciona a continuación.
Autorización para Desbloqueo: <https://boveda.banamex.com.mx/serban/index.htm>
Fecha y hora: 07/08/17 09:10:21 AM

Para recibir información o actualización de tu correo electrónico, llama los 24 horas los 365 días del año a nuestro Centro de Atención Telefónica.
Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey: 5221 2833
EE.UU. y Canadá: 1 800 238 2833

Auditoría Banamex: Tu banco por teléfono 24/7 disponible para ti.
Servicio Perfiles Integral: Invierte también en Banamex. Múvete desde \$100.

Tipo de Seguridad:

- No compartes tu contraseña y/o número secreto y cámbiala periódicamente.
- Descarga siempre herramientas antivirus desde la página principal de Banamex.
- Recuerda no dar clic en links o archivos contenidos en un correo electrónico.

www.citibanamex.com.mx

El Banco Nacional de México

44.008 personas personas alcanzadas Promoción no disponible

Me gusta Comentar Compartir

178 Comentarios destacados

402 veces compartido 18 comentarios

YouTube

YouTube ^{MX}



Fraude por teléfono - Phishing / Vishing

7.450 visualizaciones

28 1 COMPARTIR ...

 **CondusefOficial**
Publicado el 27 jul. 2017

[SUSCRIBIRSE 2,9 K](#)

YouTube ^{MX}



REPORTE DE
CRÉDITO
ESPECIAL

Lo que no sabías del Buró de Crédito | ¿Cómo salir del Buró? | Condusef

119.527 visualizaciones

602 136 COMPARTIR ...

 **CondusefOficial**
Publicado el 22 jun. 2017

[SUSCRIBIRSE 2,9 K](#)



*Imágenes 20. Publicaciones en redes sociales oficiales de CONDUSEF en Twitter, Facebook y Youtube.

3.2 Campañas Publicitarias

De acuerdo con diversos autores podemos entender la publicidad como:

“La publicidad es comunicación pagada, no personal, que por conducto de los diversos medios publicitarios hacen empresas comerciales, organizaciones no lucrativas o individuos que están identificados de alguna manera con el mensaje publicístico”³⁸ (Dunn, 1967, p.7)

“Publicidad: promoción de una corriente de conciencia. Pretende orientar o persuadir a los demás en este o aquel sentido.”³⁹ (Muñoz, 1963, p. 7)

De esta forma, entendemos que la publicidad busca persuadir a las personas para asumir alguna actitud, acción o generar alguna opinión que sea del interés del emisor del mensaje.

³⁸ Dunn, Watson S. *Publicidad*. Editorial Uteha, México 1967, pp. 7

³⁹ Muñoz Espinalt, Carlos. *Psicología de la publicidad*. Editorial Toray, Barcelona 1963, pp.7

Las áreas de Comunicación Social generalmente tienen a su cargo la planeación y ejecución de campañas publicitarias, las cuales forman parte de su programa anual de Comunicación Social.

En el caso particular de CONDUSEF, se realizan pocas campañas, lo cual se debe al poco presupuesto que tiene asignado para esta labor.

La campaña que se repite año con año es la de la “Semana Nacional de Educación Financiera (SNEF)”, el evento más importante de la institución, en donde con la participación de diversas entidades gubernamentales, académicas y privadas se ofrece a la población información educativa del mundo de las finanzas.

La campaña de la SNEF consiste en la difusión de la invitación para acudir al evento, para lo que se publicita en medios como radio, televisión, periódicos, revistas y medios complementarios, como es el caso de paneles en el Metro de la Ciudad de México, Metrobús, autobuses urbanos y espectaculares. Algunos de los gráficos aprobados bajo los lineamientos establecidos por Presidencia de la República son los siguientes:

EDUCACIÓN FINANCIERA
Semana Nacional

Invita:
CONDUSEF
Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros

Consulta las actividades que se realizarán en tu localidad.

www.condusef.gob.mx
01 800 999 80 80
snef@condusef.gob.mx
[@condusefMX](https://twitter.com/condusefMX)

Nueva Sede
explanada de la
Delegación Iztapalapa
del **23 al 29 de septiembre**

¿Y tú, qué plan tienes?

Exposiciones • conferencias • obras de teatro • talleres • juegos • rally financiero
stands informativos y otras actividades para toda la familia, sin costo alguno.

SHCP CONDUSEF ABM

CONDUSEF te invita a la **ENTRADA LIBRE**

SEMANA NACIONAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA
2 0 1 4

del **23 al 26 de Octubre**
Museo Tecnológico de CFE (MUTEC)
Entre el Papalote Museo del Niño y la Feria de Chapultepec

PARA NOSOTROS
Tus intereses SON LOS QUE CUENTAN

¡Diviértete y aprende!

PRESUPUESTO
RETIRO
SEGUROS
INVERSIÓN
CRÉDITO
AHORRO

Stand informativos • Conferencias • Juegos • Talleres • Cine móvil • Obras de teatro
Y otras actividades para toda la familia.

Consulta las actividades que se realizarán a nivel nacional a partir del 20 de octubre en: www.condusef.gob.mx

SHCP CONDUSEF ABM

SEMANA NACIONAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA
2 0 1 5

Asiste del **15 al 18 de octubre**

Quiero saber sobre Ahorro

¡Con Educación Financiera, toma el control de tu bolsillo!

Sede Central
Corredor Paseo de la Juventud
1a. Sección del Bosque de Chapultepec
(Puerta de Leones-Altar a la Patria)
de 9:00 a 17:00 horas
ENTRADA LIBRE

condusef.gob.mx
01 800 999 8080

Stand informativos • Conferencias • Juegos • Talleres • Cine Móvil • Obras de teatro
y otras actividades para toda la familia

SHCP CONDUSEF ABM

La Condusef te invita a la

SEMANA NACIONAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA
2 0 1 6

10-13
NOVIEMBRE

EDUCA a tu CARTERA

Calzada Juventud Heroica
ENTRE PUERTA DE LEONES Y ALTAR A LA PATRIA,
1ª SECCIÓN DE CHAPULTEPEC, CIUDAD DE MÉXICO
9:00-17:00 hrs

EXPOSICIONES
CONFERENCIAS
OBRAS DE TEATRO
TALLERES
JUEGOS
RALLY FINANCIERO
STANDS INFORMATIVOS

Entrada GRATIS

www.gob.mx/condusef [@CondusefMX](https://twitter.com/CondusefMX) [/conduseficial](https://www.facebook.com/conduseficial)

SHCP CONDUSEF ABM

Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa.



Imágenes 21. Carteles campaña SNEF 2013, 2014, 2015, 2016 y 2017.

Asimismo, en el 2016 se realizó la campaña “Robo de Identidad”, la cual es una campaña preventiva que tiene como objetivo alertar a la población para evitar que sean víctimas de este fraude y que conozcan a dónde acudir en caso de serlo.



Imágenes 22. Cartel campaña Robo de Identidad 2016.

En el 2017 se dio continuidad al tema de fraudes y se lanzó la campaña “Fraude Cibernético” la cual se difundió a través de redes sociales, con el fin de proporcionar algunas medidas de seguridad al utilizar la banca móvil, el comercio por internet, así como algunos consejos ante el *Phishing* y *Pharming*.

En este caso, la campaña se implementó a partir de cuatro videos de 30”, en donde una chica *youtuber* da consejos para evitar ser víctima de un fraude cibernético.

3.3 Revista “Proteja su Dinero”

La CONDUSEF cuenta con una publicación mensual, la revista “Proteja su Dinero”, la cual tiene el objeto de proporcionar a la población información útil, en un lenguaje sencillo, de finanzas personales.

Proteja su Dinero nació en el mes de abril del año 2000, cuando el titular de la institución era el Dr. Ángel Aceves Saucedo.

La primera portada fue la siguiente:



Imagen 23. Primera portada de la Revista Proteja su Dinero, año 2000.

Con el paso de los años, la revista ha sufrido diversas modificaciones, no sólo en el diseño de la portada, sino también en el contenido, generalmente dependiendo del titular de la institución, pero siempre manteniendo el mismo objetivo, educar financieramente.

Actualmente, la revista tiene un tiraje de 30 mil ejemplares, los cuales se distribuyen a las 32 subdelegaciones que tienen CONDUSEF al interior de la República, así como a librerías, instituciones educativas y en distintas ubicaciones de la Ciudad de México (vía pública).

La información que contempla la revista se divide en las siguientes secciones.

- **Portada**
- **Cartón.** Imagen animada que aborda temas financieros.
- **Índice.** Contenido de la revista.
- **Buzón.** Incluye los comentarios enviados por los lectores.
- **Directorio.**
- **Carta Editorial.** La escribe el presidente de la institución.
- **Agenda.** Incluyen algunos eventos en materia de educación financiera que se desarrollan en el mes, así como sugerencias de videos y apps.
- **En Corto.** Sección de notas cortas que tienen la característica de contener información atractiva, fuera de serie o chusca.
- **Primer plano.** Artículo o reportaje principal de la revista.
- **Ponlo en la Balanza.** Sugerencias, nuevos productos, programas que beneficien a tus finanzas.
- **Economía Joven.** Artículo dirigido a los jóvenes y sus finanzas.

- **PequeFinanzas.** Los más pequeños del hogar no están ajenos de las finanzas e incluso a contribuir en ellas, y es a través de textos sencillos y con lenguaje divertido como la revista se acerca a este público.
- **Buró de Entidades Financieras.** Artículo de la herramienta de CONDUSEF que tiene por objeto brindar información de las instituciones financieras como su evaluación, comportamiento y calificaciones de atención a los usuarios.
- **En voz de.** Entrevista a una figura pública, donde se da a conocer su experiencia en las finanzas.
- **Tu bolsillo.** Tips prácticos para evitar pequeños o grandes gastos.
- **¿Sabías que?...** Sección donde se presentan artículos de la historia de las finanzas.
- **Historieta la Familia Morralla.** A partir del 2018 se incluyó una historieta a la revista: La Familia Morralla, una familia compuesta por los abuelos Don Cheque Morralla y Doña Severita; los padres Gastón Morralla y Justina; Débora Morralla es una chica Millennial, Neto el pequeño del hogar y Bono el perro y mascota de la familia.

Esta familia de clase media te cuenta sus aventuras pero siempre dejándote con algún consejo para mejorar tus finanzas.



Imágenes 24. Portadas actuales de la revista Proteja su Dinero.
Fuente: Portal Educa tu Cartera de CONDUSEF

Es importante señalar que una de las características principales de la revista es que maneja los temas financieros de una forma sencilla, ágil e incluso un poco divertida, con la finalidad de llegar a todo tipo de público.

3.4 Consejos para tu bolsillo

Fue creado el 27 de febrero de 2009, y consiste en una publicación digital que se envía a través de correo electrónico de manera semanal y contiene consejos prácticos y *tips* para el buen manejo de las finanzas personales.

Al cierre del mes de Octubre de 2017, la base de datos registró 223,657 correos electrónicos, a los que se les envía cada viernes la información.

Los temas que se abordan giran en torno a los seis ejes temáticos de la Educación Financiera: presupuesto, ahorro, crédito, inversión, seguros y retiro. Así como temas de fraudes, herramientas de la CONDUSEF, entre otros.

Algunos de los temas abordados en este 2018 son los siguientes:

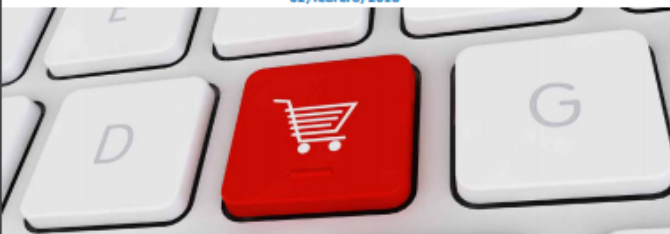
No.	Fecha	Título
1	05/enero/18	Y tú ¿ahorras?
2	12/enero/18	¿Necesitas un crédito?
3	19/enero/18	¡Cuidate de los Defraudadores!
4	26/enero/18	Modalidades de Fraude
5	02/febrero/18	¿Vas a comprar en Línea?
6	09/febrero/18	¿Recibiste un billete falso?
7	16/febrero/18	¿Piensas pedir un préstamo?
8	23/febrero/18	¡Manda tu DIBUJO! Trazos Financieros
9	02/marzo/18	¿Crédito sin checar tu Buró?
10	09/marzo/18	¿Se te perdió tu tarjeta de crédito?
11	16/marzo/18	Si un familiar fallece, ¿qué pasa con sus cuentas bancarias?
12	23/marzo/18	¿De vacaciones? Haz que también sean placenteras para tu bolsillo
13	30/marzo/18	En estas vacaciones. Cuida tu Tarjeta
14	06/abril/18	¿Sabes qué es el Vishing?
15	13/abril/18	Cuando la automatización falla...
16	20/abril/18	¿Vas a contratar un seguro de auto?
17	27/abril/18	¡1, 2, 3 por las Finanzas y los Niños!
18	04/mayo/18	Que el regalo de mamá sea el más provechoso
19	11/mayo/18	Test Día de la Madre: ¿Qué tipo de comprador eres?
20	18/mayo/18	Reparto de Utilidades ¿Ya sabes en qué vas a utilizarlas?

21	25/mayo/18	Aprovecha los descuentos y evita las estafas en el HOT SALE
22	01/junio/18	¡No dejes que tu dinero se pierda!
23	08/junio/18	¡Cuidado con los Gastos Hormiga!
24	15/junio/18	Tu responsabilidad como Papá
25	22/junio/18	¿Te urge un crédito? ¡Que no te sorprendan!
26	29/junio/18	Recupera los ahorros de tu subcuenta de vivienda
27	06/julio/18	Elimina los malos hábitos
28	13/julio/18	¡Llegó el Verano!
29	20/julio/18	¡No pierdas! Con el regreso a clases
30	27/julio/18	Saca el paraguas y toma tus medidas
31	03/agosto/18	Incrementa tu Ahorro
32	10/agosto/18	¿Tarjeta adicional para tu hijo universitario?
33	17/agosto/18	Antes de elegir ¿Comparas?
34	24/agosto/18	Las finanzas personales del Abuelo
35	31/agosto/18	¿Prestar tu nombre?
36	07/septiembre/18	Tarjetas bancarias de proximidad
37	14/septiembre/18	Que tus finanzas no den el grito
38	21/septiembre/18	Concurso Calaveritas Financieras
39	28/septiembre/18	Ya viene la SNEF 2018 ¿Estás Listo?
40	05/octubre/18	Seguro de Gastos Médicos Mayores
41	12/octubre/18	¿Compras por Internet? Toma Precauciones
42	19/octubre/18	¡Conoce el nuevo portal de Fraudes Financieros!
43	26/octubre/18	Día Mundial del Ahorro

El boletín electrónico Consejos para tu bolsillo ha dado buenos resultados en la difusión de temas de finanzas personales, ya que incluso se han retomado para la elaboración de notas informativas en prensa y algunos comentarios en radio.

Su diseño se caracteriza por tener poco texto y contar con un diseño atractivo, un ejemplo es el siguiente:

Consejos para tu bolsillo 02/febrero/2018



¿VAS A COMPRAR EN LÍNEA?

Antes de efectuar cualquier compra en Internet debes saber que, aunque hay una ley que te protege como ciberconsumidor, es necesario que te cuides de los fraudes, para que no pases a formar parte de las estadísticas.

De enero a septiembre de 2017 se registraron 48 millones de reclamaciones por un posible fraude con tarjeta de crédito y débito. Los fraudes originados en comercio electrónico ocupan el 49% del total de reclamaciones.

Como en todo tipo de comercio, en el electrónico existen ventajas y desventajas. Dentro de las ventajas te podemos decir que:

- Facilita comparar precios y las características de los productos.
- Se pueden realizar compras las 24 horas del día.
- Se evitan los desplazamientos hacia las tiendas físicas y las filas al momento de pagar.
- Existen algunas opciones internacionales de compra.
- Se puede encontrar una mayor oferta de productos y precios más bajos.

Las desventajas:

- En compras por comercio electrónico debes de tomar mayores precauciones debido a que no existe un contacto presencial con el oferente.
- Algunos comercios electrónicos no ofrecen un nivel adecuado de seguridad al realizar pagos electrónicos.
- A veces las páginas web están en un idioma distinto al nuestro.
- Debes verificar la forma para hacer las devoluciones o hacer válida la garantía.

También te recomendamos que antes de efectuar cualquier pago, cheques la seguridad del sitio en el que se realiza la compra.

- Se puede corroborar cuando las páginas inician con <https://> y un icono de "candado cerrado", lo que indica que cuentan con un protocolo de seguridad que protegen los datos que ingresas.
- Acude a tu Banco para conocer los mecanismos de seguridad de tu tarjeta de crédito y/o débito en compras por internet, pueden ser mensajes enviados a tu celular, un token con número único o una serie de preguntas para garantizar que eres tú.
- Nunca compartas datos financieros, son personales e intransferibles.

La Condusef pone a tu disposición la actualización del Micrositio de Comercio Electrónico, <http://www.condusef.gob.mx/gbmx/?p=comercio-electronico> donde encontrarás la información necesaria para hacer compras seguras.

¡Sigue nuestras redes sociales!

CONDUSEF

Consejos para tu bolsillo 09/febrero/2018



¿Recibiste un BILLETE FALSO?

¡Cuidado! No pierdas tu tranquilidad. Si te dieron un billete falso lo primero que tienes que hacer es evitar reintegrarlo a la circulación, ya que constituye un delito que se castiga hasta con 12 años de prisión y multa.

En 2017 se capturaron en circulación 335 mil 591 billetes falsos. El monto equivale a 112 millones de pesos. El billete de 200 pesos, es el más falsificado, seguido del de 100 pesos

PARA EVITAR CUALQUIER SITUACIÓN LEGAL SIGUE ESTOS PASOS:

- Lleva la pieza falsa a una sucursal bancaria. Esta la enviará al Banco de México para su análisis, para ello deberá entregarte un comprobante denominado "Recibo de Retención de Monedas Metálicas y/o Billetes Presuntamente Falsos".
- Si ya no la tienes porque otro banco la retuvo, entonces deberás entregar el Recibo de Retención que te fue extendido, junto con una copia de tu identificación oficial; un relato donde especifiques detalladamente cómo obtuviste el billete, incluyendo la sucursal, fecha, hora, etc. y el comprobante de la transacción, por ejemplo, recibo del cajero automático.
- La institución verificará, dentro de un plazo de 5 días hábiles bancarios, que la operación se haya llevado a cabo conforme a lo señalado en el relato; si se resuelve la reclamación a tu favor, se te deberá entregar el importe de la pieza reclamada. En caso contrario, te deberán informar por escrito las razones de la negativa.

• La institución tiene un plazo de 10 días hábiles bancarios posteriores a la entrega de la pieza al Banco de México para publicar el resultado.

• Si el billete falso procede de un cajero automático o sucursal bancaria, presenta tu reclamación ante la institución de crédito a la que pertenece dicho cajero o ventanilla. Tienes hasta 5 días hábiles bancarios posteriores a la fecha en que recibiste la pieza.

Tan sólo en 2017, la CONDUSEF recibió 30 reclamaciones por la "entrega de un billete falso o mutilado" ya sea en sucursal o cajero automático.

Te recomendamos checar la autenticidad de los billetes que recibas, ya que contienen elementos de seguridad como el relieve, marca de agua, hilo microimpreso, hilo de seguridad, ventana transparente y el elemento que cambia de color.

Para cualquier duda o consulta adicional, favor de comunicarse a la CONDUSEF al teléfono 01 800 999 8080 o bien, visita nuestra página de internet: www.gob.mx/condusef; también nos puedes seguir en Twitter: @Condusefmx y Facebook: CondusefOficial.

¡Sigue nuestras redes sociales!

CONDUSEF

Imagen 25. Boletín Consejos para su Bolsillo del 2 de febrero de 2018 y del 9 de febrero de 2018. Fuente: Portal Educa tu Cartera de CONDUSEF

CONCLUSIONES

La importancia de la comunicación radica no sólo en nuestra condición de seres humanos que necesitamos comunicarnos, sino también en la necesidad de estar informados de lo que pasa en nuestro país y el mundo, e incluso, en ocasiones, como arma política que puede crear o destruir personas o instituciones.

La comunicación tiene poder, y el buen manejo de ésta puede llevar al éxito a cualquier persona o institución, pero también al fracaso.

A lo largo de los años, las instituciones y dependencias públicas han recurrido a la comunicación institucional para dar a conocer sus logros, pero también para intentar cambiar la mala imagen que tienen los ciudadanos del gobierno. Algunas estrategias han sido buenas y otras fallidas, pero siempre a través de la comunicación.

Realizar este trabajo de mi experiencia profesional al frente de la Dirección de Comunicación Social de la CONDUSEF, tiene el objetivo de acercar un poco del mundo laboral a todos aquellos que estudian la carrera de Comunicación, aportar un visión del trabajo que se realiza y que muchas veces cuando somos estudiantes, estamos ansiosos de saber y conocer.

El área de Comunicación Social de la CONDUSEF es muy pequeña y a diferencia de otras instituciones, todos los que la integramos tenemos que hacer “de todo”, para lograr resultados favorables.

La comunicación en los últimos años ha dado un giro muy importante, la aparición de redes sociales y la nota “inmediata” comenzó a ganar terreno en los medios de comunicación, de tal forma que las “noticias virales” posicionaron temas en la agenda de nuestro país.

Sin embargo, si bien es cierto que las redes sociales han cobrado gran importancia, también lo siguen siendo los medios de comunicación tradicionales, una nota de

ocho columnas en un diario de circulación nacional continúa teniendo un gran impacto.

Desde mi punto de vista, la comunicación tradicional y la comunicación a través de redes sociales se complementan y ahora los comunicadores debemos voltear a más lados para poder posicionar algún tema, sigue siendo parte de nuestro trabajo.

En la CONDUSEF, las redes sociales han sido un canal importante para difundir la Educación Financiera, la clave está en lanzar mensajes cortos y atractivos, que llamen a la persona y le despierten el interés de querer conocer más.

Este tipo de información nos ha funcionado muy bien, de tal forma que al interior del sector hacendario, la CONDUSEF es la institución que más seguidores ha logrado obtener, sólo por debajo del SAT.

El trabajo de comunicación en la CONDUSEF no dista mucho del que se realiza en otras dependencias públicas, sin embargo, va muy de la mano del titular del organismo y en la mayoría de los casos, de eso depende la manera de trabajar.

A lo largo de mi trayectoria laboral, me he encontrado con funcionarios poco mediáticos que rehúyen a los medios de comunicación, lo cual requiere, para “sacar el barco a flote”, que nuestro trabajo como comunicadores sea intenso, por lo que es necesario empezar con capacitaciones básicas de cómo expresarse frente a las cámaras y cómo tratar con la fuente.

Asimismo, he encontrado funcionarios poco informados, lo que hace que se fomente su inseguridad ante cualquier pregunta, no necesariamente mal intencionada de algún reportero. Aquí también es importante trabajar en la información, para que estén al día y su seguridad se fortalezca.

En el caso de la CONDUSEF, el titular, Mario Di Costanzo, es un hombre mediático, que no le teme a las cámaras ni a los micrófonos, experiencia que ha adquirido en varios años, lo cual hace que el trabajo de comunicación pueda ser más dinámico.

Sin embargo, también es importante mencionar que cuando trabajas en el gobierno federal, tienes que seguir ciertos lineamientos de Presidencia de la República en materia de comunicación, los cuales son requisito para poder difundir cualquier campaña mediática.

Llegar al frente de la oficina de comunicación de CONDUSEF fue para mí un gran reto, ya que como la mayoría de las personas, pensé que los temas financieros eran complejos y comunicarlos creí que lo era aún más.

Descubrir que el mundo financiero está en todas partes fue una sorpresa; indagar, explorar y resolver las dudas que siempre has tenido de finanzas y que nunca te habías atrevido a preguntar, se convirtió en la mejor forma de comunicarlas y todo comenzó a cobrar sentido.

Ahora puedo decir que me gusta mucho el tema de finanzas personales, por lo que una de mis pasiones en CONDUSEF es la revista Proteja su Dinero, de la cual soy editora, y que poco a poco se ha convertido en un referente y en una fuente de los medios de comunicación, lo cual ha hecho que se fortalezca cada vez más.

Considero que la CONDUSEF es una institución muy noble, citando a su actual presidente, es la “parte más social del sector financiero”, ya que se enfoca en la defensa de los derechos de los usuarios ante las instituciones financieras. Asimismo, maneja muchos temas de gran interés, sin embargo, también es cierto que es una de las dependencias más castigadas presupuestalmente en el sector hacendario.

Por otro lado, considero un error del actual gobierno, el no explotar los temas que maneja esta Comisión Nacional, los cuales siempre son bien aceptados y de interés para la población.

Quiero terminar diciendo a los estudiantes de Comunicación de mi querida Universidad, que las cosas se pueden lograr con empeño y dedicación; y que la Universidad nos da una herramienta muy grande para lograrlo y es el formarnos un criterio, un criterio humano y solidario. La comunicación se hace en la calle.

FUENTES DE CONSULTA

Bibliográficas

- Vicente Leñero y Carlos Marín, ***Manual de Periodismo, Tratados y manuales***. Grijalbo, México 1986.
- Gonzalez Longoria, Silvia. **El Ejercicio del Periodismo**. Trilla, Julio 1997, México.
- Dunn, Watson S. **Publicidad**. Editorial Uteha, México 1967
- Muñoz Espinalt, Carlos. **Psicología de la publicidad**. Editorial Toray, Barcelona 1963.
- Martin Martin, Fernando. **Comunicación empresarial e institucional: gabinetes de comunicación y prensa-consultoras**. Madrid: Universitas, 1999.
- Sánchez González, Elia. **Las Oficinas de Comunicación Social Gubernamentales y el Control de la Información**. México, FCPyS UNAM, 1997.
- Eco, Humberto. **Cómo se hace una tesis**. Madrid, España: Gedisa. 1991
- González Reyna, Susana. **Manual de redacción e investigación documental**. 4º Edición. México. Editorial Trillas, 1994.
- Moncada, Jorge Francisco y Di Costanzo, Mario Alberto. **El saqueo a los mexicanos**, Editorial Grijalbo, 2005.
- Dictamen de la Comisión de Hacienda y Crédito Público, con proyecto de Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros. Cámara de Diputados. Aprobado el 12 de diciembre de 1998.

- Iniciativa del Decreto por el que se expide la Ley de Protección y Defensa a los Usuarios de Servicios financieros. Gaceta Parlamentaria. Cámara de Diputados. 12 de Diciembre de 1998.
- CONDUSEF. Anuario Estadístico 2017.
- CONDUSEF. Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros.
- CONDUSEF. Programa Institucional 2017.
- CONDUSEF. Normativa 2015.

Tesis y Tesina

- Guadalupe, Sánchez Linares, *Propuesta de lineamientos básicos para la elaboración de boletines de prensa de las Subdirección de Comunicación Social de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal, México, abril 2001.*
- Mauricio Aarón Reyna Guerrero, *Propuesta de lineamientos mínimos para la realización de Conferencias de Prensa en la Subdirección de Comunicación Social de la Secretaria de Turismo del Gobierno del Distrito Federal, México, 2000.*
- Flores Mendoza, Uriel. Reporte de experiencia profesional en producción de la barra de Once niños del canal Once. México 2016

Cibernéticas

- Discurso Ernesto Zedillo, 29 Diciembre 1994.
<http://zedillo.presidencia.gob.mx/pages/disc/dic94/29dic94.html>

- Diario Oficial de la Federación Lunes 18 de enero de 1999
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4942786&fecha=18/01/1999
9 Consultado 3 de Mayo 2017
- Banda, Humberto y Chacón, Susana. La Crisis Financiera Mexicana de 1994: una visión política-económica
http://codex.colmex.mx:8991/exlibris/aleph/a18_1/apache_media/NHC7916TP27UJQAHVXH8LUGRH75FY9.pdf
- El Barzón <http://elbarzon.mx/quienes-somos/> consultado el 26 de Febrero 2018.
- El Barzón. Declaración de principios
<http://www.elbarzon.org/quien/principios.shtml> consultado el 27 de febrero 2018
- Nebbia Gerardo. En México, una crisis bancaria paraliza al gobierno.
<https://www1.wsws.org/es/articles/1998/nov1998/mexi-n24.shtml>
Consultado el 1 de junio de 2017.
- Boletín de Prensa CONDUSEF
<http://www.gob.mx/condusef/prensa/condusef-lista-para-enfrentar-nuevos-cambios-con-la-reforma-financiera> Consultado el 1 de junio de 2017.
- CONDUSEF Misión y Visión institucional www.gob.mx/condusef consultado el 5 de junio de 2017
- CONDUSEF en línea
<https://phpapps.condusef.gob.mx/condusefenlinea/TATJ.php> Consultado el 12 de junio de 2017
- CONDUSEF. Taller para formador de formadores en Educación Financiera.
<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/97460/INICIO-TALLERFORMADORES.pdf>
- Hernández Lomelí, Francisco. **Las oficinas de Comunicación Social en México.** http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/25-26_1996/57-72.pdf Consultado el 19 de Junio de 2017

- Secretaría de Educación Pública, Instituto Nacional para la educación de los adultos. Ser vocero.
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/130307/SER_VOCERO.pdf
- Secretaría de Salud. Guía de manejo de medios masivos de comunicación durante la crisis en unidades de salud.
http://www.promocion.salud.gob.mx/dgps/descargas1/influenza/mat/Guia_manejo_de_medios_Abril_2008.pdf
- Asociación de Internet . Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017
file:///D:/Users/gsmontesdeoca/Downloads/Estudio_Habitosdel_Usuario_2017.pdf
- Muy Interesante <https://www.muyinteresante.es/tecnologia/articulo/pasado-y-presente-de-las-redes-sociales-711496244493>

ANEXO 1

IMÁGENES

Imagen 1	Histórico de Acciones de Defensa recibidas en CONDUSEF. Información Anual. Fuente: Informe Estadístico Histórico de CONDUSEF.
Imagen 2	Asesorías atendidas anuales. *Fuente: Elaboración propia basado en el Anuario Estadístico 2016 de CONDUSEF e Informes de Presidencia 2017 y 2018.
Imagen 3	Material de Educación Financiera y promocionales de CONDUSEF. Fuente: Educa tu Cartera. CONDUSEF. https://eduweb.condusef.gob.mx/Educaturcartera/
Imagen 4	Guía Familiar de Educación Financiera. CONDUSEF Fuente: Educa tu Cartera. CONDUSEF. https://eduweb.condusef.gob.mx/Educaturcartera/
Imagen 5	Cuadernillos educativos de los ejes temáticos de la Educación Financiera. Fuente: Educa tu Cartera. CONDUSEF. https://eduweb.condusef.gob.mx/Educaturcartera/
Imagen 6	Juegos, libros de cuentos y material educativo para niños de Educación Financiera de CONDUSEF. Fuente: Educa tu Cartera. CONDUSEF. https://eduweb.condusef.gob.mx/Educaturcartera/
Imagen 7	Portadas de la revista “Proteja su Dinero” Fuente: http://www.condusef.gob.mx/Revista/
Imagen 8	Consejos para tu bolsillo. Fuente: Educa tu Cartera. CONDUSEF. https://eduweb.condusef.gob.mx/Educaturcartera/

Imagen 9	Imágenes de las actividades realizadas en la Semana Nacional de Educación Financiera 2016. Fuente: CONDUSEF.
Imagen 10	Imagen de los cursos impartidos por CONDUSEF en las instalaciones de sus oficinas centrales. Fuente: www.gob.mx/condusef
Imagen 11	Organigrama de la Dirección de Comunicación Social de CONDUSEF.
Imagen 12	Síntesis informativa digital de CONDUSEF.
Imagen 13	Compendio Informativo o monitoreo de notas que se envía en CONDUSEF.
Imagen 14	Ejemplo de alerta informativa.
Imagen 15	Histórico anual de boletines y comunicados de prensa emitidos por la Dirección de Comunicación Social de CONDUSEF.
Imagen 16	Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017 , Asociación de Internet file:///D:/Users/gsmontesdeoca/Downloads/Estudio_+Habitosde I Usuario 2017.pdf
Imagen 17	Agencia Influencia Digital. Taller “Community Manager”.
Imagen 18	Estrategia de comunicación digital para la CONDUSEF. Dirección de Comunicación Social.
Imagen 19	Estrategia de comunicación digital para la CONDUSEF. Dirección de Comunicación Social.
Imagen 20	Publicaciones en redes sociales oficiales de CONDUSEF en Twitter (@CondusefMX), Facebook (CONDUSEF) y Youtube (CondusefOficial).

Imagen 21	Carteles oficiales de las campañas de la Semana Nacional de Educación Financiera en el 2013, 2014, 2015, 2016 y 2017.
Imagen 22	Cartel oficial de la campaña Robo de Identidad que se realizó en el 2016.
Imagen 23	Primera portada de la Revista Proteja su Dinero, año 2000.
Imagen 24	Portadas actuales de la revista Proteja su Dinero. Septiembre 2015, Abril 2015, Octubre 2016, Diciembre 2016. Fuente: Educa tu Cartera. CONDUSEF. https://eduweb.condusef.gob.mx/Educatucartera/
Imagen 25	Boletín Consejos para su Bolsillo del 2 de febrero de 2018 y del 9 de febrero de 2018. Fuente: Educa tu Cartera. CONDUSEF. https://eduweb.condusef.gob.mx/Educatucartera/