

Fecha 17.11.2014	Sección Negocios	Página 36
---------------------	---------------------	--------------

Ejercicio de 478 mdp el próximo año Aumenta 60 por ciento el presupuesto de la Cofece

Luis Moreno/México

El presupuesto de la Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece) aumentó 60 por ciento, monto que había solicitado ante el gobierno y el Congreso de la Unión.

El organismo que encabeza Alejandra Palacios Prieto contará para el siguiente año con 478 millones de pesos, después de que en 2014 se les programó un

gasto de 297 millones.

No obstante, ese monto significa solo 2 por ciento de los recursos programados para los organismos autónomos en el Presupuesto de Egresos.

Otras entidades autónomas cuentan con más presupuesto, como el Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel), que recibirá alrededor de 2 mil millones de pesos en 2015, monto similar al asignado este año.

El aumento que solicitó la dependencia es para contratar a 100 personas más que ayudarán en las funciones de regulación de los mercados, afirmó Palacios Prieto.

Entre las actividades principales que tendrá el organismo

regulador el siguiente año se encuentra el estudio en el sector agroalimentario, con el objetivo de emitir recomendaciones dirigidas principalmente a los reguladores sectoriales, a fin de promover políticas que favorezcan la competencia y la eficiencia en los distintos mercados del sector agroalimentario.

“Los estudios practicados por la Cofece se enfocan en el análisis de las condiciones de competencia

de un sector y sus mercados para diagnosticar su funcionamiento y posibles áreas de oportunidad, a fin de mejorar tales condiciones en beneficio de los consumidores y de la eficiencia de las empresas”, explicó.

La dependencia señaló que el estudio también contendrá recomendaciones que pueden dirigirse a los consumidores y a los agentes económicos que participan en el sector y ofrecen sus bienes y servicios.

“Las recomendaciones de los estudios buscan corregir ineficiencias, fallas de mercado y conductas anticompetitivas que pueden afectar el bienestar de los consumidores y la eficiencia de las empresas”, explicó. **M**

