cofece

Comisión Federal de Competencia Económica

Estrategia y Programa o Plan Anual de Comunicación Social 2019[1]

7 de febrero de 2019

De conformidad con los artículos 23, 24 y 26 de la Ley General de Comunicación Social (LGCS) publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de mayo de 2018 y vigente a partir del 1 de enero de 2019, y conforme al artículo 14 del Presupuesto de Egresos de la Federación 2019, la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) de la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE o Comisión) presenta la siguiente Estrategia de Comunicación Social 2019, así como el respectivo Programa o Plan Anual de Comunicación Social.

La Estrategia y el Programa o Plan Anual de Comunicación Social se elabora, aprueba y registra con fundamento en los artículos 12, fracción X; 22, fracción X, y 41 Bis, fracciones I, II y III del Estatuto Orgánico de la COFECE.

1. Estrategia de Comunicación Social 2019

La COFECE es un órgano autónomo constitucional que tiene por **mandato** garantizar la libre concurrencia y competencia económica, así como **prevenir**, investigar y combatir los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.

Para dar cumplimiento a este, la Comisión elaboró el **Plan Estratégico 2018-2021**[2] (PE 2018-2021), en el que define la estrategia de largo plazo más eficiente. En el mismo documento establece su Misión y Visión.

> ***Misión:*** *Promover y proteger la competencia en los mercados para contribuir al bienestar de las familias y al crecimiento económico del país.*
>
> ***Visión:*** *Ser una autoridad técnica que sirva como referencia en las decisiones de política pública, reconocida por proteger y promover la competencia en beneficio de la sociedad.*

---

[1] La Comisión, al ser un organismo autónomo constitucional, queda exento de presentar y solicitar ante la Secretaría Administradora la autorización de la Estrategia y Programa o Plan de Comunicación Social, así como las campañas previstos en el artículo 29 de la LGCS, esto conforme a lo establecido en el artículo 30 de la misma Ley.

[2] *Plan Estratégico de la COFECE 2018-2021* disponible en https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2018/02/PE_2018-2021.pdf#pdf

1.1. Planteamiento estratégico

En materia de **prevención** de conductas anticompetitivas y otras restricciones a la competencia, en el PE 2018-2021 se establecieron 5 objetivos institucionales, y 31 líneas estratégicas. El objetivo IV, y la línea estratégica IV.4 están dedicados específicamente a la Comunicación Social.

Objetivo Institucional IV. *Posicionar a la competencia económica en la agenda pública.*

Línea estratégica *IV.4. Fortalecer la presencia y discusión de los temas de competencia económica en los medios de comunicación masiva.*

Bajo este contexto y a fin de mantener los esfuerzos de comunicación y difusión del conocimiento de la competencia y sus beneficios, en todos los sectores de la sociedad, el ***Programa Anual de Trabajo 2019***[3] (PAT 2019) de la Comisión establece la siguiente **Acción Estratégica:**

4.2 Implementar la estrategia de comunicación social en medios tradicionales y digitales. La cual establece que se realizarán actividades para comunicar de manera accesible los beneficios de la competencia y generar interés en el tema con una estrategia enfocada a las características de diversos segmentos de la sociedad.

1.2. Objetivo General de la *Estrategia de Comunicación Social*:

Dar a conocer a la población los beneficios que generan la competencia y las actuaciones de la COFECE: la entrada y una mayor participación de proveedores de bienes y servicios, libertad para elegir entre más opciones, mejores bienes y servicios, así como mejores precios.

[3] *Programa anual de Trabajo 2019* disponible en https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2019/01/PAT2019.pdf#pdf

2. Programa o Plan Anual de Comunicación Social 2019[4]

El Programa o Plan Anual de Comunicación Social comprende un conjunto de **tres campañas** que se pautarán en un total de 7 bloques a lo largo del presente ejercicio fiscal, las cuales están encaminadas a cumplir con el Objetivo Institucional IV y la Línea Estratégica IV.4 establecidos en PE 2018-2021 y la Acción Estratégica 4.2 del PAT 2019 previamente descritas.

2.1. Objetivos particulares del Programa o Plan

Difundir entre públicos no conocedores de los segmentos socieconómicos A, B, C y D conceptos básicos de la competencia y la marca COFECE a través de campañas que generen un crecimiento en el nivel de recordación de la marca y de las campañas de la COFECE.

2.2. Nombres de las campañas

Se ejecutarán tres campañas, las cuales son de carácter institucional y con fines informativos, de difusión, promoción, educativos y de orientación social en materia de competencia económica.

1. Con competencia puedes elegir (3 pautas)
2. Premio de Ensayo (1 pauta)
3. La COFECE trabaja en tu beneficio (3 pautas)

2.3. Mensajes

Campaña 1:
COFECE trabaja para que las empresas compitan y así tú puedas elegir entre los distintos productos y servicios el que mejor se acomoda a lo que necesitas.

[4] El artículo 14 del Presupuesto de Egresos de la Federación 2019 refiere la elaboración del Plan Anual de Comunicación Social de conformidad con la LGCS, por lo que para efectos de este documento se entenderá como el equivalente del Programa Anual de Comunicación Social.

Campaña 2:
La COFECE contribuye a construir una economía que trabaje en beneficios de todos los mexicanos.
Campaña 3:
Si eres estudiante de licenciatura, participa en el ***Premio COFECE de Ensayo****. Escribe un ensayo sobre competencia económica, puedes ganar hasta 70 mil pesos.*

2.2. Audiencias objetivo y alcance

El alcance del presente Programa o Plan es nacional.

Para la ejecución de este Programa o Plan, la COFECE ha divido sus audiencias objetivo de la siguiente manera:

Población en general: corresponde a la mayoría de la población, personas con escolaridad hasta secundaria, generalmente poco informadas. Su consumo de medios está basado en canales de televisión abierta y radio, ocasionalmente leen medios impresos con información de espectáculos y deportes. Segmentos socioeconómicos C, C- y D.

Población con consumo de medios: corresponde a personas con estudios universitarios, que dan seguimiento a la cobertura informativa de los medios de comunicación. Leen periódicos regularmente y consumen noticieros de televisión abierta y restringida y radio. Segmentos socioeconómicos A, B y C+.

2.4. Meta a alcanzar y procedimiento de evaluación

Elevar el nivel de recordación de la marca COFECE y de sus campañas en la población en general.

Al término del año se ejecutará un método cuantitativo de medición mediante el levantamiento de una encuesta por parte de un proveedor externo.

2.5. Presupuesto

El presupuesto autorizado de origen para el ejercicio fiscal 2019 de la COFECE partida presupuestaria 36101, para difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales, es por un monto de 1 millón 400 mil pesos. Por lo que corresponde a la partida presupuestaria 36601 creación y difusión de contenido exclusivamente a través de internet, se tiene considerada la cantidad de 940 mil pesos como mínimo y 1 millón 240 mil pesos como máximo importe a erogar por este concepto.

2.6. Medios a utilizar

En materia de medios tradicionales, la COFECE únicamente hará uso de tiempos oficiales para radio y televisión abiertos.

Así mismo impulsará con pauta[5] los mensajes de estas campañas a través de redes sociales.

Destinará recursos para la producción de carteles y GIFs para la campaña 1 y *cards*, infografías y/o historietas para la campaña 3.

Al término del año se contempla, mediante la recuperación de ingresos excedentes, asignar recursos para la realización de una encuesta que permita conocer el impacto de la campaña.

Elaboró	Aprobó	Registró
Gabriela Amador Carmona Directora General Adjunta Comunicación Social	**Alejandra Palacios Prieto** Comisionada Presidenta	**David Lamb de Valdés** Titular Unidad de Planeación, Vinculación y Asuntos Internacionales

[5] Pauta se refiere al mecanismo a través del cual se publicitan mensajes en las redes sociales para impulsar la marca COFECE, así como la competencia y sus beneficios.

cofece

Comisión Federal de Competencia Económica

Adendum al Programa Anual de Comunicación Social 2019[1]
Mensaje extraordinario por orden del Poder Judicial de la Federación

30 de agosto de 2019

De conformidad con el Capítulo VI del Título II, artículos 31 y 32 de la Ley General de Comunicación Social (LGCS) publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de mayo de 2018 y vigente a partir del 1 de enero de 2019, y conforme a las determinaciones dictadas por el Primer y el Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa, Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones, sobre los juicios de amparo identificados con los números 1439/2017, 1373/2017 (y sus acumulados[2]), 1489/2017, 1490/2017 y 315/2018[3], la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) de la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE o Comisión) hace el siguiente adendum al Programa de Comunicación Social 2019.

Este adendum se elabora, aprueba y registra con fundamento en los artículos 12, fracción X; 22, fracción X, y 41 Bis, fracciones I, II y III del Estatuto Orgánico de la COFECE.

1. Mensaje extraordinario

La COFECE informa que para dar cumplimiento a diversas ejecutorias dictadas por el Poder Judicial de la Federación (PJF) se deja sin efectos el comunicado de prensa COFECE-046-2017.

1.1 Objetivo particular del Mensaje extraordinario

Dar cumplimiento a diversas ejecutorias de amparo dictadas por el PJF, en las que ordena realizar las mismas acciones de comunicación que realizó al difundir

---

[1] La Comisión, al ser un organismo autónomo constitucional, queda exento de presentar y solicitar ante la Secretaría Administradora la autorización de la Estrategia y Programa o Plan de Comunicación Social, así como las campañas previstos en el artículo 29 de la LGCS, esto conforme a lo establecido en el artículo 30 de la misma Ley.

[2] 1374/2017, 1375/2017, 1376/2017, 1377/2017, 1378/2017, 1379/2017, 1380/2017, 1381/2017, 1382/2017, 1383/2017, 1384/2017, 1385/2017, 1386/2017, 1387/2017, 1388/2017, 1389/2017, 1390/2017, 1391/2017, 1392/2017, 1393/2017, 1394/2017, 1395/2017, 1396/2017, 1397/2017, 1398/2017, 1399/2017, 1400/2017, 1401/2017, 1402/2017, 1403/2017, 1404/2017, 1405/2017, 1406/2017, 1407/2017, 1408/2017, 1409/2017, 1410/2017, 1411/2017, 1412/2017, 1413/2017, 1414/2017, 1415/2017, 1416/2017, 1417/2017, 1418/2017, 1419/2017, 1420/2017, 1421/2017, 1422/2017, 1423/2017, 1424/2017, 1425/2017, 1426/2017, 1427/2017, 1428/2017, 1429/2017, 1430/2017, 1431/2017, 1432/2017 y 121/2018, los cuales se encuentran pendientes de resolverse de manera definitiva en segunda instancia.

[3] Más información disponible en el comunicado COFECE-038-2019 de fecha 26 de agosto de 2019.

el comunicado de prensa COFECE-046-2017 titulado *Leyes estatales de notarios ganadoras del Premio para identificar el obstáculo regulatorio más absurdo para competir y emprender*.

1.2 Nombres de la campaña

Cumplimiento de diversas ejecutorias de amparo dictadas por el PJF.

1.3 Audiencias objetivo y alcance

El alcance del presente Mensaje Extraordinario es nacional. Para su ejecución, la COFECE ha divido sus audiencias objetivo de la siguiente manera:

Población en general: corresponde a la mayoría de la población. Su consumo de medios está basado en canales de televisión abierta y radio, ocasionalmente leen medios impresos con información de espectáculos y deportes. Segmentos socioeconómicos C, C- y D.

1.4 Presupuesto

La producción de este Mensaje se realizará con recursos propios de la COFECE.

1.5 Medios a utilizar

La COFECE únicamente hará uso de tiempos oficiales para radio y su difusión orgánica en redes sociales.

Elaboró	Aprobó	Registró
Gabriela Amador Carmona Directora General Adjunta Comunicación Social	**Alejandra Palacios Prieto** Comisionada Presidenta	**David Lamb de Valdés** Titular Unidad de Planeación, Vinculación y Asuntos Internacionales