

**ESTRATEGIA Y PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2020<sup>1</sup>**

28 de enero de 2020

De conformidad a lo dispuesto por los artículos 23, 24 y 26 de la Ley General de Comunicación Social (LGCS) publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) 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 2020, la Dirección General de Comunicación Social de la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE o Comisión) presenta la siguiente **Estrategia de Comunicación Social 2020**, así como el respectivo **Programa Anual de Comunicación Social 2020**.

La Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social se elabora, aprueba y registra con fundamento en los artículos 12, fracción X; 22, fracción X, 40, fracción VII, y 41 Bis, fracciones I, II y III del Estatuto Orgánico de la COFECE.

**1. Estrategia de Comunicación Social 2020**

La COFECE es un órgano constitucionalmente autónomo, responsable de promover, proteger y garantizar la competencia y libre concurrencia; así como prevenir, investigar y combatir las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados<sup>2</sup>. El Plan Estratégico 2018-2021<sup>3</sup> (PE 2018-2021) establece la siguiente misión y visión de la Comisión:

- 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.

**1.1 Planteamiento estratégico**

La estrategia a largo plazo está plasmada en el PE 2018-2021, en específico en el objetivo IV. *Posicionar la competencia económica en la agenda pública*, línea estratégica IV.4 *Fortalecer la presencia y discusión de los temas de competencia económica en medios de comunicación masiva*.

Adicionalmente, y con el objeto 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

<sup>1</sup> La Comisión, al ser un organismo autónomo constitucional, queda exenta de presentar y solicitar ante la Secretaría Administradora la autorización de la Estrategia y Programa de Comunicación Social, así como las campañas previstas en el artículo 29 de la Ley General de Comunicación Social, esto conforme a lo establecido en el artículo 30 de la misma Ley.

<sup>2</sup> Artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

<sup>3</sup> El Plan Estratégico 2018-2021 de la COFECE se encuentra disponible en [https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2018/02/PE\\_2018-2021.pdf#pdf](https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2018/02/PE_2018-2021.pdf#pdf)

Handwritten signatures and initials in blue ink, including "epf", "G", "M", and "730".

Anual de Trabajo 2020 (PAT 2020) establece la siguiente Acción Estratégica: *4.3 Implementar la estrategia de comunicación social 2020.*

### 1.2 Objetivo de la Estrategia de Comunicación Social

Impulsar la reflexión de las personas desde su papel de consumidor a través de información que exalte los atributos y beneficios de la competencia.

### 1.3 Implementación de la Estrategia

La implementación de la estrategia se realizará a través de medios tradicionales (radio y televisión) haciendo uso de los tiempos oficiales, y medios digitales (sitio web de la COFECE y redes sociales).

## 2. Programa o Plan Anual de Comunicación Social 2020

A fin de cumplir con el objetivo institucional IV y la línea estratégica IV.4 del PE 2018-2021, el Programa Anual de Comunicación Social está compuesto por tres campañas que se implementarán a través de 8 pautas<sup>4</sup>, entre 4 y 6 spots para radio, y entre 3 y 4 spots para televisión a lo largo del ejercicio fiscal 2020.

### 2.2 Objetivos particulares del Programa

Difundir entre públicos de los segmentos socioeconómicos A, B, C y D conceptos de competencia económica y la imagen institucional de la COFECE a través de campañas que generen un crecimiento en el nivel de recordación de la marca, de las campañas de la COFECE y fomenten la cultura de la competencia.

### 2.3 Nombres de las campañas y mensajes

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

Nombre de la campaña	Número de pautas	Número de spots	Mensaje
Proyectos COFECE: - Bienal Internacional del Cartel en México - Programa Estudiantil de Verano	2	N/A*	La COFECE pone a disposición de distintos actores proyectos de colaboración para fortalecer la cultura de la competencia.
Con competencia puedes elegir	3	4 a 6 para radio 3 a 4 para televisión	La COFECE trabaja para que las empresas compitan y así tú puedas elegir entre los distintos productos

<sup>4</sup> Son los espacios que se contratan para publicitar mensajes en redes sociales con el fin de impulsar la imagen institucional de la COFECE, la competencia y sus beneficios entre un público específico.

*Handwritten signature and initials in blue ink.*

			y servicios el que mejor se acomoda a lo que necesitas.
La COFECE trabaja en tu beneficio	3	N/A*	La COFECE contribuye a construir una economía que trabaje en beneficios de todos los mexicanos

\*Estas campañas se realizarán exclusivamente en redes sociales, por lo que no requieren spots.

### 2.3 Medios a utilizar

En materia de medios tradicionales, la COFECE únicamente hará uso de tiempos oficiales para radio y televisión abiertos. Respecto a medios digitales, se hará uso del servicio pauta en redes sociales (Facebook y YouTube), así como del sitio web de la Comisión.

### 2.4 Contenido de las campañas

Proyectos COFECE

- 2 pautas en redes sociales

Con competencia puedes elegir

- Entre 4 y 6 spots para radio
- Entre 3 y 4 spots para televisión
- 3 pautas en redes sociales

La COFECE trabaja en tu beneficio

- 3 pautas en redes sociales

### 2.5 Alcance y audiencias objetivo

El alcance de la presente Estrategia o Programa es nacional. Para la implementación de este, la COFECE ha dividido 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+.

### 2.6 Meta y procedimiento de evaluación

El Programa tiene como meta elevar el nivel de recordación de la marca COFECE y de sus campañas en la población en general.

*g-afp*  
*mc*

Esto facilitará que los mensajes sobre cómo la competencia económica beneficia a las familias y negocios, los procedimientos establecidos en la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE) y los resultados de la política de competencia, entre otros, sean accesibles para distintas audiencias en México.

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

## 2.7 Presupuesto

El presupuesto autorizado de origen para el ejercicio fiscal 2020 de la COFECE en la partida presupuestaria 36101 (difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales) es por un monto de \$1'070,000.00 (un millón setenta mil pesos 00/100 MN). 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 \$676,033.00 (seiscientos setenta y seis mil treinta y tres pesos 00/100 MN), conforme a las siguientes consideraciones:

Descripción del servicio	Unidad de medida	Número de unidades	Costo por Unidad	Monto	Periodo de erogación
Preproducción, producción y postproducción de spots para radio y televisión con duración de 30 segundos	Spot	Entre 4 y 6 p/ radio	\$9,280.00	Mínimo \$472,120.00	Entre 1 de enero y el 31 de diciembre de 2020
		Entre 3 y 4 p/ TV	\$145,000.00	y máximo \$635,680.00	
Servicio de pauta en redes sociales	Pautas	8	\$27,500*	\$264,000.00	Entre 1 de marzo y el 31 de diciembre de 2020
Creación de contenido para redes sociales**	Iguala mensual	12	56,336.08	\$676,033.00	Entre 1 de enero y el 31 de diciembre de 2020

\*Este costo es estimado y su valor final será resultado del proceso de contratación.

\*\*La creación de contenido incluye los materiales que se publican en redes sociales durante todo el año, y se contratan por iguala mensual. Este servicio incluye la producción de los materiales para la comunicación orgánica (no pagada) y para las campañas (que se impulsan mediante la pauta en redes sociales) para lo que se considera un total de 40 visuales para campañas.



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**

Gabriela Amador  
Carmona  
Directora Ejecutiva de  
Comunicación Social

**Aprobó**

María Jose Contreras  
de Velasco  
Directora General de  
Promoción a la  
Competencia



David Lamb de Valdés  
Titular de la Unidad de  
Planeación, Vinculación  
y Asuntos  
Internacionales

**Registró**

Alejandra Palacios  
Prieto  
Comisionada  
Presidenta

