

**ESTRATEGIA Y PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2021<sup>1</sup>**

20 de enero de 2021

De conformidad con 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 11 del Presupuesto de Egresos de la Federación 2021, la Dirección General de Comunicación Social de la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE o Comisión) presenta la siguiente **Estrategia de Comunicación Social 2021**, así como el respectivo **Programa Anual de Comunicación Social 2021**.

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 Ter, fracciones I, II y III del Estatuto Orgánico de la COFECE publicado el 3 de julio de 2020.

**1. Estrategia de Comunicación Social 2021**

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, visión y objetivos institucionales 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.
- Objetivos institucionales: i) aplicar eficazmente la normativa en materia de competencia económica, ii) impulsar activamente la prevención y corrección de estructuras de mercado y marcos jurídicos anticompetitivos; iii) defender la legalidad de las actuaciones de la comisión y ejercer las atribuciones que tiene conferidas; iv) posicionar la competencia económica en la agenda pública, y v) consolidar un modelo organizacional de vanguardia.

---

<sup>1</sup> 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 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)

### 1.1 Planteamiento estratégico

La estrategia de comunicación social de la COFECE a mediano 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*. Para atender este reto, el Programa Anual de Trabajo 2021 plantea la acción estratégica 4.2 *Implementar la estrategia de comunicación social en medios tradicionales y digitales*, acción que está mandatada en la Ley General de Comunicación Social. Esto permite mantener los esfuerzos de comunicación y difusión del conocimiento de la competencia y sus beneficios, en todos los sectores de la sociedad.

### 1.2 Objetivo de la Estrategia de Comunicación Social 2021

Impulsar la reflexión de las personas desde su papel de consumidor mediante información que exalte los beneficios de la competencia en los mercados, particularmente en el contexto actual en el deben tener más y mejores opciones de bienes y servicios entre los que puedan elegir lo que más se adapte a sus gustos y necesidades.

### 1.3 Implementación de la Estrategia

Para lograr una comunicación efectiva, la Estrategia deberá utilizar un lenguaje claro y accesible para todos los ciudadanos, además de proteger y preservar la imagen y reputación de la COFECE como la autoridad técnica, objetiva e imparcial en materia de competencia económica.

La Estrategia de comunicación social 2021 plantea las siguientes actividades:

- 1) La comunicación directa y constante con los medios de comunicación: impresos, digitales, radio y televisión para hacerles llegar información relevante de la COFECE mediante comunicados de prensa, entrevistas, notas informativas, entre otros.
- 2) La difusión orgánica<sup>4</sup> de las actuaciones y hechos relevantes de la COFECE mediante su sitio de internet y sus cuentas en redes sociales.
- 3) La mitigación de riesgos, así como la prevención y atención de crisis.
- 4) La ejecución del *Programa Anual de Comunicación Social*, mediante el uso de los tiempos oficiales en radio y televisión, así como campañas<sup>5</sup> en redes sociales.

---

<sup>4</sup> Se refiere a la publicación de mensajes y materiales de comunicación que publica la COFECE en sus redes sociales sin que exista de por medio el pago de servicios de publicidad.

<sup>5</sup> En redes sociales una campaña es una serie de acciones para conseguir objetivos concretos a través de los canales sociales. En este caso nos permite compartir información y llegar a un público específico y así lograr mayor impacto y visibilidad de nuestros mensajes.

## 2. Programa Anual de Comunicación Social 2021

De conformidad con los artículos 24 y 26 de la Ley General de Comunicación Social, la COFECE elabora el presente Programa Anual de Comunicación Social 2021.

### 2.1 Objetivo del Programa

Difundir entre públicos de los segmentos socioeconómicos A/B C y D<sup>6</sup> conceptos de competencia económica y sus beneficios para la economía y familias mexicanas, así como fomentar la cultura de la competencia y mantener el nivel de recordación de la marca, así como de las campañas de la COFECE.

### 2.2 Nombres de las campañas y mensajes

A fin de cumplir con el objetivo institucional IV y la línea estratégica IV.4 del PE 2018-2021, así como con la acción 4.2 del Programa Anual de Trabajo 2021, el Programa Anual de Comunicación Social 2021 está compuesto por dos campañas de carácter institucional y con fines informativos, de difusión, promoción, educativos y de orientación social en materia de competencia económica, las cuales se implementarán vía orgánica y a través de pautas<sup>7</sup> en redes sociales (Facebook, Instagram y Youtube), así como spots para radio y televisión a lo largo del ejercicio fiscal 2021, estos últimos mediante el uso de los tiempos oficiales.

Nombre de la campaña	Número de pautas	Mensaje
Proyectos COFECE: - Premio de Ensayo - Programa Estudiantil de Verano - Cultura de la competencia	3	La COFECE pone a disposición de distintos actores proyectos de colaboración para fortalecer la cultura de la competencia.
Con competencia tú eliges	5	La COFECE trabaja para que tú puedas elegir los productos y servicios que más se ajusten a tu bolsillo y a tus necesidades. Hoy más que nunca debes tener opciones para gastar mejor tu dinero.

<sup>6</sup> De acuerdo con la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado, los niveles socioeconómicos se definen en:

A/B: hogares en los que el jefe de la familia tiene estudios profesionales o de posgrado (82%). El 98% de los hogares cuenta con internet fijo, invierte en educación (10% del gasto) y el que menos dedica al gasto en alimentos (28%).

C: un 83% de los hogares de este nivel están encabezados por un jefe de familia con estudios mayores a primaria y un 77% cuentan con conexión a internet. Del total del gasto en estos hogares el 35% se dedica a la alimentación y un 7% a educación.

D: En el 56% de los hogares de este nivel el jefe de familia tiene estudios hasta primaria. El acceso a internet es muy bajo, de solamente 4%. El 46% del gasto se dedica a la alimentación y solamente el 16% al transporte y comunicación.

<sup>7</sup> Una pauta corresponde a 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.

### 2.3. Contenido de las campañas

#### Proyectos COFECE

- 1 spot para radio
- 3 pautas en redes sociales

#### Con competencia tú eliges

- Entre 4 y 5 spots para radio
- Entre 3 y 4 spots para televisión
- 5 pautas en redes sociales

### 2.4 Alcance y audiencias objetivo

El alcance del presente Programa o Plan 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, restringida y radio. Segmentos socioeconómicos A, B y C+.

### 2.5 Meta y procedimiento de evaluación

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

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, y con la recuperación de ingresos excedentes, se ejecutará un método cuantitativo de medición para conocer el impacto de las campañas, mediante el levantamiento de una encuesta por parte de un proveedor externo.

## 2.6 Presupuesto

El presupuesto autorizado de origen para el ejercicio fiscal 2021 de la COFECE partida presupuestaria 36101, para 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 de origen, la cantidad de \$676,033.00 (seiscientos setenta y seis mil treinta y tres pesos 00/100 MN), la cual se verá fortalecida con \$439,566.99 (cuatrocientos treinta y nueve mil quinientos sesenta y seis pesos 99/100 m.n.) para arrojar un total de \$1,115,599.99 (un millón ciento quince mil quinientos noventa y nueve pesos 99/100 m.n.). Esto, de conformidad con el Art. 5 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y Art.53, Fracción II de las Políticas Generales en Materia de Programación, Presupuestación, Aprobación, Ejercicio, Control y Evaluación del Gasto Público de la Comisión Federal de Competencia Económica.

Concepto	Unidad de medida	Costo unitarios con IVA incluido	Partida presupuestaria
Spot	Spot para radio	\$9,280.00	36101
	Spot para televisión	\$133,284.00	36101
Pauta en redes sociales	Campaña	\$242,000.00	36601
Creación de materiales visuales	Iguala mensual	\$72,799.99	36601

  
Elaboró  
Gabriela Amador  
Carmona  
Directora Ejecutiva de  
Comunicación Social

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

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

  
Registró  
Alejandra Palacios  
Prieto  
Comisionada  
Presidenta