

# ESTRATEGIA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2015

Dependencia o Entidad:

LICONSA, S.A. DE C.V.

Naturaleza Jurídica:

Empresa

Cabeza de sector:

Secretaría de Desarrollo Social

Fecha de elaboración:

22 de enero de 2015

## Misión:

TRABAJAR CON RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA MEJORAR LA ALIMENTACIÓN DE LAS FAMILIAS MEXICANAS CON PRODUCTOS LACTEOS DE LA MEJOR CALIDAD.

## Visión:

SER LA MEJOR EMPRESA LACTEA POR SU COMPETITIVIDAD, AUTOSUFICIENCIA Y ELEVADA VOCACIÓN DE SERVICIO, PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO.

## Objetivo Institucional:

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DE CAPACIDADES BÁSICAS MEJORANDO LA NUTRICIÓN Y ALIMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN CUYO INGRESO ESTA POR DEBAJO DE LA LINEA DE BIENESTAR.

## Objetivo de la estrategia de comunicación:

DIFUNDIR A LA POBLACIÓN URBANA Y RURAL LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS LICONSA. PRODUCCIÓN OPORTUNA DE LECHE COMERCIAL CON ALTOS ESTANDARES DE CALIDAD, CONTRIBUIR A LA OBTENCIÓN DE INGRESOS ADICIONALES MEDIANTE LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE LICONSA.

| Estado del mercado   | Objetivos   | Temas asociados al producto / público / cultura / comportamiento |
|--|---|--|
| 1.- LOS PRODUCTOS COMERCIALES DE LICONSA NO ESTAN POSICIONADOS EN EL MERCADO COMO PRODUCTOS DE ALTO VALOR NUTRICIONAL, DERIVADA DE UNA PERCEPCIÓN ERRÓNEA DEL CONSUMIDOR SOBRE UNA MENOR CALIDAD DE LOS PRODUCTOS. | INCREMENTAR LA VENTA DE LOS PRODUCTOS COMERCIALES DE LICONSA. | LECHE CON CALIDAD<br>ALTO VALOR NUTRICIONAL<br>BAJO PRECIO       |

|                        |           |
|------------------------|-----------|
| MEDIOS ELECTRÓNICOS    | 17,200.00 |
| MEDIOS IMPRESOS        | 1,200.00  |
| MEDIOS COMPLEMENTARIOS | 10,600.00 |

Lic. Ramón Sosamontes Herráramoro

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

|                                     |                  |
|-------------------------------------|------------------|
| ESTUDIOS                            | 1,000.00         |
| DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN | 0.00             |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>30,000.00</b> |

Lic. Ricardo Hernández Méndez

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad

# PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2015

Dependencia o Entidad:

LICONSA, S.A. DE C.V.

Fecha de elaboración:

22 de enero de 2015

miles de pesos /  
I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36201:

30,000.00

ACUMULADO EN CAMPAÑAS:

30,000.00

## Datos generales

Nombre de la campaña: "LICONSA LECHE DE CALIDAD"  
 Versión(es): A CLASES CON LICONSA, REGRESO A CLASES CON LICONSA PLUS  
 Tema específico y/o ventaja competitiva: LECHE CON CALIDAD  
 ALTO VALOR NUTRICIONAL  
 BAJO PRECIO  
 Meta a alcanzar: CINCO POR CIENTO DE CRECIMIENTO Y PRESENCIA DE MERCADO.  
 Objetivo de comunicación: POSICIONAR LA MARCA LICONSA UHT Y RESALTAR EL BENEFICIO NUTRICIONAL AL CONSUMIR EL PRODUCTO.  
 Coemisor: HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA  
 Población objetivo: 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS  
 NSE: C, D+

|  |          |
|--|----------|
| Televisoras  | 5,695.00 |
| Radiodifusoras                                       | 1,410.00 |
| Cine   | 0.00     |
| Diarios Editados en el D.F.                          | 0.00     |
| Diarios Editados en los Estados                      | 0.00     |
| Diarios Editados en el Extranjero                    | 0.00     |
| Revistas   | 0.00     |
| Medios Complementarios                               | 6,800.00 |
| Medios Digitales                                     | 595.00   |
| Pre-Estudios   | 0.00     |
| Post-Estudios  | 500.00   |
| Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y | 0.00     |

## Etapas

## Fechas

Vigencia de la campaña:

1

01 de agosto de 2015 al 01 de septiembre de 2015

Lic. Ramón Sosamontes Herreramoro

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Lic. Ricardo Hernández Méndez

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad





