

Naucalpan de Juárez, Estado de México, 20 de febrero de 2017.
UCS/MGDM/045/2017.

Lic. Eduardo Calderón cuevas
Jefe de la Oficina de la Secretaría y Comunicación Social
Secretaría de Desarrollo Social
PRESENTE.

De conformidad con el ACUERDO por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2016, remito a usted de forma impresa, el Programa de Comunicación Social para el Ejercicio Fiscal 2016, con sus respectivas modificaciones. No omito mencionar, que la información ya fue enviada a través del Sistema respectivo (SINC).

Asimismo, me permito anexar el impreso de los formatos de Modificación de la campaña Liconsa Nutrición por México, versión sano, variado y suficiente, en sus respectivas modificaciones, para lo procedente, y siguiendo sus instrucciones derivadas de correo electrónico del pasado 17 de febrero de 2017.

Solicito a usted, se realice el trámite respectivo ante la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, y estar en tiempo y forma cerrando dicho ejercicio fiscal.

Sin otro particular, reciba un cordial y afectuoso saludo.

Atentamente

Lic. María Gúdelia Delgado Meza
Encargada de la Unidad de Comunicación Social

C.c.p. Héctor Pablo Ramírez Puga Leyva.- Director General.- Liconsa S.A. de C.V.
Lázaro Moguel Noria.- Director General de Comunicación Social.- Secretaría de Desarrollo Social
Juan Carlos Serra Cruz.- Director de Difusión
MGDM/bml*

Ricardo Torres No.1, Fracc. Lomas de Sotelo, Naucalpan de Juárez, C.P. 53390, Estado de México,
Tel.: (55) 5237 9100 - www.liconsa.gob.mx

*Este Programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos al desarrollo social.

Dependencia o Entidad:
Naturaleza Jurídica:
Cabeza de sector:
Fecha de elaboración:

LICONSA, S.A. DE C.V.
Empresa
Secretaría de Desarrollo Social
16 de febrero de 2017

Misión:

Trabajar con responsabilidad social para mejorar la alimentación de las familias mexicanas con productos lácteos de la mejor calidad

Visión:

Ser la mejor empresa del sector lácteo, que por su competitividad, eficiencia y elevada vocación de servicio, contribuya al desarrollo de capital humano.

Objetivo Institucional:

Dar a conocer a la población en general, los avances, alcances y objetivos de la gestión actual, ya que Liconsa ha retomado su vocación social en los últimos años.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

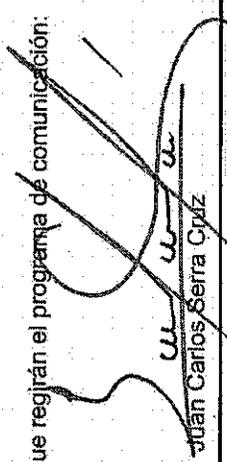
Fomentar el consumo de Leche Fortificada en niños menores de 12 años, brindando información acerca de los beneficios de la leche Liconsa. Lograr que la población objetivo conozca que la Leche Liconsa es parte de una alimentación sana, variada y suficiente.

Metas Nacionales del PND (elija con una "x"):

- 1.- MÉXICO EN PAZ
- 3.- MÉXICO CON EDUCACIÓN DE CALIDAD
- 5.- MÉXICO CON RESPONSABILIDAD GLOBAL

- 2.- MÉXICO INCLUYENTE
- 4.- MÉXICO PROSPERO

Meta (s) nacional (es) que regirán el programa de comunicación:
MÉXICO INCLUYENTE.


Juan Carlos Serra Cruz


Lic. María Gudelia Delgado Meza - Encargada

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

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

Estrategias Transversales del PND (elija con una "x"):

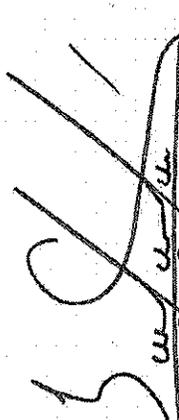
- 1.- Democratizar la Productividad
- 2.- Gobierno Cercano y Moderno
- 3.- Perspectiva de Género

Estrategia (s) transversal (es) que regirán el programa de comunicación:
Gobierno Cercano y Moderno.

Programa Sectorial y/o Especial	Objetivos Estratégicos y/o Transversales	Temas Específicos Derivados de los Objetivos Estratégicos y/o Transversales
1.- Plan Nacional de Desarrollo 2013 - 2018. Programa sectorial de desarrollo social 2013-2018.	Objetivo 2.1. Garantizar el ejercicio efectivo de los derechos sociales para toda la población. Estrategia 2.1.1. Asegurar una alimentación y nutrición adecuada de los mexicanos, en particular, para aquellos en extrema pobreza o con carencia alimentaria severa. Combatir la carencia alimentaria de la población, a través de políticas públicas. Facilitar el acceso a productos alimenticios básicos y complementarios a un precio adecuado. Objetivo 1. Fortalecer el cumplimiento efectivo de los derechos sociales que potencien las capacidades de las personas en situación de pobreza, a través de acciones que incidán positivamente en a alimentación, la salud y la educación	Programas de abasto social de leche.

MEDIOS ELECTRÓNICOS 4,210.32
 MEDIOS IMPRESOS 2,500.00
 MEDIOS COMPLEMENTARIOS 3,307.28

ESTUDIOS 255.20
 DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN 1,066.04
 TOTAL 11,338.84


 Juan Carlos Serra Cruz


 Lic. María Guadalupe Dergado Meza - Encargada

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

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2016

LICONSA, S.A. DE C.V.

16 de febrero de 2017

miles de pesos /
I.V.A. incluido

11338.84
11338.84

ACUMULADO EN CAMPAÑAS:

CAMPAÑA	UTILIZADA	REMANENTE
DIAOS GENERALES	X	X

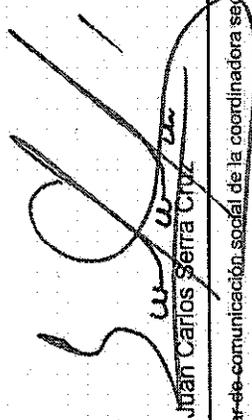
Televisoras	2,687.62
Radiodifusoras	1,522.70
Cine	0.00
Diarios Editados en el D.F.	2,500.00
Diarios Editados en los Estados	0.00
Diarios Editados en el Extranjero	0.00
Revistas	0.00
Medios Complementarios	3,307.28
Medios Digitales	0.00
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	255.20
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	1,066.04
Presupuesto asignado a la campaña	
Personaje que representa la campaña de la partida 36101	
100.00	

Nombre de la campaña: Liconsa, nutrición por México
Versión(es): sano, variado y suficiente
 Programa de abasto social de leche.

Tema específico: Fomentar el consumo de Leche Fortificada en niños menores de 12 años, brindando información acerca de los beneficios de la leche Liconsa. Lograr que la población objetivo conozca que la Leche Liconsa es parte de una alimentación sana, variada y suficiente.
Objetivo de comunicación: Servicios de Gobierno

Coemisor: HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL
 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44 AÑOS
 NSE: C+, C, D+, D, E

Vigencia de la campaña: Etapas: Estudios
 1 15 de junio de 2016 al 15 de agosto de 2016

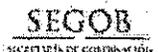

Juan Carlos Serra Cruz

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


Lic. María Gudelia Delgado Meza - Encargada

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

Modificación a Campaña de Comunicación Social 2016



Cabeza de Sector SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL

Naturaleza Jurídica: EMPRESA

Entidad o Dependencia LICONSA, S.A. DE CV

Fecha de elaboración 13 de enero de 2017

INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA

Nombre de la Campaña:
LICONSA NUTRICIÓN POR MÉXICO

Versión (es):
SANO, VARIADO Y SUFICIENTE

Clasificación de Campaña:
SERVICIOS DE GOBIERNO

Coautor (es):

Objetivo institucional: DAR A CONOCER A LA POBLACIÓN EN GENERAL, LOS AVANCES, ALCANCES Y OBJETIVO DE LA GESTIÓN ACTUAL, YA QUE LICONSA HA RETOMADO SU VOCACIÓN SOCIAL, EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.

Objetivo de comunicación: FOMENTAR EL CONSUMO DE LECHE FORTIFICADA EN NIÑOS MENORES DE 12 AÑOS, BRINDANDO INFORMACIÓN ACERCA DE LOS BENEFICIOS DE LA LECHE LICONSA. LOGRAR QUE LA POBLACIÓN OBJETIVO CONOZCA QUE LA LECHE LICONSA ES PARTE DE LA ALIMENTACIÓN SANA, VARIADA Y SUFICIENTE.

Meta a alcanzar: LOGRAR QUE EL 5 POR CIENTO DE LA POBLACIÓN OBJETIVO RECONOZCA LOS BENEFICIOS DE LA LECHE LICONSA.

Cobertura: ESTATAL, CHIAPAS, CHIHUAHUA, CIUDAD DE MEXICO, DURANGO, ESTADO DE MEXICO, GUERRERO, HIDALGO, JALISCO, NAYARIT, OAXACA, PUEBLA, SAN LUIS POTOSI, VERACRUZ, YUCATAN

Vigencia general de la campaña FECHA DE INICIO: 08/08/2018 FECHA DE TÉRMINO: 23/08/2018

Tipo:	Sexo:	Edad:	NSE:
Población Objetivo: URBANA Y RURAL	MUJERES Y HOMBRES	18 A 24 / 25 A 34 / 35 A 44 /	C / O / D / I / E

Señalar características específicas:

