

Naucalpan de Juárez, Estado de México, 20 de julio de 2016.

UCS/ABHM/187/2016

Lic. Julio César Guerrero Martín

Jefe de la Unidad de la oficina de la Secretaría y Comunicación Social

SEDESOL

PRESENTE

En cumplimiento a los que señala 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", solicito su apoyo para los trámites respectivos ante la Dirección General de Normatividad de Comunicación, de la SEGOB, para obtener la autorización y clave correspondiente de la campaña "Liconsa Nutrición por México" versión "sano, variado y suficiente", incluida en el Programa de Comunicación Social para el ejercicio fiscal 2016, de esta Entidad.

Hago propicia la ocasión para enviarles un cordial saludo.

ATENTAMENTE

TITULAR DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

LIC. A. BEGOÑA HERNÁNDEZ MANCILLA



C.c.p.-Héctor Pablo Ramírez Puga Leyva.- Director General.- LICONSA S.A. de C.V.
Richard R. Sánchez García.- Subdirector de Comunicación Social.
ABHM/bml



SEGOB

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Presentación de Campaña de Comunicación Social 2016

Cabeza de Sector SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL

Naturaleza Jurídica: EMPRESA

Entidad o Dependencia LICONSA, S.A. DE C.V.

Fecha de elaboración 13 de julio de 2015

INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA

Nombre de la Campaña:

LICONSA NUTRICIÓN POR MEXICO

Versión (es):

SANO, VARIADO Y SUFICIENTE

Clasificación de Campaña:

Coemisor (es):

Objetivo institucional:

DAR A CONOCER A LA POBLACION EN GENERAL, LOS AVANCES, ALCANCES Y OBJETIVOS DE LA GESTION ACTUAL, YA QUE LICONSA HA RETOMADO SU VOCACION SOCIAL EN LOS ULTIMOS AÑOS.

Objetivo de comunicación:

FOMENTAR EL CONSUMO DE LECHE FORTIFICADA EN NIÑOS MENORES DE 12 AÑOS, BRINDANDO INFORMACION ACERCA DE LOS BENEFICIOS DE LA LECHE LICONSA, LOGRAR QUE LA POBLACION OBJETIVO CONOZCA QUE LA LECHE LICONSA ES PARTE DE LA ALIMENTACION SANA, VARIADA Y SUFICIENTE.

Meta a alcanzar:

LOGRAR QUE EL 5 POR CIENTO DE LA POBLACION 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:

08/08/2016

FECHA DE TERMINO:

23/09/2016

Tipo

Sexo

Edad

NSE

Población Objetivo:

URBANA Y RURAL

MUJERES Y HOMBRES

19 A 24 / 25 A 34 / 35 A 44 /

C+ / C / D+ / D / E

Señalar características específicas :



SEGOB

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Presentación de Campaña de Comunicación Social 2016

Cabeza de Sector SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL

Entidad o Dependencia LICONSA, S.A. DE C.V.

Naturaleza Jurídica: EMPRESA

Fecha de elaboración 13 de julio de 2015

PLAN DE MEDIOS A UTILIZAR

Medios de difusión a utilizar	Tiempos oficiales / comerciales	Recursos a erogar (miles de pesos / I.V.A. incluido)	Vigencia por tipo de medio	Formato del mensaje
Televisoras	TIEMPOS COMERCIALES/	2,687.62	DEL 8 DE AGOSTO DE 2016 AL 23 DE SEPTIEMBRE DE 2016	SPOT(20",)
Radiodifusoras	TIEMPOS COMERCIALES/	1,529.91	DEL 8 DE AGOSTO DE 2016 AL 23 DE SEPTIEMBRE DE 2016	SPOT(20",)
Diarios Editados en el D. F.		2,500.00	DEL 8 DE AGOSTO DE 2016 AL 23 DE SEPTIEMBRE DE 2016	PLANA, ROBAPLANA, A COLOR BLANCO Y NEGRO
Diarios Editados en los Estados				
Revistas				
Medios Complementarios		3,307.28	DEL 8 DE AGOSTO DE 2016 AL 23 DE SEPTIEMBRE DE 2016	ESPECTACULARES, OTRO TIPO DE MEDIO,
- Cine				Tipo de medio especificado: PARABUSES, VALLAS.
Medios Impresos y Electronicos Internacionales				
Medios Digitales				
Estudios (pre-campaña, post-campaña)		300.00	DEL 8 DE AGOSTO DE 2016 AL 23 DE SEPTIEMBRE DE 2016	ESTUDIOS (POST-CAMPAÑA)
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado		1,066.04	DEL 8 DE AGOSTO DE 2016 AL 23 DE SEPTIEMBRE DE 2016	DISEÑO Y SERVICIOS PUBLICITARIOS, PRODUCCIÓN,
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		11,390.85		

Presentación de Campaña de Comunicación Social 2016



SEGOB

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Cabeza de Sector

SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL

Entidad o Dependencia

LICONSA, S.A. DE C.V.

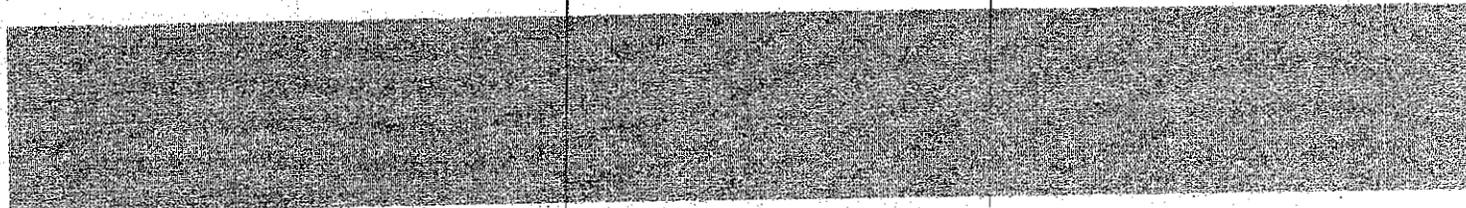
Naturaleza Jurídica:

EMPRESA

Fecha de elaboración

13 de Julio de 2015

Actividades Complementarias:



Razones para la Utilización de estos Medios:

SON LOS MEDIOS INDICADOS PARA ACERCARNOS Y FORTALECER LA RELACION CON LA POBLACION OBJETIVO DETERMINADA EN NUESTRA CAMPANA. LA DESIGNACION DE LOS MISMOS SE REALIZO MEDIANTE CRITERIOS DE TRANSPARENCIA E IMPARCIALIDAD.

AUTORIZACIONES

Autorización de la Coordinadora Sectorial

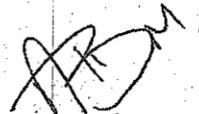
LIC. JULIO CESAR GUERRERO MARTÍN


Nombre y Firma

ARCELIA REBOLLAR MARTÍNEZ

De conformidad con el inciso C) del artículo 4° del Acuerdo por el que se delegan en los servidores públicos de la Secretaría de Desarrollo Social las facultades que se indican, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de marzo de 2016.

Autorización del Titular del Área de Comunicación Social


LIC. BEGOÑA HERNÁNDEZ MANCILLA

Nombre y Firma

ANEXO SERVICIOS PUBLICITARIOS Y ESTUDIOS

Campaña: LICONSA NUTRICION POR MÉXICO
 Versión (es): SANO, VARIADO Y SUFICIENTE

Dependencia / entidad: LICONSA, S.A. DE C.V.
 Fecha de elaboración: 13-jul-15

Tipo de Medio	Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)	%
DISEÑO Y SERVICIOS PUBLICITARIOS	486.04	35.58%
ESTUDIOS (PRE-CAMPAÑA, POST-CAMPAÑA)	300.00	21.96%
PRODUCCIÓN	580.00	42.46%
POSTPRODUCCIÓN	-	0.00%
PREPRODUCCIÓN	-	0.00%
COPIADO	-	0.00%

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Costo del Servicio (en pesos / I.V.A. incluido)	SERVICIO CONTRATADO
1	PROD	RUFFO FILMS	RUFFO FILMS S DE RL DE CV	RFF1504226K9	580,000.00	PRODUCCIÓN
2	EST	PROVEEDOR POR DEFINIR	PROVEEDOR POR DEFINIR		300,000.00	ESTUDIOS POST-CAMPAÑA
3	DIS	BEKER	BEKER S.O S.A.P.I. DE C.V.	BEK111118N83	486,040.00	DISEÑO Y SERVICIOS PUBLICITARIOS
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						

SEGOB

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE NORMATIVIDAD DE MEDIOS DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN

Liconsa, S.A. DE C.V. RECIBIDO

29 JUL 2016

Oficio No. SNM/DGNC/ 1531 /16

Ciudad de México, a 29 de julio de 2016

UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ASUNTO: Se autoriza la difusión de la campaña Liconsa Nutrición por México, versión Sano, Variado y Suficiente, de Liconsa, S.A de C.V.

LIC. JULIO CÉSAR GUERRERO MARTÍN JEFE DE LA UNIDAD DE LA OFICINA DE LA SECRETARÍA Y COMUNICACIÓN SOCIAL SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL

LIC. A. BÉGOÑA HERNÁNDEZ MANCILLA TITULAR DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL LICONSA, S.A. DE C.V.

Esta Dirección General, en el ámbito de su competencia, autoriza la difusión de la campaña LICONSA NUTRICIÓN POR MÉXICO, versión Sano, Variado y Suficiente, de Liconsa, S.A de C.V., de conformidad con su solicitud sometida mediante oficio UOSCS.DG.110/375/16 de fecha 27 de julio de 2016.

La presente autorización se extiende con fundamento en los artículos 32 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación y 20 del 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, publicado el 30 de diciembre de 2015 (en lo sucesivo el Acuerdo).

Lo anterior, de conformidad con las siguientes especificaciones:

Table with 4 columns: TIPO DE MEDIO, NOMBRE COMERCIAL, COBERTURA, VIGENCIA 2016. Rows include television and radio commercial spots with specific media names and coverage areas.

SEGOB

SECRETARÍA DE
GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE
NORMATIVIDAD DE MEDIOS
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE
COMUNICACIÓN

Oficio No. SNM/DGNC/ 1531 /16

MEDIOS DE DIFUSIÓN SELECCIONADOS				
TIPO DE MEDIO		NOMBRE COMERCIAL	COBERTURA	VIGENCIA 2016
Diarios certificados		Excélsior	Ciudad de México	8 de agosto al 23 de septiembre
		El Universal		
		Milenio		
		Reforma		
Medios complementarios	Pantalla	CPM Medios	Chiapas, Chihuahua, Durango, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Nayarit, Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí, Veracruz, Yucatán y Ciudad de Mexico	
	Vallas	CMI		
	Parabuses	IMU		
	Espectaculares	OPEP		
PRODUCCIÓN			Ruffo Films, S. de R.I. de C.V.	
DISEÑO			Beker 5.0, S.A.P.I. de C.V.	
ESTUDIOS-POST TEST			Proveedor por definir	
CLAVE ASIGNADA			144/16-2001-TC22-20143	

La campaña está incluida en el Programa Anual de Comunicación Social 2016 de Liconsa, S.A. de C.V. autorizado por esta Dirección General mediante oficio SNM/DGNC/0720/16 del 14 de febrero de 2016.

La realización del estudio deberá apegarse a los **Criterios Metodológicos para la evaluación de campañas de comunicación** y remitir los resultados a esta Dirección General en los formatos correspondientes, de conformidad con lo dispuesto en el **artículo 41 y demás relativos y aplicables del Acuerdo**.

De conformidad con el artículo 27 del Acuerdo, se precisa que *en caso de existir un cambio en los plazos autorizados para la difusión de la campaña, deberá solicitarse la modificación de vigencia por escrito dentro de la vigencia autorizada. Cualquier modificación al plan de medios deberá contar con autorización previa de la DGNC, de acuerdo al procedimiento establecido para la solicitud de autorización de campañas.*

SEGOB

SECRETARÍA DE
GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE
NORMATIVIDAD DE MEDIOS
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE
COMUNICACIÓN

Oficio No. SNM/DGNC/ 1531 /16

Asimismo, se subraya que **si durante la difusión de la campaña es necesario incluir nuevos medios en el plan**, la dependencia o entidad **deberá solicitar la inclusión de medios, previo a la difusión de los mismos.**

Se reitera que conforme al artículo 29 del Acuerdo: **Por ningún motivo las dependencias y entidades podrán difundir las campañas sin apearse al plan de medios autorizado, o en su caso, a la modificación correspondiente debidamente autorizada por la DGNC.**

Las erogaciones de los recursos deberán sujetarse con base a los criterios de austeridad y racionalidad del gasto contenidas en la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2016, y las contrataciones respectivas; así como a lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, su Reglamento, y demás disposiciones de aplicación supletoria. Las contrataciones se llevarán a cabo bajo la estricta responsabilidad de la dependencia o entidad contratante.

Finalmente respecto a los prestadores de los servicios de **estudios post-test**, por encontrarse en proceso de ser contratado conforme a la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su Reglamento, le informo que **una vez que se conozca el nombre del prestador del estudio, se deberá remitir a esta Dirección General con las especificaciones correspondientes.**

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE

NORMA ANGÉLICA MORALES LEDESMA
DIRECTORA GENERAL

Firma en ausencia de la Directora General, el Director de Evaluación de Campañas Gubernamentales, Jonathan Zenteno Martínez, con fundamento en los artículos 8, 10 fracción I y II y el 132 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación.

C.c.p. - Lic. Andrés Chao Ebergenyi, Subsecretario de Normatividad de Medios, SEGOB.- Presente.
Archivo de DGNC, SEGOB.

JZM/LLGT/EPGR