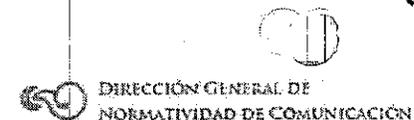




ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2017



Dependencia o Entidad:	LICONSA, S.A. DE C.V.
Naturaleza Jurídica:	Empresa
Cabeza de sector:	Secretaría de Desarrollo Social
Fecha de elaboración:	22 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 contribuye al desarrollo del capital humano.

Objetivo Institucional:

Contribuir al cumplimiento efectivo del derecho social a la alimentación, facilitando el acceso de las personas cuyo ingreso está por debajo de la línea de bienestar, al consumo de leche fortificada de calidad.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

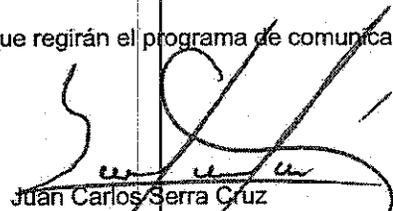
Diffundir entre los mexicanos y mexicanas que Liconsa facilita el acceso de producto lácteo de excelente calidad y bajo precio a las familias con menor índice de desarrollo humano del país.

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

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1.- MÉXICO EN PAZ | <input checked="" type="checkbox"/> 2.- MÉXICO INCLUYENTE |
| <input type="checkbox"/> 3.- MÉXICO CON EDUCACIÓN DE CALIDAD | <input type="checkbox"/> 4.- MÉXICO PROSPERO |
| <input type="checkbox"/> 5.- MÉXICO CON RESPONSABILIDAD GLOBAL | |

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

MÉXICO INCLUYENTE,


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

Estrategias Transversales del PND (elijá con una "X"):

- 1.- Democratizar la Productividad
- 3.- Perspectiva de Género

2.- Gobierno Cercano y Moderno

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, Indicadores 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 incidan positivamente en la alimentación, la salud y la educación.	Programa de Abasto Social de Leche.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

3,556.00

MEDIOS IMPRESOS

629.00

MEDIOS COMPLEMENTARIOS

2,600.00

ESTUDIOS

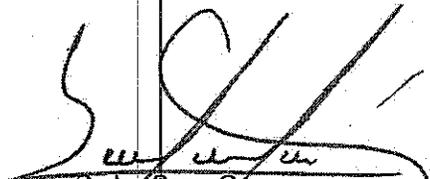
300.00

DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN

1,100.00

TOTAL

8,185.00



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

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2017

Dependencia o Entidad:

LICONSA, S.A. DE C.V.

Fecha de elaboración:

22 de febrero de 2017

miles de pesos /
I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36101:

8185.00

ACUMULADO EN CAMPANAS:

8185.00

CAMPANA 1

Datos generales

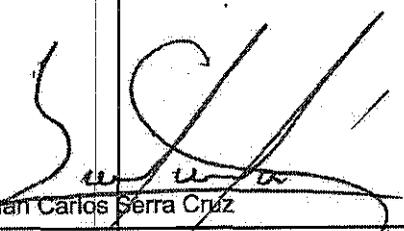
Nombre de la campaña: Liconsa alimenta a México
 Versión(es): De a peso el litro
 Tema específico: Programa de Abasto Social de Leche.
 Objetivo de comunicación: Informar a la población objetivo, que Liconsa apoya con leche de calidad a bajo precio a las familias con carencia alimentaria del país.
 Clasificación de campaña: Servicios de Gobierno
 Coemisor:

Población objetivo: HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL
 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS
 NSE: D+, D, E

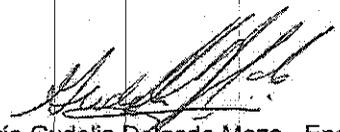
Vigencia de la campaña

Etapas	Fechas
1	12 de junio de 2017 al 13 de octubre de 2017

Televisoras	2,000.00
Radiodifusoras	1,556.00
Cine	0.00
Diarios Editados en el D.F.	0.00
Diarios Editados en los Estados	629.00
Diarios Editados en el Extranjero	0.00
Revistas	0.00
Medios Complementarios	2,600.00
Medios Digitales	0.00
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	300.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	1,100.00
Presupuesto asignado a la campaña	8,185.00
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101	100.00%


 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

SEGOB

SECRETARÍA DE
GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE
NORMATIVIDAD DE MEDIOS
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD
DE COMUNICACIÓN

*"Año del Centenario de la Promulgación de la Constitución Política de
los Estados Unidos Mexicanos"*

Oficio No. SNM/DGNC/ 0534 /17

Ciudad de México, a 07 de marzo de 2017

Autorización de la Estrategia y el Programa
ASUNTO: Anual de Comunicación Social 2017 de Liconsa,
S.A. de C.V.

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

7 MAR 2017

LIC. LÁZARO MOGUEL LONA
COORDINADOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL

LIC. MARÍA GUDELIA DELGADO MEZA
ENCARGADA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
LICONSA, S.A. DE C.V.

UNIDAD DE
COMUNICACION SOCIAL

Me refiero a su oficio UOSCS.DG.110/093/17 de fecha 28 de febrero de 2017, recibido el 01 de marzo del año en curso de la Secretaría de Desarrollo Social, mediante el cual remite la solventación de observaciones a la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social de Liconsa, S.A. de C.V., correspondiente al Ejercicio Fiscal 2017.

Sobre el particular y con fundamento en el artículo 27, fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 32 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; 17 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2017, así como por lo dispuesto en 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 2017, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 2016 (en lo sucesivo el "Acuerdo"), **esta Dirección General autoriza, en el ámbito de su competencia, la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social 2017 de Liconsa, S.A. de C.V.**

Los recursos presupuestarios deberán estar previamente autorizados y asignados a la **partida de gasto 36101** del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal. Las erogaciones de dichos recursos deberán sujetarse a las disposiciones 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 2017. El ejercicio de los recursos presupuestarios se llevará a cabo bajo la estricta responsabilidad de la dependencia o entidad contratante.

Además, deberán atender lo dispuesto por el artículo 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) en lo que se refiere a la suspensión de la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial.

SEGOB

SECRETARÍA DE
GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE
NORMATIVIDAD DE MEDIOS
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD
DE COMUNICACIÓN

*"Año del Centenario de la Promulgación de la Constitución Política de
los Estados Unidos Mexicanos"*

Oficio No. SNM/DGNC/ 0534 /17

Aunado a lo anterior, se deberá verificar que los contenidos de sus campañas sean acordes a lo dispuesto en el párrafo octavo del artículo 134 de la CPEUM a efecto de que no se incluyan nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

Igualmente, deberán observar lo dispuesto en el **artículo 89, fracción VII de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión**, en el que se establece que los entes públicos federales destinarán "el uno por ciento del monto para servicios de comunicación social y publicidad autorizado en sus respectivos presupuestos al conjunto de concesiones de uso social comunitarias e indígenas del país, el cual se distribuirá de forma equitativa entre las concesiones existentes".

En relación al artículo 63 del Acuerdo, las Dependencias y Entidades deberán elaborar sus Programas anuales y campañas **bajo una Perspectiva de Género, incluyente y plural que fomente la participación ciudadana**, así como **procurar la capacitación del personal de sus áreas de comunicación social**, con la finalidad de que generen contenidos que contribuyan a promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad en el marco del Programa Nacional por la Igualdad y la No Discriminación (PRONAIND).

En ese sentido, las campañas que integran el Programa deberán incluir contenidos que promuevan la igualdad entre mujeres y hombres, así como erradicar roles y estereotipos que fomenten cualquier forma de discriminación, violencia de género o familiar, además de que en el alcance de sus facultades y objetivos comunicacionales, promuevan mensajes y campañas que enaltezcan los valores y el reconocimiento a la cultura de los pueblos indígenas, así como la difusión de los derechos de las mujeres indígenas.

Adicionalmente, deberán hacer uso de la Lengua de Señas Mexicanas por medio de un intérprete, subtítulos o en su caso, tecnologías que permitan el acceso a los contenidos de sus mensajes a las personas con discapacidad auditiva cuando se trate de campañas en televisión.

Asimismo, utilizarán los medios seleccionados conforme a criterios objetivos, debiendo tomar en consideración las características, tarifas, destinatarios, cobertura y especialidades que cada uno presenta. La distribución en el plan de medios debe basarse en los criterios señalados en el artículo 3° fracción III del Acuerdo y deberán verificar que los recursos se administren con eficiencia, legalidad, eficacia, economía, transparencia, honestidad e imparcialidad.

La aplicación de estudios de pertinencia y efectividad de campañas debe realizarse en términos del artículo 42 y demás disposiciones en la materia, así como atender a los Criterios Metodológicos de Evaluación de Campañas.



SEGOB

SECRETARÍA DE
GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE
NORMATIVIDAD DE MEDIOS
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD
DE COMUNICACIÓN

*"Año del Centenario de la Promulgación de la Constitución Política de
los Estados Unidos Mexicanos"*

Oficio No. SNM/DGNC/ 0534 /17

La difusión de las campañas deberán someterse a la autorización de esta Dirección General, de acuerdo a las vigencias programadas, observando el procedimiento y los plazos señalados en los artículos 17, 18, 19, 20 y demás relativos y aplicables del *Acuerdo*, siempre y cuando, las campañas cuya difusión están programadas en el periodo de suspensión de propaganda gubernamental relativo a los comicios 2017, cuenten con la resolución de excepción emitida por el Instituto Nacional Electoral, de lo contrario se tendrá que realizar la modificación de programa.

Finalmente le informo que en caso de solicitar la cancelación de la *Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social 2017* o decremento en su techo presupuestario, se deberá atender lo señalado en los artículos 14 y 16 del *Acuerdo*, respectivamente, que establecen que esta Dirección General sólo autorizará dichas solicitudes, siempre y cuando estén acompañadas de una justificación amplia y detallada con las razones que la motivan, así como del dictamen del área administrativa que señale el estatus de los recursos asignados en la partida correspondiente.

Sin otro particular, le envío un cordial saludo.

ATENTAMENTE

**NORMA ANGÉLICA MORALES LEDESMA
DIRECTORA GENERAL**

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

JZML/LGT/AMM
79