



ESTRATEGIA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2018

Dependencia o Entidad:	LICONSA, S.A. DE C.V.
Naturaleza Jurídica:	Empresa
Cabeza de sector:	Secretaría de Desarrollo Social
Fecha de elaboración:	21 de febrero de 2018

Misión:

Somos la empresa social que trabaja con responsabilidad social para mejorar la alimentación y la nutrición de los mexicanos en pobreza, en especial con quienes presentan carencia alimentaria, con productos lácteos de la mejor calidad.

Visión:

Ser la empresa social del Gobierno de la República que contribuye al desarrollo del capital humano en la población que se ubica por debajo de la línea de bienestar.

Objetivo Institucional:

Contribuir al cumplimiento efectivo del derecho social a la alimentación y abatimiento de la desnutrición para el óptimo desarrollo humano de las personas que se encuentran por debajo de la línea de bienestar, mediante la dotación de leche con alto valor nutricional.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Dar a conocer los beneficios de la leche Liconsa, línea Fría para promover su consumo.

Entorno del mercado	Metas generales	Tarjetas específicas de promoción y publicidad / o ventajas competitivas
Derivado de un desconocimiento respecto a la calidad de los productos comerciales de Liconsa, se pretende implementar nuevas estrategias de comercialización para que la población objetivo conozca las ventajas de la línea Fría sobre la competencia.	Incrementar la demanda de productos comerciales de Liconsa en un 3%	Leche con calidad, Leche nutritiva, Precio bajo, Ahorro familiar.

MEDIOS ELECTRÓNICOS	1.18
MEDIOS IMPRESOS	0.00
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	10.53

Juan Carlos Sierra Cruz

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

ESTUDIOS	0.00
DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	0.00
TOTAL	11.71

Lic. María Guadalupe Delgado Meza

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

PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2018

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

Fecha de elaboración: 21 de febrero de 2018

miles de pesos /
I.V.A. incluido

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

11.71

ACUMULADO EN CAMPAÑAS:

11.71

CAMPAÑA

Datos generales

Nombre de la campaña: Liconsa Nutre a México

Versión(es): Leche Frisla

Tema específico y/o ventaja competitiva: Leche con calidad, Leche nutritiva, Precio bajo, Ahorro familiar.

Meta a alcanzar: Posicionar en un 3 por ciento a la leche frisla, resaltando su beneficio nutricional así como el ahorro que genera su consumo

Objetivo de comunicación: Resaltar los valores nutricionales de la leche Liconsa, línea Frisla al precio más bajo del mercado.

Coemisor:

HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN URBANA Y RURAL

19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS

NSE: C, D+, D, E

Población objetivo:

Vigencia de la campaña:

1 15 de agosto de 2018 al 15 de septiembre de 2018

Televisoras	0.00
Radiodifusoras	1.18
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	10.53
Medios Digitales	0.00
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	0.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	0.00
Presupuesto asignados a campaña	11.71
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201	100.00%


Juan Carlos Serra Cruz

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


Lic. María Guadalupe Delgado Meza

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

SEGOB

SECRETARÍA DE
GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE
NORMATIVIDAD DE MEDIOS
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE
COMUNICACIÓN

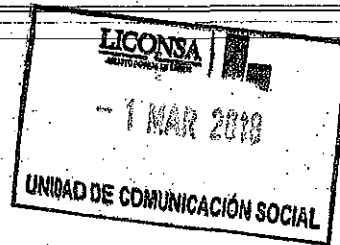
Oficio No: SNMIDGNE/ 0445 M8

Ciudad de México, a 1 de marzo de 2018

Autorización de la Estrategia y el Programa
ASUNTO: Anual de Promoción y Publicidad 2018 de
LICONSA.

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

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



Me refiero a sus oficios UOCS/DG.110/087/2018 del 22 de febrero de 2018, recibido el 23 de febrero del año en curso, emitido por la Secretaría de Desarrollo Social, y al oficio UCS/MGDM/102/2018 del 21 de febrero de 2018, emitido por Liconsa, S.A. de C.V., mediante los cuales se remite la solventación a la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad de LICONSA, S.A. de C.V. (LICONSA), correspondiente al Ejercicio Fiscal 2018.

Sobre el particular y con fundamento en lo dispuesto por el artículo 27, fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 32 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; 15 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2018, así como por 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 2018, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 2017 (en lo sucesivo el "Acuerdo"), esta Dirección General autoriza, en el ámbito de su competencia, la Estrategia y el Programa Anual de Promoción y Publicidad de LICONSA, S.A. de C.V. correspondiente al Ejercicio Fiscal 2018.

Los recursos presupuestarios deberán estar previamente autorizados y asignados a la partida de gasto 36201 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 2018. El ejercicio de los recursos presupuestarios se llevará a cabo bajo la estricta responsabilidad de la dependencia o entidad contratante.

Asimismo, 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

Oficio No. SNM/DONC/ 0445 /18

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 CFEUM a efecto de que no se incluyan nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

Las dependencias y entidades 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.

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).

Las campañas que integran el Programa deberán incluir contenidos que promuevan la igualdad entre mujeres y hombres, así como erradicar roles y estereotipos que fomentan cualquier forma de discriminación, violencia de género o familiar. Asimismo, en el alcance de sus facultades y objetivos comunicacionales, las dependencias y entidades promoverán 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.

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 período de suspensión de propaganda gubernamental relativo a los comicios 2018, cuenten con la resolución de excepción emitida por el Instituto Nacional Electoral, de lo contrario se tendrá que realizar la modificación de programa.

2

SEGOB
SECRETARÍA DE
GOBIERNO INTERIOR Y
SEGURIDAD PÚBLICA




SUBSECRETARÍA DE
NORMATIVIDAD DE MEDIOS,
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE
COMUNICACIÓN

Oficio No. SNM/DGCM/ 0445 MG

En respuesta de informe que en caso de solicitar la cancelación de la convocatoria y el Programa Anual de Promoción y Publicidad o desistimiento en su legajo presuponiente, se deberá atender lo señalado en los artículos 14 y 16 del Acuerdo, respectivamente, que establece que esta Dirección General solo autorizará otras 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 señala el estatus de los recursos asignados en la partida de responsabilidad.

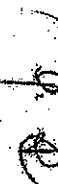
Sin otro particular, le envío un cordial saludo.

ATENTAMENTE


NORMA ANGÉLICA MORALES LEDESMA
DIRECTORA GENERAL

C. o. p. Lto. Arantes Chao Esquivel, Subsecretario de Normatividad de Medios, SEGOB. Presente.
Archivo de DGNO, SEGOB.

SZM/LGTV/EPGR



Recepción No. 32, Col. Juárez, Tel: Cuahuatlanco, México DF C.P. 06600.
Teléfono (55) 5205 8000 www.gob.mx/gobcom-ycm