



ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL 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:

04 de junio de 2018

Misión:

Somos la Empresa Social que trabaja con responsabilidad social para mejorar la alimentación y 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:

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

Metas Nacionales del PND (elijá 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

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

Lic. Fernando Miguel Carrasco Querol

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

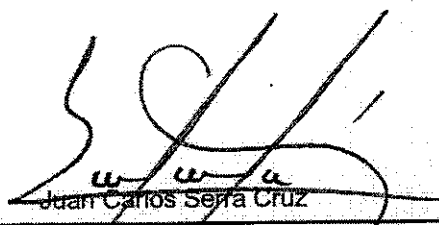
2.- Gobierno Cercano y Moderno

Estrategia (s) transversal (es) que registrán el programa de comunicación:

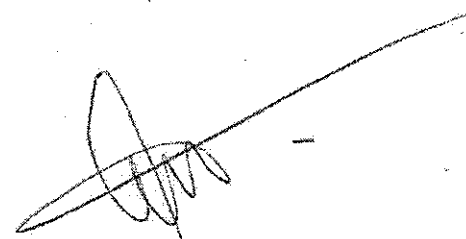
Gobierno Cercano y Moderno,

Programa Sectorial y/o Especial	Objetivos Estratégicos y/o Transversales	Temas Específicos Derivados de los Objetivos Estratégicos y Transversales
1.- Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Programa Sectorial de Desarrollo Social 2013-2018. Programa Institucional de Liconsa 2013-2018.	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.	Programa de Abasto Social de Leche

MEDIOS ELECTRÓNICOS	<u>3,938.56</u>	ESTUDIOS	<u>375.89</u>
MEDIOS IMPRESOS	<u>0.00</u>	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	<u>713.40</u>
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	<u>4,035.09</u>	TOTAL	<u>9,062.94</u>


 Juan Carlos Serra Cruz

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



Líc. Fernando Miguel Carrasco Querol

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

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2018

Dependencia o Entidad:

LICONSA, S.A. DE C.V.

Fecha de elaboración:

04 de junio de 2018

miles de pesos /

I.V.A. incluido

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

9062.94

ACUMULADO EN CAMPANAS:

9062.94

CAMPANA 1

Datos generales

Nombre de la campaña: HACIENDO MEXICANOS MAS FUERTES
 Versión(es): SEGUIMOS DE A PESO
 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:

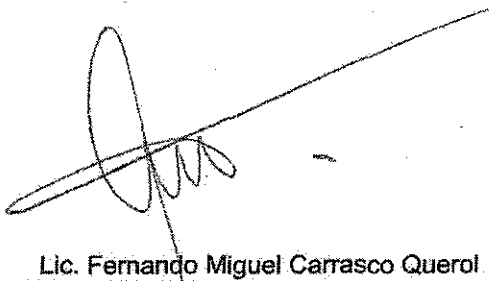
1

15 de julio de 2018 al 15 de agosto de 2018

Televisoras	942.49
Radiodifusoras	2,996.07
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	4,035.09
Medios Digitales	0.00
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	375.89
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	713.40
Presupuesto asignado a la campaña	9,062.94
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. Fernando Miguel Carrasco Querol

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