

Dependencia o Entidad: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
Naturaleza Jurídica: Dependencia
Cabeza de sector: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
Fecha de elaboración: 17 de marzo de 2017

Misión:

Incorporar en los diferentes ámbitos de la sociedad y de la función pública, criterios e instrumentos que aseguren la óptima protección, conservación y aprovechamiento de los recursos naturales del país, conformando así una política ambiental integral e incluyente que permita alcanzar el desarrollo sustentable.

Visión:

Un país en el que la ciudadanía abrigue una auténtica preocupación por proteger y conservar el medio ambiente y utilizar sustentablemente los recursos materiales conciliando el desarrollo económico, la convivencia armónica con la naturaleza y la diversidad cultural.

Objetivo Institucional:

Fortalecer la política nacional de protección al medio ambiente y el combate al cambio climático.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Involucrar a todos los sectores de la población en los esfuerzos de protección al patrimonio natural del país.

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

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

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

MÉXICO PROSPERO,

Lic. José Ángel Eseverri Gutiérrez

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

Lic. José Ángel Eseverri Gutiérrez

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:

Democratizar la Productividad,

| | Programa Sectorial y/o Especial | Objetivos Estratégicos y/o Transversales | Temas Específicos Derivadores de los Objetivos Estratégicos y/o Transversales |
|-----|--|---|---|
| 1.- | Programa Sectorial de Recursos Naturales 2013-2018 | Objetivo 5. Detener y revertir la pérdida de capital natural y la contaminación del agua, aire y suelo. | Protección a la salud y los ecosistemas. |
| 2.- | Programa Sectorial de Recursos Naturales 2013-2018 | Estrategia 4.4.4. Proteger el patrimonio natural. | Protección y conservación de la biodiversidad |

| | | | |
|------------------------|-------------------|-------------------------------------|-------------------|
| MEDIOS ELECTRÓNICOS | <u>221.116,70</u> | ESTUDIOS | <u>195,00</u> |
| MEDIOS IMPRESOS | <u>27.865,97</u> | DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN | <u>6.585,99</u> |
| MEDIOS COMPLEMENTARIOS | <u>43.988,25</u> | TOTAL | <u>299.751,91</u> |

Lic. José Ángel Eseverri Gutiérrez

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

Lic. José Ángel Eseverri Gutiérrez

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

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2016

Dependencia o Entidad:

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

Fecha de elaboración:

17 de marzo de 2017

miles de pesos /

I.V.A. incluido

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

299751.91

ACUMULADO EN CAMPANAS:

299751.91

CAMPAÑA 1

| Datos generales | Medios a utilizar | | | | Recursos programados por tipo medio |
|---------------------------|---|--|---------------------|-------|-------------------------------------|
| | Tiempos oficiales | | Tiempos comerciales | | |
| | TV | Radio | TV | Radio | |
| Nombre de la campaña: | Contaminación Ambiental | | | | 0,00 |
| Versión(es): | Afectaciones a la salud humana, Nueva norma ambiental | | | | 0,00 |
| Tema específico: | Protección a la salud y los ecosistemas. | | | | 0,00 |
| Objetivo de comunicación: | Concientizar a la población de las afectaciones a la salud humana y los ecosistemas debido a la contaminación atmosférica y los impactos ambientales. | | | | 0,00 |
| Clasificación de campaña: | Cultura ciudadana y valores | | | | 0,00 |
| Coemisor: | | | | | 0,00 |
| Población objetivo: | HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA <hr/> 13 A 18, 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS <hr/> NSE: AB, C+, C, D+ | | | | 0,00 |
| Vigencia de la campaña: | | | | | 0,00 |
| | Etapas | Fechas | | | |
| | 1 | 16 de mayo de 2016 al 28 de agosto de 2016 | | | 195,00 |
| | 2 | 16 de mayo de 2016 al 28 de agosto de 2016 | | | 0,00 |
| | Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y | | | | 1.585,99 |
| | Presupuesto asignado a la campaña: | | | | 1.780,99 |
| | Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101: | | | | 0,59% |

Lic. José Ángel Eseverri Gutiérrez

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

Lic. José Ángel Eseverri Gutiérrez

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

CAMPAÑA 2

| Datos generales | |
|---------------------------|--|
| Nombre de la campaña: | PROTECCIÓN A LA BIODIVERSIDAD |
| Versión(es): | Biodiversidad COP 13 |
| Tema específico: | Protección y conservación de la biodiversidad |
| Objetivo de comunicación: | INVOLUCRAR A TODOS LOS SECTORES DE LA POBLACIÓN EN LOS ESFUERZOS DE PROTECCIÓN AL PATRIMONIO NATURAL DEL PAÍS |
| Clasificación de campaña: | Cultura ciudadana y valores |
| Coemisor: | |
| Población objetivo: | HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL 13 A 18, 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS NSE: AB, C+, C, D+, E |

| Vigencia de la campaña: | |
|-------------------------|--|
| Etapas | Fechas |
| 1 | 01 de diciembre de 2016 al 18 de diciembre de 2016 |

| Medios a utilizar | | Recursos programados por tipo medio |
|---|---------------------|-------------------------------------|
| Tiempos oficiales | Tiempos comerciales | |
| TV | | |
| Radio | | Radio X |
| Televisoras | | 168.935,45 |
| Radiodifusoras | | 28.138,81 |
| Cine | | 1.999,98 |
| Diarios Editados en el D.F. | | 21.657,87 |
| Diarios Editados en los Estados | | 5.683,42 |
| Diarios Editados en el Extranjero | | 0,00 |
| Revistas | | 524,68 |
| Medios Complementarios | | 43.988,25 |
| Medios Digitales | | 22.042,46 |
| Pre-Estudios | | 0,00 |
| Post-Estudios | | 0,00 |
| Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y | | 5.000,00 |
| Presupuesto asignado a la campaña: | | 297.970,92 |
| Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101: | | 99,41 % |

Lic. José Ángel Eseverri Gutiérrez

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

Lic. José Ángel Eseverri Gutiérrez

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