

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: 25 de julio de 2018

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 naturales 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:

Que la sociedad mexicana cuente con los mensajes oportunos sobre las acciones de protección ambiental que detonen su participación social

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. Víctor Manuel Espíndola Villegas

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

Lic. Víctor Manuel Espíndola Villegas

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:

Gobierno Cercano y Moderno,

Programa Sectorial y/o Especial	Objetivos Estratégicos y/o Transversales	Temas Específicos Derivadores de los Objetivos Estratégicos y/o Transversales
1.- Programa Sectorial de Medio Ambiente y Recursos Naturales 2013-2018.	Objetivo 6. Estrategia 6.5 Contribuir a la formación de una sociedad corresponsable y participativa con educación y cultura de sustentabilidad ambiental. Línea de acción 6.5.5. Generar estrategias y acciones de comunicación educativa a nivel nacional para públicos específicos buscando fortalecer una cultura ambiental para la sustentabilidad	Detener y revertir la pérdida de capital natural y la contaminación del agua, aire y suelo.
2.- Programa Sectorial de Medio Ambiente y Recursos Naturales 2013-2018.	Objetivo 6. Estrategia 6.1 Promover la participación ciudadana en la política ambiental e incorporar en ésta el respeto al derecho humano al medio ambiente sano Línea de acción 6.1.3 Fortalecer y desarrollar capacidades de la ciudadanía en derechos humanos ambientales y transversales, mediante actividades de difusión, educación y formación	Reconocer los beneficios a la sociedad mexicana por parte de los proyectos de alta calidad en materia ambiental

MEDIOS ELECTRÓNICOS	<u>270.929,13</u>	ESTUDIOS	<u>500,00</u>
MEDIOS IMPRESOS	<u>55.920,00</u>	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	<u>10.690,87</u>
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	<u>62.860,00</u>	TOTAL	<u>400.900,00</u>

Lic. Víctor Manuel Espíndola Villegas

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

Lic. Víctor Manuel Espíndola Villegas

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: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
 Fecha de elaboración: 25 de julio de 2018

miles de pesos /
I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36101: 400900.00
 ACUMULADO EN CAMPANAS: 400900.00

CAMPAÑA 1		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio	
Datos generales		Tiempos oficiales	Tiempos comerciales		
		TV	TV		
		Radio	Radio		
		X			
Nombre de la campaña:	PREMIO AL MÉRITO ECOLÓGICO 2018			Televisoras	0,00
Versión(es):	ACCIONES PARA LA SUSTENTABILIDAD			Radiodifusoras	0,00
	Reconocer los beneficios a la sociedad mexicana por parte de los proyectos de alta calidad en materia ambiental			Cine	0,00
Tema específico:	QUE LOS POSIBLES CANDIDATOS ESTÉN EN CONOCIMIENTO DE LA VIGENCIA DE LA CONVOCATORIA DEL PREMIO AL MÉRITO ECOLÓGICO 2018, PARA ASÍ REGISTRAR SUS PROYECTOS DE ALTA CALIDAD EN MATERIA AMBIENTAL			Diarios Editados en el D.F.	0,00
Objetivo de comunicación:	REGISTRAR SUS PROYECTOS DE ALTA CALIDAD EN MATERIA AMBIENTAL			Diarios Editados en los Estados	0,00
Clasificación de campaña:	Cultura ciudadana y valores			Diarios Editados en el Extranjero	0,00
Coemisor:				Revistas	0,00
Población objetivo:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL			Medios Complementarios	0,00
	19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS			Medios Digitales	0,00
	NSE: AB, C+, C, D+, D, E			Pre-Estudios	0,00
Vigencia de la campaña:				Post-Estudios	0,00
				Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	22,68
				Presupuesto asignado a la campaña:	22,68
				Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:	0,01 %

Etapas	Fechas
1	29 de enero de 2018 al 29 de marzo de 2018

Lic. Víctor Manuel Espíndola Villegas

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

Lic. Víctor Manuel Espíndola Villegas

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

CAMPAÑA 2

Datos generales	
Nombre de la campaña:	EDUCACIÓN AMBIENTAL
Versión(es):	EDUCACIÓN AMBIENTAL Detener y revertir la pérdida de capital natural y la contaminación del agua, aire y suelo.
Tema específico:	PROPORCIONAR UNA EDUCACIÓN AMBIENTAL INTEGRAL CON LA FINALIDAD DE CONSERVAR LOS RECURSOS NATURALES PARA LOGRAR LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LAS Y LOS MEXICANOS
Objetivo de comunicación:	ACTIVA DE LAS Y LOS MEXICANOS
Clasificación de campaña:	Prevención
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, 66 O MÁS AÑOS NSE: AB, C+, C, D+, D, E

Vigencia de la campaña:	
Etapas	Fechas
1	28 de mayo de 2018 al 08 de julio de 2018

Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio
Tiempos oficiales	Tiempos comerciales	
TV	X	
Radio	X	Radio
Televisoras		0,00
Radiodifusoras		0,00
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		0,00
Medios Digitales		200,13
Pre-Estudios		0,00
Post-Estudios		0,00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		48,00
Presupuesto asignado a la campaña:		248,13
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:		0,06%

Lic. Víctor Manuel Espíndola Villegas

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

Lic. Víctor Manuel Espíndola Villegas

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

CAMPAÑA 3

Datos generales	
Nombre de la campaña:	ACCIONES AMBIENTALES
Versión(es):	LEGADO DE MÉXICO
Tema específico:	Detener y revertir la pérdida de capital natural y la contaminación del agua, aire y suelo.
Objetivo de comunicación:	QUE LAS Y LOS MEXICANOS CONOZCAN LOS DIFERENTES PROGRAMAS Y ACCIONES QUE EL SECTOR AMBIENTAL DESARROLLA PARA SU BENEFICIO
Clasificación de campaña:	Cultura ciudadana y valores
Coemisor:	ASEA, CONAFOR, CONAGUA, CONANP, INECC, PROFEPA
Población objetivo:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL 13 A 18, 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS NSE: AB, C+, C, D+, D, E

Vigencia de la campaña:

Etapas	Fechas
1	17 de septiembre de 2018 al 31 de octubre de 2018

Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio	
Tiempos oficiales			
Tiempos comerciales			
TV	X	TV	
Radio		Radio	X
Televisoras			0,00
Radiodifusoras			9,00
Cine			0,00
Diaros Editados en el D.F.			0,00
Diaros Editados en los Estados			0,00
Diaros Editados en el Extranjero			0,00
Revistas			0,00
Medios Complementarios			0,00
Medios Digitales			0,00
Pre-Estudios			0,00
Post-Estudios			0,00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y			620,19
Presupuesto asignado a la campaña:			629,19
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:			0,16%

Lic. Víctor Manuel Espíndola Villegas

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

Lic. Víctor Manuel Espíndola Villegas

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

CAMPAÑA 4

Datos generales	
-----------------	--

Medios a utilizar				Recursos programados por tipo medio
Tiempos oficiales		Tiempos comerciales		
TV		TV	X	
Radio		Radio	X	

Nombre de la campaña:	PROTECCIÓN DE LOS OCÉANOS		
Versión(es):	Mares y costas de México		
Tema específico:	Detener y revertir la pérdida de capital natural y la contaminación del agua, aire y suelo.		
Objetivo de comunicación:	Que la población mexicana desarrolle hábitos que contribuyan a la conservación de los ecosistemas costeros y marinos, que están en estado crítico.		
Clasificación de campaña:	Prevención		
Coemisor:			
Población objetivo:	HOMBRES Y MUJERES	POBLACIÓN: URBANA Y RURAL	
	0 A 12, 13 A 18, 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS		
	NSE: AB, C+, C, D+, D, E		

Vigencia de la campaña:	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Etapas</th> <th>Fechas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>13 de agosto de 2018 al 12 de octubre de 2018</td> </tr> </tbody> </table>	Etapas	Fechas	1	13 de agosto de 2018 al 12 de octubre de 2018
Etapas	Fechas				
1	13 de agosto de 2018 al 12 de octubre de 2018				

Televisoras	200.000,00
Radiodifusoras	45.000,00
Cine	0,00
Diarios Editados en el D.F.	10.000,00
Diarios Editados en los Estados	8.640,00
Diarios Editados en el Extranjero	0,00
Revistas	37.280,00
Medios Complementarios	62.860,00
Medios Digitales	25.720,00
Pre-Estudios	0,00
Post-Estudios	500,00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	10.000,00
Presupuesto asignado a la campaña:	400.000,00
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:	99,78 %

Lic. Víctor Manuel Espíndola Villegas

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

Lic. Víctor Manuel Espíndola Villegas

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