

ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020

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: 06 de febrero de 2020

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, el combate al cambio climático y la gestión de residuos en el país.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Que la sociedad mexicana adopte estilos de vida sustentables y comportamientos sociales que minimicen su impacto al medio ambiente (uso de recursos naturales, emisiones de CO2, residuos y contaminación) que favorezcan un desarrollo socioeconómico equitativo y una mejor calidad de vida para todos

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

1.- Este campo será habilitado hasta que sea aprobado y publicado el PND 2019-2024

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

Este campo será habilitado hasta que sea aprobado y publicado el PND 2019-2024.



Lic. Claudia Dora Palacios Cid

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



Lic. Claudia Dora Palacios Cid

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

| Programa Sectorial y/o Especial | Objetivos Estratégicos y/o Transversales | Temas Específicos Derivados de los Objetivos Estratégicos y/o Transversales |
|--|--|---|
| 1. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2019-2024 | II. POLÍTICA SOCIAL & DESARROLLO SOSTENIBLE.- Construir un país con bienestar para las generaciones actuales y futuras, alineado al compromiso del Gobierno de México de impulsar y promover el desarrollo sostenible con base en los mandatos éticos, sociales, ambientales y económicos a fin de garantizar un futuro habitable y armónico para los mexicanos. & | Reconocimiento de los derechos y deberes de las y los mexicanos, expresados en la participación de grupos hacia una sustentabilidad urbana, que construyan una comunidad. |

MEDIOS ELECTRÓNICOS 5,00
MEDIOS IMPRESOS 100,62
MEDIOS COMPLEMENTARIOS 350,00

ESTUDIOS 0,00
DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN 0,00
TOTAL 455,62

Claudia Dora Palacios Cid

Lic. Claudia Dora Palacios Cid

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



Claudia Dora Palacios Cid

Lic. Claudia Dora Palacios Cid

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

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020

Dependencia o Entidad: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

Fecha de elaboración: 06 de febrero de 2020

miles de pesos /

I.V.A. Incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36101: 455.62

ACUMULADO EN CAMPAÑAS: **455.62**

CAMPANA 1

| Datos generales | Medios a utilizar | | | | Recursos programados por tipo medio | |
|---------------------------|--|--|---------------------------|-------|---|---------|
| | Tiempo (días/semana) | | Frecuencia (veces/semana) | | | |
| | TV | Radio | TV | Radio | | |
| Nombre de la campaña: | Día Mundial del Medio Ambiente | | | | Televisoras | 0,00 |
| Versión(es): | 2020, 2020 A | | | | Radiodifusoras | 5,00 |
| Tema específico: | Reconocimiento de los derechos y deberes de las y los mexicanos, expresados en la participación de grupos hacia una sustentabilidad urbana, que construyan una comunidad. | | | | Cine | 0,00 |
| Objetivo de comunicación: | Que la población mexicana, durante el marco del Día Mundial del Medio Ambiente, reconozcan la importancia de la bioculturalidad mexicana, a fin de sumar y adoptar acciones que busquen la protección de la riqueza agroecológica de nuestro país, la sustentabilidad biocultural y la resignificación de lo ambiental desde una perspectiva socioecológica. | | | | Diarios Editados en el D.F. | 50,00 |
| Clasificación de campaña: | Cultura ciudadana y valores | | | | Diarios Editados en los Estados | 17,62 |
| Coemisor: | CONAFOR, CONAGUA, CONANP, INECC, PROFEPA | | | | Diarios Editados en el Extranjero | 0,00 |
| Población objetivo: | HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL | | | | Revistas | 33,00 |
| | 0 A 12, 13 A 18, 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS | | | | Medios Complementarios | 350,00 |
| | NSE: AB, C+, C, D+, D, E | | | | Medios Digitales | 0,00 |
| Vigencia de la campaña: | | | | | Pre-Estudios | 0,00 |
| | Etapas | Fechas | | | Post-Estudios | 0,00 |
| | 1 | 18 de mayo de 2020 al 18 de mayo de 2020 | | | Diseño | 0,00 |
| | 2 | 19 de mayo de 2020 al 19 de mayo de 2020 | | | Producción | 0,00 |
| | | | | | Preproducción | 0,00 |
| | | | | | Post-producción | 0,00 |
| | | | | | Coplado | 0,00 |
| | | | | | Presupuesto asignado a la campaña: | 455,62 |
| | | | | | Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101: | 100,00% |



Claudia Dora Palacios Cid

Lic. Claudia Dora Palacios Cid

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

Claudia Dora Palacios Cid

Lic. Claudia Dora Palacios Cid

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