

ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2024

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: 08 de enero de 2024

Misión:

Incorporar en los diferentes ámbitos de la sociedad y de la función pública, criterios e instrumentos que aseguren la óptima conservación, y aprovechamiento de los recursos naturales del país, conformando así una política ambiental integral e influyente 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 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 regirán el programa de comunicación:

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

 GOBIERNO DE
MÉXICO
COORDINACIÓN GENERAL
DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Y VOCERÍA DEL GOBIERNO
DE LA REPÚBLICA

09 ENE. 2024

VALIDADO

Lic. Nuria Fernández Meza

Lic. Nuria Fernández Meza

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

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

Programa Sectorial y/o Especial	Objetivos Estratégicos y/o Transversales	Temas Específicos Derivadores de los Objetivos Estratégicos y/o Transversales
Programa Sectorial de Medio Ambiente y Recursos Naturales (PROMARNAT) 2020-2024	Estrategia prioritaria 5.4. Fortalecer la cultura de la educación ambiental, que considere un enfoque de derechos humanos, de igualdad de género e interculturalidad, para la formación de una ciudadanía crítica que participe de forma corresponsable en la transformación hacia la sustentabilidad.	Reconocer y promover las acciones ambientales que otorgan beneficios a las generaciones presentes y futuras de nuestro país

MEDIOS ELECTRÓNICOS	56.00	ESTUDIOS	0.00
MEDIOS IMPRESOS	168.00	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	28.00
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	271.26	TOTAL	523.26



Lic. Nuria Fernández Meza

Lic. Nuria Fernández Meza

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

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

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2024

Dependencia o Entidad: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
Fecha de elaboración: 08 de enero de 2024

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36101:		miles de pesos / I.V.A. incluido
		523.26
ACUMULADO EN CAMPANAS:		523.26

CAMPANA 1							
Datos generales							
Nombre de la campaña:	Educación y Acciones Ambientales						
Versión(es):	2024 A, 2024 B						
Tema específico:	Reconocer y promover las acciones ambientales que otorgan beneficios a las generaciones presentes y futuras de nuestro país						
Objetivo de comunicación:	Que la población mexicana conozca los diferentes programas y acciones que el sector ambiental desarrolla para el bienestar y protección de la riqueza biocultural del país, y así sepan sumar al objetivo de educación ambiental desde su ámbito						
Clasificación de campaña:	Cultura ciudadana y valores						
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><thead><tr><th>Etapas</th><th>Fechas</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>11 de junio de 2024 al 25 de junio de 2024</td></tr><tr><td>2</td><td>26 de junio de 2024 al 02 de julio de 2024</td></tr></tbody></table>	Etapas	Fechas	1	11 de junio de 2024 al 25 de junio de 2024	2	26 de junio de 2024 al 02 de julio de 2024
Etapas	Fechas						
1	11 de junio de 2024 al 25 de junio de 2024						
2	26 de junio de 2024 al 02 de julio de 2024						

Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio		
Tiempo oficial			Tiempo comercial	
TV	Radio		TV	Radio
X	X		X	
Televisoras		0.00		
Radiodifusoras		56.00		
Cine		0.00		
Diarios Editados en el D.F.		84.00		
Diarios Editados en los Estados		84.00		
Diarios Editados en el Extranjero		0.00		
Revistas		0.00		
Medios Complementarios		271.26		
Medios Digitales		0.00		
Pre-Estudios		0.00		
Post-Estudios		0.00		
Diseño		0.00		
Producción		28.00		
Preproducción		0.00		
Post-producción		0.00		
Copiado		0.00		
Presupuesto asignado a la campaña		523.26		
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101		100.00 %		

Lic. Nuria Fernández Meza

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

COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y VOCERÍA DEL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

09 ENE. 2024

VALIDADO

Lic. Nuria Fernández Meza

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