



ESTRATEGIA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2014

Dependencia o Entidad:

Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero

Naturaleza Jurídica:

Organismo Descentralizado

Cabeza de sector:

Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Fecha de elaboración:

26 de febrero de 2014

Misión:

Desarrollar el medio rural a través de financiamiento en primer y segundo piso para cualquier actividad económica que se realice en poblaciones menores a 50 000 habitantes resultando en la mejora de su calidad de vida.

Visión:

Nos comprometemos a que la Financiera Rural sea el principal colocador de crédito en el medio rural de México, reconocidos por nuestros clientes como ágiles, apasionados por el servicio y comprometidos con el éxito de cada proyecto, que resulten en la generación de valor de la comunidad y de la institución.

Objetivo Institucional:

Dar a conocer el nuevo nombre de la institución y los alcances

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Lanzar la nueva imagen y nombre de la institución "Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero".

Entorno del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
Nuestra competencia se encuentra bien posicionada en el mercado, por lo que la Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario Rural, Forestal y Pesquero se encuentra en desventaja competitiva, situación que se repite también con los clientes. Lo anterior, representa una oportunidad para relanzar la marca y anunciar nuevos productos.	Posicionar el nuevo nombre de la Financiera en el 90% de la cartera actual de los clientes de la institución.	Nueva imagen y beneficios de la reforma financiera.

MEDIOS ELECTRÓNICOS	3,200.00	ESTUDIOS	0.00
MEDIOS IMPRESOS	1,000.00	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	3,402.00
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	5,000.00	TOTAL	12,602.00

Lic. Pola Strauss Seidler

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

Lic. Nuria Sefchovich González

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad

PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2014

Dependencia o Entidad:

Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero

Fecha de elaboración:

26 de febrero de 2014

miles de pesos /
I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36201:

12,602.00

ACUMULADO EN CAMPAÑAS:

12,602.00

CAMPAÑA 1

Datos generales

Nombre de la campaña:

Lanzamiento de Financiera

Versión(es):

Transformación

Tema específico y/o ventaja competitiva:

Nueva imagen y beneficios de la reforma financiera.

Meta a alcanzar:

Dar información precisa de los nuevos alcances de la institución a los clientes que ya están, así como a los potenciales.

Objetivo de comunicación:

Lanzar la nueva imagen y nombre de la institución "Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, rural, forestal y pesquero".

Coemisor:

HOMBRES Y MUJERES

POBLACIÓN: URBANA Y RURAL

19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS

Población objetivo:

NSE: C+, C, D+, D

Etapas

Fechas

1 01 de marzo de 2014 al 31 de diciembre de 2014

Vigencia de la campaña:

Medios a utilizar	Tiempo comerciales		Recursos programados por tipo medio
	TV	Radio	

Televisoras			0.00
Radiodifusoras			3,000.00
Cine			0.00
Diarios Editados en el D.F.			700.00
Diarios Editados en los Estados			0.00
Diarios Editados en el Extranjero			0.00
Revistas			300.00
Medios Complementarios			5,000.00
Medios Digitales			200.00
Pre-Estudios			0.00
Post-Estudios			0.00
Diseño, Producción, Preproducción y			3,402.00
Presupuesto asignado a la campaña:			12,602.00
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:			100.00%

Lic. Pola Strauss Seidler

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

Lic. Nuria Sefchovich González

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad