



ESTRATEGIA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2015

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:

24 de septiembre de 2015

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 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 la institución.

Objetivo Institucional:

Incrementar la oferta financiera con especial énfasis en pequeños productores

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Difundir la nueva oferta de créditos y apoyos que ofrece la "Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero" para los pequeños productores y el medio rural

Entorno del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
La Financiera tiene el objetivo de contribuir con financiamiento y capacitación en el impulso de cualquier actividad económica lícita que promueva el desarrollo rural y pesquero, así como incrementar la oferta financiera con especial énfasis en Pequeños Productores. Cabe mencionar que no tiene competencia directa	Incrementar el 5% de la captación de nuevos clientes para la Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero	Nueva oferta crediticia, tasas bajas en beneficio para las mujeres y estimular la valoración y apreciación de los créditos institucionales para la producción agropecuaria

MEDIOS ELECTRÓNICOS	9,147.63	ESTUDIOS	478.33
MEDIOS IMPRESOS	18,424.05	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	0.00
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	4,619.65	TOTAL	32,669.66

Mtra. Claudia A. Algorri Guzmán

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

Lic. Joaquín Álvarez Suberiza

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

PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2015

Dependencia o Entidad:

Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero

Fecha de elaboración:

24 de septiembre de 2015

miles de pesos /
I.V.A. incluido

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

32,669.66

ACUMULADO EN CAMPAÑAS:

32,669.66

Datos generales

CAMPAÑA 1

Nombre de la campaña:

Promoción de Créditos de la Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero

Versión(es):

Promoción de créditos de la Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero, PROMOCIÓN DE CRÉDITOS DE LA FINANCIERA NACIONAL DE DESARROLLO, AGROPECUARIO, RURAL, FORESTAL Y PESQUERO

Tema específico y/o ventaja competitiva:

Nueva oferta crediticia, tasas bajas en beneficio para las mujeres y estimular la valoración y apreciación de los créditos institucionales para la producción agropecuaria.

Meta a alcanzar:

INCREMENTAR EL 5% DE LA CAPTACIÓN DE NUEVOS CLIENTES PARA LA FINANCIERA NACIONAL DE DESARROLLO AGROPECUARIO, RURAL, FORESTAL Y PESQUERO

Objetivo de comunicación:

Diffundir la nueva oferta de créditos y apoyos que ofrece la "Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero" para los pequeños productores y el medio rural

Coemisor:

Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero

HOMBRES Y MUJERES

POBLACIÓN: URBANA Y RURAL

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

NSE: C+, C, D+, D, E

Población objetivo:

Etapas	Fechas
1	15 de febrero de 2015 al 03 de abril de 2015
2	28 de febrero de 2015 al 31 de marzo de 2015

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

Televisoras			0.00
Radiodifusoras			4,094.08
Cine			0.00
Diarios Editados en el D.F.			4,560.13
Diarios Editados en los Estados			5,878.04
Diarios Editados en el Extranjero			0.00
Revistas			0.00
Medios Complementarios			2,329.49
Medios Digitales			268.61
Pre-Estudios			0.00
Post-Estudios			0.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y			0.00
Presupuesto asignado a la campaña:			17,130.35
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:			52.44%

Mtra. Claudia A. Algorri Guzmán

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

Lic. Joaquín Álvarez Suberza

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

CAMPAÑA 2

Datos generales

Nombre de la campaña:

LOGROS 2015

Versión(es):

PEQUEÑOS PRODUCTORES

Tema específico y/o ventaja competitiva:

Nueva oferta crediticia, tasas bajas en beneficio para las mujeres y estimular la valoración y apreciación de los créditos institucionales para la producción agropecuaria.

Meta a alcanzar:

INCREMENTAR EL 5% DE LA CAPTACIÓN DE NUEVOS CLIENTES PARA LA FINANCIERA NACIONAL DE DESARROLLO AGROPECUARIO, RURAL, FORESTAL Y PESQUERO
DIFUNDIR LOS LOGROS DE LA INSTITUCIÓN Y PROMOVER LA OFERTA CREDITICIA

Objetivo de comunicación:

Coemisor:

HOMBRES Y MUJERES

POBLACIÓN: URBANA Y RURAL

Población objetivo:

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

NSE: C, D+, D, E

Vigencia de la campaña:

Etapas	Fechas
1	01 de octubre de 2015 al 31 de octubre de 2015

Medios a utilizar

Tiempos comerciales

TV

Radio

X

Recursos programados por tipo medio

Televisoras	0.00
Radiodifusoras	4,133.13
Cine	0.00
Diarios Editados en el D.F.	4,317.78
Diarios Editados en los Estados	3,377.58
Diarios Editados en el Extranjero	0.00
Revistas	290.52
Medios Complementarios	2,290.16
Medios Digitales	651.81
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	478.33
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	0.00
Presupuesto asignado a la campaña:	15,539.31
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:	47.56 %

Mtra. Claudia A. Algorri Guzmán

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

Lic. Joaquín Álvarez Suberza

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