

ESTRATEGIA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2015

Dependencia o Entidad: Fideicomiso ProMéxico
 Naturaleza Jurídica: Fideicomiso Público
 Cabeza de sector: Secretaría de Economía
 Fecha de elaboración: 16 de enero de 2015

Misión:

Promover la atracción de inversión extranjera directa y las exportaciones de productos y servicios, y la internacionalización de las empresas mexicanas para contribuir al desarrollo económico y social del país y al fortalecimiento de la imagen de México como socio estratégico para hacer negocios

Visión:

ProMéxico es y se le reconoce como una entidad relevante para la promoción de negocios internacionales de México, que propicia la concreción de proyectos de manera efectiva

Objetivo Institucional:

ProMéxico es la agencia de promoción económica internacional del gobierno mexicano que tiene como misión atraer flujos de inversión Extranjera Directa al país, impulsar la exportación de productos y servicios mexicanos, además de promover la internacionalización de las empresas nacionales.

Su meta es lograr que México fortalezca su participación en la economía global, al incrementar la presencia de productos y servicios mexicanos en los mercados internacionales. asimismo, esta institución ha contribuido a consolidar a México como un destino atractivo, seguro y competitivo para la inversión extranjera.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Posicionar a ProMéxico en el ámbito nacional e internacional, como la institución gubernamental encargada de promover la atracción de inversión extranjera directa al país, la exportación de productos y servicios y la internacionalización de empresas mexicanas.

El punto del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
1.- La situación económica internacional y la inserción de la económica global, requiere que los gobiernos y la iniciativa privada fortalezcan la capacidad de expansión para las empresas mexicanas con la posibilidad de crecer a través de diversificar sus mercados.	Lograr el posicionamiento de ProMéxico (productos, apoyos y servicios) en al menos el 10% del mercado efectivo a nivel nacional, respecto a 2014	Productos, apoyos y servicios que ofrece ProMéxico al exportador mexicano.
2.- El país tiene cualidades únicas y atractivas para promover la inversión extranjera directa en el territorio mexicano. Lo que permitirá el desarrollo de la industria nacional, generación de empleos, mejorar la competitividad y el desarrollo tecnológico del país.	Promocionar al menos el 70% de las actividades en las que participa ProMéxico para la atracción inversión extranjera directa, exportación y/o internacionalización de empresas mexicanas.	Acciones y fortalezas de México en el ámbito de negocios y comercio internacional.



Lic. Oscar Ighorosa Mijangos

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



Lic. Karla Ivette Mawciniti Bueno

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

MEDIOS ELECTRÓNICOS	<u>11,784.64</u>
MEDIOS IMPRESOS	<u>7,516.00</u>
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	<u>14,684.08</u>

ESTUDIOS	<u>598.28</u>
DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	<u>8,050.00</u>
TOTAL	<u>42,633.00</u>


Lic. Oscar Ignacio Mijangos

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


Lic. Karla Ivette Mawcinnit Bueno

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

Nombre de la campaña: We give the world reasons to invest in Mexico
Versión(es): Versión 1 Testimoniales
Tema específico y/o ventaja competitiva: Acciones y fortalezas de México en el ámbito de negocios y comercio internacional.
Meta a alcanzar: Promocionar al menos el 70% de las actividades en las que participa ProMéxico en el exterior, para la atracción de inversión extranjera, exportación
Objetivo de comunicación: Promover las actividades en las que participa ProMéxico en el exterior, para la atracción de inversión extranjera directa, exportación y/o internacionalización de empresas mexicanas.
Coemisor:

HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA

Población objetivo:

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


NSE: AB, C+

Vigencia de la campaña:

Etapas	Fechas
1	26 de enero de 2015 al 31 de diciembre de 2015

MÉXICO S. DE CV	
RENTAS Y SERVICIOS	
CREDITO	
CREDITO	
CREDITO	

Televisoras	1,000.00
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	2,250.00
Revistas	2,250.00
Medios Complementarios	3,250.00
Medios Digitales	1,964.00
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	0.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	2,250.00
Presupuesto asignado a la campaña	12,504.00
Porcentaje que representa la campaña sobre el presupuesto asignado	30.41%


 Lic. Oscar Igóroza Mijangos

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



Lic. Karla Ivette Mawcinnitt Bueno

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:

Fideicomiso ProMéxico

Fecha de elaboración:

16 de enero de 2015

miles de pesos /
I.V.A. incluido

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

42,633.00

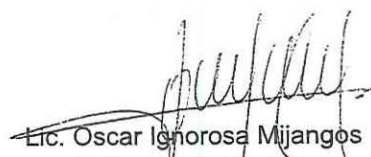
ACUMULADO EN CAMPAÑAS:

42,633.00

CAMPANA 1		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo de medio
Datos generales		Tiempo comercial		
		TV	Radio	
Nombre de la campaña:	ProMéxico pone el mundo en tus manos	Televisoras		5,336.00
Versión(es):	Versión 1 Alter ego Hombre; Versión 2 Alter ego Mujer	Radiodifusoras		1,160.00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Productos, apoyos y servicios que ofrece ProMéxico al exportador mexicano.	Cine		4.64
Meta a alcanzar:	Lograr el posicionamiento de ProMéxico (productos, apoyos y servicios) en al menos el 10% del mercado efectivo a nivel nacional respecto a 2014.	Diarios Editados en el D.F.		1,160.00
Objetivo de comunicación:	Contribuir al posicionamiento de ProMéxico para dar a conocer los productos, apoyos y servicios que se ofrecen al exportador mexicano.	Diarios Editados en los Estados		696.00
Coemisor:		Diarios Editados en el Extranjero		0.00
	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA	Revistas		1,160.00
	25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS	Medios Complementarios		11,434.08
	NSE: AB, C+, C	Medios Digitales		2,320.00
		Pre-Estudios		0.00
		Post-Estudios		598.28
		Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		5,800.00
				29,569.00
				68.59%

Etapas	Fechas
1	26 de enero de 2015 al 31 de diciembre de 2015

Vigencia de la campaña:


Lic. Oscar Ignorosa Mijangos


Lic. Karla Ivette Mawcinnit Bueno

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

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