



SEGOB
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

ESTRATEGIA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2019

DIRECCIÓN GENERAL DE
NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN

Dependencia o Entidad: Fideicomiso de Fomento Minero
 Naturaleza Jurídica: Fideicomiso Público
 Cabeza de sector: Secretaría de Economía
 Fecha de elaboración: 20 de junio de 2019

Misión:

Fomentar el desarrollo de la minería nacional, la generación de empleos e inversión mediante apoyos de capacitación, asistencia técnica y/o financiamiento a personas físicas y morales dedicadas a la explotación, exploración, beneficio, industrialización, comercialización y consumidoras de minerales y sus derivados, así como a los prestadores de servicios relacionados con el sector minero.

Visión:

El FIFOMI es una entidad de calidad, en un ambiente de mejora continua, competitiva con enfoque de mercado, especializada en el sector minero y su cadena productiva dirigida preferentemente a la micro, pequeña y mediana empresa, con cobertura nacional. Reconocida por su contribución al desarrollo del sector y su aportación al bienestar socioeconómico en el país, respetuosa del medio ambiente.

Objetivo Institucional:

Fomentar el desarrollo de la minería nacional y su cadena de valor, mediante financiamiento, capacitación y asistencia técnica preferentemente a la pequeña y mediana minería.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Procurar el aumento de financiamiento en el sector minero y su cadena de valor y fomentar el desarrollo de la pequeña y mediana minería y de la minería social.

Entorno de mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
Institución especializada y enfocada al aumento del financiamiento en el sector minero y su cadena de valor, particularmente en la producción de mineral, servicios a la minería y el consumo primario de minerales, el cual busca el desarrollo competitivo de la minería nacional, fortalecer la cadena de valor de unidades mineras, promover la creación de clústeres, brindando asesoría y opciones de financiamiento, facilitar a la pequeña y mediana empresa minera la comercialización de sus productos, acercar la producción del minero a los procesos de beneficio de mineral, propiciar el crecimiento, apoyar las actividades que mitigan impactos ambientales y acelerar la introducción de nueva tecnología.	Posicionar de manera efectiva la imagen del FIFOMI, dentro del sector minero y su cadena de valor, contribuyendo con la meta de colocación de financiamientos.	Fomentar el desarrollo de la pequeña y mediana minería y de la minería social.

1.-

Efrén García
Efrén García

26 JUN 2019

VALIDADO
Alfredo Gabriel Blando Ambriz
 Alfredo Gabriel Blando Ambriz

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

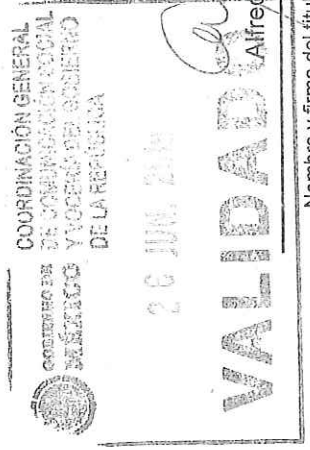
Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad

ESTUDIOS 105,70
 DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN 35,00
 TOTAL 1.400,70

ESTUDIOS
 DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN
 TOTAL

MEDIOS ELECTRÓNICOS 770,00
 MEDIOS IMPRESOS 0,00
 MEDIOS COMPLEMENTARIOS 490,00

MEDIOS ELECTRÓNICOS
 MEDIOS IMPRESOS
 MEDIOS COMPLEMENTARIOS



[Handwritten signature]
 Efrén García García

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

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

PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2019

Dependencia o Entidad: Fideicomiso de Fomento Minero
 Fecha de elaboración: 20 de junio de 2019

miles de pesos /
I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36201: 1,400,70
 ACUMULADO EN CAMPANAS: 1,400,70

Datos generales		Medios a utilizar		Requisitos programados por tipo medio
CAMPANA 1		TV	Radio	
Nombre de la campaña:	FIFOMI, transformando el desarrollo de la minería nacional y su cadena de valor.			
Versión(es):	Financiamiento, Capacitación y Asistencia Técnica.			
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Fomentar el desarrollo de la pequeña y mediana minería y de la minería social.			
Meta a alcanzar:	Aumentar el nivel de recordación de mensajes entre la población objetivo.			
Objetivo de comunicación:	Procurar el aumento de financiamiento en el sector minero y su cadena de valor y fomentar el desarrollo de la micro, pequeña y mediana minería en México y su cadena de valor.			
Coemisor:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS NSE: AB, C+			
Etapas		Fechas		
1		03 de septiembre de 2019 al 30 de septiembre de 2019		
Población objetivo:				
Vigencia de la campaña:				
Televisoras				0,00
Radiodifusoras				560,00
Cine				0,00
Diarios Editados en el D.F.				0,00
Diarios Editados en los Estados				0,00
Diarios Editados en el Extranjero				0,00
Revistas				0,00
Medios Complementarios				490,00
Medios Digitales				210,00
Pre-Estudios				0,00
Post-Estudios				105,70
Diseño				0,00
Producción				35,00
Preproducción				0,00
Post-producción				0,00
Copiado				0,00
Presupuesto asignado a la campaña				1,400,70
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201				100,00%

Gabriel Blando Ambriz
 Alfredo Gabriel Blando Ambriz

Efrén García García
 Efrén García García



VALIDADO

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial: _____
 Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad: _____