

Dependencia o Entidad: Banco Nacional del Ejército, Fuerza Aérea y Armada, S.N.C.

Naturaleza Jurídica: Empresa

Cabeza de sector: Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Fecha de elaboración: 29 de abril de 2021

## Misión:

Proporcionar el servicio de Banca y Crédito a un sector estratégico de la sociedad: los miembros del Ejército, Fuerza Aérea y Armada de México, y al público en general.

## Visión:

Ofrecer a los miembros de las Fuerzas Armadas una Institución sólida desde el punto de vista financiero y operativo, con compromiso y calidad en el servicio, cuyo quehacer logre incrementar su bienestar bajo estrictos criterios de rentabilidad acordes con su ubicación en el Sistema Financiero.

## Objetivo Institucional:

Alcanzar el máximo de eficiencia en la prestación de nuestros servicios de Banca y Crédito, bajo condiciones de oportunidad, rentabilidad y excelencia en la atención de los clientes.

## Objetivo de la estrategia de comunicación:

Mostrar una imagen más innovadora, fresca y agradable tanto a los usuarios habituales como a los nuevos, que día a día se integran a la gran familia Banjercito, de tal manera que podremos seguir trabajando para ellos, acompañándolos en cada etapa, y creciendo a la par dándoles el sentido de pertenencia a esta, su casa; reflejando la idea de que en Banjercito CRECEMOS CON UNA MISIÓN: SU BIENESTAR.

Entorno del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
1.- Banjercito ofrece productos financieros y crediticios a los integrantes de las Fuerzas Armadas acordes a sus percepciones financieras; es el único Banco de Desarrollo que compete directamente con la Banca Múltiple.	Fortalecer el vínculo de acercamiento de esta institución con los miembros de las Fuerzas Armadas, dar a conocer los productos, servicios y promociones, así como resaltar los beneficios que Banjercito les ofrece; además de mostrar una imagen más innovadora, fresca y agradable tanto a los usuarios habituales como a los nuevos, que día a día se integran a la gran familia Banjercito, de tal manera que podremos seguir trabajando para ellos, acompañándolos en cada etapa, y creciendo a la par dándoles el sentido de pertenencia a esta, su casa; reflejando la idea de que en Banjercito CRECEMOS CON UNA MISIÓN: SU BIENESTAR	Se reforzará el posicionamiento de marca, con mayor presencia en zonas estratégicas para el sector objetivo al interior del país, mediante campañas de temporada de relevancia y gran afluencia para las Fuerzas Armadas.

Julieta Alejandra Brambila Ramírez

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

Roberto Miguel Vaca

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

MEDIOS ELECTRÓNICOS	<u>850.00</u>
MEDIOS IMPRESOS	<u>300.00</u>
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	<u>0.00</u>

ESTUDIOS	<u>300.00</u>
DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	<u>4,950.00</u>
TOTAL	<u>6,400.00</u>

Julieta Alejandra Brambila Ramírez

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

Roberto Miguel Vaca

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

# PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2021

Dependencia o Entidad:

Banco Nacional del Ejército, Fuerza Aérea y Armada, S.N.C.

Fecha de elaboración:

29 de abril de 2021

miles de pesos /  
I.V.A. incluido

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

**6,400.00**

ACUMULADO EN CAMPAÑAS:

6,400.00

## CAMPAÑA 1

Datos generales	Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio	
	Tiempos comerciales			
	TV	Radio		
Nombre de la campaña:	Misión Banjercito	X	Televisoras	0.00
Versión(es):	Conoce Banjercito		Radiodifusoras	550.00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Se reforzará el posicionamiento de marca, con mayor presencia en zonas estratégicas para el sector objetivo al interior del país, mediante campañas de temporada de relevancia y gran afluencia para las Fuerzas Armadas.		Cine	0.00
Meta a alcanzar:	50% de la población objetivo		Diarios Editados en el D.F.	0.00
Objetivo de comunicación:	Mostrar una imagen más innovadora, fresca y agradable tanto a los usuarios habituales como a los nuevos, que día a día se integran a la gran familia Banjercito, de tal manera que podremos seguir trabajando para ellos, acompañándolos en cada etapa, y creciendo a la par dándoles el sentido de pertenencia a esta, su casa; reflejando la idea de que en Banjercito CRECEMOS CON UNA MISIÓN: SU BIENESTAR.		Diarios Editados en los Estados	0.00
Coemisor:	HOMBRES Y MUJERES	POBLACIÓN: URBANA	Diarios Editados en el Extranjero	0.00
	19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS		Revistas	300.00
	NSE: C+, C		Medios Complementarios	0.00
			Medios Digitales	300.00
			Pre-Estudios	0.00
			Post-Estudios	300.00
			Diseño	0.00
			Producción	4,950.00
			Preproducción	0.00
			Post-producción	0.00
			Copiado	0.00
			Presupuesto asignado a la campaña:	6,400.00
			Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:	100.00 %

Etapas

Fechas

1

02 de agosto de 2021 al 10 de diciembre de 2021

Población objetivo:

Vigencia de la campaña:

Julieta Alejandra Brambila Ramírez

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

Roberto Miguel Vaca

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