

Dependencia o Entidad: Casa de Moneda de México  
 Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado  
 Cabeza de sector: Secretaría de Hacienda y Crédito Público  
 Fecha de elaboración: 17 de enero de 2024

**Misión:**

Acuñar y comercializar monedas y medallas, a través de procesos que cumplan con estándares de calidad para Banco de México e instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, basadas en la experiencia y responsabilidad de quienes la integran

**Visión:**

Ser una entidad reconocida por su alta eficiencia, por la calidad e innovación de sus productos en un ambiente colaborativo basado en la experiencia, capacidad y valores del personal que la integra.

**Objetivo Institucional:**

Acuñar historia forjando futuro.

**Objetivo de la estrategia de comunicación:**

Promover el valor y el trabajo de Casa de Moneda de México como parte de la historia de México.

Entorno del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
1.- En un entorno cada vez más digital y globalizado la ciudadanía busca certidumbre económica y social. Las Casas de Moneda alrededor del mundo están buscando maneras de innovar y ser presentes en las inversiones de la ciudadanía.	Se considera tener un alcance del 20% de la población meta (A, B, C+) y un impacto de recordación del 30%. Para tener impacto en la presencia en el mercado.	Posicionar a la entidad y promover la comercialización de medallas y productos de la Casa de Moneda de México.

MEDIOS ELECTRÓNICOS	<u>3.517,15</u>	ESTUDIOS	<u>150,00</u>
MEDIOS IMPRESOS	<u>1.329,99</u>	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	<u>27,85</u>
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	<u>194,42</u>	TOTAL	<u>5.219,41</u>

Wilhem Friedrich Hagelsieb Garza

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

Guillermo R. Vargas Vidales

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



CAMPAÑA 2

Datos generales		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio
		Tiempos comerciales		
		TV		
Nombre de la campaña:	100 años Zoológico	Radio	X	
Versión(es):	Lanzamiento y promoción	Televisoras		0,00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Posicionar a la entidad y promover la comercialización de medallas y productos de la Casa de Moneda de México.	Radiodifusoras		142,61
Meta a alcanzar:	Un aumento del 20% en los impactos por redes sociales y un aumento en ventas del 15%	Cine		0,00
Objetivo de comunicación:	Por medio de una campaña se posiciona un producto para el público infantil atractivo que celebra un espacio icónico de nuestro país.	Diarios Editados en el D.F.		0,00
Coemisor:	Zoológico de Chapultepec, Secretaría de Educación Pública	Diarios Editados en los Estados		0,00
	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL	Diarios Editados en el Extranjero		0,00
	0 A 12, 13 A 18, 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS	Revistas		0,00
	NSE: AB, C+, C, D+	Medios Complementarios		94,42
		Medios Digitales		224,98
		Pre-Estudios		0,00
		Post-Estudios		150,00
		Diseño		0,00
		Producción		12,38
		Preproducción		0,00
		Post-producción		0,00
		Copiado		0,00
		Presupuesto asignado a la campaña:		624,39
		Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:		11,96 %

Etapas	Fechas
1	01 de agosto de 2023 al 31 de octubre de 2023

Población objetivo:

Vigencia de la campaña:

Wilhem Friedrich Hagelsieb Garza

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

Guillermo R. Vargas Vidales

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