

Dependencia o Entidad: Casa de Moneda de México  
 Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado  
 Cabeza de sector: Secretaría de Hacienda y Crédito Público  
 Fecha de elaboración: 08 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 sus productos en un ambiente colaborativo basado en la experiencia, capacidad y valores del personal que integra.

## Objetivo Institucional:

Acuñar historia forjando futuro

## Objetivo de la estrategia de comunicación:

Posicionar a Casa de Moneda de México como parte de la historia y presente de México, por su trayectoria, arte y calidad Posicionamiento de Casa de Moneda de México  
 Posicionamiento de productos comerciales  
 Posicionamiento del Museo Numismático Nacional

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 estar presentes en la vida ciudadana.	Se considera consolidar el posicionamiento de Casa de Moneda con un aumento en el alcance de Casa de Moneda de México del 20% y un impacto con recordación del 30%	Posicionamiento de Casa de Moneda de México Posicionamiento de productos comerciales Posicionamiento del Museo Numismático Nacional

MEDIOS ELECTRÓNICOS	<u>2.300,00</u>	ESTUDIOS	<u>165,00</u>
MEDIOS IMPRESOS	<u>1.600,00</u>	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	<u>600,00</u>
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	<u>1.333,99</u>	TOTAL	<u>5.998,99</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:	Posicionamiento de Productos Comerciales	Radio	X	
Versión(es):	Museo Numismático Nacional historia a tu alcance			Televisoras 0,00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Posicionamiento de Casa de Moneda de México Posicionamiento de productos comerciales Posicionamiento del Museo Numismático Nacional			Radiodifusoras 600,00
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:	Difusión sobre el quehacer y la historia de la Entidad, se busca generar que la marca de Casa de Moneda de México se sitúe en la mente del ciudadano. Los indicadores principales se considerarán el tráfico en la página oficial de la Entidad y redes sociales; en donde, de acuerdo con las tendencias de años anteriores, se espera observar un incremento.			Diarios Editados en el D.F. 700,00
Coemisor:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL			Diarios Editados en los Estados 0,00
	0 A 12, 13 A 18, 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS			Diarios Editados en el Extranjero 0,00
	NSE: AB, C+, C, D+, D, E			Revistas 300,00
				Medios Complementarios 333,00
				Medios Digitales 700,00
				Pre-Estudios 0,00
				Post-Estudios 0,00
				Diseño 0,00
				Producción 0,00
				Preproducción 0,00
				Post-producción 0,00
				Copiado 0,00
				Presupuesto asignado a la campaña: 2.633,00
				Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201: 43,89 %

Etapas	Fechas
1	03 de junio de 2024 al 31 de diciembre de 2024

Población objetivo:

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 3

Datos generales		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio
		Tiempos comerciales		
		TV		
		Radio	X	
Nombre de la campaña:	Posicionamiento del Museo Numismático Nacional		Televisoras	0,00
Versión(es):	Museo Numismático Nacional el valor de tu historia		Radiodifusoras	300,00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Posicionamiento de Casa de Moneda de México Posicionamiento de productos comerciales Posicionamiento del Museo Numismático Nacional		Cine	0,00
Meta a alcanzar:	Un aumento del 20% en los impactos por redes sociales y un aumento en las visitas al Museo numismático Nacional del 15%		Diarios Editados en el D.F.	0,00
Objetivo de comunicación:	Difusión sobre el quehacer y la historia de la Entidad, se busca generar que la marca de Casa de Moneda de México se sitúe en la mente del ciudadano. Los indicadores principales se considerarán el tráfico en la página oficial de la Entidad y redes sociales; en donde, de acuerdo con las tendencias de años anteriores, se espera observar un incremento.		Diarios Editados en los Estados	0,00
Coemisor:	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+, D, E		Medios Complementarios	500,99
			Medios Digitales	0,00
			Pre-Estudios	0,00
			Post-Estudios	0,00
			Diseño	0,00
			Producción	0,00
			Preproducción	0,00
			Post-producción	0,00
			Copiado	0,00
			Presupuesto asignado a la campaña:	800,99
			Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:	13,35 %

Etapas	Fechas
1	03 de junio de 2024 al 31 de diciembre de 2024

Población objetivo:

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