

Acuse

STPS
SECRETARÍA DEL TRABAJO
Y PREVISIÓN SOCIAL



DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

2017 - "AÑO DEL CENTENARIO DE LA PROMULGACIÓN DE LA
CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS"

OFICIO: 111/09-03-2017/053
ASUNTO: SOLVENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA
ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL
EJERCICIO FISCAL 2017 DEL INFONACOT.

Ciudad de México a 09 de marzo de 2017.

LIC. NORMA ANGÉLICA MORALES LEDESMA
DIRECTORA GENERAL DE NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN
PRESENTE

En atención al Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2017, publicado el 31 de diciembre de 2016 en el Diario Oficial de la Federación, me permito enviar a usted la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social 2017 del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (INFONACOT) con la Solventación a las observaciones referidas en el oficio SNM/DGNC/0457/17.

Así mismo le informo que los cambios a la estrategia han sido registrados en el Sistema de Información de Normatividad de Comunicación (SINC). Anexo al presente encontrará la versión impresa de los formatos correspondientes.

Sin más por el momento, aprovecho la oportunidad de enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE

LIC. LUIS B. QUIÑARELLANO
DIRECTOR GENERAL



C.c.p. Lic. Jonathan Zenteno, Director de Evaluación de Campañas Gubernamentales de la DGNC de la SEGOB. Presente.

Lic. Dante Pinal Ibarra, Director de Comunicación Social del INFONACOT, Presente.

Paseo de la Reforma 93, Piso 7 Col. Tabacalera, Delegación Cuauhtémoc, 06030, México D.F.
Tel. (55) 20.00.53.00 ext. 62855 www.gob.mx/stps

ESTRATEGIA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2017

DIRECCIÓN GENERAL DE
NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN

Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores

Dependencia o Entidad:

Naturaleza Jurídica:

Cabeza de sector:

Fecha de elaboración:

Organismo Descentralizado

Secretaría del Trabajo y Previsión Social

30 de marzo de 2017

Misión:

Apoyar a los trabajadores afiliados al garantizar el acceso a créditos, otorgar financiamiento y promover el ahorro, para su bienestar social y el de su familia, soportado en la sustentabilidad financiera del Instituto Fonacot.

Visión:

Ser la entidad financiera líder de los trabajadores mexicanos con una estructura sólida, eficiente y competitiva que presta servicios de excelencia para el otorgamiento de créditos.

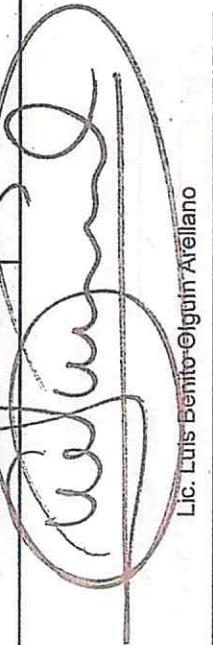
Objetivo Institucional:

El Instituto Fonacot tendrá como objetivo promover el ahorro a los trabajadores, otorgarles financiamiento y garantizar su acceso a créditos para la adquisición de bienes y pago de servicios. Asimismo, el Instituto deberá actuar bajo criterios que favorezcan el desarrollo social y las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias.

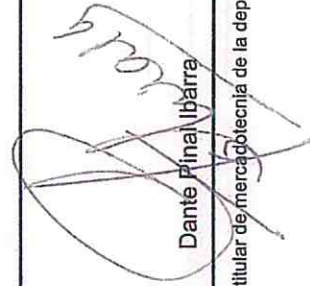
Objetivo de la estrategia de comunicación:

Difundir los beneficios que ofrece el Instituto Fonacot a través de sus productos y servicios financieros.

Objetivo Institucional	Medios generales	Temas específicos de promoción y publicidades y/o ventajas competitivas
<p>1- Existe una gran diversidad de instituciones que ofrecen créditos en el mercado, precisamente tiendas departamentales especializadas y bancos. Sin embargo, representan altos costos para los trabajadores, por tal motivo el Instituto Fonacot presenta mejores condiciones de crédito ya que los descuentos son vía nómina y las tasas de interés son las más bajas del mercado. Con el fin de apoyar al trabajador en su economía familiar.</p>	<p>Continuar con la labor de afiliación de Centros de Trabajo y promover el ahorro de los trabajadores, otorgando financiamiento y garantizando los mejores créditos para la obtención de bienes y pagos de servicios con un alcance de recordación de campaña del 32%</p>	<p>Crecimiento en la colocación de créditos y número de trabajadores beneficiados</p>



Lic. Luis Benito Olguin Arellano



Dante Pinal Ibarra

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

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

PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2017

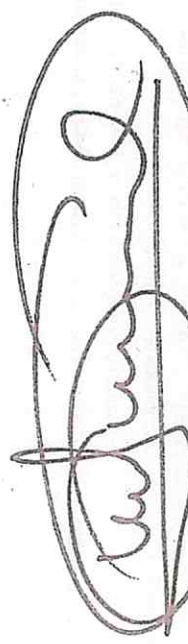
Dependencia o Entidad: Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores
 Fecha de elaboración: 30 de marzo de 2017

miles de pesos /
I.V.A. incluido
220,400.00
220,400.00

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36201: **220,400.00**

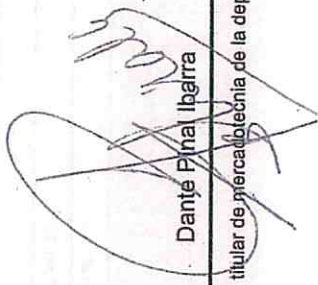
ACUMULADO EN CAMPAÑAS: **220,400.00**

Datos generales		Medios de difusión		Formas de colocación por medios	
Campaña		Estadística	TV	Radio	Internet
Campaña		Estadística	TV	Radio	Internet
Créditos Fonacot					
Créditos con descuento vía nómina					
Crecimiento en la colocación de créditos y número de trabajadores beneficiados					
Colocación anual de créditos programada por un monto de 15 mil 972 millones de pesos					
Comunicar al público objetivo los beneficios del Crédito Fonacot así como los productos y servicios que se pueden adquirir con el crédito en efectivo					
HOMBRES Y MUJERES		POBLACIÓN: URBANA Y RURAL			
19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS					
NSE: C+, C					
Etapas		Fechas			
1		06 de marzo de 2017 al 31 de marzo de 2017			
Nombre de la campaña:		Créditos Fonacot			
Versión(es):		Créditos con descuento vía nómina			
Tema específico y/o ventaja competitiva:		Crecimiento en la colocación de créditos y número de trabajadores beneficiados			
Meta a alcanzar:		Colocación anual de créditos programada por un monto de 15 mil 972 millones de pesos			
Objetivo de comunicación:		Comunicar al público objetivo los beneficios del Crédito Fonacot así como los productos y servicios que se pueden adquirir con el crédito en efectivo			
Coemisor:		HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL			
Población objetivo:		19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS			
Vigencia de la campaña:		NSE: C+, C			
		Etapas 1 Fechas 06 de marzo de 2017 al 31 de marzo de 2017			
		Presupuesto asignado a la campaña: 53,368.00			
		Porcentaje que representa campaña de la partida 36201: 24.21%			



Lic. Luis Benito Olguín Arellano

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



Dante Pina Ibgirra

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

"Año del Centenario de la Promulgación de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos"

Dirección de Comunicación Social
Oficio Núm. DCS/043/2017

Ciudad de México a, 08 de marzo de 2017

LIC. LUIS B. OLGUÍN ARELLANO
Director General de Comunicación Social
STPS

PRESENTE

Con relación al oficio número DGNC/0457/17, me permito remitir a usted la solventación de la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio fiscal 2017, del Instituto de Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, con el objetivo de que gire sus apreciables atenciones a quién corresponda para que dicho formato sea remitido a la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación.

- ❖ Observación: Es indispensable establecer la "Meta a alcanzar" de las campañas Créditos Fonacot y Beneficios del Crédito Fonacot. Esta deberá ser planteada como indicador cuantificable, en cifras o porcentaje sobre el alcance y recordación de la campaña en la población objetivo.
- ❖ Solventación: Continuar con la labor de afiliación de Centros de Trabajo y promover el ahorro de los trabajadores, otorgando financiamiento y garantizando los mejores créditos para la obtención de bienes y pagos de servicios para alcanzar la meta anual programada de colocación de créditos por un monto de 15 mil 972 millones de pesos.

Anexo versión impresa del formato que contiene los cambios descritos anteriormente.

Sin más por el momento, aprovecho la oportunidad de enviarle un cordial saludo

Atentamente,


DANTE OMAR PINAL IBARRA
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Euzgelina
12:17

Dependencia o Entidad: Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores
 Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado
 Cabeza de sector: Secretaría del Trabajo y Previsión Social
 Fecha de elaboración: 30 de marzo de 2017

Misión:

Apoyar a los trabajadores de Centros de Trabajo afiliados al garantizar el acceso a créditos, otorgar financiamiento y promover el ahorro, para su bienestar social y el de su familia, soportado en la sustentabilidad financiera del Instituto Fonacot.

Visión:

Ser la entidad financiera líder de los trabajadores mexicanos con una estructura sólida, eficiente y competitiva que presta servicios de excelencia para el otorgamiento de créditos.

Objetivo Institucional:

El Instituto Fonacot tendrá como objetivo promover el ahorro a los trabajadores, otorgarles financiamiento y garantizar su acceso a créditos para la adquisición de bienes y pago de servicios. Asimismo, el Instituto deberá actuar bajo criterios que favorezcan el desarrollo social y las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Difundir los beneficios que ofrece el Instituto Fonacot a través de sus productos y servicios financieros.

Entorno del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
Existe una gran diversidad de instituciones que ofrecen créditos en el mercado, principalmente tiendas departamentales especializadas y bancos. Sin embargo, representan altos costos para los trabajadores, por tal motivo el Instituto Fonacot presenta mejores opciones de crédito ya que los descuentos son vía nómina y las tasas de interés son las más bajas del mercado. Con el fin de apoyar al trabajador en su economía familiar.	Continuar con la labor de afiliación de Centros de Trabajo y promover el ahorro de los trabajadores, otorgando financiamiento y garantizando los mejores créditos para la obtención de bienes y pagos de servicios con un alcance de recordación de campaña del 32%	Crecimiento en la colocación de créditos y número de trabajadores beneficiados



Lic. Luis Benito Olguín Arellano

Danté Pina Ibarra

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

MEDIOS ELECTRÓNICOS

83,520.00

MEDIOS IMPRESOS

44,080.00

MEDIOS COMPLEMENTARIOS

30,160.00

ESTUDIOS

2,320.00

DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN

60,320.00

TOTAL

220,400.00

Lic. Luis Benito Olguín Arellano

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



Dante Final Ibarra

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


PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2017

Dependencia o Entidad: Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores
 Fecha de elaboración: 30 de marzo de 2017

miles de pesos /
I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36201:	220,400.00
ACUMULADO EN CAMPAÑAS:	220,400.00

Datos generales	Medios a utilizar		Recursos asignados por tipo de medio																																			
	TV	Radio																																				
<p>Nombre de la campaña: Créditos Fonacot</p> <p>Versión(es): Créditos con descuento vía nómina</p> <p>Tema específico y/o ventaja competitiva: Crecimiento en la colocación de créditos y número de trabajadores beneficiados</p> <p>Meta a alcanzar: Colocación anual de créditos programada por un monto de 15 mil 972 millones de pesos</p> <p>Objetivo de comunicación: Comunicar al público objetivo los beneficios del Crédito Fonacot así como los productos y servicios que se pueden adquirir con el crédito en efectivo</p> <p>Coemisor: HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS NSE: C+, C</p> <p>Población objetivo:</p> <p>Vigencia de la campaña:</p>	<table border="1"> <tr> <th>Etapas</th> <th>Fechas</th> </tr> <tr> <td>1</td> <td>06 de marzo de 2017 al 31 de marzo de 2017</td> </tr> </table>	Etapas	Fechas	1	06 de marzo de 2017 al 31 de marzo de 2017	<table border="1"> <tr> <td>Televisoras</td> <td>0.00</td> </tr> <tr> <td>Radiodifusoras</td> <td>16,240.00</td> </tr> <tr> <td>Cine</td> <td>0.00</td> </tr> <tr> <td>Diarios Editados en el D.F.</td> <td>6,960.00</td> </tr> <tr> <td>Diarios Editados en los Estados</td> <td>2,320.00</td> </tr> <tr> <td>Diarios Editados en el Extranjero</td> <td>0.00</td> </tr> <tr> <td>Revistas</td> <td>1,160.00</td> </tr> <tr> <td>Medios Complementarios</td> <td>11,600.00</td> </tr> <tr> <td>Medios Digitales</td> <td>3,480.00</td> </tr> <tr> <td>Pre-Estudios</td> <td>0.00</td> </tr> <tr> <td>Post-Estudios</td> <td>1,160.00</td> </tr> <tr> <td>Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y</td> <td>10,440.00</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Presupuesto asignado a la campaña:</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:</td> </tr> <tr> <td colspan="2">53,360.00</td> </tr> <tr> <td colspan="2">24.21 %</td> </tr> </table>	Televisoras	0.00	Radiodifusoras	16,240.00	Cine	0.00	Diarios Editados en el D.F.	6,960.00	Diarios Editados en los Estados	2,320.00	Diarios Editados en el Extranjero	0.00	Revistas	1,160.00	Medios Complementarios	11,600.00	Medios Digitales	3,480.00	Pre-Estudios	0.00	Post-Estudios	1,160.00	Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	10,440.00	Presupuesto asignado a la campaña:		Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:		53,360.00		24.21 %	
Etapas	Fechas																																					
1	06 de marzo de 2017 al 31 de marzo de 2017																																					
Televisoras	0.00																																					
Radiodifusoras	16,240.00																																					
Cine	0.00																																					
Diarios Editados en el D.F.	6,960.00																																					
Diarios Editados en los Estados	2,320.00																																					
Diarios Editados en el Extranjero	0.00																																					
Revistas	1,160.00																																					
Medios Complementarios	11,600.00																																					
Medios Digitales	3,480.00																																					
Pre-Estudios	0.00																																					
Post-Estudios	1,160.00																																					
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	10,440.00																																					
Presupuesto asignado a la campaña:																																						
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:																																						
53,360.00																																						
24.21 %																																						


 Dante Pina Ibarra

Lic. Luis Benito Olguín Arellano

Nombre y firma del titular de mercado/tecnia de la dependencia/entidad

Nombre y firma de comunicación social de la coordinadora sectorial

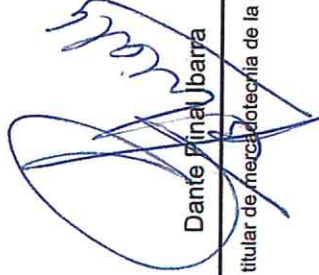
Datos generales

Nombre de la campaña: Beneficios del Crédito Fonacot
 Versión(es): Vacaciones y Regreso a Clases , Buen Fin , Navidad
 Tema específico y/o ventaja competitiva: Crecimiento en la colocación de créditos y número de trabajadores beneficiados
 Meta a alcanzar:
 Objetivo de comunicación: Consolidar al Instituto Fonacot como la mejor Entidad Financiera del Estado que otorga a los trabajadores formales diversos créditos con los mayores beneficios y las mejores tasas del mercado.
 Coemisor: HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL
 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS
 NSE: C+, C

Etapas	Fechas
1	17 de julio de 2017 al 18 de agosto de 2017
2	06 de noviembre de 2017 al 20 de noviembre de 2017
3	01 de diciembre de 2017 al 31 de diciembre de 2017

Vigencia de la campaña:

Medios a utilizar	Recursos programados por tipo medio	
	TV	Radio
Televisoras		15,080.00
Radiodifusoras		18,560.00
Cine		18,560.00
Diarios Editados en el D.F.		13,920.00
Diarios Editados en los Estados		12,760.00
Diarios Editados en el Extranjero		0.00
Revistas		6,960.00
Medios Complementarios		18,560.00
Medios Digitales		11,600.00
Pre-Estudios		0.00
Post-Estudios		1,160.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		49,880.00
Presupuesto asignado a la campaña:		167,040.00
Porcentaje que representa la campaña de la partida 35201:		75.79%


 Dante Pinal Ibarra

Lic. Luis Benito Olguin Arellano

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

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