

ESTRATEGIA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2016



Dependencia o Entidad: EDUCAL, S.A. de C.V.

Naturaleza Jurídica: Empresa

Cabeza de sector: Secretaría de Cultura

Fecha de elaboración: 03 de febrero de 2016

Misión:

Promover y apoyar a la cultura a través de la comercialización de libros y productos culturales de la Secretaría de Cultura y otras instituciones públicas y privadas, por medio de los canales de distribución en México y en el extranjero.

Visión:

Ser la mayor comercializadora de libros y productos culturales, mejorando permanentemente nuestro desempeño, con una arraigada cultura de servicio


Objetivo Institucional:

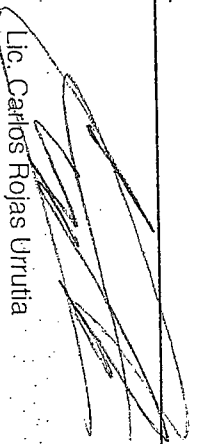
Distribuir y comercializar productos culturales contribuyendo al crecimiento de la oferta editorial y a la infraestructura de librerías en todo el país a través del fortalecimiento de librerías y aliados, con la participación en ferias de libros y actividades culturales de presencia nacional e internacional.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Promover la comercialización de libros físicos y digitales de todas las editoriales, así como la asistencia a actividades culturales realizadas en las librerías Educal.

<p>En nuestro país hay casi 4,500 librerías registradas, lo que significa una librería por cada 80 mil habitantes. Las principales cadenas de librerías en México (Educal, Fondo de Cultura Económica, Porrua, Gandhi, Gonnivi (Occidental), Seliemo Izacchibuiti (Norte) y Dante (Sur)) suman 250 puntos de venta. Respecto al número de librerías de las principales cadenas, Educal ocupa el 37% del mercado con sus 96 puntos de venta. &lt;br>Actualmente todos los grupos importantes de librería elaboran estrategias para desarrollar sus modelos de negocios en los ámbitos digital y editorial, y es hacia esas industrias hacia donde se dirigen las nuevas estrategias de mercadotecnia y publicidad.</p>	<p>Posicionar la red Educal como librerías donde predomina la bibliodiversidad, tanto de libros físicos como digitales, para colaborar en la promoción y difusión del patrimonio y la diversidad cultural. Promover el uso de la infraestructura de Educal (librería virtual, Centro cultural Elena Garro y red de librerías) para la realización de actividades de fomento a la lectura. Aprovechar los recursos de la tecnología digital para ofrecer libros y productos digitales.</p>	<p>Programa de promoción, comercialización y distribución de libros y productos culturales. Mejoramiento de la red de librerías Educal. Programa Iltobús. Participación en ferias del libro nacionales e internacionales. Actividades de fomento y promoción del libro en el Centro Cultural Elena Garro.</p>
--	---	---


Miguel Ángel Pineda Baltazar


Lic. Carlos Rojas Urrutia

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	310,80	ESTUDIOS	0,00
MEDIOS IMPRESOS	1.221,50	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	0,00
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	0,00	TOTAL	1.532,30

PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2016

Dependencia o Entidad: EDUCAL, S.A. de C.V.
 Fecha de elaboración: 03 de febrero de 2016

miles de pesos /
 I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36201: 1.532,30
 ACUMULADO EN CAMPANAS: 1.532,30

Nombre de la campaña: Lee en Educal

Versión(es):

Tema específico y/o ventaja competitiva:

Meta a alcanzar:

Objetivo de comunicación:

Coemisor:

La experiencia de leer Etapa 1. La experiencia de leer Etapa 2. La experiencia de leer Etapa 3

Programa de promoción, comercialización y distribución de libros y productos culturales. Mejoramiento de la red de librerías Educal.

Programa Librobus. Participación en ferias del libro nacionales e internacionales. Actividades de fomento y promoción del libro en el Centro Cultural Elena Garro.

Incrementar la asistencia y número de ventas en la red de librerías Educal en un 7% respecto al año anterior.

Promover la comercialización de libros físicos y digitales de todas las editoriales, así como promover la asistencia a actividades realizadas en las librerías Educal.

HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA
 13 A 18, 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 65 O MÁS AÑOS
 NSE: AB, C+

Etapas

1	01 de marzo de 2016 al 31 de mayo de 2016
2	01 de junio de 2016 al 31 de agosto de 2016
3	01 de septiembre de 2016 al 31 de diciembre de 2016

Televisoras	0,00
Radiofisoras	0,00
Cine	0,00
Diarios Editados en el D.F.	301,60
Diarios Editados en los Estados	0,00
Diarios Editados en el Extranjero	0,00
Revistas	919,90
Medios Complementarios	0,00
Medios Digitales	310,80
Pre-Estudios	0,00
Post-Estudios	0,00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	0,00


 Miguel Ángel Pineda Baltazar

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


 Leticia Rojas Urrutia

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