

Dependencia o Entidad: Administración Portuaria Integral de Tuxpan, S.A. de C.V.
Naturaleza Jurídica: Empresa
Cabeza de sector: Secretaría de Comunicaciones y Transportes
Fecha de elaboración: 19 de enero de 2016

Misión:

Aportar valor a los clientes mediante una oferta de servicios eficientes, seguros e integrados eficazmente a las cadenas logísticas, con el respaldo de una comunidad portuaria comprometida y participativa con el desarrollo del país, en armonía y respeto con el medio ambiente.

Visión:

Ser la mejor alternativa portuaria para el centro de México, vinculándolo competitivamente con los mercados internacionales y facilitando el desarrollo de las cadenas logísticas y de valor de mercancías de contenedores, fluidos, carga general, automóviles, hidrocarburos y graneles minerales y agrícolas, en un entorno sustentable.

Objetivo Institucional:

Promover dos Sistemas Portuarios, el del Golfo de México y el del Pacífico; donde los puertos se complementen entre sí, resalten su vocación natural y compitan con otros puertos del mundo

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Difundir las estrategias del gobierno de la República entorno al Sistema Portuario Nacional para su crecimiento, desarrollo y seguridad

Metas Nacionales del PND (elija con una "x"):

- | | | | |
|-------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1.- MÉXICO EN PAZ | <input checked="" type="checkbox"/> | 2.- MÉXICO INCLUYENTE |
| <input type="checkbox"/> | 3.- MÉXICO CON EDUCACIÓN DE CALIDAD | <input checked="" type="checkbox"/> | 4.- MÉXICO PROSPERO |
| <input checked="" type="checkbox"/> | 5.- MÉXICO CON RESPONSABILIDAD GLOBAL | | |

Meta (s) nacional (es) que registrarán el programa de comunicación:

MÉXICO INCLUYENTE, MÉXICO PROSPERO, MÉXICO CON RESPONSABILIDAD GLOBAL,

Mtro. Rodolfo González Fernández

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

Lic. Jaime Bruno Rosete Banda

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

Estrategias Transversales del PND (elija con una "x"):

1.- Democratizar la Productividad

2.- Gobierno Cercano y Moderno

3.- Perspectiva de Género

Estrategia (s) transversal (es) que regirán el programa de comunicación:

Democratizar la Productividad, Gobierno Cercano y Moderno, Perspectiva de Género,

Programa Sectorial y/o Especial	Objetivos Estratégicos y/o Transversales	Temas Específicos Derivadores de los Objetivos Estratégicos y/o Transversales
1.- Plan nacional de Desarrollo /Objetivo 4.9	Modernización, ampliación y conservación de la infraestructura de los diferentes puertos nacionales, así como mejorar su conectividad bajo criterios estratégicos y de eficiencia que detonen actividades de valor agregado.	Inversión y modernización de los puertos de México
2.- Programa Sectorial de Comunicaciones y Transportes 2013-2018	Perspectiva de Género. Generación de entornos seguros y amigables de convivencia familiar y social, actividades de tiempo libre y movilidad segura	Seguridad en el Mar para la población en general
3.- Plan Nacional de Desarrollo: Objetivo 4.5 Democratizar el acceso a servicios de telecomunicaciones./ Objetivo 4.9 Contar con una Infraestructura de transporte que se refleje en menores costos para realizar la actividad económica./ Programa Sectorial de Comunicaciones y Transportes 2013-2018	Estrategia 4.5.1. Impulsar el desarrollo e innovación tecnológica de las telecomunicaciones que amplíe la cobertura y accesibilidad para impulsar mejores servicios y promover la competencia, buscando la reducción de costos y la eficiencia de las comunicaciones/ Estrategia 4.9.1. Modernizar, ampliar y conservar la infraestructura de los diferentes modos de transporte, así como mejorar su conectividad bajo criterios estratégicos y de eficiencia. /Democratizar la Productividad	Avances en infraestructura de comunicaciones y transportes
4.- Plan nacional de Desarrollo /Objetivo 4.9	Modernización, ampliación y conservación de la infraestructura de los diferentes puertos nacionales, así como mejorar su conectividad bajo criterios estratégicos y de eficiencia que detonen actividades de valor agregado.	Tuxpan, el Puerto más cercano a la ciudad de México

MEDIOS ELECTRÓNICOS	<u>254.00</u>	ESTUDIOS	<u>0.00</u>
MEDIOS IMPRESOS	<u>175.40</u>	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	<u>196.00</u>
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	<u>1,114.60</u>	TOTAL	<u>1,740.00</u>

Mtro. Rodolfo González Fernández

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

Lic. Jaime Bruno Rosete Banda

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

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2016

Dependencia o Entidad: Administración Portuaria Integral de Tuxpan, S.A. de C.V.
 Fecha de elaboración: 19 de enero de 2016

miles de pesos /
I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36101: **1740.00**
 ACUMULADO EN CAMPANAS: 1740.00

CAMPAÑA 1		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio
Datos generales		Tiempos oficiales	Tiempos comerciales	
		TV	Radio	
Nombre de la campaña:	Sistema Portuario Nacional, trabajando por un futuro			Televisoras
Versión(es):	Sistema Portuario Nacional, trabajando por un futuro			0.00
Tema específico:	Inversión y modernización de los puertos de México			Radiodifusoras
Objetivo de comunicación:	Promover dos Sistemas Portuarios, el del Golfo de México y el del Pacífico; donde los puertos se complementen entre sí, resalten su vocación natural.			0.00
Clasificación de campaña:	Servicios de Gobierno			Cine
Coemisor:	15 APIs			0.00
Población objetivo:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA			Diarios Editados en el D.F.
	25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS			75.00
	NSE: AB, C+, C			Diarios Editados en los Estados
Vigencia de la campaña:				0.00
				Diarios Editados en el Extranjero
				0.00
				Revistas
				100.40
				Medios Complementarios
				81.60
				Medios Digitales
				0.00
				Pre-Estudios
				0.00
				Post-Estudios
				0.00
				Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y
				0.00
				Presupuesto asignado a la campaña:
				257.00
				Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:
				14.77%

Etapas	Fechas
1	20 de julio de 2016 al 30 de noviembre de 2016

Mtro. Rodolfo González Fernández

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

Lic. Jaime Bruno Rosete Banda

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

CAMPAÑA 2

Datos generales		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio				
		Tiempos oficiales	Tiempos comerciales					
		TV	TV					
Nombre de la campaña:	Seguridad en el mar	Radio	Radio					
Versión(es):	Uso del chaleco salvavidas							
Tema específico:	Seguridad en el Mar para la población en general							
Objetivo de comunicación:	Generar en la población objetivo, la concientización del uso del chaleco salvavidas en cualquier actividad en el mar para garantizar su seguridad							
Clasificación de campaña:	Prevención							
Coemisor:	15 APIs							
Población objetivo:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL							
	0 A 12, 13 A 18, 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS							
	NSE: AB, C+, C, D+, D, E							
Vigencia de la campaña:								
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Etapas</th> <th>Fechas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>10 de junio de 2016 al 10 de agosto de 2016</td> </tr> </tbody> </table>	Etapas	Fechas	1	10 de junio de 2016 al 10 de agosto de 2016			
Etapas	Fechas							
1	10 de junio de 2016 al 10 de agosto de 2016							
				Televisoras 0.00				
				Radiodifusoras 0.00				
				Cine 0.00				
				Diarios Editados en el D.F. 0.00				
				Diarios Editados en los Estados 0.00				
				Diarios Editados en el Extranjero 0.00				
				Revistas 0.00				
				Medios Complementarios 533.00				
				Medios Digitales 0.00				
				Pre-Estudios 0.00				
				Post-Estudios 0.00				
				Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y 0.00				
				Presupuesto asignado a la campaña: 533.00				
				Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101: 30.63%				

Mtro. Rodolfo González Fernández

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

Lic. Jaime Bruno Rosete Banda

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

CAMPAÑA 3

Datos generales	Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio
	Tiempos oficiales	Tiempos comerciales	
	TV <input type="text"/>	TV <input type="text" value="x"/>	
	Radio <input type="text"/>	Radio <input type="text"/>	

Nombre de la campaña: Infraestructura
 Versión(es): Genérica
 Tema específico: Avances en infraestructura de comunicaciones y transportes
 Objetivo de comunicación: Difundir los avances en Infraestructura carretera, portuaria, aeroportuaria, ferroviaria y de telecomunicaciones, puntualizando el impacto que estos generan en el desarrollo del país y de la población.
 Clasificación de campaña: Servicios de Gobierno
 Coemisor: 15 APIs
 Población objetivo: HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA
 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS
 NSE: AB, C+, C

Vigencia de la campaña:

Etapas	Fechas
1	20 de agosto de 2016 al 20 de septiembre de 2016

Televisoras	254.00
Radiodifusoras	0.00
Cine	0.00
Diarios Editados en el D.F.	0.00
Diarios Editados en los Estados	0.00
Diarios Editados en el Extranjero	0.00
Revistas	0.00
Medios Complementarios	0.00
Medios Digitales	0.00
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	0.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	0.00
Presupuesto asignado a la campaña:	254.00
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:	14.60%

Mtro. Rodolfo González Fernández

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

Lic. Jaime Bruno Rosete Banda

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

CAMPAÑA 4

Datos generales	
Nombre de la campaña:	Tuxpan, el puerto más cercano a la tercer ciudad más poblada del mundo.
Versión(es):	Tuxpan, el centro logístico más importante del Valle de México Tuxpan, el Puerto más cercano a la ciudad de México
Tema específico:	Promover y difundir al Puerto de Tuxpan como el centro logístico de importación y exportación más cercano, a dos horas y media del Valle de México y la Zona Centro del país con la conclusión de la Autopista México-Tuxpan
Objetivo de comunicación:	
Clasificación de campaña:	Servicios de Gobierno
Coemisor:	ninguno
Población objetivo:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS NSE: AB, C+, C

Vigencia de la campaña:	
Etapas	Fechas
1	01 de septiembre de 2016 al 31 de octubre de 2016

Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio
Tiempos oficiales	Tiempos comerciales	
TV	TV	
Radio	Radio	
Televisoras		0.00
Radiodifusoras		0.00
Cine		0.00
Diarios Editados en el D.F.		0.00
Diarios Editados en los Estados		0.00
Diarios Editados en el Extranjero		0.00
Revistas		0.00
Medios Complementarios		500.00
Medios Digitales		0.00
Pre-Estudios		0.00
Post-Estudios		0.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		196.00
Presupuesto asignado a la campaña:		696.00
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:		40.00%

Mtro. Rodolfo González Fernández

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

Lic. Jaime Bruno Rosete Banda

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