

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 | | | |
| Versión(es): | Sistema Portuario Nacional, trabajando por un futuro | | | Televisoras |
| 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. | | | Cine |
| Clasificación de campaña: | Servicios de Gobierno | | | Diarios Editados en el D.F. |
| Coemisor: | 15 APIs | | | Diarios Editados en los Estados |
| Población objetivo: | HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA | | | Diarios Editados en el Extranjero |
| | 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS | | | Revistas |
| | NSE: AB, C+, C | | | Medios Complementarios |
| Vigencia de la campaña: | | | | Medios Digitales |
| | | | | Pre-Estudios |
| | | | | Post-Estudios |
| | | | | Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y |
| | | | | Presupuesto asignado a la campaña: |
| | | | | Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101: |
| | | | | 257.00 |
| | | | | 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 <input type="text"/> | TV <input type="text"/> | | | | | |
| Nombre de la campaña: | Seguridad en el mar | Radio <input type="text"/> | Radio <input type="text"/> | | | | | |
| 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 | | |
| Radio | | Radio | |

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 |
| Diaros Editados en el D.F. | | 0.00 |
| Diaros Editados en los Estados | | 0.00 |
| Diaros 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