



Dependencia o Entidad:	Fideicomiso ProMéxico
Naturaleza Jurídica:	Fideicomiso Público
Cabeza de sector:	Secretaría de Economía
Fecha de elaboración:	25 de enero de 2017

Misión:

Promover la atracción de inversión extranjera directa y las exportaciones de productos y servicios, así como la internacionalización de las empresas mexicanas para contribuir al desarrollo económico y social del país, y al fortalecimiento de la imagen de México como socio estratégico para hacer negocios.

Visión:

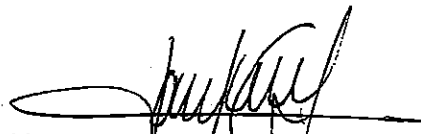
ProMéxico es y se le reconoce como una entidad mexicana relevante para la promoción de negocios internacionales, que propicia la concreción de proyectos de manera efectiva.

Objetivo Institucional:

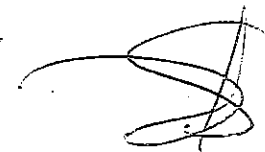
ProMéxico es la agencia de promoción económica internacional del gobierno mexicano que tiene como misión atraer flujos de Inversión Extranjera Directa al país, impulsar la exportación de productos y servicios mexicanos, además de promover la internacionalización de las empresas nacionales.
Su meta es lograr que ProMéxico fortalezca su participación en la economía global, al incrementar la presencia de productos y servicios mexicanos en los mercados internacionales, asimismo, esta institución ha contribuido a consolidar a México como un destino atractivo, seguro y competitivo para la inversión extranjera.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Posicionar a ProMéxico en el ámbito nacional e internacional como una institución gubernamental encargada de promover la atracción de Inversión Extranjera Directa al país, la exportación de productos y servicios, y la internacionalización de empresas mexicanas.

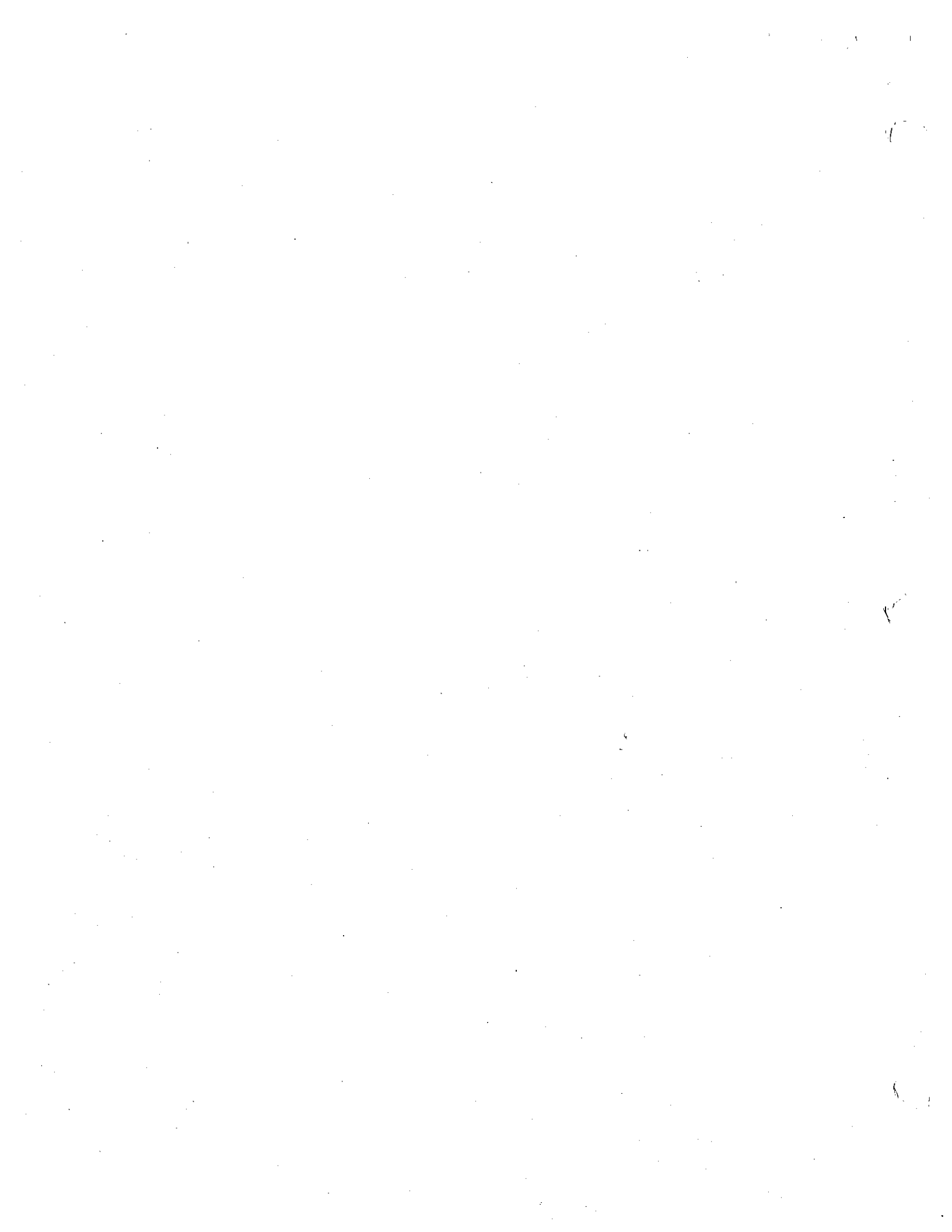

Lic. Oscar Ignorosa Mirangos

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



Diana Itziar Gómez Jiménez

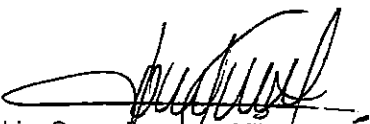
Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad



Entorno del negocio	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad de ventajas competitivas
1.- La situación económica internacional y la inserción de la economía global, requiere que los gobiernos y la iniciativa privada fortalezcan la capacidad de expansión para las empresas mexicanas con la posibilidad de crecer a través de la diversificación de sus mercados.	Lograr el posicionamiento de ProMéxico (productos, apoyos y servicios) en al menos el 9% del mercado objetivo a nivel nacional.	Productos, apoyos y servicios que ofrece ProMéxico al exportador mexicano.
2.- El entorno económico nacional requiere de la promoción de eventos que se desarrollan en diferentes entidades del país y que, a su vez, fortalezcan la capacidad exportadora mexicana.	Promover al menos 3 eventos o convocatorias en los que participa ProMéxico a nivel nacional.	Promoción de eventos en los que participa ProMéxico a nivel nacional.
3.- La competitividad de la economía globalizada exige a las empresas mexicanas que pretendan exportar o internacionalizarse, mayor información y mejor toma de decisiones, para así, optimizar sus estrategias.	Promover a las empresas mexicanas las necesidades de por lo menos 3 mercados internacionales.	Promoción de oportunidades de negocios en el extranjero.
4.- El país tiene cualidades únicas y atractivas para promover la Inversión Extranjera Directa, lo que permitirá el desarrollo de la industria nacional, generación de empleos, el incremento de la competitividad y el desarrollo tecnológico del país	Promover a México como un destino atractivo para invertir en por lo menos 2 zonas económicas de alto desarrollo industrial.	Acciones y fortalezas de México en el ámbito de los negocios y comercio internacional.
5.- El entorno económico requiere de la presencia y participación constante de nuestro país en eventos internacionales de distintos sectores productivos, promoviendo de esta forma la internacionalización de las empresas mexicanas y la inversión extranjera directa.	Promocionar por lo menos 2 eventos en los que participe ProMéxico a nivel internacional.	Promoción de eventos internacionales en los que participa ProMéxico.

MEDIOS ELECTRÓNICOS 13,000.00
MEDIOS IMPRESOS 9,300.00
MEDIOS COMPLEMENTARIOS 3,000.00

ESTUDIOS 200.00
DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN 0.00
TOTAL 25,500.00

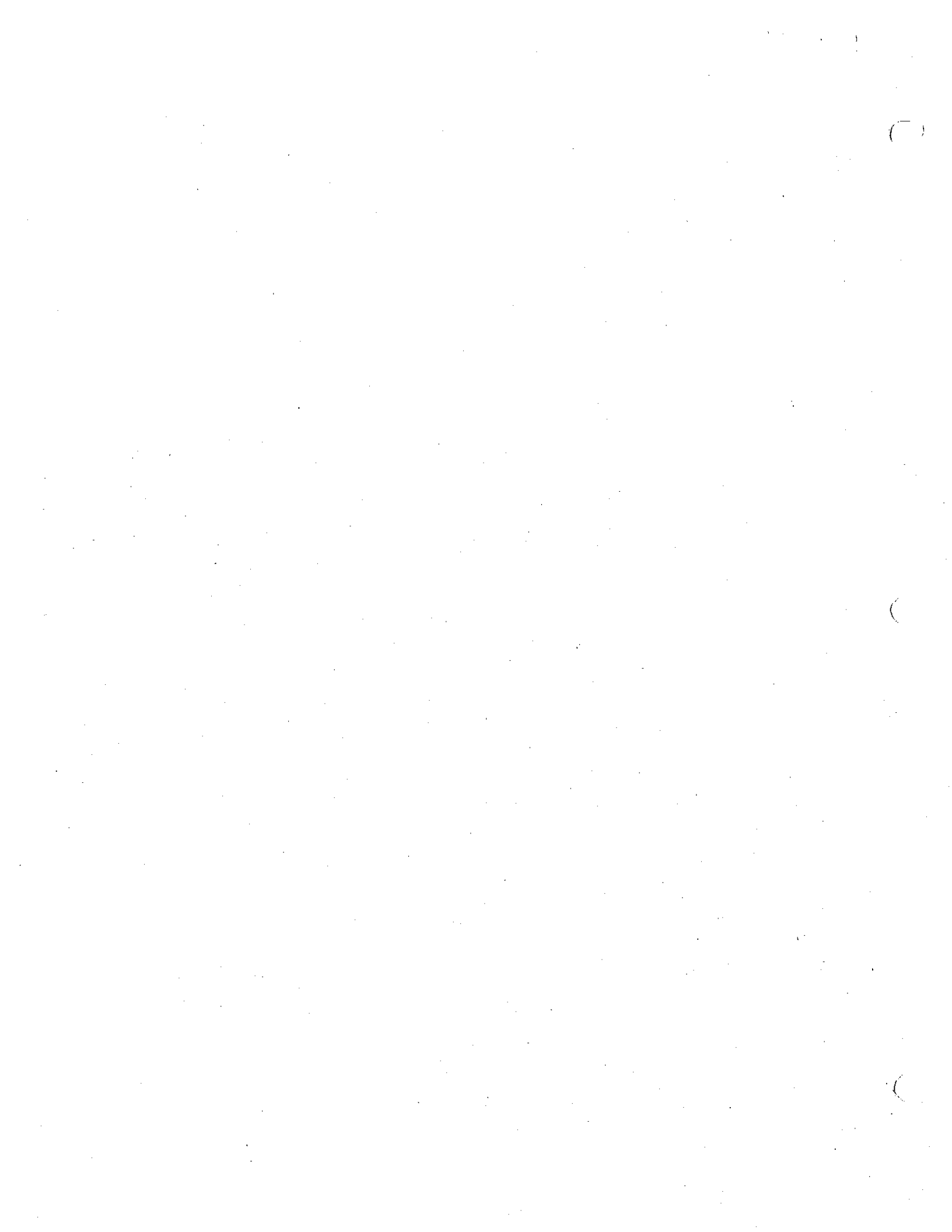

Lic. Oscar Ignorosa Mijangos

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



Diana Itziar Gómez Jiménez

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: Fidelcomiso ProMéxico
 Fecha de elaboración: 25 de enero de 2017

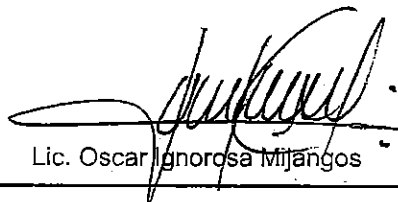
miles de pesos /
I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36201: 25,500.00

ACUMULADO EN CAMPAÑAS: 25,500.00

CAMPAÑA 1		MÉDIOS DIGITALES		Presupuesto asignado a la campaña
Datos generales		TV	Radio	
Nombre de la campaña:	ProMéxico pone el mundo en tus manos			7,700.00
Versión(es):	"Productos ProMéxico", "Apoyos y Servicios", "Testimonios"			
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Productos, apoyos y servicios que ofrece ProMéxico al exportador mexicano.			
Meta a alcanzar:	Lograr el posicionamiento de ProMéxico (productos, apoyos y servicios) en al menos el 9% del mercado objetivo a nivel nacional.			
Objetivo de comunicación:	Dar a conocer los productos, apoyos y servicios que se ofrecen al exportador mexicano, contribuyendo de esta forma al posicionamiento de ProMéxico.			
Coemisor:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA			
Población objetivo:	25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS			
	NSE: AB, C+, C			
Vigencia de la campaña:	1 05 de junio de 2017 al 31 de octubre de 2017			
				Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201: 30.20%

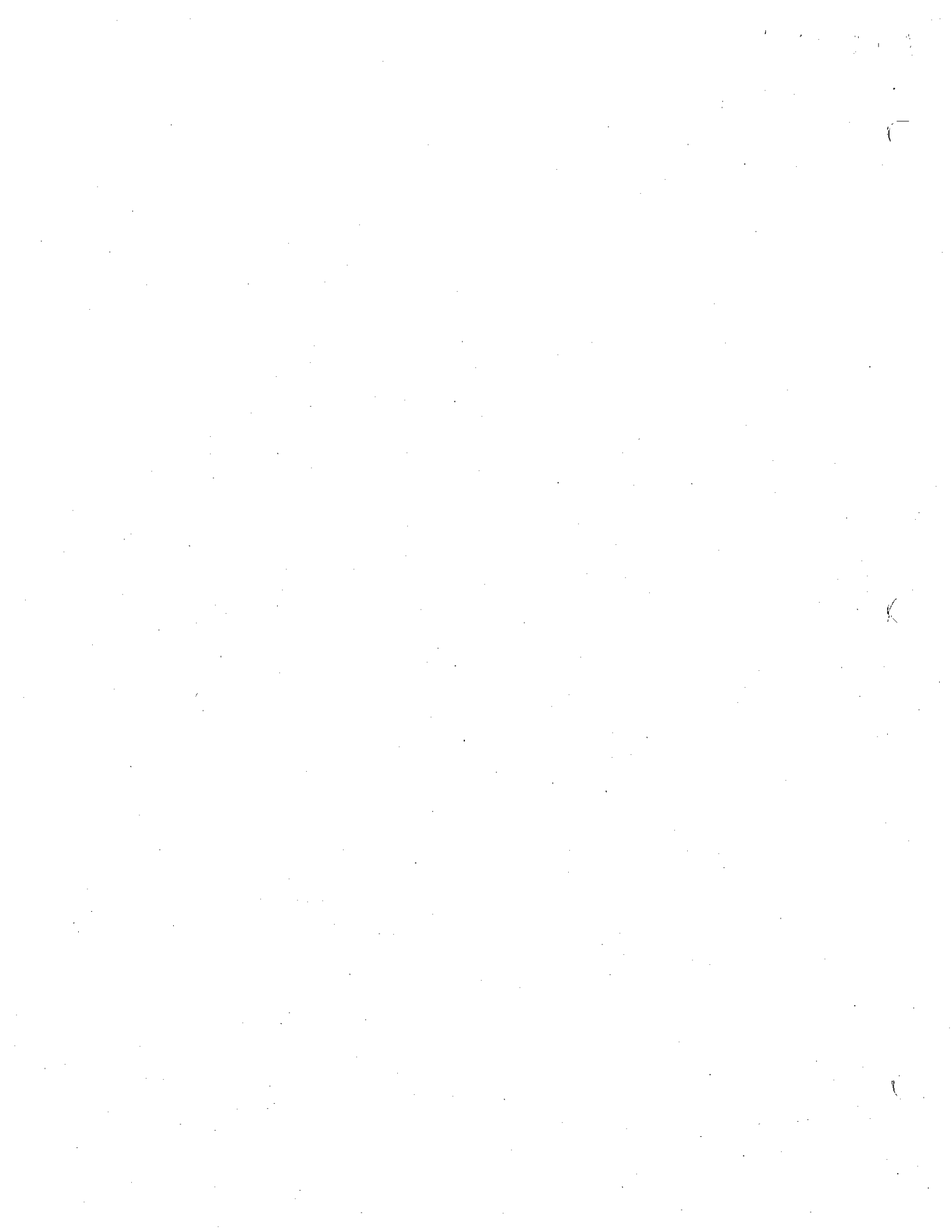
MÉDIOS DIGITALES		Presupuesto asignado a la campaña
TV	Radio	
Televisoras		0.00
Radiodifusoras		0.00
Cine		0.00
Diarios Editados en el D.F.		1,500.00
Diarios Editados en los Estados		0.00
Diarios Editados en el Extranjero		0.00
Revistas		1,500.00
Medios Complementarios		0.00
Medios Digitales		4,500.00
Pre-Estudios		0.00
Post-Estudios		200.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		0.00
		7,700.00
		30.20%


Lic. Oscar Ignorosa Mijangos

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


Diana Itziar Gómez Jiménez

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



Datos generales

Nombre de la campaña: **Eventos y Convocatorias Nacionales de ProMéxico**
 Versión(es): **"Evento 1", "Evento 2", "Evento 3", "Convocatoria"**
 Tema específico y/o ventaja competitiva: **Promoción de eventos en los que participa ProMéxico a nivel nacional.**
 Meta a alcanzar: **Promover al menos 3 eventos o convocatorias en los que participa ProMéxico a nivel nacional**
 Objetivo de comunicación: **Convocar a emprendedores, empresarios y tomadores de decisiones a eventos nacionales organizados por ProMéxico que contribuyen con el posicionamiento para dar a conocer los productos, apoyos y servicios que se ofrecen al exportador mexicano.**
 Coemisor:

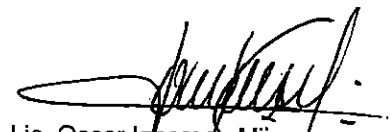
HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA

Población objetivo: **25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS**
NSE: AB, C+, C

Etapas	Fechas
1	05 de junio de 2017 al 31 de octubre de 2017

Vigencia de la campaña:

Presupuesto asignado		Presupuesto asignado por medio
Presupuesto asignado	Presupuesto asignado por medio	
Televisoras		0.00
Radiodifusoras		0.00
Cine		0.00
Diarios Editados en el D.F.		1,000.00
Diarios Editados en los Estados		0.00
Diarios Editados en el Extranjero		0.00
Revistas		0.00
Medios Complementarios		3,000.00
Medios Digitales		1,000.00
Pre-Estudios		0.00
Post-Estudios		0.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		0.00
Presupuesto asignado a la campaña		5,000.00
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36-20		19.61%

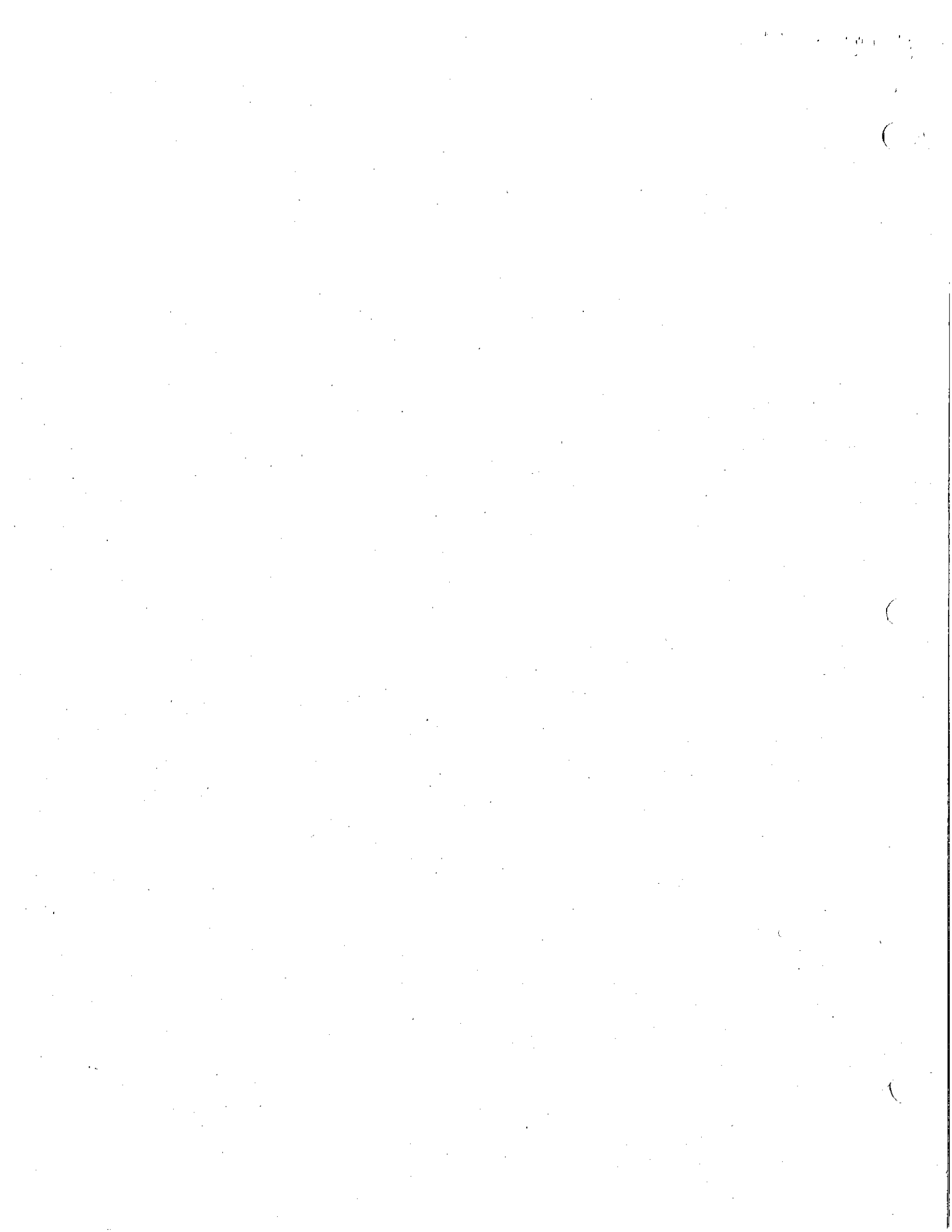

 Lic. Oscar Ignorosa Mijangos

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

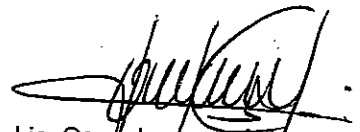


Diana Itziar Gómez Jiménez

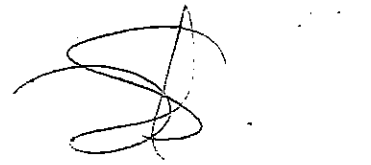
Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad



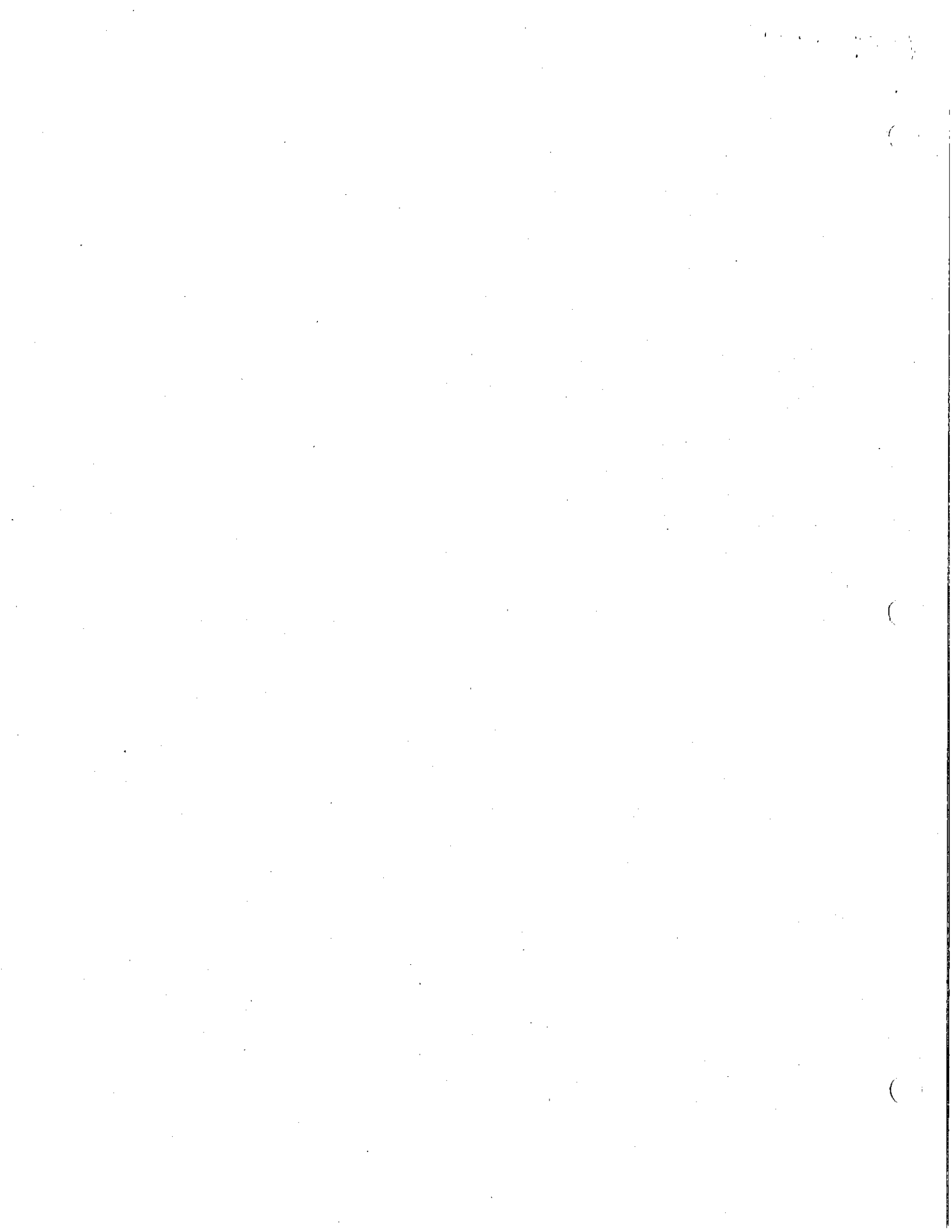
Datos generales		Medios a utilizar		Presupuesto programado por medio
		Tiempo a utilizar		
		TV	Radio	
Nombre de la campaña:	Oportunidades Comerciales	Televisoras		0.00
Versión(es):	"Oportunidades" y "Licitaciones Internacionales"	Radiodifusoras		0.00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Promoción de oportunidades de negocios en el extranjero.	Cine		0.00
Meta a alcanzar:	Promover a las empresas mexicanas las necesidades de por lo menos 3 mercados internacionales	Diarios Editados en el D.F.		0.00
Objetivo de comunicación:	Informar a las empresas mexicanas las necesidades que existen en diversos mercados internacionales con el objetivo de establecer nuevas relaciones comerciales.	Diarios Editados en los Estados		0.00
Coemisor:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA	Diarios Editados en el Extranjero		0.00
Población objetivo:	25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS	Revistas		0.00
	NSE: AB, C+, C	Medios Complementarios		0.00
		Medios Digitales		1,250.00
Vigencia de la campaña:	1 05 de junio de 2017 al 31 de agosto de 2017	Pre-Estudios		0.00
		Post-Estudios		0.00
		Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		0.00
		Presupuesto asignado a la campaña		1,250.00
		Porcentaje que representa la campaña		24.90 %


 Lic. Oscar Ignorosa Mijangos

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


 Diana Itziar Gómez Jiménez

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



Datos generales

Nombre de la campaña: Hecho en México

Versión(es): "México industrial", "México y sus sectores", "México prospero", "México Creativo", "México tecnológico"

Tema específico y/o ventaja competitiva: Acciones y fortalezas de México en el ámbito de los negocios y comercio internacional.

Meta a alcanzar: Promover a México como un destino atractivo para invertir en por lo menos 2 zonas económicas de alto desarrollo industrial

Objetivo de comunicación: Contribuir al posicionamiento de México y sus sectores como destino competitivo de negocios para fortalecer la Inversión Extranjera Directa, exportación y/o internacionalización de las empresas mexicanas.

Coemisor: Coordinación de Marca País y Medios Internacionales

Población objetivo:

HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA

25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS


NSE: AB, C+

Etapas	Fechas
1	16 de mayo de 2017 al 31 de octubre de 2017

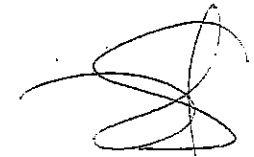
Vigencia de la campaña:

1 16 de mayo de 2017 al 31 de octubre de 2017

Medios a utilizar		Presupuesto
Medios complementarios	Medios	Presupuesto
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		5,300.00
Revistas		0.00
Medios Complementarios		0.00
Medios Digitales		5,000.00
Pre-Estudios		0.00
Post-Estudios		0.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		0.00
Presupuesto asignado a la campaña		10,300.00
Presupuesto que representa la campaña de la partida 36201		10,300.00

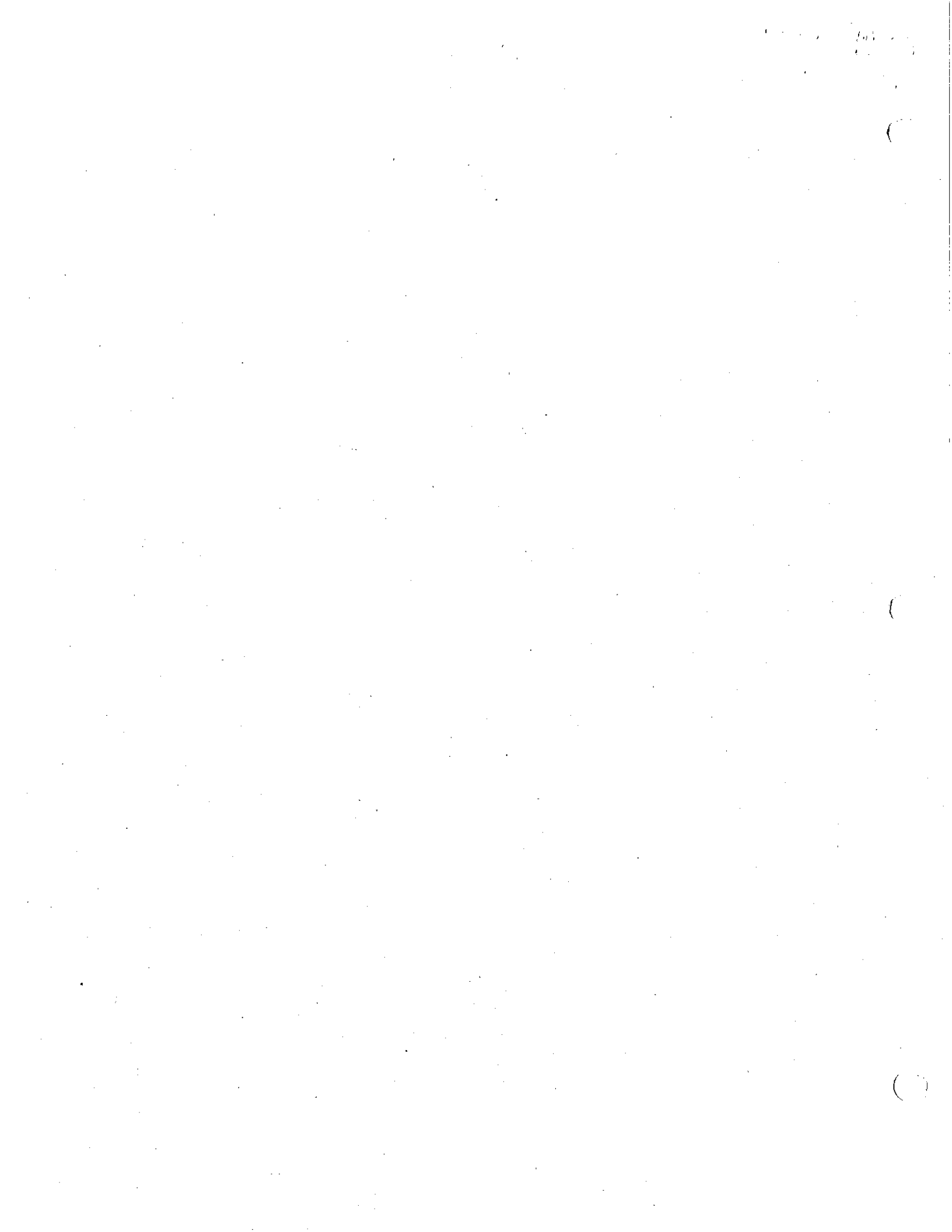

 Lic. Oscar Ignacio Mijangos

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



Diana Itziar Gómez Jiménez

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

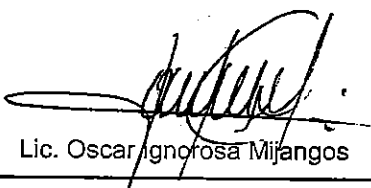


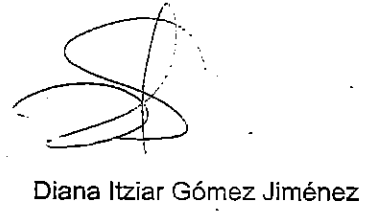
Datos generales		Medios a utilizar		Presupuesto por medio
		Medios	Presupuesto	
Nombre de la campaña:	Eventos y convocatorias internacionales	Televisoras		0.00
Versión(es):	"Evento Internacional 1", "Evento Internacional 2"	Radiodifusoras		0.00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Promoción de eventos internacionales en los que participa ProMéxico.	Cine		0.00
Meta a alcanzar:	Promocionar por lo menos 2 eventos en los que participe ProMéxico a nivel internacional	Diarios Editados en el D.F.		0.00
Objetivo de comunicación:	Difundir en el extranjero los eventos en los que ProMéxico tiene participación para de este modo generar tráfico y atención en los contenidos.	Diarios Editados en los Estados		0.00
Coemisor:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA	Diarios Editados en el Extranjero		0.00
	25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS	Revistas		0.00
	NSE: AB, C+	Medios Complementarios		0.00
		Medios Digitales		1,250.00
		Pre-Estudios		0.00
		Post-Estudios		0.00
		Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		0.00
		Presupuesto asignado a la campaña		1,250.00
		Porcentaje que representa la campaña		100%

Población objetivo:

Vigencia de la campaña:

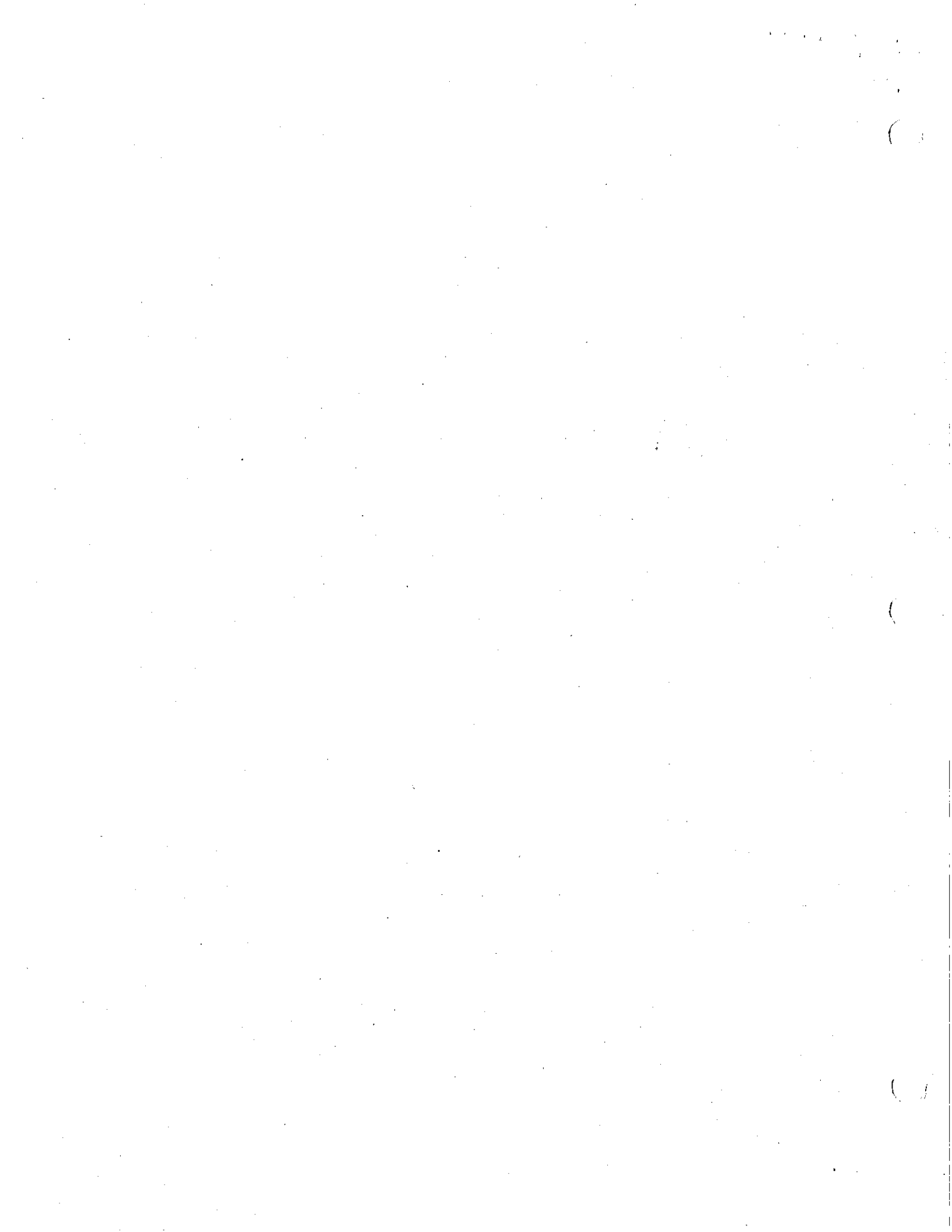
Elapas	Fechas
1	16 de mayo de 2017 al 31 de agosto de 2017


 Lic. Oscar Ignofosa Mijangos


 Diana Itziar Gómez Jiménez

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

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





Dependencia o Entidad:

Fideicomiso ProMéxico

Naturaleza Jurídica:

Fideicomiso Público

Cabeza de sector:

Secretaría de Economía

Fecha de elaboración:

19 de diciembre de 2017

Misión:

Promover la atracción de inversión extranjera directa y las exportaciones de productos y servicios, así como la internacionalización de las empresas mexicanas para contribuir al desarrollo económico y social del país, y al fortalecimiento de la imagen de México como socio estratégico para hacer negocios.

Visión:

ProMéxico es y se le reconoce como una entidad mexicana relevante para la promoción de negocios internacionales, que propicia la concreción de proyectos de manera efectiva.

Objetivo Institucional:

ProMéxico es la agencia de promoción económica internacional del gobierno mexicano que tiene como misión atraer flujos de Inversión Extranjera Directa al país, impulsar la exportación de productos y servicios mexicanos, además de promover la internacionalización de las empresas nacionales.

Su meta es lograr que ProMéxico fortalezca su participación en la economía global, al incrementar la presencia de productos y servicios mexicanos en los mercados internacionales, asimismo, esta institución ha contribuido a consolidar a México como un destino atractivo, seguro y competitivo para la inversión extranjera.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Posicionar a ProMéxico en el ámbito nacional e internacional como una institución gubernamental encargada de promover la atracción de Inversión Extranjera Directa al país, la exportación de productos y servicios, y la internacionalización de empresas mexicanas.

Lic. Oscar Ignorosa Mijangos

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

Diana Itziar Gómez Jiménez

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


Entorno del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
1.- La situación económica internacional y la inserción de la economía global, requiere que los gobiernos y la iniciativa privada fortalezcan la capacidad de expansión para las empresas mexicanas con la posibilidad de crecer a través de la diversificación de sus mercados.	Lograr el posicionamiento de ProMéxico (productos, apoyos y servicios) en al menos el 9% del mercado objetivo a nivel nacional.	Productos, apoyos y servicios que ofrezca ProMéxico al exportador mexicano.
2.- El entorno económico nacional requiere de la promoción de eventos que se desarrollan en diferentes entidades del país y que, a su vez, fortalezcan la capacidad exportadora mexicana.	Promover al menos 3 eventos o convocatorias en los que participa ProMéxico a nivel nacional.	Promoción de eventos en los que participa ProMéxico a nivel nacional.
3.- La competitividad de la economía globalizada exige a las empresas mexicanas que pretenden exportar o internacionalizarse, mayor información y mejor toma de decisiones, para así, optimizar sus estrategias.	Promover a las empresas mexicanas las necesidades de por lo menos 3 mercados internacionales.	Promoción de oportunidades de negocios en el extranjero.
4.- El país tiene cualidades únicas y atractivas para promover la Inversión Extranjera Directa, lo que permitirá el desarrollo de la industria nacional, generación de empleos, el incremento de la competitividad y el desarrollo tecnológico del país	Promover a México como un destino atractivo para invertir en por lo menos 2 zonas económicas de alto desarrollo industrial.	Acciones y fortalezas de México en el ámbito de los negocios y comercio internacional.
5.- El entorno económico requiere de la presencia y participación constante de nuestro país en eventos internacionales de distintos sectores productivos, promoviendo de esta forma la internacionalización de las empresas mexicanas y la inversión extranjera directa.	Promocionar por lo menos 2 eventos en los que participe ProMéxico a nivel internacional.	Promoción de eventos internacionales en los que participa ProMéxico.

MEDIOS ELECTRÓNICOS 5,287.00
MEDIOS IMPRESOS 16,056.60
MEDIOS COMPLEMENTARIOS 3,067.16

ESTUDIOS 167.04
DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN 27.49
TOTAL 24,605.29

Lic. Oscar Ignorosa Mijangos

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



Diana Itziar Gómez Jiménez

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:

Fideicomiso ProMéxico

Fecha de elaboración:

19 de diciembre de 2017

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36201:

miles de pesos /
I.V.A. incluido

24,605.29

ACUMULADO EN CAMPAÑAS:

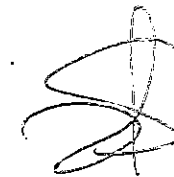
24,605.29

CAMPANA 1

Datos generales		Medios a utilizar	
Nombre de la campaña:	ProMéxico pone el mundo en tus manos	Televisoras	0.00
Versión(es):	"Apoyos y Servicios", "Testimonios"	Radiodifusoras	5,087.09
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Productos, apoyos y servicios que ofrece ProMéxico al exportador mexicano.	Cine	0.00
Meta a alcanzar:	Lograr el posicionamiento de ProMéxico (productos, apoyos y servicios) en al menos el 9% del mercado objetivo a nivel nacional	Diarios Editados en el D.F.	4,091.99
Objetivo de comunicación:	Dar a conocer los productos, apoyos y servicios que se ofrecen al exportador mexicano, contribuyendo de esta forma al posicionamiento de ProMéxico.	Diarios Editados en los Estados	0.00
Coemisor:		Diarios Editados en el Extranjero	0.00
	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA	Revistas	931.97
Población objetivo:	25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS	Medios Complementarios	0.00
	NSE: AB, C+, C	Medios Digitales	0.00
		Pre-Estudios	0.00
		Post-Estudios	167.04
		Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	27.49
Vigencia de la campaña:	1 06 de octubre de 2017 al 04 de diciembre de 2017	Presupuesto asignado a la campaña	24,605.29
		Porcentaje que representa la campaña	100%

Lic. Oscar Ignorosa Mijangos

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



Diana Itziar Gómez Jiménez


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

CAMPAÑA 2

Datos generales		Medios a utilizar	
		Medios complementarios	Resto de medios
Nombre de la campaña:	Eventos y Convocatorias Nacionales de ProMéxico	Televisoras	0.00
Versión(es):	"Evento 1", "Evento 2", "Evento 3", "Convocatoria"	Radiodifusoras	0.00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Promoción de eventos en los que participa ProMéxico a nivel nacional.	Cine	0.00
Meta a alcanzar:	Promover al menos 3 eventos o convocatorias en los que participa ProMéxico a nivel nacional	Diarios Editados en el D.F.	4,108.46
Objetivo de comunicación:	Convocar a emprendedores, empresarios y tomadores de decisiones a eventos nacionales organizados por ProMéxico que contribuyen con el posicionamiento para dar a conocer los productos, apoyos y servicios que se ofrecen al exportador mexicano.	Diarios Editados en los Estados	661.33
Coemisor:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA	Diarios Editados en el Extranjero	0.00
Población objetivo:	25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS	Revistas	0.00
	NSÉ: AB, C+, C	Medios Complementarios	2,126.49
		Medios Digitales	0.00
		Pre-Estudios	0.00
		Post-Estudios	0.00
		Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	0.00
Vigencia de la campaña:	1 24 de junio de 2017 al 30 de septiembre de 2017	Presupuesto asignado a la campaña	6,896.28
		Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201	2.00%

Lic. Oscar Ignorosa Mijangos

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



Diana Itziar Gómez Jiménez

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

CAMPANA 3

Datos generales		Medios a utilizar	
		Medios comerciales	Recursos programados
Nombre de la campaña:	Oportunidades Comerciales	Televisoras	0.00
Versión(es):	"Oportunidades" y "Licitaciones Internacionales"	Radiodifusoras	0.00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Promoción de oportunidades de negocios en el extranjero.	Cine	0.00
Meta a alcanzar:	Promover a las empresas mexicanas las necesidades de por lo menos 3 mercados internacionales	Diarios Editados en el D.F.	0.00
Objetivo de comunicación:	Informar a las empresas mexicanas las necesidades que existen en diversos mercados internacionales con el objetivo de establecer nuevas relaciones comerciales.	Diarios Editados en los Estados	0.00
Coemisor:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA	Diarios Editados en el Extranjero	0.00
Población objetivo:	25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS	Revistas	0.00
	NSE: AB, C+, C	Medios Complementarios	0.00
		Medios Digitales	199.91
		Pre-Estudios	0.00
		Post-Estudios	0.00
		Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	0.00
Vigencia de la campaña:	1 15 de octubre de 2017 al 15 de noviembre de 2017	Presupuesto asignado a la campaña:	199.91
		Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:	0.815%

Lic. Oscar Ignorosa Mijangos

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



Diana Itziar Gómez Jiménez

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

CAMPANA 4

Datos generales		Medios a utilizar	
		Medios comerciales	Recursos propios
Nombre de la campaña:	Hecho en México	Televisoras	0.00
Versión(es):	"México industrial", "México y sus sectores", "México prospero", "México Creativo", "México tecnológico"	Radiodifusoras	0.00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Acciones y fortalezas de México en el ámbito de los negocios y comercio internacional.	Cine	0.00
Meta a alcanzar:	Promover a México como un destino atractivo para invertir en por lo menos 2 zonas económicas de alto desarrollo industrial.	Diarios Editados en el D.F.	0.00
Objetivo de comunicación:	Contribuir al posicionamiento de México y sus sectores como destino competitivo de negocios para fortalecer la Inversión Extranjera Directa, exportación y/o internacionalización de las empresas mexicanas.	Diarios Editados en los Estados	0.00
Coemisor:	Coordinación de Marca País y Medios Internacionales	Diarios Editados en el Extranjero	4,672.79
	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA	Revistas	0.00
	25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS	Medios Complementarios	0.00
	NSE: AB, C+	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	4,672.79
		Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201	18.99%

Población objetivo:

Vigencia de la campaña:

Etapas: 1 Fases: 01 de junio de 2017 al 31 de octubre de 2017

Lic. Oscar Ignorosa Mijangos



Diana Itziar Gómez Jiménez

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

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

Datos generales		Medios a utilizar	
		Medios complementarios	Recursos
Nombre de la campaña:	Eventos y convocatorias internacionales	Televisoras	0.00
Versión(es):	"Evento Internacional 1", "Evento Internacional 2"	Radiodifusoras	0.00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Promoción de eventos internacionales en los que participa ProMéxico.	Cine	0.00
Meta a alcanzar:	Promocionar por lo menos 2 eventos en los que participe ProMéxico a nivel internacional	Diarios Editados en el D.F.	0.00
Objetivo de comunicación:	Difundir en el extranjero los eventos en los que ProMéxico tiene participación para de este modo generar tráfico y atención en los contenidos.	Diarios Editados en los Estados	0.00
Coemisor:		Diarios Editados en el Extranjero	1,590.06
	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA	Revistas	0.00
Población objetivo:	25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS	Medios Complementarios	940.67
	NSE: AB, C+	Medios Digitales	0.00
		Pre-Estudios	0.00
		Post-Estudios	0.00
Vigencia de la campaña:	1 24 de abril de 2017 al 30 de junio de 2017	Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	0.00
		Presupuesto asignado a la campaña:	2,590.73
		Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:	10.29%

Lic. Oscar Ignorosa Mijangos

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



Diana Itziar Gómez Jiménez

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

