



CIUDAD DE MÉXICO, A 30 DE AGOSTO DE 2024.

I. Marco jurídico de actuación

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas.

Leyes aplicables

Código Penal Federal.

Código Nacional de Procedimientos Penales.

Código Fiscal de la Federación.

Código Civil Federal.

Código Federal de Procedimientos Civiles.

Código de Comercio.

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

Ley General de Bienes Nacionales.

Ley General de Comunicación Social.

Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados.

Ley General de Responsabilidades Administrativas.

Ley General de Sociedades Mercantiles.

Ley General de Protección Civil.

Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito.

Ley General de Contabilidad Gubernamental.

Ley General del Sistema Nacional Anticorrupción.

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.



Ley General de Archivos.

Ley Federal de Austeridad Republicana.

Ley Federal de Cinematografía.

Ley Federal de Derechos.

Ley Federal del Derecho de Autor.

Ley Federal de las Entidades Paraestatales.

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

Ley Federal del Trabajo.

Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

Ley de Amparo, Reglamentaria de los artículos 103 y 107 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria.

Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo.

Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial.

Ley Federal de Responsabilidad Patrimonial del Estado.

Ley Federal de Remuneraciones de los Servidores Públicos.

Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación.

Ley de Infraestructura de la Calidad.

Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas.

Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación.

Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Ley del Impuesto Sobre la Renta.



Ley de Ingresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal correspondiente.

Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas.

Ley del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores.

Ley de Planeación.

Ley del Seguro Social.

Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro.

Ley de Vías Generales de Comunicación.

Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales.

Ley de Coordinación Fiscal.

Ley de Tesorería de la Federación.

Reglamentos

Reglamento de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales.

Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

Reglamento de la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas.

Reglamento de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

Reglamento de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Reglamento de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor.

Reglamento de la Ley Federal de Archivos.

Reglamento del Código Fiscal de la Federación.

Reglamento de Inscripción, Pago de Aportaciones y Entero de Descuentos al Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores.

Reglamento de la Ley de Propiedad Industrial.



Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria.

Reglamento de la Ley General de Protección Civil.

Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía.

Reglamento de la Ley Federal para la Administración y Enajenación de Bienes del Sector Público.

Reglamento de la Ley Federal Sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticos e Históricos.

Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.

Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión.

Reglamento Interior de Trabajo del Sindicato de Trabajadores de la Industria, de la Radiodifusión, Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana CTM.

Reglamento Interior de Trabajo del Personal de Confianza de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria.

Decretos

Decreto por cual se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, así como de otras Leyes para crear la Secretaría de Cultura.

Decreto que establece las medidas para el uso eficiente, transparente y eficaz de los recursos públicos, y las acciones de disciplina presupuestaria en el ejercicio del gasto público, así como para la modernización de la Administración Pública Federal.

Decreto por el que se establece la regulación en materia de Datos Abiertos.

Acuerdos

Acuerdo por el que se emiten las políticas y disposiciones para impulsar el uso y aprovechamiento de la informática, el gobierno digital, las tecnologías de la información y comunicación, y la seguridad de la información en la Administración Pública Federal.

Acuerdo por el que se expide la Estrategia Digital Nacional 2021-2024.

Acuerdo por el que se agrupan las Entidades Paraestatales que se indican al sector coordinado por la Secretaría de Cultura.

Acuerdo que tiene por objeto emitir las Disposiciones Generales en las materias de Archivos y de Gobierno Abierto para la Administración Pública Federal y su Anexo Único.

Acuerdo por el que se modifica el diverso por el que se establecen las disposiciones en Materia de Recursos Materiales y Servicios Generales.



Acuerdo por el que se emiten los Lineamientos sobre los indicadores para medir los avances físicos y financieros relacionados con los recursos públicos federales.

Acuerdo por el que se establecen las Disposiciones generales en materia de recursos humanos de la Administración Pública Federal.

Acuerdo por el que se establecen las Disposiciones Generales para la Realización del Proceso de Fiscalización.

Acuerdo por el que se expiden las Disposiciones y el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Recursos Financieros.

Acuerdo por el que se establecen las disposiciones en Materia de Recursos Materiales y Servicios Generales.

Acuerdo por el que se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

Acuerdo por el que se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas.

Acuerdo por el que se emiten diversos lineamientos en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios y de obras públicas y servicios relacionados con las mismas.

Acuerdo por el que se establecen las disposiciones que se deberán observar para la utilización del Sistema Electrónico de Información Pública Gubernamental denominado CompraNet.

Acuerdo por el que se establece el Esquema de Interoperabilidad y de Datos Abiertos de la Administración Pública Federal.

Acuerdo por el que se emite la Política de Transparencia, Gobierno Abierto y Datos Abiertos de la Administración Pública Federal 2021-2024.

Acuerdo por el que se reforman y derogan diversas disposiciones del Acuerdo por el que se emite la Política de Transparencia, Gobierno Abierto y Datos Abiertos de la Administración Pública Federal 2021-2024.

Acuerdo por el que se expide el protocolo de actuación en materia de contrataciones públicas, otorgamiento y prórroga de licencias, permisos, autorizaciones y concesiones.

Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones y el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno.

Acuerdo por el que se establecen las bases generales para los procedimientos de rendición de cuentas, individuales e institucionales, de la Administración Pública Federal.

Circulares

Actos jurídicos de creación

Acta constitutiva y estatutos sociales de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.

Título de Concesión y su Refrendo otorgado a Televisión Metropolitana S.A. de C.V.



Circular No. 411/UPCP/2023/3304 de fecha 28 de diciembre de 2023

Circular No. 411/UPCP/2024/0844 de fecha 30-04-2024

Reglas de operación

Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., no cuenta con reglas de operación de programas.

Otras disposiciones legales

Plan Nacional de Desarrollo, 2019-2024.

Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal correspondiente.

Código de Ética de la Administración Pública Federal.

Clasificador por Objeto del Gasto en la Administración Pública Federal.

Relación de Entidades Paraestatales de la Administración Pública Federal 2023

Acuerdo mediante el cual se delega en el titular de la Subdirección General de Administración y Finanzas la facultad de autorizar el Dictamen de Procedencia de las contrataciones respecto de bienes, arrendamientos o servicios de procedencia extranjera a que hace referencia el último párrafo del artículo 16 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

Criterios generales para emitir opinión en materia de responsabilidades a efecto de determinar o no la procedencia para llevar a cabo los medios alternativos de solución de controversias, así como establecer los supuestos en los que puede actualizarse un conflicto de interés.

Lineamientos Generales para la regulación de los procedimientos de rendición de cuentas de la Administración Pública Federal.

Lineamientos para la designación, control y evaluación del desempeño y remoción de firmas de auditores externos.

Lineamientos por los que se establecen medidas de austeridad en el gasto de operación en las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

Lineamientos en materia de Austeridad Republicana de la Administración Pública Federal.

Contrato Ley de la Industria de la Radio y la Televisión.

Código de Ética de los Canales 22.1 y 22.2 de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Código de Conducta de Televisión Metropolitana S.A de C.V.

Lineamientos para el control de asistencia y puntualidad del personal operativo de confianza y personal sindicalizado.

Lineamientos para el control de días de vacaciones y pago de prima vacacional al personal de confianza y sindicalizado.

Lineamientos de reclutamiento, selección y contratación de personal para Televisión Metropolitana S.A. de C.V.



Lineamientos para el pago de tiempo extra laborado por el personal de confianza y personal sindicalizado.

Lineamientos para la integración y actualización del marco normativo interno de la Administración Pública Federal

Normas y Bases Generales para cancelar adeudos a cargo de terceros y a favor de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.

Normas Generales para el registro, afectación, disposición final y baja de bienes muebles de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Políticas Generales de Comercialización de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Políticas de Comercialización de Servicios y Productos Digitales de Televisión Metropolitana S.A. de C.V. (Canal 22).

Políticas, Bases y Lineamientos en materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Manuales de Organización

Manual de Organización de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Manuales de Procedimientos

Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Recursos Financieros.

Manual para la administración de bienes y el manejo de almacenes.

Manuales de trámites y servicio al público

Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., no cuenta con atención al público.

Otros manuales

Manual para la integración y funcionamiento del Comité Revisor de Manuales y Procedimientos de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Manual de integración y funcionamiento del Comité de Obras Audiovisuales de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Manual para la integración y funcionamiento del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

II. Resultado, o en su caso, estado de los programas, proyectos, estrategias y aspectos relevantes y/o prioritarios de su competencia

a) La vinculación de los programas con los principios rectores, ejes, prioridades del Plan Nacional de Desarrollo, y con los objetivos prioritarios, estrategias, acciones puntuales y metas para el bienestar contenidos en los programas sectoriales, institucionales, especiales o regionales.

Los programas, proyectos estrategias y acciones relevantes impulsadas por Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., aportan al cumplimiento del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 específicamente en su eje No. 2. Política Social cuyo objetivo es promover la "Cultura para la paz, para el bienestar y para todos" que a su vez se vincula con el Programa Sectorial de Cultura en su objetivo 5. para

“Fortalecer la participación de la cultura en la economía nacional a través del estímulo y profesionalización de las industrias culturales y empresas creativas, así como de la protección de los derechos de autor”, a través de la estrategia 5.4. consistente en “Estructurar una oferta amplia y variada de contenidos culturales, periodísticos y educativos para radio y televisión culturales, con el fin de promover su difusión, a nivel nacional e internacional, a través de las señales propias y de la dotación de contenidos a otras transmisoras”, aportando a la línea de acción 5.4.1. “Producir contenidos artísticos, culturales y periodísticos, así como contenidos para grupos específicos e históricamente discriminados, para difundir la riqueza cultural de México entre un mayor número de personas”; línea de acción 5.4.3. “Promover el conocimiento de la diversidad cultural del país a través de la transmisión de los eventos culturales relevantes, para que puedan ser apreciados y disfrutados por un mayor número de personas” y la línea de acción 5.4.7. “Impulsar el uso de tecnologías digitales y medios alternativos para la difusión de los contenidos de la radio y televisión culturales”.

Ejercicio 2019

En el ejercicio fiscal 2019, la televisora participó en el programa presupuestario “E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos” junto con Radio Educación del Sector Cultura, compartiendo la Matriz de Indicadores de Resultados (MIR) y no contó con una meta asociada al Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF); la Coordinadora de Sector es quien reporta en el Portal Aplicativo de la SHCP (PASH) en el módulo de “PbR – Evaluación al Desempeño”.

Para el ejercicio 2019 la MIR se construyó respecto del Programa Anual de Trabajo de la televisora, toda vez que, a la fecha de inicio de los trabajos de planeación, no se contaba con el Plan Nacional de Desarrollo, ni con el Programa Sectorial.

Los indicadores se construyeron con la Metodología del Marco Lógico. Las cifras presentadas al cierre del cuarto trimestre de 2019 en los indicadores en que participó Televisión Metropolitana son: 1. Transmisión del programa de contenido artístico y cultural en la República Mexicana, 2. Transmisión del programa de televisión con contenido cultural y artístico, 3. Producción de series y programas culturales, 4. Realización de producciones y programación de materiales en formatos que permitan su difusión en Streaming y YouTube y 5. Difusión en redes sociales de Canal 22. (Anexo 1).

Ejercicio 2020

En el ejercicio fiscal 2020, la televisora participó en el programa presupuestario “E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos” junto con Radio Educación del Sector Cultura, compartiendo la Matriz de Indicadores de Resultados (MIR) y no contó con una meta asociada al Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF); la Coordinadora de Sector es quien reporta en el Portal Aplicativo de la SHCP (PASH) en el módulo de “PbR – Evaluación al Desempeño”.

Los indicadores se construyeron con la Metodología del Marco Lógico. Las cifras presentadas al cierre del cuarto trimestre de 2020 en los indicadores en que participó Televisión Metropolitana son: 1. Transmisión de programas de contenido artístico y cultural en la República Mexicana, 2. Transmisión de programas de televisión con contenido cultural y artístico, 3. Producción de series y programas culturales, 4. Difusión de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube, 5. Difusión en redes sociales de Canal 22, 6. Visualización de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube. (Anexo 2).

Ejercicio 2021

En el ejercicio fiscal 2021, la televisora participó en el programa presupuestario “E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos” junto con Radio Educación del Sector Cultura, compartiendo la Matriz de Indicadores de Resultados (MIR) y no contó con una meta asociada al Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF); la Coordinadora de Sector es quien reporta en el Portal Aplicativo de la SHCP (PASH) en el módulo de “PbR – Evaluación al Desempeño”.

Los indicadores se construyeron con la Metodología del Marco Lógico. Las cifras presentadas al cierre del cuarto trimestre de 2021 en los indicadores en que participó Televisión Metropolitana son los mismos que se consideraron para el ejercicio 2020: 1. Transmisión de programas de contenido artístico y cultural en la República Mexicana, 2. Transmisión de programas de televisión con contenido cultural y artístico, 3. Producción de series y programas culturales, 4. Difusión de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube, 5. Difusión en redes sociales de Canal 22, 6. Visualización de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube. (Anexo 3).

Ejercicio 2022

En el ejercicio fiscal 2022, la televisora participó en el programa presupuestario “E013 Producción y transmisión de materiales culturales

y artísticos” junto con Radio Educación del Sector Cultura, compartiendo la Matriz de Indicadores de Resultados (MIR) y no contó con una meta asociada al Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF), por lo que la Coordinadora de Sector es quien reporta en el Portal Aplicativo de la SHCP (PASH) en el módulo de “PbR – Evaluación al Desempeño”.

Para el presente ejercicio la MIR se construyó respecto del Programa Anual de Trabajo de la Televisora, alineado a su vez con el Programa Sectorial en su Objetivo 5. Fortalecer la participación de la cultura en la economía nacional a través del estímulo y profesionalización de las industrias culturales y empresas creativas, así como de la protección de los derechos de autor, a través de la estrategia 5.4. Estructurar una oferta amplia y variada de contenidos culturales, periodísticos y educativos para radio y televisión culturales, con el fin de promover su difusión, a nivel nacional e internacional, a través de las señales propias y de la dotación de contenidos a otras transmisoras, llevando a cabo la acción 5.4.1. Producir contenidos artísticos, culturales y periodísticos, así como contenidos para grupos específicos e históricamente discriminados, para difundir la riqueza cultural de México entre un mayor número de personas.

Los indicadores se construyeron con la Metodología del Marco Lógico. Las cifras presentadas al cierre del cuarto trimestre del ejercicio 2022 en los indicadores en que participa Televisión Metropolitana son: 1. Transmisión de programas de contenido artístico y cultural en la República Mexicana, 2. Producción de series y programas culturales, 3. Difusión de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube, 4. Transmisión de programas de televisión con contenido cultural y artístico, 5. Difusión en redes sociales de Canal 22 y 6. Visualización de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube. (Anexo 4).

Ejercicio 2023

En el ejercicio fiscal 2023, la televisora participó en el programa presupuestario “E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos” junto con Radio Educación del Sector Cultura, compartiendo la Matriz de Indicadores de Resultados (MIR) y no contó con una meta asociada al Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF), por lo que la Coordinadora de Sector es quien reporta en el Portal Aplicativo de la SHCP (PASH) en el módulo de “PbR – Evaluación al Desempeño”.

Para el presente ejercicio la MIR se construyó respecto del Programa Anual de Trabajo de la Televisora, alineado a su vez con el Programa Sectorial en su Objetivo 5. Fortalecer la participación de la cultura en la economía nacional a través del estímulo y profesionalización de las industrias culturales y empresas creativas, así como de la protección de los derechos de autor, a través de la estrategia 5.4. Estructurar una oferta amplia y variada de contenidos culturales, periodísticos y educativos para radio y televisión culturales, con el fin de promover su difusión, a nivel nacional e internacional, a través de las señales propias y de la dotación de contenidos a otras transmisoras, llevando a cabo la acción 5.4.1. Producir contenidos artísticos, culturales y periodísticos, así como contenidos para grupos específicos e históricamente discriminados, para difundir la riqueza cultural de México entre un mayor número de personas.

Los indicadores se construyeron con la Metodología del Marco Lógico. Las cifras presentadas al cierre del ejercicio 2023 en los indicadores en que participa Televisión Metropolitana son: 1. Transmisión de programas de contenido artístico y cultural en la República Mexicana, 2. Producción de series y programas culturales, 3. Difusión de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube, 4. Transmisión de programas de televisión con contenido cultural y artístico, 5. Difusión en redes sociales de Canal 22 y 6. Visualización de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube. (Anexo 5).

Ejercicio 2024

En el ejercicio fiscal 2024, la televisora participa en el programa presupuestario “E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos” junto con Radio Educación del Sector Cultura, compartiendo la Matriz de Indicadores de Resultados (MIR) y no contó con una meta asociada al Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF), por lo que la Coordinadora de Sector es quien reporta en el Portal Aplicativo de la SHCP (PASH) en el módulo de “PbR – Evaluación al Desempeño”.

Para el presente ejercicio la MIR se construyó respecto del Programa Anual de Trabajo de la Televisora, alineado a su vez con el Programa Sectorial en su Objetivo 5. Fortalecer la participación de la cultura en la economía nacional a través del estímulo y profesionalización de las industrias culturales y empresas creativas, así como de la protección de los derechos de autor, a través de la estrategia 5.4. Estructurar una oferta amplia y variada de contenidos culturales, periodísticos y educativos para radio y televisión

culturales, con el fin de promover su difusión, a nivel nacional e internacional, a través de las señales propias y de la dotación de contenidos a otras transmisoras, llevando a cabo la acción 5.4.1. Producir contenidos artísticos, culturales y periodísticos, así como contenidos para grupos específicos e históricamente discriminados, para difundir la riqueza cultural de México entre un mayor número de personas.

Los indicadores se construyeron con la Metodología del Marco Lógico. Las cifras presentadas al cierre del abril del ejercicio 2024 en los indicadores en que participa Televisión Metropolitana son: 1. Transmisión de programas de contenido artístico y cultural en la República Mexicana, 2. Producción de series y programas culturales, 3. Difusión de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube, 4. Transmisión de programas de televisión con contenido cultural y artístico, 5. Difusión en redes sociales de Canal 22 y 6. Visualización de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube. (Anexo 6).

b) Los resultados alcanzados en los programas sectoriales, institucionales, transversales, regionales y especiales, así como en los programas sujetos a reglas de operación o cualquier otro, y los proyectos estratégicos y/o prioritarios. Dicha información deberá ser congruente con lo reportado en la Cuenta Pública.

Ejercicio 2019

Indicador 1. Transmisión del programa de contenido artístico y cultural en la República Mexicana

Al cierre del ejercicio 2019, la cobertura en 25 localidades en el interior del país se mantuvo, con lo cual se benefició a 44,263,196 televidentes potenciales, es decir 39.4 por ciento del total en la República Mexicana, conforme la información del último censo del INEGI 2010 de la población de 3 años o más.

Indicador 2. Transmisión del programa de televisión con contenido cultural y artístico

El indicador "Transmisión de programas de televisión con contenido cultural y artístico", rebasó en 4.3 por ciento la meta anual de 29,342 programas transmitidos, habiendo transmitido 30,609 programas, cifra mayor en 1,267 programas comparada con la meta anual. Como se ha comentado, el número de programas transmitidos tiene una relación directa con el tiempo de duración, es decir, a menor duración, habría posibilidad de transmitir más; y con el horario propuesto según las estrategias programáticas orientadas al cumplimiento de los objetivos del Canal.

Indicador 3. Producción de series y programas culturales

El indicador "Producción de series y programas culturales" rebasó en 12.1 por ciento la meta anual de 850 programas producidos, con un total de 953 programas, es decir, 103 programas por encima de los estimados. El comportamiento de la producción se debió a que se hicieron nuevas series como: 80 Destinos, Nueva física, La historia de las adicciones en México, Documenta 22, La guía del diseño mexicano, Martina y los vientos y Un día en la vida.

Indicador 4. Realización de producciones y programación de materiales en formatos que permitan su difusión en Streaming y YouTube

Para el indicador "Realización de producciones y programación de materiales en formatos que permitan su difusión en Streaming y YouTube"; la meta anual establecida de 572 horas se logró rebasar ligeramente en 0.6 por ciento, debido a que se le ha dado mayor fuerza al canal de YouTube, lo que se ha traducido en un crecimiento positivo mediante la visualización completa de nuevos episodios y programas como: Algarabía TV, Tratos y retratos, El sexo nuestro de cada día, Malditas redes sociales, Chamuco TV, La dichosa palabra, Me canso ganso, La raíz doble, Mujeres y poder y El gabinete de curiosidades del Dr. Zagal, etc. además de cápsulas especiales de Algarabía TV y los espacios denominados Momentos emplumados de Me canso ganso.

De igual manera, Noticias 22 cuenta con una planeación de sus coberturas y transmisiones especiales como Debate 22, Por si las moscas y Noticias 22; pero el día a día obliga a modificar los materiales, ya sea en tiempo o en número de videos. Lo anterior, tiene una estrecha relación con el número de interacciones reportadas en las redes sociales.

Indicador 5. Difusión en redes sociales de Canal 22

El indicador "Difusión en redes sociales de Canal 22" alcanzó la meta anual programada de 3,903,053 Interacciones en redes sociales, debido a que se continúa con la estrategia para difundir y promocionar los estrenos de programación, así como las nuevas temporadas y la programación especial con respecto a algún tema, como lo fue la transmisión especial y en vivo desde el Auditorio Nacional del

concierto Tengo un sueño, magno evento de cultura comunitaria de Secretaría de Cultura.

Asimismo, se ha trabajado en una estrategia de promoción a la gran cobertura realizada en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara y a los especiales de fiestas decembrinas, tanto de Navidad como de Año Nuevo, sin olvidar las transmisiones en vivo de los programas Me canso ganso y La dichosa palabra, los cuales siguen generando gran interacción con el público semana a semana, incluso ha traspasado fronteras y ha llegado a países como Estados Unidos, España, Paraguay, Perú, Uruguay, Colombia y Chile, lo que no podemos hacer a través de la pantalla.

Es importante señalar que, este indicador puede variar de un mes a otro debido a las actividades y grabaciones con las que cuentan las nuevas producciones y los materiales que se generen con los invitados, tema que varía constantemente, al igual que a los acontecimientos de mayor relevancia en el ámbito cultural, por lo que no se cuenta con un control exacto, ya que hemos logrado tener publicaciones muy exitosas que llegan a hacerse virales, por ejemplo, en Facebook: transmisión del gran desfile de Día de Muertos (1 de noviembre, 6463), Michel Ende en la Gaceta 22 (5 de noviembre, 7645) o la efeméride de Silvio Rodríguez (29 de noviembre, 6497), sólo por mencionar algunas.

Venta en efectivo realizada en 2019

Adicionalmente a las metas reportadas en el portal aplicativo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (PASH), se reporta en el Sistema de Información del Sector Cultura (SISC) la meta consistente en la venta en efectivo realizada cuyo cumplimiento fue superado por 34 por ciento. (Anexo 7).

En cifras acumuladas, la facturación del período enero-diciembre de 2019 ascendió a 28.1 mdp. Durante el último trimestre se facturó un total de 12.8 mdp, lo anterior se debió a negociaciones que se concretaron con clientes como: el Gobierno de la Ciudad de México, el Instituto Mexicano del Seguro Social y el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura. Del mismo modo, por concepto de otros ingresos se facturó a Petróleos Mexicanos y por suscriptores de la Señal Internacional, a la empresa Thema América, Inc. Es importante mencionar que la meta originalmente planteada para el 2019 era de 25 mdp, sin embargo, en octubre ésta se redujo a 21 mdp, para esa fecha parecía que no se alcanzaría. En virtud de lo anterior, en 2019 se rebasó la meta original un 13 por ciento y la meta modificada en 34 por ciento.

Es importante precisar que, esta meta contabiliza los recursos facturados, lo cual difiere de la captación de los ingresos, ya que estos últimos se contabilizan cuando los recursos ingresan a las cuentas bancarias de la televisora.

Indicadores de redes sociales programadas para el 2019

Para el ejercicio 2019, la Secretaría de Cultura solicitó reportar el comportamiento de las redes sociales de la televisora (Portal electrónico, Facebook, Twitter, Instagram y YouTube), a través de 13 indicadores diseñados por la Coordinadora de Sector, los cuales, son reportados de manera mensual y no participan en la MIR. (Anexo 8).

Visitas a los portales electrónicos

Indicador 1. Usuarios únicos

Al cierre del ejercicio fiscal 2019, se contabilizaron 587,483 visitas a los portales electrónicos de Canal 22, de las 485,217 que se tenían programadas lo que representa el 121.08 por ciento de la meta programada. Las vistas se dividieron entre la página oficial y sus minisitios, la revista digital Gaceta 22 y la página de la Dirección de Noticias con lo más relevante del acontecer cultural. Debido a las oportunas actualizaciones y mantenimiento de los sitios, se superó en gran medida la meta programada.

Facebook

Indicador 2. Cantidad de suscriptores al corte

Para el ejercicio fiscal 2019, Facebook alcanzó 863,615 suscriptores o seguidores, de los 841,205 que se programaron, lo que representa un 102.66 por ciento de la meta programada. Para este periodo, se consideraron las cuentas de Canal 22, Noticias 22 y Canal 22 Internacional, las cuales hacen diferentes tipos de difusión, la primera es sobre la programación nacional, programas especiales y efemérides, entre otras cosas; la segunda sobre la cobertura noticiosa y la tercera sobre la programación de la señal para Estados Unidos. Se logró superar la meta por el trabajo realizado en conjunto con las distintas áreas sustantivas de la televisora. Para esta red social se realizaron 7,641 posteos, de los 7,582 programados, lo que representa un 100.78 por ciento de la meta.

Indicador 3. Post elaborados

En este periodo, se trabajó en materiales especiales y exclusivos para la red social, además de transmisiones en vivo de algunos programas de producción propia o eventos especiales. El aumento en las producciones realizadas por Canal 22 durante este año permitió desarrollar mayores campañas de difusión y así superar la meta programada.

Indicador 4. Alcance de la publicación

El alcance de las publicaciones de la televisora en esta red social fue de 82,647,597 de los 85,310,030 que se tenían programados lo que representa el 96.88 por ciento de la meta. Se contó con una programación diversa y con diferentes temáticas, aunado a nuevas estrategias de comunicación y variantes en los materiales producidos para la red. No se alcanzó esta última meta ya que el alcance puede variar por los distintos contenidos programados, que pueden llegar a diversos públicos y que consiguen mayor visibilidad de acuerdo con los horarios en que se manejen.

Twitter

Indicador 5. Cantidad de suscriptores al corte

Durante el ejercicio 2019, el número de suscriptores en Twitter llegó a 1,096,831 de los 1,090,872 suscriptores que se tenían, lo que representa un 100.55 por ciento de la meta programada. Esta red social, a diferencia de las otras tienen mayor dinamismo lo que permite estar presente en el público más veces en un mismo día y llegar a distintas personas de manera más rápida, además de poder ofrecer dinámicas que permiten la interacción con la audiencia de manera inmediata. Al ofrecer materiales de interés general, como las efemérides animadas, se invita a la gente a compartir la información y estas estrategias permitieron superar la meta establecida.

Indicador 6. Tuits elaborados

Al cierre del año 2019 se realizaron 7,858 tuits, de los 7,824 programados, lo que representa un 100.43 por ciento de la meta programada. En esta red se trabajó en una mayor cantidad de imágenes sobre la programación, en especial de la cartelera de cine y de los programas de estreno y especiales, la mayor cobertura informativa por parte de Noticias, además de realizar carteleras, apoyo a publicaciones de la Secretaría de Cultura, campañas especiales donde se involucran los medios públicos, así como de felicitaciones por premios recibidos a personajes relevantes de la vida pública y cultural del país y en su caso, esquelas por las pérdidas de personajes clave en la historia cultural del país o del mundo.

Indicador 7. Impresiones

También, esta red social permite ofrecer al público trivias o dinámicas y apoyo a los festivales más relevantes con los cuales se realizan convenios de colaboración, lo que permitió obtener 50,536,076 impresiones de los 50,944,936 que se tenían programados, lo que representa el 99.20 por ciento de la meta. Aunque esta red social permite mayor número de publicaciones y algunas pueden resultar muy exitosas, otras cuentan con una vigencia más limitada por lo que, a pesar de ofrecer diversos materiales y estar a un paso de la meta.

Instagram

Indicador 8. Cantidad de suscriptores al corte

Al cierre del año 2019 Instagram alcanzó 146,059 suscriptores o seguidores, de los 152,139 establecidos en la meta programada, lo que representa un 96 por ciento de esta.

Indicador 9. Imágenes subidas

Durante este periodo, esta red social tuvo un repunte importante a nivel global, las cuentas de Canal 22 y Noticias 22 no fueron la excepción y aunque se elaboraron contenidos exclusivos sobre distintas campañas o coberturas, sigue siendo una red en exploración que ha permitido llegar a diferentes públicos; se subieron 933 imágenes, de las 1,166 programadas, lo que representa un 80.02 por ciento de la meta. En este periodo, en esta red social se ofrecieron principalmente imágenes de programas especiales, algunas coberturas de noticias y se trabajó en efemérides relevantes, además de promocionales de las distintas producciones.

Indicador 10. Impresiones

Muchos de los materiales trabajados y que dieron grandes resultados se publicaron a través de la función de historias de Instagram, lo que no se ve reflejado en este porcentaje al referirnos únicamente a las imágenes utilizadas, lo que impidió superar la meta programada, obteniendo 7,182,883 impresiones de los 7,593,012 que se tenían programados, lo que representa el 94.60 por ciento de la meta. Dentro de la planeación para esta red social, se consideró un número menor de publicaciones que en las otras redes,

imágenes que se refieren a efemérides, campañas especiales o promoción de lo más relevante de la programación.

YouTube

Indicador 11. Cantidad de suscriptores al corte

En 2019 en YouTube se obtuvieron 187,492 suscriptores a los canales oficiales de la televisora, de los 170,595 que se tenían programados lo que representa el 109.90 por ciento de la meta programada.

Indicador 12. Videos subidos

Durante este periodo se reestructuró la manera de programar los contenidos que se ofrecen a través de esta plataforma y se le dio una mayor difusión a través de las redes sociales y en pantalla por medio de las producciones propias, además de trabajar de la mano con nuestra Dirección de Noticias quienes son generadores de una gran cantidad de contenidos, tanto informativos como documentales, se subieron 1,033 videos a la plataforma, de los 917 que se programaron, lo que representa un 112.65 por ciento de la meta programada. Se produjeron contenidos exclusivos, se subieron los programas de producción propia presentados en la temporada 2019 con una calendarización específica y se ofrecieron contenidos particulares de las mismas producciones, además de las entrevistas, cápsulas y coberturas periodísticas por parte de Noticias. Se logró superar la meta porque se contó con el material y los derechos necesarios para realizarlo.

Indicador 13. Vistas o visitas

Al cierre del ejercicio se consiguieron 10,503,848 de vistas o visitas a los contenidos ofrecidos en los canales oficiales de los 11,062,390 que se tenían programadas lo que representa el 94.95 por ciento de la meta programada. Durante este periodo, se registró un repunte importante en las visualizaciones obtenidas en los canales oficiales, sin embargo, al cerrar las temporadas de programación se reducen los nuevos videos y al mismo tiempo las entradas. La disminución del número de materiales al inicio y cierre del periodo contribuyó a no lograr superar la meta programada.

Ejercicio 2020

Indicador 1. Transmisión del programa de contenido artístico y cultural en la República Mexicana

Durante el ejercicio 2020, la señal abierta mantuvo a 63,135,800 televidentes potenciales, ofreciendo una televisión cultural completamente gratuita, lo que significa el 100 por ciento de nuestra meta programada. Este número corresponde a lo registrado en el Sistema de consultas y preanálisis de cobertura de radiodifusión en línea de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para la cobertura de las siguientes localidades en el interior de la República: Guadalajara, Jalisco; Celaya y León Guanajuato, Coahuila de Zaragoza y Xalapa Veracruz; Hermosillo, Sonora; Tampico, Tamaulipas; Mérida, Yucatán; Oaxaca, Oaxaca; Monterrey, Nuevo León; Querétaro, Querétaro; Toluca, Edo de México; Tapachula, Chiapas; Puebla, Puebla; Aguascalientes, Aguascalientes; Campeche, Campeche; Colima, Colima; Mazatlán, Sinaloa, Ciudad Obregón, Chihuahua; San Cristóbal de las Casas y Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; Uruapan y Morelia, Michoacán; Villahermosa, Tabasco y Zacatecas, Zacatecas.

Indicador 2. Transmisión del programa de televisión con contenido cultural y artístico

Al cierre de 2020 Canal 22 transmitió 29,239 programas en sus tres señales: 22.1 con 9,538 programas, 22.2 con 7,837 programas y Señal Internacional con 11,864 programas; la cifra alcanzada fue mayor en 339 programas con respecto a la meta anual reestimada en 28,900 programas, con un avance porcentual de 101.2 por ciento. Como se ha comentado, el número de programas que se transmite tienen una relación directa con la oferta de programación, duración de los programas y con el horario de transmisión. Es decir, si los programas tienen mayor duración se reduce el número de programas transmitidos y viceversa.

Indicador 3. Producción de series y programas culturales

El indicador "Producción de series y programas culturales" alcanzó un total de 998 programas y piezas, cifra superior en 98 programas y piezas a la meta anual reestimada en 900 programas y piezas para 2020; en términos porcentuales hay un avance anual de 110.9 por ciento. La cifra alcanzada en la producción de programas y piezas de Canal 22 se debe a que en el primer semestre se dio cumplimiento al plan de producción, aún en las circunstancias causadas por la pandemia; asimismo, gracias a la planeación y buena administración de los recursos en un escenario de recorte presupuestal en el segundo semestre se dio continuidad a la producción de los programas informativos y de análisis como: Noticias 22 (transmisión de lunes a viernes), Debate 22 (transmisión de lunes a viernes), Por si las moscas, Semanario 22, Chamuco TV y Me canso ganso, además, de nuevos capítulos de las series: La dichosa palabra y Pantalla de Cristal.

Indicador 4. Realización de producciones y programación de materiales en formatos que permitan su difusión en Streaming y YouTube

Para el indicador “Difusión de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube”, se sumaron 648.61 horas de videos subidos a los canales oficiales de YouTube de la televisora, de las 580 que se tenían programadas en este periodo, lo que representa el 111.8 por ciento de la meta establecida en el periodo. Lo anterior se debe principalmente a la cantidad de materiales subidos en torno al Homenaje dedicado al Maestro Armando Manzanero, así como a la continuación en la difusión de la programación del canal, así como de las distintas campañas realizadas durante la contingencia sanitaria por la pandemia de Covid-19. Durante el mes de diciembre se realizó la publicación de varios episodios de las nuevas temporadas de programas como Me canso ganso, así como pasadas temporadas de otros como Chamuco TV, Debate 22, Por si las moscas y el Noticias 22; además de estrenos relevantes como #Catarsis22, el primer programa hecho exclusivamente para las redes sociales, y Cultura al Derecho, programa interdisciplinario que busca la transformación social a través del derecho, la cultura y las bellas artes.

Indicador 5. Difusión en redes sociales de Canal 22

El indicador “Difusión en redes sociales de Canal 22” se obtuvieron 6,162,909 interacciones a través de las distintas redes sociales oficiales de la televisora, de las 5,460,000 que se tenían programadas, lo que representa el 112.9 por ciento de la meta programada en el periodo. Lo anterior debido a que se fortaleció la estrategia de realizar más transmisiones en vivo a través de la herramienta Facebook Live, a través de las cuales se ha hecho un mayor número de colaboraciones en alianza con las cuentas oficiales de la televisora que son Canal 22 México, Noticias 22 Digital y Canal 22 Internacional. Entre dichas transmisiones, en diciembre destacaron las realizadas en torno a los programas que formaron parte del Homenaje al Maestro Armando Manzanero, además de las transmisiones colaborativas con Secretaría de Cultura del festival de fin de año #ContigoEnLaDistancia

De igual manera se continuó con las campañas generadas para ofrecer al público diversos materiales durante la contingencia sanitaria a través de las plataformas digitales, y con la difusión diaria de la programación para la cual se elaboró un mayor número de materiales promocionales e imágenes fijas.

Indicador 6. Visualización de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube

Para el indicador “Visualización de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube”, se obtuvieron 21,077,283 visualizaciones de los canales oficiales de YouTube con respecto a los 20,000,000 que se tenían programadas hasta el cuarto trimestre del año, lo que representa el 105.39 por ciento de la meta programada hasta este periodo. Esto debido a la publicación de diversos materiales que llamaron especialmente la atención de las audiencias durante sucesos importantes para el ámbito cultural, tales como los relacionados al Homenaje a Armando Manzanero. Además, destacaron las publicaciones de videos de producciones propias y recientes de la televisora como Me canso ganso, Algarabía TV y #Catarsis22.

Venta en efectivo realizada en 2020

Adicionalmente a las metas reportadas en el portal aplicativo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (PASH) se reporta en el Sistema de Información del Sector Cultura (SISC) que la facturación del periodo enero-diciembre de 2020, ha alcanzado el monto de 37.5 mdp, cifra mayor en 7.5 mdp respecto de la meta anual reprogramada para el ejercicio que, en términos porcentuales, representa un avance del 25 por ciento. Cabe mencionar que, de acuerdo con la meta anual original de 25 mdp, se ha rebasado por 12.5 mdp, que representan un 49.9 por ciento por encima de la programación original para el ejercicio 2020. (Anexo 9).

Lo anterior derivado de la facturación al sector privado de 11.6 mdp, (Go Digital, Inc (NETFLIX), TKM Logistiks, S. A. de C. V. (INOVA), Bruno Bernardo Lopez Villa Zevallos, Fundación Amparo IAP, Red Creek Productions LLC, Patricia Guadalupe Sánchez Reyes (ECOCE), Producciones P. P. México Series, S. A. de C.V., Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Holzer y Cía, S. A. de C. V., Vista Higher Learning, Inc. y Optimum Media Direction de México S. A. de C. V.), así como del sector social por parte de Greenpeace México A. C., de la facturación al sector gobierno por 7 mdp, (Secretaría de Cultura y Gobierno de la Ciudad de México y Universidad Autónoma de México, Radio Educación, Instituto Mexicano del Seguro Social, Secretaría de Marina, Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado), así como la facturación por concepto de la Señal Internacional 18.8 mdp, de Thema America, Inc., Suscriptores, Condista y Dicapta.

Indicadores de redes sociales programadas para el 2020

Para el ejercicio 2020, la Secretaría de Cultura solicitó reportar el comportamiento de las redes sociales de la televisora (Portal electrónico, Facebook, Twitter, Instagram y YouTube), a través de 13 indicadores diseñados por la Coordinadora de Sector; los cuales, son reportados de manera mensual y no participan en la MIR. (Anexo 10).

Visitas a los portales electrónicos

Indicador 1. Usuarios únicos

Al cierre del cuarto trimestre de 2020, se obtuvieron 1,857,531 visitas a los portales electrónicos de la televisora, de las 1,674,000 que se tenían programadas en el periodo, lo que representa el 110.96 por ciento de la meta. Lo anterior debido a la tendencia de aumento en el consumo de contenidos vía streaming observados durante la contingencia sanitaria, además de la continuación de producción de contenidos, así como la actualización y mejora de los sitios y minisitios de Canal 22; y las distintas coberturas digitales de Noticias 22.

Facebook

Indicador 2. Cantidad de suscriptores al corte

De enero a diciembre de 2020, se alcanzaron 962,386 suscriptores al corte en esta red social, de los 938,615 que se tenían programados, lo que representa el 102.53 por ciento de la meta programada en el periodo. Lo anterior debido a la respuesta favorable que ha tenido el aumento en las colaboraciones para realizar las múltiples transmisiones en vivo propias, cruzadas y compartidas con otras instituciones, a través de Facebook Live. Entre dichas colaboraciones destacan las transmisiones de distintos conciertos y eventos correspondientes al festival de fin de año #ContigoEnLaDistancia, una iniciativa de Secretaría de Cultura. Además, cabe destacar la continua difusión de la programación de la televisora, efemérides culturales, así como a las dinámicas y acuerdos con eventos de la mayor calidad del país, con los que se han realizado estrategias de difusión que han repercutido de forma positiva.

Indicador 3. Post elaborados

Al cierre del cuarto trimestre de 2020, se han realizado 11,056 publicaciones, de las 10,185 que se tenían programados para el ejercicio, lo que representa el 108.55 por ciento de la meta establecida en este periodo. Lo anterior debido a la elaboración de publicaciones destinadas a difundir la programación de la televisora, diversas transmisiones en vivo, así como campañas propias y de la Secretaría de Cultura; además de la publicación de efemérides y carteleras, contenidos de la Gaceta 22, materiales realizados por el área de Noticias y de la programación difundida por la Señal Internacional, aunado a la promoción de los acuerdos interinstitucionales que han permitido generar materiales más llamativos.

Indicador 4. Alcance de la publicación

Al término del cuarto trimestre de 2020, se obtuvo en esta red social un alcance de 125,416,791, de los 110,500,000 que se tenían programados en este periodo, lo que representa el 113.50 por ciento de la meta establecida. Lo anterior debido a la respuesta favorable que ha generado la continua promoción de la programación con materiales audiovisuales diversos y que han generado interés en los seguidores de estas plataformas; así como la implementación de otras herramientas para esta red social, como dinámicas y trivias que han sido aceptadas favorablemente por la audiencia.

Twitter

Indicador 5. Cantidad de suscriptores al corte

Al cierre del cuarto trimestre de 2020, se consiguieron 1,123,911 suscriptores al corte en esta red social de los 1,125,431 que se tenían programados hasta este mes, lo que representa el 99.86 por ciento de la meta. Es importante subrayar que, aunque el resultado se encuentra cerca de la meta establecida, ésta no se alcanzó debido a la falta de posteos con promoción sobre la programación de estreno a la que la audiencia está acostumbrada, así como al contexto global por la pandemia COVID- 19, lo cual modificó algunos hábitos de consumo de la plataforma. Sin embargo, continuamos reforzando tanto la promoción de la programación, como las campañas especiales, efemérides, contenidos de Gaceta 22, coberturas, y los distintos materiales que se ofrecen a través de la campaña Contigo en la distancia de la Secretaría de Cultura.

Indicador 6. Tuits elaborados

De enero a diciembre de 2020, se han realizado 10,818 posteos, de los 10,110 que se tenían programados, lo que representa el 107.00

por ciento de la meta establecida al periodo. Lo anterior debido a que se continúa realizando promoción de la programación propia y adquirida de la televisora, sobre todo a los programas especiales y estrenos, dando especial relevancia a las solicitudes de apoyo de distintas instituciones aliadas, tanto de la Secretaría de Cultura como de otras Entidades del Gobierno de México. También se destaca la realización de publicaciones en torno a acontecimientos muy trascendentes para el ámbito cultural nacional tales como el Homenaje a Armando Manzanero y el festival de fin de año #ContigoEnLaDistancia

Indicador 7. Impresiones

Al cierre del ejercicio fiscal 2020, se obtuvieron para esta red social 71,314,006 impresiones de las 71,500,000 que se tenían programadas hasta este mes, lo que representa el 99.74 por ciento de la meta programada. Es importante comentar que el resultado se encuentra cerca de la meta establecida, la cual no se alcanzó debido a la falta de estrenos en la programación a la que la audiencia está acostumbrada, así como al contexto global por la pandemia COVID- 19, lo cual modificó algunos hábitos de consumo de la plataforma. Para lograr llegar al 100 por ciento, reforzaremos sobre todo la promoción en campañas de permanencia de estrenos, así como materiales de difusión cultural independientes a la programación de la televisora, que generen mayor respuesta entre la audiencia.

Instagram

Indicador 8. Cantidad de suscriptores al corte

Al término del cuarto trimestre de 2020, se alcanzaron 208,308 seguidores en esta red social, de los 205,459 que se tenían programados hasta este mes, lo que representa el 101.39 por ciento de la meta. Lo anterior debido al resultado favorable que ha tenido la oferta continua de materiales atractivos pensados para generar mayor interacción con los seguidores, tales como trivias, dinámicas, contenidos de Gaceta 22 y estrategias call to action. También cabe destacar el posicionamiento de esta plataforma de la televisora como una de las más buscadas por sus contenidos de difusión cultural durante la contingencia, como efemérides y promoción de diversos festivales que ahora se realizan únicamente de manera digital.

Indicador 9. Imágenes subidas

Al cierre del cuarto trimestre de 2020, se han publicado 1,512 imágenes de las 1,250 que se tenían programadas hasta este mes, lo que representa el 120.96 por ciento de la meta general establecida en el periodo. Lo anterior debido a que se le ha dado continuidad al plan de materiales programados de forma estratégica y se ha hecho difusión de materiales solicitados por campañas de la Secretaría de Cultura, además de materiales sobre contenidos de Gaceta 22, y otras campañas como #LeamosJuntos y #El22Recuerda.

Indicador 10. Impresiones recibidas

De enero a diciembre de 2020, se obtuvieron en esta red social 21,624,872 impresiones de las 16,450,000, que se tenían programadas hasta este mes, lo que representa el 131.45 por ciento de la meta. Lo anterior debido a la buena respuesta que han tenido entre el público los contenidos ofrecidos, sobre todo aquellos sobre efemérides, contenidos de Gaceta 22, así como estrenos de programación, todos bajo estrategias que aumentan la interacción. Además, cabe destacar la tendencia de continuo crecimiento general de esta red social.

YouTube

Indicador 11. Cantidad de suscriptores al corte

Al término del cuarto trimestre de 2020, se alcanzaron 298,469 suscriptores, de los 298,792, que se tenían programados hasta este mes, lo que representa el 99.89 por ciento de la meta. Esto resulta debido a que el último trimestre se presentó una baja de materiales con respecto a meses anteriores en los que hubo más estrenos propios y adquiridos, además producción de otros materiales y campañas. Canal 22 continúa trabajando para generar nuevas campañas con relación a colaboraciones celebradas con los mejores festivales nacionales, así como en la promoción de materiales nuevos y atractivos, además de la publicación de más temporadas de programas emblemáticos de la televisora.

Indicador 12. Videos subidos

Al cierre del cuarto trimestre de 2020, se subieron 1,598 videos, 1,660 que se tenían programados hasta este mes, lo que representa el 96.27 por ciento de la meta establecida. Cabe destacar que, a pesar de que el resultado se encuentra cerca de la meta programada, ésta no se alcanzó ya que, a diferencia de meses anteriores, durante diciembre no se contó con muchos estrenos en la programación de la televisora debido a la baja de producción por la contingencia sanitaria, y a la tendencia de la propia temporada.

Indicador 13. Vistas o visitas

Al término del cuarto trimestre de 2020, se obtuvieron 21,077,283 visualizaciones a los canales oficiales de YouTube, con respecto a las 20,000,000 que se tenían programadas en este periodo, lo que representa el 105.39 por ciento de la meta programada. Esto debido a la publicación de diversos materiales que llamaron especialmente la atención de las audiencias durante sucesos importantes para el ámbito cultural, tales como los relacionados al Homenaje a Armando Manzanero. Además, destacaron las publicaciones de videos de producciones propias y recientes de la televisora como Me canso ganso, Algarabía TV y #Catarsis22.

Ejercicio 2021

Indicador 1. Transmisión del programa de contenido artístico y cultural en la República Mexicana

Durante el ejercicio 2021, la señal abierta mantuvo a 63,495,861 televidentes potenciales, ofreciendo una televisión cultural completamente gratuita, lo que significa el 100 por ciento de nuestra meta programada. Este número corresponde a lo registrado en el Sistema de Consultas y Preamátesis de Cobertura de Radiodifusión en línea del Instituto Federal de Telecomunicaciones para la cobertura de las siguientes localidades; Área Metropolitana de la Ciudad de México y en el interior de la República: Aguascalientes, Aguascalientes; Campeche, Campeche; Colima, Colima; Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal y Tapachula, Chiapas; Toluca, Edo de México; León y Celaya, Guanajuato; Guadalajara, Jalisco; Morelia y Uruapan, Michoacán; Monterrey, Nuevo León; Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Querétaro, Querétaro; Mazatlán, Sinaloa; Hermosillo y Cd. Obregón, Sonora; Villahermosa, Tabasco; Tampico, Tamaulipas; Xalapa y Coatzacoalcos, Veracruz; Mérida, Yucatán; Zacatecas, Zacatecas. El cual recientemente fue actualizado, ajustando el número de población de algunas de las coberturas.

Indicador 2. Transmisión del programa de televisión con contenido cultural y artístico

Durante el ejercicio 2021, Canal 22 transmitió un total de 34,197 programas a través de las señales: 22.1 con 9,907 programas, 22.2 con 10,999 programas y señal internacional con 13,291 programas; comparativamente con la meta anual estimada en 34,564 programas transmitidos, la cifra es menor en 367 programas y el avance en términos porcentuales es de 98.94 por ciento. Como se ha comentado, el número de programas que se transmiten tiene una relación directa con la duración de los programas y con el horario de transmisión, por lo que, si los programas duran más se transmiten menos piezas y viceversa.

Indicador 3. Producción de series y programas culturales

El indicador "Producción de series y programas culturales" en términos acumulados al cierre del ejercicio 2021 alcanzó un total de 934 programas y piezas, 108 programas por arriba de la meta anual estimada en 826 programas y piezas, en términos porcentuales el avance fue de 113.08 por ciento. Lo anterior se debe a la realización en coproducción de 3 temporadas del programa Chamuco TV, a la producción del programa Mexla, a la cobertura de conciertos y obras teatrales, así como a un número importante de piezas y presentaciones de cine (Vinil, Épocas, México 1521, Voces de otras épocas, Estudios Churubusco presenta y Escenarios); asimismo, a una continuidad durante el año de los programas informativos y de análisis como: Noticias 22, Debate 22, Por si las moscas y Semanario 22

Indicador 4. Difusión de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube

Para el indicador "Difusión de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube", al cierre del ejercicio 2021, se sumaron 617.46 horas de videos subidos a los canales oficiales de YouTube de la televisora, de las 600 que se tenían programadas hasta este mes, lo que representa el 102.91 por ciento de la meta establecida. Esto debido a que se continuó dando prioridad a la actualización de la cuenta oficial del canal en YouTube, a través de la publicación de diversos materiales de producción propia de corta duración, como Las cápsulas del Gabinete de curiosidades del Dr. Zagal, Feliz cumpleaños. Cartones con Hernández, Netáforas y HumanidadesComunidad UNAM, entre otras; además de la publicación diaria de videos de los nuevos programas de producciones propias, temporadas pasadas de programas emblemáticos y diversas coberturas especiales de Noticias 22.

Indicador 5. Difusión en redes sociales de Canal 22

El indicador "Difusión en redes sociales de Canal 22" al término del ejercicio 2021, se obtuvieron 5,031,999 interacciones a través de las distintas redes sociales oficiales de la televisora, de las 5,300,000 que se tenían programadas, lo que representa el 94.94 por ciento de la meta programada establecida. Esto debido a la publicación de contenidos relacionados a las campañas independientes de la programación como #LeamosJuntos o #VeamosJuntos, además de dar difusión a la programación habitual. Cabe señalar que a pesar

de que el resultado se encuentra cerca de la meta, se trabajó y se seguirá trabajando en dar una mayor promoción con contenidos call to action a la programación especial, estrenos y transmisiones por medio de Facebook live en torno a las actividades de los festivales y ferias culturales más relevantes de la temporada.

Indicador 6. Visualización de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube
Para el indicador "Visualización de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube", al término del cierre del Ejercicio 2021, se obtuvieron 30,560,920 visualizaciones a los canales oficiales de YouTube, con respecto a las 34,000,000 que se tenían programadas, lo que representa el 89.89 por ciento de la meta establecida. Esto debido a que a pesar del crecimiento de los dos canales principales Canal 22 y Noticias 22 Digital, y que se trabajó en fortalecer la promoción de los contenidos subidos a esta plataforma por medio de las redes sociales y pantalla de la televisora, el número de visualizaciones no fue el esperado y se seguirá trabajando en 2022 para fortalecer este apartado

Venta en efectivo realizada en 2021

Adicionalmente a las metas reportadas en el portal aplicativo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (PASH) se reporta en el Sistema de Información del Sector Cultura (SISC) que las cifras acumuladas de facturación del periodo enero-diciembre de 2021, suman 33.6 mdp, cifra que muestra una diferencia de 5.6 mdp, por encima de la meta programada para el periodo, fijada en 28 mdp que, en términos porcentuales, representa un alcance del 120 por ciento. Lo anterior derivado de la facturación al sector privado que asciende a 6.4 mdp, de los siguientes entes de los sectores social y privado: Educational Testing Service, Go Digital Inc. (NETFLIX), Guadalupe Patricia Sánchez Reyes (ECOCE), Irma Gabriela Tlaseca Rodríguez, TMK Logistiks, S. A. de C. V. (INOVA), Comercio Internacional Mexicano, A.C., Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Azul Terrier S. de R. L. de C. V., José Alejandro Almazán Rodríguez y ODK Media. (Anexo 11).

La facturación al sector público suma 8.7 mdp facturados a Petróleos Mexicanos (PEMEX), Secretaría de Marina (SEMAR), Gobierno de la Ciudad de México (CDMX), Fondo de Cultura Económica (FCE), Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), Telecomunicaciones de México (TELECOM), Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA), Secretaría de Cultura (CULTURA), Radio Educación, Lotería Nacional (LOTENAL) y del Instituto Nacional de las Bellas Artes y Literatura (INBAL), así como 18.4 mdp, por concepto de la facturación de Thema América Inc., por Suscriptores, Condista y de Corporación Dicapta de la señal internacional.

Indicadores de redes sociales programadas para el 2021

Para el ejercicio 2021, la Secretaría de Cultura solicitó reportar el comportamiento de las redes sociales de la televisora (Portal electrónico, Facebook, Twitter, Instagram y YouTube), a través de 13 indicadores diseñados por la Coordinadora de Sector; los cuales, son reportados de manera mensual y no participan en la MIR. (Anexo 12).

Visitas a portales electrónicos

Indicador 1. Usuarios únicos

Al cierre del cuarto trimestre de 2021, se obtuvieron 2,122,348 visitas a los portales electrónicos de la televisora, de las 2,187,000 que se tenían programadas en el periodo, lo que representa el 97.04 por ciento de la meta. Aunque el resultado se encuentra cerca de la meta y que se mantuvo una actualización constante del sitio y sus minisitios, durante el año 2021 se buscó publicar contenidos llamativos para dar difusión a la programación, además de contenidos independientes, como dinámicas y encuestas en el portal de ¡Clic Clac! y Noticias 22. De igual manera, se continuará trabajando la promoción a través de spots en pantalla, redes sociales y banners en Gaceta 22, sobre la oferta en estas plataformas de la televisora.

Facebook

Indicador 2. Cantidad de suscriptores al corte

De enero a diciembre de 2021, se alcanzaron 976,727 suscriptores en esta red social de los 1,004,186 que se tenían programados, lo que representa el 97.27 por ciento de la meta establecida. Cabe señalar, que a pesar de encontrarse cercano a la meta, para lograr la meta señalada en los objetivos se trabajó en diversificar y dar mayor promoción a la oferta de transmisiones por medio de Facebook live, en alianza con las instituciones, ferias y festivales más relevantes de la temporada. También se buscó generar una mayor interacción con los usuarios en las publicaciones diarias en torno a la programación habitual, de estreno y ciclos especiales de la televisora, además de las coberturas generadas por el área de Noticias y el crecimiento constante de la cuenta de Canal 22 Internacional.

Indicador 3. Post elaborados

Al cierre del cuarto trimestre de 2021, se han realizado 11,853 publicaciones de las 11,550 que se tenían programados para el cierre de año, lo que representa el 102.62 por ciento de la meta establecida en este periodo. Lo anterior debido a que se priorizó la publicación constante de materiales en torno a campañas sobre programación habitual, de estreno, efemérides y de conmemoraciones, como en este último mes la programación especial en torno a las fiestas de Navidad y Año Nuevo. De igual manera se siguió dando promoción a través de una cartelera semanal específica para las distintas transmisiones de Facebook Live, ya sean propias o en alianza con distintas instituciones, ferias y festivales. Cabe señalar que dichas transmisiones en diversas ocasiones fueron cruzadas con las cuentas de Noticias 22 Digital y Canal 22 Internacional, además de las propias de cada cuenta

Indicador 4. Alcance de la publicación

Al término del cuarto trimestre de 2021, se obtuvo en esta red social un alcance de 47,185,696 de los 49,500,000 que se tenían programados, lo que representa el 95.32 por ciento de la meta establecida. Cabe señalar, que a pesar de encontrarse cerca de la meta señalada, el alcance se vio mermado debido a la ligera baja en seguidores que se presentó en las cuentas, de cualquier manera, se trabajó en diversificar con materiales gráficos más dinámicos la publicación de los contenidos en torno a campañas de conmemoraciones, así como coberturas especiales de Noticias 22 y campañas culturales independientes de la programación como #El22Recuerda, #LeamosJuntos, #VeamosJuntos y #EscuchemosJuntos. Esto sin dejar de tener en cuenta la promoción de programación diaria y campañas especiales en alianza con las principales ferias y festivales internaciones más relevantes de la temporada.

Twitter

Indicador 5. Cantidad de suscriptores al corte

Al cierre del cuarto trimestre de 2021, se consiguieron 1,140,186 seguidores en esta red social de los 1,139,211 que se tenían programados hasta este periodo, lo que representa el 100.09 por ciento de la meta establecida. Esto debido a que se fortaleció la publicación de contenidos call to action en la difusión diaria de la programación diaria, de estreno y campañas especiales de conmemoraciones y culturales independientes de la programación, como #El22Recuerda, #LeamosJuntos, #VeamosJuntos y #EscuchemosJuntos, además de los contenidos publicados por Noticias 22 Digital, lo que representó alcanzar el crecimiento esperado.

Indicador 6. Tuits elaborados

De enero a diciembre de 2021, se han realizado 10,215 posteos, de los 10,200 programados, lo que representa el 100.15 por ciento de la meta establecida. Esto debido a que se continuó dando prioridad a la publicación constante de materiales de relevancia cultural, como felicitaciones por aniversarios a los principales medios públicos de comunicación, efemérides, esquelas dedicadas a importantes figuras de la cultura nacional, en conjunto con la difusión en torno a la programación diaria, así como de campañas de difusión dedicadas a los estrenos de producción propia del Canal y la programación especial sobre conmemoraciones, festivales, eventos y campañas culturales.

Indicador 7. Impresiones

Al cierre del ejercicio fiscal 2021, se obtuvieron para esta red social 56,162,788 impresiones de las 62,500,000 que se tenían programadas hasta este mes, lo que representa el 89.86 por ciento de la meta establecida. Esto debido a que algunos de los materiales no tuvieron el impacto esperado a pesar de dar prioridad a la publicación de materiales que generaran mayor interacción con los seguidores, como es el caso de las entradas de la revista digital Gaceta 22, programas especiales o ciclos de cine. También se buscó diversificar los gráficos utilizados en torno a la programación diaria, conmemoraciones, y campañas de difusión de programación especial de ferias, festivales y distintas actividades culturales.

Instagram

Indicador 8. Cantidad de suscriptores al corte

Al término del cuarto trimestre de 2021, se alcanzaron 236,579 seguidores en esta red social de los 253,308 que se tenían programados, lo que representa el 93.40 por ciento de la meta establecida. Aunque el resultado se encuentra cerca de la meta señalada, y que el crecimiento fue considerable, se trabajó y se seguirá trabajando en aprovechar mejor los recursos de la plataforma, como la publicación de imágenes y gráficos dinámicos a través de historias, además de seguir fortaleciendo la planeación estratégica

de materiales llamativos en torno a efemérides, campañas de estrenos y programación especial de ciclos y conmemoraciones.

Indicador 9. Imágenes subidas

Al cierre del cuarto trimestre de 2021, se han publicado 2,097 imágenes de las 1,930 que se tenían programadas, lo que representa el 108.65 por ciento de la meta general establecida. Esto debido a que se trabajó en la publicación estratégica de gráficos para ilustrar la promoción de programación diaria y de estreno, las distintas campañas especiales independientes de la programación, así como contenidos de la revista digital Gaceta 22, además de las coberturas especiales de Noticias 22 Digital, entre otros.

Indicador 10. Impresiones recibidas

De enero a diciembre de 2021, se obtuvieron en esta red social 41,279,659 impresiones de las 44,000,000 que se tenían programadas para el cierre de año, lo que representa el 93.82 por ciento de la meta establecida. Esto debido a que, a pesar de buscar crear nuevas campañas independientes de la programación exclusivas para esta plataforma en conjunto con las ya establecidas, como #LeamosJuntos, #VeamosJuntos, #EscuchemosJuntos y #El22Recuerda, se esperaba un crecimiento aun mayor lo que se traduciría en un mayor número de impresiones. Sin embargo, se continuará fortaleciendo la publicación de contenidos call to action con dinámicas o encuestas relacionadas a la programación regular, de estrenos y campañas especiales de la televisora

YouTube

Indicador 11. Cantidad de suscriptores al corte

Al término del cuarto trimestre de 2021, se alcanzaron 408,765 suscriptores de los 433,469 que se tenían programados, lo que representa el 94.30 por ciento de la meta establecida. A pesar de que el resultado se encuentra cerca de la meta, se trabajó en dar una mayor promoción por medio de redes sociales y de la pantalla de la televisora a los contenidos que se ofrecen en esta plataforma. También se seguirá incrementando la producción de materiales dirigidos a ésta misma plataforma, como Las cápsulas del Gabinete de curiosidades del Dr. Zagal, entre otros, además de incorporar próximamente transmisiones en vivo como en el caso de la red social Facebook.

Indicador 12. Videos subidos

Al cierre del cuarto trimestre de 2021, se subieron 1,382 videos de los 1,300 que se tenían programados hasta este mes, lo que representa el 106.31 por ciento de la meta general establecida. Lo anterior debido a que se continuó publicando diariamente diversos materiales, sobre todo producciones exclusivas para esta plataforma, además de los nuevos capítulos de temporadas de producción propia 2021.

Indicador 13. Vistas o visitas

Al término del cuarto trimestre de 2021, se obtuvieron 30,560,920 visualizaciones a los canales oficiales de YouTube, con respecto a las 34,000,000 que se tenían programadas, lo que representa el 89.89 por ciento de la meta establecida. Esto debido a que a pesar del crecimiento de los dos canales principales Canal 22 y Noticias 22 Digital, y que se trabajó en fortalecer la promoción de los contenidos subidos a esta plataforma por medio de las redes sociales y pantalla de la televisora, el número de visualizaciones no fue el esperado y se seguirá trabajando en 2022 para fortalecer este apartado.

Ejercicio 2022

Indicador 1. Transmisión del programa de contenido artístico y cultural en la República Mexicana

Al cierre del Ejercicio 2022, la señal abierta de Televisión Metropolitana S.A. de C.V. alcanzó a 66,538,669 televidentes potenciales, ofreciendo una televisión cultural completamente gratuita, lo que significa el 104.79 por ciento de nuestra meta programada, respecto a la meta programada de 63,495,861. Lo anterior, derivado de la apertura en 3 localidades más (Culiacán y Los Mochis, Sinaloa y Tepic en Nayarit) realizado por el Sistema Público de Radiodifusión (SPR), quien multiplexa nuestra señal Cultural de Canal 22

Indicador 2. Producción de series y programas culturales

De enero a diciembre de 2022 Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. produjo 996 programas y piezas de TV, de los 890 programas y piezas programadas para el ejercicio, por lo que alcanzó un cumplimiento de 111.91 por ciento debido a que desde los primeros meses del año iniciaron las transmisiones del noticiario Noticias 22, de los programas informativos: Debate 22 (con transmisiones de lunes a viernes), Semanario 22 y Por si las moscas; asimismo, se realizaron 3 temporadas del programa Chamuco TV (en coproducción), 2 temporadas del programa Me canso ganso, nuevas temporadas de las series: La dichosa palabra, Tratos y retratos, La oveja eléctrica, Pantalla de cristal (en coproducción), La raíz doble, Catársis, Cine en corto y Algarabía; así como, el lanzamiento de los nuevos

proyectos: Se dice por ahí, Léemelo, # Persona y Cinema 22 con Roberto Fiesco; varias cápsulas y presentaciones; además de la cobertura del evento Mondiacult, óperas, y conciertos.

Indicador 3. Difusión de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube

De enero a diciembre de 2022 se subieron 533.09 horas a los canales de YouTube Canal 22, Noticias 22 y ¡Clic Clac! respecto de las 510 horas programadas. Lo que representó un cumplimiento de 104.53 por ciento de la meta programada

Se superó la meta establecida debido a que durante el último mes se ofrecieron nuevos programas como Cinema 22 y Marquesina, producciones para el canal MX Nuestro Cine; Juega con Idaya, cápsulas realizadas para el canal de ¡Clic Clac! y piezas realizadas por los especiales de Navidad y Año Nuevo

Indicador 4. Transmisión del programa de televisión con contenido cultural y artístico

De enero a diciembre de 2022 Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. transmitió en las señales 22.1, 22.2 e Internacional de Canal 22 con 33,842 programas de los 34,564 programados a transmitirse en el ejercicio, alcanzando el 97.91 por ciento de cumplimiento debido al lanzamiento de MX Nuestro Cine a partir del 28 de noviembre en la señal 22.2. Toda vez que actualmente es una señal dedicada a la cinematografía mexicana, la cifra del número de programas transmitidos fue notablemente menor, pues los contenidos son películas, documentales y programas de una mayor duración.

Indicador 5. Difusión en redes sociales de Canal 22

De enero a diciembre 2022, se recibieron 2,960,481 interacciones en las redes sociales de Canal 22 respecto a las 2,950,000 interacciones planeadas. Lo que representa el 100.36 por ciento de la meta programada.

Se superó la meta establecida, debido a la difusión estratégica realizada durante el mes de diciembre en particular de la programación especial de Navidad y Año Nuevo: los especiales con la embajada China, el homenaje a Rafael Cauduro, el estreno del documental por los 50 años del Festival Internacional Cervantino, además de las efemérides y los contenidos de Gaceta 22.

Indicador 6. Visualización de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube

En el periodo de enero a diciembre 2022, Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. obtuvo 12,487,865 visualizaciones con respecto a los 11,500,000 visualizaciones planeadas en los canales de YouTube. Lo que representó el 108.59 por ciento de la meta programada. Se superó la meta establecida debido a que la estrategia empleada permite una mayor visibilidad al compartir contenidos nuevos todos los días. Esta estrategia consiste en hacer una planeación que nos permita subir materiales de manera diaria, pueden ser transmisiones en vivo, programas completos de producciones propias, materiales promocionales y/o cápsulas, además de editar contenidos cortos de los mismos programas y seguir en búsqueda de materiales que podamos ofrecer a través de la plataforma. Por otra parte, se mantiene una imagen fresca y renovada todo el tiempo con actualización de headers y movimiento constante en sus listas de reproducción destacadas.

Venta en efectivo realizada en 2022

Adicionalmente a las metas reportadas en el portal aplicativo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (PASH) se reporta en el Sistema de Información del Sector Cultura (SISC) que las cifras de facturación de recursos propios de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., de enero a diciembre de 2022 alcanzan el monto de 30.3 mdp, cifra mayor en 5.3 mdp, respecto de la meta programada para el periodo, fijada en 25 mdp. (Anexo 13).

En términos porcentuales, el monto facturado representa un avance del 121.42 por ciento respecto de la meta anual. Las anteriores cifras se derivan de la facturación al sector gobierno por 11.3 mdp de las siguientes dependencias: del FONACOT, de la SICT, del Gobierno de la CDMX, de la SEMAR, de la UNAM, de la SEDENA, de Radio Educación, del INAH, de TELECOMM, del IPN, de PEMEX, de la Secretaría de Cultura, del IMSS, del INBAL, del ISSSTE, y 5.4 mdp de los siguientes entes de los sectores social y privado: TMK Logistiks, S. A. de C. V. (INOVA), 7A Media Corp, Endemol Shine Boomdog, S. A. P. I de C. V., Arturo Damián Gómez, Estudio México Films S. A. de C. V., Patricia Guadalupe Sánchez Reyes y Circo Azul, S. A. de C. V., así como 13.5 mdp, de la Señal internacional por concepto de la facturación de pauta comercial de Condista, por suscriptores, y Dicapta de Thema América Inc.

Es importante precisar que esta meta se refiere al importe monetario de la venta en efectivo realizada, más no al ingreso de los recursos en las cuentas de la televisora.

Para el cierre del ejercicio 2022 se recibieron en la cuenta de la televisora 27.9 mdp por concepto de venta de servicios, lo anterior, superó los ingresos programados para este concepto durante los trabajos de planeación, derivado del ingreso de cuentas pendientes por cobrar de ejercicios anteriores. Los recursos ingresados por la diferencia en este concepto se canalizaron a las áreas sustantivas para cubrir el costo de las producciones llevadas a cabo durante el año. Es menester hacer énfasis en que, con la finalidad de mantener unas finanzas sanas, la televisora no compromete recursos propios hasta que son efectivamente cobrados, por lo que los 5 mdp facturados por encima de la meta del ejercicio 2022, no se reflejarán en el presupuesto en tanto no hayan sido efectivamente cobrados.

Indicadores de redes sociales programadas para el 2022

Para el ejercicio 2022, la Secretaría de Cultura solicitó reportar el comportamiento de las redes sociales de la televisora (Portal electrónico, Facebook, Twitter, Instagram y YouTube), a través de 13 indicadores diseñados por la Coordinadora de Sector; los cuales, son reportados de manera mensual y no participan en la MIR. (Anexo 14).

Visitas a portales electrónicos

Indicador 1. Usuarios únicos

De enero a diciembre 2022, se recibieron 1,202,315 visitas, respecto a las 1,173,000 visitas programadas al portal y los micrositos de la televisora. Lo que representa el 102.50 por ciento de la meta planeada. Se superó la meta establecida debido a que se trabajó en ilustraciones más atractivas para los contenidos de la página y que pudiéramos difundir en redes sociales y medios impresos.

Facebook

Indicador 2. Suscriptores al corte

En el ejercicio 2022 se llegó a 984,109 suscriptores de los 987,232 suscriptores planeados en Facebook, lo cual representa el 99.68 por ciento de la meta programada. No se llegó a la meta debido a que algunos contenidos no resultaron suficientemente atractivos para la audiencia. Seguiremos trabajando en los contenidos propios a fin de generar mayor interés en nuevas audiencias.

Indicador 3. Posts elaborados

En el periodo de enero a diciembre 2022 se realizaron 10,633 posteos, respecto a los 10,100 posteos que se tenían planeados en el Facebook de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. Lo que representó el 105.28 por ciento de la meta programada.

Se superó la meta establecida debido a que la televisora contó con transmisiones especiales como las de Navidad y Año Nuevo, la conferencia y el espectáculo Tengo un sueño, el centenario luctuoso de Ricardo Flores Magón, eventos del presidente de México, MONDIACULT, la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, pasarelas de Original, el Desfile Cívico Militar, diversos eventos del Festival Internacional Cervantino, el Plan de acción por el decenio internacional de Lenguas indígenas y la presentación de los nominados a los Premios TAL, entre otros. Además de la transmisión regular de los programas Me canso ganso, Noticias 22, Con la X en la frente, Debate 22 y Cultura al Derecho.

Indicador 4. Alcance de la publicación

En el periodo de enero a diciembre 2022 Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. alcanzó a 41,834,610 persona respecto a los 37,000,000 personas planeadas en Facebook. Lo que representó el 113.07 por ciento de la meta programada.

Se superó la meta establecida debido a que la difusión de los especiales de Navidad y Año Nuevo ha sido bien recibida por la audiencia. Además de la transmisión regular de los programas Me canso ganso, Noticias 22, Con la X en la frente, Debate 22 y Cultura al Derecho.

Twitter

Indicador 5. Suscriptores al corte

Para diciembre de 2022 se alcanzaron 1,125,179 seguidores de los 1,125,030 seguidores planeados, en Twitter. Lo que representó el 100.01 por ciento de la meta programada. Se superó la meta establecida en el año debido a que se elaboraron materiales propios con contenidos y gráficos atractivos.

Indicador 6. Tuits elaborados

En el periodo de enero a diciembre 2022 Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. realizó 8,473 publicaciones, respecto a las 7,980 planeadas. Lo que representó el 106.18 por ciento de la meta programada.

Se superó la meta establecida debido a que durante el año se contó con programaciones especiales como la del Día Internacional de la Lengua Materna, Día Internacional de la Mujer, Día Internacional de los Se superó la meta establecida debido a que durante el año se contó con programaciones especiales como la del Día Internacional de la Lengua Materna, Día Internacional de la Mujer, Día Internacional de los Pueblos Indígenas, Día de Muertos y especiales de Navidad y Año Nuevo. También, homenajes a Silvia Pinal, Mario Lavista, Antonio Helguera, Jorge Fons, Héctor Bonilla, Federico Silva y el del 90 aniversario de Elena Poniatowska, entre otros. De igual manera se trabajó con algunos de los festivales más importantes de los cuales Canal 22 fue sede como el Festival Internacional de Cine de la Universidad Nacional Autónoma de México, el Festival Internacional de Cine de Morelia, Shorts México, el Festival Mix: Cine y Diversidad Sexual; el Festival Internacional de Cine para Niños (... y no tan Niños), DOCSMX, Macabro, FICMA, la Gira de Documentales Ambulante y el Festival Contra el Silencio Todas las Voces. Se contó con entregas de premios como Pantalla de cristal y premios TAL; y diversos eventos especiales, entre los que destacan Mondiacult, Original y el lanzamiento del canal MX Nuestro Cine.

Indicador 7. Impresiones

De enero a diciembre 2022 se llegó a 13,493,706 impresiones en Twitter, de las 19,890,000 impresiones planeadas, lo cual representa el 67.84 por ciento de la meta programada. La meta no se alcanzó debido a que los temas que han estado en tendencia dentro de la red social no han permitido que los contenidos de la televisora lleguen al público estimado. Cabe destacar que esta meta se replanteo para el segundo semestre, con base en el promedio general que se estudió del primer semestre de 2022, pero no había manera de alcanzarla en un periodo corto de tiempo.

Instagram

Indicador 8. Suscriptores al corte

En el ejercicio de 2022 se alcanzaron 253,024 seguidores en Instagram de los 244,890 seguidores planeados. Lo que representó el 103.32 por ciento de la meta programada. Se superó la meta establecida debido a que se ha hecho una correcta planeación y distribución de los contenidos que se generan y esto ha permitido llegar a nuevos públicos.

Indicador 9. Imágenes subidas

En el periodo de enero a diciembre 2022, Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. subió 2,146 imágenes en Instagram, respecto de las 1,850 imágenes subidas planeadas. Lo que representó el 116.00 por ciento de la meta programada.

Se superó la meta debido a que en los últimos meses se aumentó la difusión de actividades especiales en los que Canal 22 tuvo participación y transmisión como en ferias y festivales, tal es el caso del Festival Internacional Cervantino, la Feria del Libro de Guadalajara, y sede de Shorts México, DOCSMX, Macabro, FICMA, la Gira de Documentales Ambulante y el Festival Contra el Silencio Todas las Voces. Además de promoción de ceremonias de premiación como el Ariel, Premios TAL y Pantalla de cristal, efemérides de personajes relevantes en la cultura de México y el mundo y el lanzamiento del Canal MX Nuestro Cine.

Indicador 10. Impresiones recibidas

En el periodo de enero a diciembre 2022 se alcanzaron 17,655,446 impresiones en Instagram, respecto de los 16,502,000 impresiones planeadas. Lo que representó el 106.99 por ciento de la meta programada. Se superó la meta debido a que ha resultado favorable la estrategia utilizada en la creación de contenidos exclusivos para publicaciones sobre eventos, efemérides, estrenos, programación especial y homenajes.

YouTube

Indicador 11. Suscriptores al corte

En el ejercicio 2022, se alcanzaron 389,271 suscriptores en YouTube de los 385,159 suscriptores planeados. Lo que representó el 101.07 por ciento de la meta programada. Se superó la meta establecida debido al lanzamiento del canal MX Nuestro Cine, durante el último mes se han ofrecido las nuevas producciones como Marquesina y Cinema 22 que han sido del gusto del público, alternando con los programas de estreno de producciones propias y cápsulas, y con algunos promocionales.

Indicador 12. Videos subidos

En el periodo de enero a diciembre 2022, Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. subió 1,652 videos a la plataforma de YouTube,

respecto de los 1,490 videos planeados. Lo que representó el 110.87 por ciento de la meta programada.

Se superó la meta ya que se contó con nuevas capsulas y promocionales para la cuenta de Clic Clac como Juega con Idaya, 10 aniversario, especial de Día de Reyes, Cápsulas de divulgación científica de la UNAM, Arqueólogos en apuros, ¡Hola, Flinko!, Ambulantito, cápsulas De Volón Pimpón del Dr. Misterio e Internet seguro, entre otros. Además de los nuevos programas de MX Nuestro Cine Cinema 22 y Marquesina. Continuamos con las producciones propias como La dichosa palabra, Me canso ganso, Cultura al Derecho, Debate 22, Noticias 22, La oveja eléctrica, La raíz doble y Algarabía TV, entre otras. Y también, se alimentó la plataforma con materiales promocionales con relevancia para su difusión como Ceremonia del Ariel, los 20 años de La dichosa palabra, el ciclo Sistach y Buil, la fascinación por el cine, los estrenos de las series Salvador Dalí, en busca de la inmortalidad, 200 y Una noche en el Prado, con Ramón Gener.

Indicador 13. Visualizaciones

En el periodo de enero a diciembre 2022, Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. obtuvo 12,487,865 visualizaciones con respecto a los 11,500,000 visualizaciones planeadas en los canales de YouTube. Lo que representó el 108.59 por ciento de la meta programada. Se superó la meta establecida debido a que la estrategia empleada permite una mayor visibilidad al compartir contenidos nuevos todos los días. Esta estrategia consiste en hacer una planeación que nos permita subir materiales de manera diaria, pueden ser transmisiones en vivo, programas completos de producciones propias, materiales promocionales y/o cápsulas, además de editar contenidos cortos de los mismos programas y seguir en búsqueda de materiales que podamos ofrecer a través de la plataforma. Por otra parte, se mantiene una imagen fresca y renovada todo el tiempo con actualización de headers y movimiento constante en sus listas de reproducción destacadas.

Indicadores de atención específica de niñas, niños y adolescentes programadas en 2022

A finales de 2021, la Secretaría de Cultura propuso líneas para ubicar las diferentes acciones que se llevan a cabo en las distintas instituciones del Sector para la atención específica de niñas, niños y adolescentes, reportadas de manera mensual y que no participan en la MIR. Cabe señalar que estas acciones son complementarias a todas aquellas ya ubicadas y que realizan la Coordinación Nacional de Desarrollo Cultural Infantil, el Sistema Nacional de Fomento Musical, la Dirección General de Vinculación Cultural y el Instituto Nacional de Bellas Artes. (Anexo 15)

Indicador 1. Horas de transmisión

De enero a diciembre de 2022 Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. transmitió 2,340 horas de programación para audiencias infantiles y adolescentes de las 2,496 horas programadas en el ejercicio, alcanzando el 93.75 por ciento de cumplimiento, debido principalmente a que se cancelaron las transmisiones de la programación para las niñas, niños y adolescente en la señal 22.2, para dar espacio a las transmisiones de la programación de MX Nuestro Cine, dedicada a la cinematografía mexicana

Indicador 2. Visitas

En el periodo de enero a diciembre 2022 se obtuvieron 22,801 visitas en el micrositio de ¡Clic Clac!, respecto a las 24,000 vistas planeadas. Lo que representó el 95.00 por ciento de la meta programada. No se superó la meta establecida debido a que en diciembre la página sufrió un desperfecto y estuvo fuera de línea. Seguiremos trabajando en sus contenidos y en su constante actualización.

Indicador 3. Total de suscriptores

En el periodo de enero a diciembre 2022 se alcanzaron 1,725 suscriptores en los canales de YouTube ¡Clic Clac! de los 1,702 suscriptores planeados. Lo que representó el 101.35 por ciento de la meta programada. Se superó la meta establecida debido a que, la televisora continúa ofreciendo nuevos materiales como las nuevas cápsulas Juega con Idaya, que conduce Ilana Gordon. Además de algunos promocionales por los 10 años de este ¡Clic Clac!

Indicador 4. Visualizaciones

En el periodo de enero a diciembre 2022, Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. obtuvo 27,569 visualizaciones con respecto a las 25,000 visualizaciones planeadas en el canal de YouTube de ¡Clic Clac! Lo que representó el 110.28 por ciento de la meta programada.

Se superó la meta debido a que se pudieron ofrecer nuevos materiales que resultaron atractivos para los pequeños y sus padres.

Dentro de los nuevos materiales que se ofrecieron están los cortos Fuimos colores y El dictado; las cápsulas de Juega con Idaya, las de divulgación científica de la UNAM, De Volón Pimpón del Dr. Misterio y las de Internet seguro. Además, se empezamos a publicar

promocionales que resultaron relevantes como El mundo de Nani, Mi perro Chocobo, La posta, Disparacuentos, ¡Creando con Bach!, Un gringo en tierra Zhue, ¡Hola, Flinko! y otros promos especiales de programación de verano, de otoño, del Día Nacional del Cine Mexicano, del Festival Ambulantito, Día Mundial del Lavado de Manos, Día Internacional de la Niña, Día Internacional del Jaguar, 10 años de Clic Clac y especial de Día de Reyes.

Ejercicio 2023

Indicador 1. Transmisión del programa de contenido artístico y cultural en la República Mexicana

Durante el cuarto trimestre de 2023, la señal abierta de Televisión Metropolitana S.A. de C.V. ofreció una televisión cultural completamente gratuita a 66,538,669 televidentes potenciales, lo que significa 100 por ciento de nuestra meta programada. Este número corresponde a lo registrado en el Sistema de Consultas y Preanálisis de Cobertura de Radiodifusión en línea del Instituto Federal de Telecomunicaciones para la cobertura de las siguientes localidades: Área Metropolitana de la Ciudad de México y en el interior de la República: Aguascalientes, Aguascalientes; Campeche, Campeche; Colima, Colima; Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal y Tapachula, Chiapas; Toluca, Edo de México; León y Celaya, Guanajuato; Guadalajara, Jalisco; Morelia y Uruapan, Michoacán; Monterrey, Nuevo León; Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Querétaro, Querétaro; Mazatlán, Sinaloa; Hermosillo y Cd. Obregón, Sonora; Villahermosa, Tabasco; Tampico, Tamaulipas; Xalapa y Coatzacoalcos, Veracruz; Mérida, Yucatán; Zacatecas, Zacatecas; Culiacán y Los Mochis, Sinaloa y Tepic en Nayarit.

Indicador 2. Producción de series y programas culturales

Para el mes de diciembre de 2023 se produjeron programas y piezas, cifra que representa 15 programas y piezas por arriba de la meta mensual estimada (145 programas y piezas). Durante 2023 la producción del canal 22 alcanzó un total de 1,353 programas y piezas, cifra superior en 53 programas, comparativamente con la meta anual estimada en 1,300 programas y piezas. En términos porcentuales hubo un avance de 104.08 por ciento. La superación de la meta se debe principalmente a que se sumaron a la producción numerosos programas y piezas con temática de cine para la Señal 22.2. También a la producción de las series que consolidan la oferta programática de Canal 22: La dichosa palabra, Tratos y retratos, La oveja eléctrica, Pantalla de cristal, Chamuco TV (4 temporadas), Me canso ganso, Algarabía TV, Catársis 22, Marquesina 22, Cine en corto y Se dice por ahí, entre otras. Se dió una amplia cobertura a conciertos y presentaciones de la Secretaría de Cultura, y se produjeron nuevos proyectos como Acuerpémenos con equidad, y Cultura compartida; Asimismo a los programas informativos y reportaje de fondo: Noticias 22 y Debate22, con una emisión diaria de lunes a viernes, Por si las moscas, Con la X en la frente y Transcultura.

Indicador 3. Difusión de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube

En 2023 se subieron 597.13 horas a los canales de YouTube: Canal 22, Noticias 22 y ¡Clic Clac!, respecto a las 597 horas que se tenían planeadas. Lo que representó el 100.02 por ciento de la meta programada.

Se cumplió con la meta establecida debido a la correcta planeación y estrategia que se fue generando en el transcurso del año. Con la finalidad de ofrecerle al público una oferta continúa de las producciones de la televisora, pusimos a su disposición un programa de contenidos en los diferentes canales de YT de la televisora. Además de cerrar el último mes, con transmisiones en vivo del Gobierno de México, relevantes como las inauguraciones del Tren Maya y el Tren Transistmico, Línea Z. Salina Cruz - Coatzacoalcos. La Dirección de Noticias compartió una agenda nutrida de los hechos más relevantes de la cultura.

Indicador 4. Transmisión del programa de televisión con contenido cultural y artístico

Canal 22 transmitió 2,612 programas para el mes de diciembre de 2023 a través de sus señales: 22.1, 22.2 e internacional; superando la meta del mes (2,239 programas) en 373 programas. El total de programas transmitidos en 2023 fue de 29,138 programas en sus tres señales: en la 22.1 con 10,474 programas, en la 22.2 con 5,774 y en la Señal internacional con 12,890; cifra superior en 1,045 programas, comparativamente con la meta anual estimada (28,093) y un cumplimiento de 103.72 por ciento. La superación de la meta se debe a que a partir de septiembre de 2023 se incorporó a la señal 22.2 la transmisión de programas para las infancias y adolescencias. Además, es importante señalar que la transmisión del número de programas está sujeto a su duración, al horario promedio de transmisión diaria y a las campañas comerciales.

Indicador 5. Difusión en redes sociales de Canal 22.

En 2023 se recibieron 3,870,597 interacciones en las diferentes redes sociales de Canal 22, respecto a las 3,184,915 interacciones planeadas. Lo que representa el 121.53 por ciento de la meta programada. Se superó la meta establecida, debido a que las

publicaciones de diciembre y otros meses fueron de interés de los suscriptores, de las mismas. Esta tendencia se detectó desde el inicio del cuarto trimestre.

Indicador 6. Visualización de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube Para 2023 se obtuvieron 12,080,183 visualizaciones en los canales de YouTube respecto a las 13,083,963 visualizaciones planeadas. Lo que representó el 92.33 por ciento de la meta programada. No se superó la meta establecida debido a que los videos ofrecidos al público, tanto en el canal de la televisora como en el de Noticias, no generaron el impacto esperado en los suscriptores.

Venta en efectivo realizada en 2023

Adicionalmente a las metas reportadas en el portal aplicativo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (PASH) se reporta en el Sistema de Información del Sector Cultura (SISC) que las cifras de ingresos propios, acumulados por la facturación de enero a diciembre de 2023, alcanzan el monto de 35.4 mdp. Cifra que muestra una diferencia de 10.4 mdp respecto de la meta programada para el periodo, fijada en 25 mdp. En términos porcentuales, el monto facturado representa un alcance del 41.53 por ciento por encima de la meta anual. Las anteriores cifras se derivan de la facturación al sector gobierno por 17.8 mdp, de las siguientes dependencias: Gobierno de la Ciudad de México, Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes (SICT), Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA) Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, Secretaría de Marina, Universidad Autónoma Chapingo, Financiera para el Bienestar, Radio Educación, Colegio Nacional, Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), Secretaría de Educación Pública, Secretaría de Cultura, Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA), Sistema Portuario Nacional Altamira, Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE), Fonatur Tren Maya, Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL); y de la facturación al sector privado de 8.8 mdp, de los siguientes entes de los sectores social y privado: Médicos sin Fronteras en México, Television Digital, Guepaki México, TRZ Studios, TMK Logistics y Sognerò Descanso, así como la facturación por concepto de la Señal Internacional 8.7 mdp de Thema America, Inc., por Suscriptores y Condista. (Anexo 16).

Con respecto del mismo periodo en el ejercicio 2022, se observa un importe mayor por 5 mdp, toda vez que la cobranza ha sido mayor a la anterior. Es importante precisar que, esta meta se refiere al importe monetario de la venta en efectivo realizada, más no al ingreso de los recursos en las cuentas de la televisora.

Indicadores de redes sociales programadas en 2023

Para el ejercicio 2023, la Secretaría de Cultura solicitó reportar el comportamiento de las redes sociales de la televisora (Portal electrónico, Facebook, Twitter, Instagram y YouTube), a través de 13 indicadores diseñados por la Coordinadora de Sector; los cuales, son reportados de manera mensual y no participan en la MIR. (Anexo 17).

Visitas a portales electrónicos

Indicador 1. Usuarios únicos

En 2023 se recibieron 1,213,952 visitas al portal y los micrositijs de la televisora, respecto a las 1,255,389 visitas programadas. Lo que representa el 96.70 por ciento de la meta planeada. No se superó la meta debido a que se realizaron actualizaciones constantes durante el año que no permitieron contabilizar visitas de minisitijs, como la sala de prensa o ¡Clic Clac!, entre otros.

Facebook

Indicador 2. Suscriptores al corte

En 2023 se llegó a 1,094,519 suscriptores en Facebook, respecto a los 1,023,108 suscriptores planeados. Lo cual representa el 106.98 por ciento de la meta programada. La meta estimada se superó debido al trabajo realizado para generar y publicar materiales atractivos que resultarán de interés para nuestros suscriptores. Además, se procuró realizar transmisiones en vivo que han sido bien recibidas entre el público.

Indicador 3. Posts elaborados

En 2023 se realizaron 9,183 posteos en Facebook, respecto a los 8,835 planeados. Lo que representó el 103.94 por ciento de la meta programada. Se rebasó la meta debido a las necesidades interinstitucionales. Pues se aumentaron las publicaciones planteadas para

cumplir los compromisos establecidos con aliados de Canal 22, como medios de comunicación pública, instituciones de Secretaría de Cultura y festivales.

Indicador 4. Alcance de la publicación

En 2023 se alcanzaron 59,536,802 personas en Facebook, respecto a las 47,528,036 personas planeadas. Lo que representó el 125.27 por ciento de la meta programada. Se superó la meta debido a que para noviembre ya se contaba con un superávit en la misma. Y, en diciembre, la publicación de diversas e importantes transmisiones en vivo y de contenidos atractivos, que fueron beneficiadas por los algoritmos, generó un mayor número de potenciales internautas.

Twitter

Indicador 5. Suscriptores al corte

En 2023 se alcanzaron 1,144,633 seguidores en Twitter, respecto a los 1,119,082 seguidores planeados. Lo que representó el 102.28 por ciento de la meta programada. Se superó la meta debido a la corrección de suscriptores reportada en meses anteriores. Sin embargo, la implementación de una estrategia de reducción de posteos ha permitido contener la depuración que la plataforma realizó de suscriptores a lo largo de 2023.

Indicador 6. Tuits elaborados

En 2023 se alcanzaron 7,872 publicaciones en Twitter, respecto a los 7,869 planeados. Lo que representó el 100.04 por ciento de la meta programada. Se cumplió con la meta establecida gracias al seguimiento que se dio a la estrategia planeada, a pesar de las necesidades de la cuenta de Noticias 22 que se acopla a la circunstancia diaria de los hechos noticiosos culturales que deben informarse.

Indicador 7. Impresiones

En 2023 se llegó a 10,804,663 impresiones en Twitter, respecto a los 10,316,814 impresiones planeadas. Lo cual representa el 104.73 por ciento de la meta programada. Se superó la meta establecida debido a que las publicaciones resultaron atractivas para el público y el algoritmo sigue beneficiando el alcance de estas.

Instagram

Indicador 8. Suscriptores al corte

En 2023, se alcanzaron 259,681 seguidores en Instagram, respecto a los 276,669 planeados. Lo que representó el 93.86 por ciento de la meta programada. La meta estimada no se logró debido a la corrección de registro de seguidores realizada en meses anteriores. Aunque se trabajó para ajustar lo más posible el indicador y lograr un cierre con un margen inferior del 10 por ciento de incumplimiento.

Indicador 9. Imágenes subidas

En 2023 se alcanzaron 1,965 imágenes subidas en Instagram, respecto a las 1,899 imágenes planeadas. Lo que representó el 103.48 por ciento de la meta programada. Se superó la meta establecida debido a las necesidades que se presentaron en la coyuntura diaria de trabajo: colaboraciones y solicitudes interinstitucionales; así como publicaciones de fortalecimiento para la cuenta de Gaceta 22.

Indicador 10. Impresiones recibidas

En 2023, se alcanzaron 8,442,291 impresiones en Instagram, respecto a los 9,260,022 impresiones planeadas. Lo que representó el 91.17 por ciento de la meta programada. No se alcanzó la meta estipulada debido a que las no todas las publicaciones realizadas resultaron del interés de la audiencia.

YouTube

Indicador 11. Suscriptores al corte

Para 2023 se alcanzaron 499,896 suscriptores en YouTube, respecto a los 436,096 suscriptores planeados en este periodo. Lo que representó el 114.63 por ciento de la meta programada. La meta se superó debido a la corrección reportada en la meta en meses anteriores

Indicador 12. Videos subidos

Para 2023 se subieron 2,305 videos en YouTube, respecto a los 2,388 videos planeados. Lo que representó el 96.52 por ciento de la meta programada. No se alcanzó la meta debido a la reducción de materiales que se presentó en la producción de la televisora en diciembre. Sin embargo, la planeación redujo al mínimo el déficit con la meta. Además, el número de videos subidos al canal de

Noticias es variable debido a que responden a la coyuntura de los hechos culturales diarios.

Indicador 13. Visualizaciones

Para 2023 se obtuvieron 12,080,183 visualizaciones en los canales de YouTube respecto a las 13,083,963 visualizaciones planeadas. Lo que representó el 92.33 por ciento de la meta programada. No se superó la meta establecida debido a que los videos ofrecidos al público, tanto en el canal de la televisora como en el de Noticias, no generaron el impacto esperado en los suscriptores.

Indicadores de atención específica de niñas, niños y adolescentes programadas en 2023

A finales de 2021, la Secretaría de Cultura propuso líneas para ubicar las diferentes acciones que se llevan a cabo en las distintas instituciones del Sector para la atención específica de niñas, niños y adolescentes, reportadas de manera mensual y que no participan en la MIR. Cabe señalar que estas acciones son complementarias a todas aquellas ya ubicadas y que realizan la Coordinación Nacional de Desarrollo Cultural Infantil, el Sistema Nacional de Fomento Musical, la Dirección General de Vinculación Cultural y el Instituto Nacional de Bellas Artes. (Anexo 18).

Indicador 1. Horas de transmisión

En diciembre de 2023 se consiguieron 165 horas con 30 minutos a gratuidad por medio de intercambios, autorizaciones y convenios, entre otros, (58 horas gestionadas a través de la señal internacional y 107 horas con treinta minutos por medio de la señal nacional). Durante 2023 se obtuvieron un total de 3,188 con 9 minutos (1,803 horas con 2 minutos gestionadas a través de la señal internacional y 1,385 horas con 7 minutos por medio de la señal nacional). Lo anterior gracias al vínculo y al apoyo que Canal 22 ha sostenido con televisoras públicas e instituciones culturales de México y de otros países, acción que ha enriquecido de manera importante la programación de la televisora.

Indicador 2. Visitas

Para 2023, se obtuvieron 21,231 visitas en el micrositio de ¡Clic Clac! respecto a las 17,474 visitas planeadas. Lo que representó el 121.50 por ciento de la meta programada.

Se superó drásticamente la meta establecida debido a que en el transcurso del año se trabajó con esmero en los contenidos y cambios de estrategia. Por otra parte, para diciembre se consiguió el mayor de visitas en el minisitio.

Indicador 3. Total de suscriptores

Para 2023 se obtuvieron 1,965 suscriptores en los canales de YouTube ¡Clic Clac! respecto a los 1,961 suscriptores planeados. Lo que representó el 100.20 por ciento de la meta programada. Se cumplió con la meta establecida gracias al seguimiento dado a la planeación propuesta para 2023.

Indicador 4. Visualizaciones

Para 2023 se obtuvieron 30,832 visualizaciones en el canal de YouTube de ¡Clic Clac! respecto a las 26,597 visualizaciones planeadas. Lo que representó el 115.92 por ciento de la meta programada. Se superó la meta debido a que compartido a través de este canal resultó del gusto del público.

Se determina que no hubo desfases en el cumplimiento de metas y objetivos en los programas, proyectos, estrategias y aspectos relevantes prioritarios.

Ejercicio 2024

Indicador 1. Transmisión del programa de contenido artístico y cultural en la República Mexicana

Durante los primeros siete meses de 2024, la señal abierta de Televisión Metropolitana S.A. de C.V. alcanzó a 79,810,064 televidentes potenciales, ofreciendo una televisión cultural completamente gratuita, lo que significa el 100 por ciento de nuestra meta programada. Estos datos corresponden a los registrados en el Sistema de Consultas y Preamálisis de Cobertura de Radiodifusión en línea del Instituto Federal de Telecomunicaciones para la cobertura de las siguientes localidades; Área Metropolitana de la Ciudad de México y en el interior de la República: Aguascalientes, Aguascalientes; San Francisco de Campeche, Campeche; Colima, Colima; Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas y Tapachula, Chiapas; Toluca de Lerdo, Edo de México; León de Los Aldama y Celaya, Guanajuato; Guadalajara, Jalisco; Morelia y Uruapan del Progreso, Michoacán; Tepic, Nayarit; Monterrey, Nuevo León; Oaxaca de Juárez, Oaxaca; Puebla de Zaragoza, Puebla; Santiago de Querétaro, Querétaro; Mazatlán, Culiacán Rosales y Los Mochis, Sinaloa; Hermosillo y Cd. Obregón, Sonora; Villahermosa, Tabasco; Tampico, Tamaulipas; Xalapa-Enriquez y Coatzacoalcos, Veracruz de Ignacio de la Llave; Mérida, Yucatán; Zacatecas, Zacatecas; que reporta el Sistema Público de Radiodifusión SPR, quien multiplexa



nuestra señal.

Indicador 2. Producción de series y programas culturales.

En los siete primeros meses del año la producción suma un total de 533 programas y piezas con un cumplimiento de 126.6 por ciento con respecto a la meta proyectada para estos siete meses (428 programas y piezas). Continuaron las producciones que nutren la Señal 22.2 MX nuestro cine: Marquesina 22, Atrapasueños, Chamuco, La Oveja Eléctrica, Tratos y Retratos y una serie de cápsulas con temática referente a los Juegos Olímpicos de París 2024, además de los programas informativos y de análisis: Noticias 22, Con la X en la frente, por si las moscas y Transcultura.

Indicador 3. Difusión de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube.

Para julio 2024, se subieron 373.70 horas a los canales de YouTube: Canal 22, Noticias 22 y ¡Clic Clac!, respecto a las 317 horas que se tenían planeadas. Lo que representa el 117.88 por ciento de la meta programada.

Se superó la meta debido a que las transmisiones en vivo realizadas durante el mes de julio duraron más de lo planeado. Estas transmisiones fueron la Guelaguetza 2024 La fiesta de los Lunes del Cerro, el concierto La fiesta del Bolero de México y Cuba para el Mundo, desde el Palacio de Bellas Artes, y la Ceremonia en Conmemoración del 152° Aniversario Luctuoso de Benito Juárez.

Indicador 4. Transmisión del programa de televisión con contenido cultural y artístico.

Durante el periodo de enero a julio Canal 22 alcanzó un total de 18,498 programas transmitidos, en la 22.1, 6,556 programas, en la 22.2, 4,659 programas y Señal Internacional 7,283 programas; esta cifra representa 663 programas más respecto a la meta estimada para el periodo (17,835) lo que representa el 79.56% de la meta programada para el periodo, todo esto debido a que al concluir la pauta comercial que se transmitía en la señal 22.2 (Mx nuestro cine), el horario lo ocupó la transmisión de contenidos para las infancias y adolescencias. Como se ha comentado, la transmisión del número de programas está sujeto a la duración del programa, al horario promedio de transmisión diaria y en esta ocasión la importante cobertura de las elecciones presidenciales.

Indicador 5. Difusión en redes sociales de Canal 22.

Para julio 2024 se recibieron 3,383,235 interacciones en las diferentes redes sociales de Canal 22, respecto a las 2,943,016 interacciones planeadas. Lo que representa el 114.95 por ciento de la meta programada.

Se superó la meta debido a que las publicaciones han resultado del interés de nuestra audiencia. Entre los temas que más interacción tuvieron fueron la programación especial por el Año Dual México Brasil 2024, la Guelaguetza 2024, La fiesta del Bolero de México y Cuba para el Mundo y la Muestra de Cine de los Pueblos Originarios y Afrodescendientes 2024, del IMCINE.

Indicador 6. Visualización de programas de televisión propios, producciones especiales y otros materiales en la plataforma YouTube.

Para julio 2024, se obtuvieron 10,536,002 visualizaciones en los canales de YouTube respecto a las 8,752,300 visualizaciones planeadas. Lo que representó el 120.37 por ciento de la meta programada.

Se superó la meta establecida debido a se contó con cuatro transmisiones en vivo que fueron de total agrado de la audiencia: La Guelaguetza 2024 con La fiesta de los Lunes del Cerro, el concierto La fiesta del Bolero de México y Cuba para el Mundo, desde el Palacio de Bellas Artes, y la Ceremonia en Conmemoración del 152° Aniversario Luctuoso de Benito Juárez. Además, seguimos contando con programas de estreno, promocionales, cápsulas y shorts en las distintas cuentas.

Venta en efectivo realizada en 2024

Adicionalmente a las metas reportadas en el portal aplicativo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (PASH) se reporta en el Sistema de Información del Sector Cultura (SISC) que las cifras de ingresos propios, acumulados por la facturación de enero a junio de 2024, ha alcanzado el monto de 9 millones 566 mil 347 pesos respecto de la meta programada para el periodo, cifra mayor en 1 millón 688 mil 114 pesos respecto de la meta programada al periodo, fijada en 7 millones 878 mil 233 pesos. En términos porcentuales, el monto facturado representa un avance del 38.27 por ciento respecto de la meta anual programada en 25 millones de pesos.

Los ingresos obtenidos provienen de la facturación al sector gobierno Secretaría de Comunicaciones y Transportes; Secretaría de la Defensa Nacional; Financiera para el Bienestar; Instituto Nacional para la Educación de los Adultos y del sector privado Ocesa Promotora, TMK Logistics, Sognerò Descanso, Televisión Digital, así como de la señal internacional por concepto de la facturación de Suscriptores y Condista a Thema América, Inc. (Anexo 19).

Indicadores de redes sociales programadas en 2024

Para el ejercicio 2024, la Secretaría de Cultura solicitó reportar el comportamiento de las redes sociales de la televisora (Portal

electrónico, Facebook, Twitter, Instagram y YouTube), a través de 13 indicadores diseñados por la Coordinadora de Sector; los cuales, son reportados de manera mensual y no participan en la MIR. (Anexo 20).

Visitas a portales electrónicos

Indicador 1. Usuarios únicos

Para julio 2024 se recibieron 503,662 visitas al portal y micrositos de la televisora, respecto a las 552,840 visitas programadas. Lo que representa el 91.10 por ciento de la meta planeada.

No se superó la meta debido a los inconvenientes que se han presentado con los servidores de la institución, que han impedido la correcta actualización y visualización de los sitios y minisitios de la entidad. Se sigue trabajando con el área de GTI para lograr subsanar los problemas presentados. Además de que se han adaptado escaparates en el sitio principal de Canal 22 para dar salida a la información no visible.

Facebook

Indicador 2. Suscriptores al corte.

En julio 2024 se llegó a 1,128,815 suscriptores en Facebook, respecto a los 1,127,297 suscriptores planeados. Lo cual representa el 100.13 por ciento de la meta programada.

La meta se cumplió satisfactoriamente.

Indicador 3. Posts elaborados

Para julio 2024 se realizaron 4,644 posteos en Facebook, respecto a los 4,614 planeados. Lo que representó el 100.73 por ciento de la meta programada.

La meta se cumplió satisfactoriamente.

Indicador 4. Alcance de la publicación

Para julio 2024 se alcanzaron 26,837,587 personas en Facebook, respecto a las 27,905,892 planeados. Lo que representó el 96.17 por ciento de la meta programada.

La meta se alcanzó parcialmente, debido a que las publicaciones han sido del gusto del público.

Twitter

Indicador 5. Suscriptores al corte

En julio 2024 se alcanzaron 1,116,584 seguidores en Twitter, respecto a los 1,117,030 seguidores planeados. Lo que representó el 99.96 por ciento de la meta programada.

La meta se cumple satisfactoriamente.

Indicador 6. Tuits elaborados

Para julio 2024 se alcanzaron 3,662 publicaciones en Twitter, respecto a los 3,704 planeados. Lo que representó el 98.86 por ciento de la meta programada.

La meta se alcanzó parcialmente, debido al seguimiento correcto de la estrategia planeada.

Indicador 7. Impresiones

Para julio 2024 se llegó a 6,073,347 impresiones en Twitter, respecto a las 5,672,560 impresiones planeadas. Lo cual representa el 107.06 por ciento de la meta programada.

La meta se superó debido a que las publicaciones han resultado del interés de nuestra audiencia. Sin embargo, cabe señalar que a partir de julio ya no tenemos analíticas gratuitas disponibles en esta red social, por lo que es probable que se registre un cambio en las métricas de los 3 indicadores de esta red social.

Instagram

Indicador 8. Suscriptores al corte

Para julio 2024, se alcanzaron 272,796 seguidores en Instagram, respecto a los 273,609 planeados. Lo que representó el 99.70 por ciento de la meta programada.

La meta se cumple satisfactoriamente.

Indicador 9. Imágenes subidas

Para julio 2024 se alcanzaron 1,295 imágenes subidas en Instagram, respecto a las 1,167 imágenes planeadas. Lo que representó el

110.96 por ciento de la meta programada.

Se superó la meta establecida debido a que se han realizado diversas colaboraciones que han obligado a superar lo programado.

Indicador 10. Impresiones recibidas

Para julio 2024, se alcanzaron 3,943,668 impresiones en Instagram, respecto a los 4,729,759 impresiones planeadas. Lo que representó el 83.37 por ciento de la meta programada.

No se alcanzó la meta debido a que el rendimiento del indicador fue planeado con esa diferencia para el mes. Al cierre del trimestre se espera que la meta cierre satisfactoriamente.

YouTube

Indicador 11. Suscriptores al corte

Para julio 2024, se alcanzaron 539,906 suscriptores en YouTube, respecto a los 536,000 suscriptores planeados en este periodo. Lo que representó el 100.72 por ciento de la meta programada.

La meta se cumple satisfactoriamente.

Indicador 12. Videos subido

Para julio 2024, se subieron 1,200 videos en YouTube, respecto a los 1,072 videos planeados. Lo que representó el 111.94 por ciento de la meta programada.

Se superó este indicador debido a las necesidades de transmisiones en vivo y hechos noticiosos culturales de la agencia institucional, que requieren ser difundidos.

Indicador 13. Visualizaciones

Para julio 2024, se obtuvieron 10,536,002 visualizaciones en los canales de YouTube respecto a las 8,752,300 visualizaciones planeadas. Lo que representó el 120.37 por ciento de la meta programada.

Se superó la meta establecida debido a se contó con cuatro transmisiones en vivo que fueron de total agrado de la audiencia: La Guelaguetza 2024 con La fiesta de los Lunes del Cerro, el concierto La fiesta del Bolero de México y Cuba para el Mundo, desde el Palacio de Bellas Artes, y la Ceremonia en Conmemoración del 152° Aniversario Luctuoso de Benito Juárez. Además, seguimos contando con programas de estreno, promocionales, cápsulas y shorts en las distintas cuentas.

Indicadores de atención específica de niñas, niños y adolescentes programadas en 2024

A finales de 2021, la Secretaría de Cultura propuso líneas para ubicar las diferentes acciones que se llevan a cabo en las distintas instituciones del Sector para la atención específica de niñas, niños y adolescentes, reportadas de manera mensual y que no participan en la MIR. Cabe señalar que estas acciones son complementarias a todas aquellas ya ubicadas y que realizan la Coordinación Nacional de Desarrollo Cultural Infantil, el Sistema Nacional de Fomento Musical, la Dirección General de Vinculación Cultural y el Instituto Nacional de Bellas Artes. (Anexo 21).

Indicador 1. Horas de transmisión

En el periodo enero-julio se transmitieron un total de 1,517 horas de programación dirigida a estas audiencias con respecto a la meta estimada para el periodo (1,315) lo que representa 202 horas más de transmisión y un cumplimiento del 81.69% Lo anterior, debido a que la señal 22.2 incluyó a partir de mediados de septiembre 4 horas diarias de programación (de lunes a domingo), dedicadas a esta audiencia

Indicador 2. Visitas

Para julio 2024, se obtuvieron 27,895 visitas en el micrositio de ¡Clic Clac! respecto a las 18,166 visitas planeadas. Lo que representó el 153.55 por ciento de la meta programada.

La meta se superó ampliamente, aunque no existe una explicación definitiva ya que, como se había reportado el mes anterior, la institución enfrenta diversos problemas de infraestructura con sus servidores y el minisitio de ¡Clic Clac! no se puede visualizar correctamente.

Indicador 3. Total de suscriptores

Para julio 2024 se obtuvieron 2,134 suscriptores en los canales de YouTube ¡Clic Clac! respecto a los 2,073 suscriptores planeados. Lo que representó el 102.94 por ciento de la meta programada.

La meta se superó parcialmente debido al gusto de las y los suscriptores.

Indicador 4. Visualizaciones

Para julio 2024 se obtuvieron 43,728 visualizaciones en el canal de YouTube de ¡Clic Clac! respecto a las 29,567 visualizaciones planeadas. Lo que representó el 147.89 por ciento de la meta programada.

Se ha superado la meta debido al gusto del público por los nuevos contenidos que ofrecemos, como los shorts y reels, de la nueva parrilla programática de Clic Clac.

c) Los principales proyectos de inversión terminados y aquellos que se encuentren en proceso, reportando de estos últimos su avance físico y financiero, y justificando el grado de avance y estado.

Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., no cuenta con proyectos de inversión.

d) Los avances en la atención a recomendaciones y/o sugerencias de las evaluaciones externas a los programas sectoriales, institucionales, transversales, regionales y especiales; los programas sujetos a reglas de operación o cualquier otro, los proyectos estratégicos y/o prioritarios.

Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., no cuenta recomendaciones y/o sugerencias.

e) Las recomendaciones o propuestas de estrategias, programas, proyectos o acciones que deben tener continuidad por su relevancia, impacto social y relevancia presupuestal.

Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., no cuenta tiene propuestas pendientes de estrategias, programas, proyectos o acciones que deben tener continuidad.

III. Principales logros alcanzados en los programas, proyectos, estrategias y aspectos relevantes y/o prioritarios

Se presentan los logros alcanzados en materia sustantiva y administrativa de la Entidad, por cuanto hace a cartelera, rating alcanzado, estado que guardan los dos estudios con los que cuenta la televisora, vinculación y comercialización con otras entidades, dependencias o empresas, noticias y aspectos relevantes de la función administrativa y jurídica en el Canal.

Ejercicio 2018

Durante el último trimestre de 2018 Canal 22 continuó trabajando con la misión de ser el Canal Cultural de México, impulsando contenidos de la más alta calidad, tanto en el país como en el extranjero, fomentando el diálogo, la educación y el pensamiento crítico.

Las producciones propias de Canal 22 han destacado por su diversidad y originalidad de nuevos capítulos, estreno de temporadas y una amplia gama de programas unitarios adicional al contenido de arte, literatura, danza, historia, música, naturaleza, ciencia, deporte, series y miniseries, festivales, programas infantiles y de análisis, mesas de debate, investigación periodística, documentales y lo más destacado del cine mundial

Durante el mismo ejercicio se fortaleció las plataformas digitales logrando más de 261 mil nuevos seguidores en las principales redes sociales de la televisora como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, traspasando fronteras para la difusión a nivel internacional del contenido de Canal 22.

Ejercicio 2019

El debate, el humor, la reflexión, el análisis y la polémica fueron parte programación de Canal 22 en el año 2019; a través de diversos formatos como revistas culturales y mesas de debate, moneros, cintas premiadas en grandes festivales, documentales latinoamericanos de gran valor audiovisual, cine de temática LGBTTI y de culto mexicano, así como nuevas temporadas de proyectos emblemáticos de Canal 22.

La programación abordó la cultura desde diferentes perspectivas: ciencia, conocimiento, lingüística y secretos de la literatura; sexualidad como derecho universal y su relación con el arte, el erotismo y la apología del placer, así como curiosidades históricas y populares; las raíces de los pueblos originarios y la conservación de la lengua. Además de curiosidades de grandes escritores contemporáneos mexicanos y obras destacadas; se hace análisis de la era digital y las implicaciones actuales de las redes sociales; mujeres mexicanas y su relación con el poder; cine y los mejores documentales, sin olvidarse de presentar lo más sobresaliente del

acontecer cultural nacional e internacional. Dichos materiales elaborados con diversos formatos buscaron promover tres valores fundamentales para la televisora: la inclusión, la pluralidad y el pensamiento crítico.

Transmisión

Este 2019, el Canal Cultural de México emitió cerca de 20 mil programas en más de 14 mil horas de transmisión a través de sus señales, con contenidos con una amplia diversidad de temas

En la señal nacional y 22.2, contamos con 1'299 horas de estreno, que son equivalentes a 1'812 programas.

- En cuanto a producción propia se transmitieron 3'978 horas, que corresponden a 4'919 programas
- 523 horas fueron de cine, lo que equivale a 326 películas de las cuales 97 fueron de estreno.
- Se transmitieron 388 horas de series.

La señal internacional contó con:

- 1'392.25 horas de estreno, equivalentes a 2'054 programas.
- En producción propia se transmitieron 618.25 horas, que corresponden a 819 programas de estreno.
- Como resultado de convenios, se transmitieron 696 horas, con 1'178 programas.

Así mismo, Canal 22 transmitió a través de sus señales 22.1, 22.2 y Señal Internacional horas de estrenos, programas, series, películas, producciones propias y Noticias 22, el único noticiario exclusivamente cultural del país. La programación abordó la cultura desde diferentes perspectivas: ciencia, conocimiento, lingüística y secretos de la literatura; sexualidad como derecho universal y su relación con el arte, el erotismo y la apología del placer, así como curiosidades históricas y populares; las raíces de los pueblos originarios y la conservación de la lengua. El Canal Cultural de México ofreció a su audiencia estrenos de materiales adquiridos a través de programas, películas, documentales y series de calidad internacional como: Borgia, El arte del crimen Trotsky El tiempo entre costuras, Anna Karenina y Más allá de Roma, Maximiliano, La historia del mundo, Guerra y paz y Reinas, entre otros títulos.

Se continuó con las acciones estratégicas para mejorar la cobertura de Canal 22 a través de la señal multiplexada del Sistema Público de Radiodifusión a 25 ciudades, además de la Ciudad de México, sede de la Televisora, así mismo, a todo el país a través de todos los sistemas de cable y satelitales en la República Mexicana, de igual forma se continuó con las acciones para conservar y mejorar su infraestructura técnica en cumplimiento a la Ley Federal de Austeridad Republicana, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de noviembre del 2019.

Para el ejercicio fiscal 2019 el Canal Cultural de México emitió cerca de 20 mil programas en las más de 14 mil horas de transmisión a través de sus distintas señales, con una amplia diversidad de temas manteniendo al aire las series más emblemáticas de Canal 22 y produciendo 17 nuevas series que abordaron la problemática relevante de la agenda nacional; aunado a nuevos programas como: Un especial por el marco del Día Nacional del Cine Mexicano, y el estreno del documental Radio Educación, con motivo de 95° aniversario de la radio pública. se brindó una amplia cobertura a eventos especiales en el marco de importantes conmemoraciones culturales. Un espacio importante para Televisión Metropolitana es Noticias 22, el espacio informativo de Canal 22, el cual, en el año 2019 contó con 262 horas de transmisión distribuidas en la cobertura cotidiana de cultura. En su nueva etapa, el noticiero cultural de México integró a su agenda géneros periodísticos como la crónica, el reportaje de investigación y nuevas secciones, entre estas, cultura en los estados, visión global y enfoques; un espacio dedicado a personajes destacados en la escena cultural del país. Sus actividades reflejaron un total de 259 emisiones, equivalente a 2,064 notas producidas.

En nuestra barra infantil ¡Clic Clac! de enero a diciembre se transmitieron 89.9 horas de estrenos, que corresponden a 457 programas; entre los que destacan: Rita y el cocodrilo, Limbo temporadas 2 y 3, BirliBirloque 500 años, Perico, 68 VOCES, El rastro del caracol y Niños de mi Tierra, entre otros.

Señal Internacional

La Señal Internacional durante el 2019 celebró quince años de llevar lo mejor de México y sus tradiciones a los hispanohablantes de los Estados Unidos. Para celebrar este aniversario se realizó un cambio en el vestido de pantalla y un logo conmemorativo.

Con el propósito de mejorar la sintonía de la Señal Internacional, se realizó a través de Impremedia, el grupo editorial en español más grande de Estados Unidos con presencia en más del 72% del mercado hispano, una campaña en redes sociales dirigida a hombres y a mujeres hispanos además de descendientes de mexicanos, en Nueva York, Nueva Jersey, Chicago, Texas y California, estados con mayor concentración de hispanoparlantes.

Redes Sociales

La actividad en redes sociales durante 2019 se centró en la promoción de la programación diaria, estrenos, nuevas temporadas, transmisiones en vivo, cine, programas especiales, campañas institucionales y efemérides relevantes, entre otros obteniendo un crecimiento del 29.4%, es decir, 200 mil nuevos seguidores en el año. De conformidad con lo anterior, en 2019 se iniciaron las transmisiones vía Facebook Live, en horario simultáneo al de la transmisión televisiva. Se llevaron a cabo más de 50 transmisiones entre las que destacan la Ceremonia del Ariel en la Cineteca Nacional, el especial sobre el Primer Informe de Gobierno del presidente Andrés Manuel López Obrador en Chamuco TV, el especial del 68 con Paco Ignacio Taibo y Óscar Chávez desde el Complejo Cultural Los Pinos, Homenaje Nacional a José José desde el Palacio de Bellas Artes y el concierto #TengoUnSueño desde el Auditorio Nacional, además de la transmisión en vivo de los programas Me canso ganso y La dichosa palabra. Estas estrategias dieron como resultado, un alcance en el periodo de más de 164 millones de personas y casi 3 millones y medio de interacciones. Estas estrategias dieron como resultado, un alcance en el periodo de más de 164 millones de personas y casi 3 millones y medio de interacciones.

Uno de los aspectos relevantes más importantes durante este ejercicio fue el uso de la plataforma YouTube, mediante la cual la televisora a través de su canal oficial subió las producciones propias más destacadas derivado de la facilidad de reproducción de la plataforma la cual permitió llegar a nuevas audiencias tanto a nivel nacional como internacional. En 2019 se subieron 485 videos al portal, el cual contó con 6,633,160 visualizaciones, más de 268 horas, 135,958 me gusta, 82,691 compartidos y 10,989 comentarios, lo que generó más de 45 mil nuevos suscriptores.

Todos los contenidos de 2019 estuvieron orientados a la apreciación por las artes y el conocimiento, el fortalecimiento de tejido social y los valores de convivencia democrática, la diversidad cultural, la representación de todas las manifestaciones de la sociedad en nuestra pantalla y la creatividad artística.

Al inicio del ejercicio fiscal 2019 el Consejo de Administración de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. aprueba el presupuesto para la entidad el cual se reconoce alineado al Programa anual de Trabajo 2019

Adicionalmente, Televisión Metropolitana S.A. de C.V. en colaboración con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, realizó un pago excepcional al Instituto Federal de Telecomunicaciones para obtener una concesión comercial, lo que implica una cobertura por más de 20 años sin generar algún otro pago por este periodo.

Ejercicio 2020

2020 fue un año sin precedentes debido a la pandemia de covid-19 que marcó la pauta para la construcción de una nueva normalidad social, cultural, económica, política y de salud pública a nivel mundial, un periodo lleno de retos en todos los aspectos y sectores, de evolución y adaptación a las nuevas formas de producción y consumo audiovisual, pero, sobre todo, a la demanda de contenidos más inmediatos, plurales, críticos, objetivos y humanos. En este ejercicio la revista Telemundo Cine posicionó a Canal 22 como el canal de televisión abierta de mayor preferencia por los líderes de la industria audiovisual en México. Asimismo, el Reuters Institute de la Universidad de Oxford, Inglaterra, ubico a Canal 22 como la televiso más confiable del país y en la octava edición de los Premios TAL, Canal 22 recibió siete nominaciones en las que resultó ganador el programa Me Canso Ganso en la categoría de mejor magazine, resultado de una estrategia de programación que incluyó estrenos de producción propia y adquirida, así como la continuidad de los programas emblemáticos de la televisora, a partir de una campaña de comunicación integral en todas las plataformas reforzada durante el confinamiento para ser una ventana cultural al alcance de las audiencias.

Cobertura pandemia COVID-19

Como resultado de la pandemia, durante el ejercicio 2020 se realizó una cobertura oportuna y veraz con una programación especial enfocada en mantener a la sociedad informada sobre el acontecer mundial, continuando con el compromiso de ser un medio público al servicio de las audiencias con la transmisión de programas especializados que incorporaron de manera importante a sus contenidos el análisis y cambio de paradigmas a raíz de la pandemia tomando en cuenta las medidas protocolarias necesarias para salvaguardar la salud de todo el personal de esta entidad sin poner en pausa la producción.

Los materiales elaborados abordaron la cultura promoviendo tres valores fundamentales: la inclusión, la pluralidad y el pensamiento crítico, así como curiosidades históricas y populares, las raíces de los pueblos originarios y la conservación de la lengua.

Derivado de la contingencia sanitaria por el virus SARS-COV2 Canal 22 se convirtió en la principal plataforma de cine en el medio

televisivo debido a que prestigiosos festivales audiovisuales decidieron estrenar, dar difusión y/o convertir en sede nuestra pantalla para dar proyección a sus mejores trabajos, manteniendo la tradición de llevar a los diferentes públicos los mejores espectáculos y presentaciones de los más destacados eventos internacionales de arte y cultura, en esta ocasión en formato virtual. Las Series Estelares de Canal 22 fueron vistas por más de 6 millones de personas.

En fomento a la campaña Quédate en casa se ofrecieron en pantalla y en las diferentes plataformas de Canal 22 capsulas, materiales audiovisuales y actividades interactivas las cuales fueron pensadas con el objetivo de fomentar la participación ciudadana creando como uno de los principales proyectos del 2020 la Convocatoria Nacional Audiovisual Un día en casa, certamen de cortometraje documental que buscó mostrar cómo viven los mexicanos la contingencia desde casa, el cual contó con una gran participación. Producción y Programación

Canal 22 en su carácter de actividad esencial continuó con el compromiso de ser un medio público al servicio de las audiencias, con la transmisión de programas especializados que incorporaron de manera importante a sus contenidos el análisis y cambio de paradigmas a raíz de la pandemia, además del tratamiento de problemáticas de género.

Nuestra producción no se puso en pausa, y tomando las medidas protocolarias necesarias para salvaguardar la salud de todo el personal, se continuó con la producción de la programación de estreno y de coyuntura con nuevos formatos, ofreciendo así a las audiencias un contenido de calidad y oportuno. En 2020, las dos señales de Canal 22 incrementaron sus audiencias respecto de las registradas en 2019 de la siguiente manera:

- Canal 22.1 aumentó 14%, llegando a más de 40 millones de televidentes.
- Canal 22.2 aumentó 11.5%, alcanzando a 13 millones de personas.

En este ámbito, se lograron grandes resultados durante todo el año, entre los que destacan:

El lanzamiento 13 nuevos proyectos de producción propia. 6 series con nuevas temporadas: El Gabinete de curiosidades del Dr. Zagal; El sexo nuestro de cada día, Malditas redes sociales, Me Canso Ganso, Chamuco TV y Algarabía TV.

Nuevos lanzamientos de nuestras 4 series emblemáticas: La oveja eléctrica, La dichosa palabra, Tratos y retratos y Pantalla de cristal. Y la coproducción con TV UNAM del programa Encuadre Iberoamericano. Asimismo, se ofrecieron en los sitios web y plataformas digitales de Canal 22, diversos materiales, actividades y programación especial a disposición de niños, jóvenes, adultos mayores y familias. También la televisora aportó materiales para la plataforma Contigo en la distancia, impulsada por la Secretaría Cultura, poniendo a disposición material audiovisual para disfrute de la audiencia.

El fortalecimiento de alianzas que la institución ha logrado con los medios públicos, nacionales y extranjeros para impulsar proyectos televisivos bajo diferentes esquemas de colaboración (coproducciones, lanzamientos simultáneos de programación, coberturas e intercambios, entre otros.) tuvo como resultado la transmisión de programación de alta calidad y variedad.

La pantalla también se nutrió con documentales de estreno hechos por mujeres a través del programa Visión Periférica con Jacaranda Correa. Una de las estrategias realizadas que enriqueció la pantalla fue la transmisión de programación especial con motivo de homenajes a reconocidas personalidades del medio artístico y cultural, así como la conmemoración de fechas importantes:

- Margo Glantz por el 90 aniversario de su nacimiento
- Julio Scherer con motivo de su quinto aniversario luctuoso
- In memoriam al cineasta Jaime Humberto Hermosillo y a Gabriel Retes
- La Conmemoración del 231 Aniversario del Natalicio de Leona Vicario (Declaración del año 2020 como Año de Leona Vicario)
- Especial 10° aniversario luctuoso de Carlos Monsiváis
- In memoriam Óscar Chávez
- Homenaje a Héctor Suárez
- Homenaje a Manuel Felguérez
- In memoriam: Luis Eduardo Aute
- In memoriam: Héctor Ortega
- 78° Aniversario del natalicio de Graciela Iturbide
- Homenaje a Elena Poniatowska, 88 años de vida.
- Día Nacional del Cine Mexicano (15 de agosto).

- El Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, Canal 22 se sumó al movimiento de 16 días de activismo contra la violencia hacia las mujeres y las niñas con la transmisión de producciones de Ambulante Más Allá y una programación especial.
- Especial Recordando a Quino.
- In memoriam: Paul Leduc
- In memoriam Mario Molina 1943-2020. Premio Nobel de Química 1995
- 100° años del natalicio del caricaturista Abel Quezada
- Homenaje póstumo al compositor yucateco Armando Manzanero; que constó de 7 días de transmisiones en las que a partir del lunes 28 de diciembre se incluyeron los programas: Especial de Noticias 22 con Laura Barrera; la serie El estudio de Armando Manzanero; El especial Navidad con Armando Manzanero; el programa Voces de Yucatán; Armando Manzanero en Los Ángeles; y el estreno del especial 15 años con Armando Manzanero en Canal 22, una retrospectiva musical que muestra sus duetos con Miguel Bosé, 'Chabelo', Angélica María, Eugenia León, entre otros.
- 96° aniversario de Radio Educación
- 2 de octubre ¡no se olvida! a 52 años
- Día de muertos (2 de noviembre)
- El 110 Aniversario del inicio de la Revolución Mexicana.

Los programas especiales in memoriam fueron vistos por más de 8 millones de personas.

Durante todo 2020, Canal 22 presentó en Cinema 22 lo más destacado de la cinematografía nacional y mundial con el estreno de películas de la más alta calidad. Las barras de cine Cinema 22 tuvo un impacto de más de 14 millones de personas, lo que representa un aumento de más del 5% en comparación con el 2019, cuando captó la atención de más de 13 millones de personas. Realizamos una cobertura virtual de la 62ª. Emisión de la Premiación del Ariel con una propuesta integral de transmisión que incluyó los cortometrajes nominados en las categorías de Cortometraje de animación, Cortometraje documental y Cortometraje de ficción, además de películas emblemáticas que recibieron el Premio Ariel. A pesar de la coyuntura, el 27 de septiembre y en un formato virtual, Canal 22 fue sede del evento en vivo de la Premiación del Ariel 2020, máximo galardón que otorga la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas a lo mejor del cine mexicano; la conducción estuvo a cargo del director Roberto Fiesco y de la actriz Verónica Toussaint. Durante el mismo ejercicio, Canal 22 fue sede, por primera vez, de prestigiosos festivales, nutriendo de esta manera su pantalla con lo más relevante del acontecer cultural y fílmico mundial; algunos de ellos fueron:

- Festival Shorts México 2020
- Festival Internacional de Cine de Horror, Macabro 2020
- 25º Festival Internacional de Cine para Niños (...y no tan Niños)
- Hay Festival 2020
- El 23º Festival Internacional de Cine de Guanajuato
- La 9a. Edición del Festival Contra el Silencio Todas las Voces
- La 15a. Edición del Festival de documentales DocsMX2020
- El Premio Estudiantil de la Academia de Cine de EU: cortometraje Crescendo, de Percival Argüero, ganador de la Medalla de Plata en la Categoría de Narrativa Internacional; y el cortometraje El ojo en la nuca. Una producción del C.C.C., dirigida y escrita por Rodrigo Plá y en el papel protagónico Gael García Bernal.
- La 24a Edición del Festival Mix: Cine y Diversidad Sexual 202
- El 75 aniversario de los Estudios Churubusco
- La 9a. Edición del Festival de Cine Fantástico, Horror y Ciencia Ficción (FERATUM)
- La Muestra de Cineastas Indígenas Mexicanas 2020
- Ambulante Más Allá
- y la 18a. Edición del Festival Internacional de Cine de Morelia.

De igual forma se mantuvo la larga tradición de llevar a los diferentes públicos los mejores espectáculos y presentaciones de los más destacados eventos internacionales de arte y cultura, en esta ocasión en formato virtual:

- 41ª edición de la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería

- La Fiesta del Libro y la Rosa 2020 UNAM
- La Feria Internacional del Libro de Oaxaca 2020
- La 48a. Edición del Festival Internacional Cervantino 2020

En la barra infantil ¡Clic Clac! Contó con una programación especial integrada por espectáculos como: Reciclar School (música), con la agrupación Toompak, desde el Teatro José María Rodero, Madrid España; Sawatzk y el cocinero de cuentos, con la compañía de teatro infantil Triciclo Rojo, desde la CDMX; Tras Candilejas: El Barbero de Sevilla (ópera), con el colectivo multidisciplinario Escenia Ensemble, desde Guadalajara. Gracias al incremento en el número de programas infantiles transmitidos, que pasó de más de 4 mil, en 2019, a más de 5,500, en 2020, las audiencias de la barra infantil ¡Clic Clac! aumentaron 33%, pasando de más de 14 millones hasta casi 20 millones de jóvenes televidentes.

- La 36a Edición del Festival del Centro Histórico (FMX) 2020 que se llevó a cabo de forma virtual del 12 al 22 de noviembre en virtud de su interrupción en marzo por la pandemia.
- La 34a. Edición de la Feria Internacional del libro de Guadalajara 2020, con la transmisión en vivo de la inauguración, en la que se hizo la entrega del Premio FIL de Literatura en Lenguas Romances a la escritora portuguesa Lidia Jorge. Además de los programas especiales de Chamuco TV, Me canso ganso, Debate 22 con Javier Aranda Luna y Semanario N22, entre otros eventos, pláticas, conferencias y presentaciones.

En la barra de Escenarios continuaron las transmisiones de conciertos con obra de Ludwig van Beethoven, en conmemoración del 250° aniversario de su natalicio, con la participación de directores y artistas de talla internacional; asimismo, se exhibieron las presentaciones de notables músicos, virtuosos en diferentes instrumentos, en el marco de los conciertos MEDICI TV.

Para fomentar la campaña #Quédateencasa se ofrecieron en pantalla y en las diferentes plataformas de Canal 22 cápsulas, materiales audiovisuales y actividades interactivas como Palomazo viral y Dichosa lectura, las cuales fueron pensadas con el objetivo de fomentar la participación ciudadana. Además, se lanzó la convocatoria nacional audiovisual "Un día en casa", un certamen de cortometraje documental que buscó mostrar cómo viven los mexicanos la contingencia desde casa, la cual contó con una gran participación, de donde se dieron tres lugares y dos menciones honoríficas.

Canal 22 comenzó el año 2020 con una audiencia aproximada de 4,700,000 personas que sintonizaron la televisora semanalmente y que incrementó considerablemente derivado del inicio del confinamiento hasta alcanzar más de 7 millones recalando el compromiso con la audiencia al ofrecer contenidos de calidad, dinámicos, informativos y creativos mediante valores de un medio público plural incluyente y condición crítica.

Redes Sociales

Con respecto a las redes sociales, A lo largo del año se elaboraron estrategias para fortalecer las plataformas con la creación de materiales especiales acordes a diferentes audiencias. Con respecto a las redes sociales más de 400 personas se sumaron al día.

- Facebook más de 3 millones de interacciones
- Twitter más de 500 mil interacciones
- Instagram alrededor de 2 millones de interacciones

También se consolidó la implementación de la herramienta de transmisiones en redes sociales, como ejemplo es el canal oficial de YouTube de Canal 22, donde se publican las producciones propias más destacadas de la televisora subiendo en este año 603 videos que tuvieron más de 16 millones de visualizaciones, más de 200 horas de video y alrededor de 600 mil interacciones.

Gaceta 22 continúa consolidada como el segundo minisitio más visitado de Canal 22. Este año se realizaron 24 ediciones quincenales y 144 artículos, abarcando diversos temas culturales y de interés general, escritos para todo tipo de público y difundidos en plataformas digitales como las redes sociales y la página web. El resultado fue un total de más de 330 mil visitas.

Ejercicio 2021

En 2021, Canal 22, el Canal Cultural de México, cumplió con su labor de presentar una pantalla plural y diversa, ofreciendo en su programación la riqueza de las distintas expresiones del arte y la cultura.

Y en su calidad de medio público, los lineamientos de la política cultural y social que estructuraron la programación estuvieron orientados a cultivar el respeto a la pluralidad de las ideas, al pensamiento crítico, a la diversidad étnica y sexual de las personas; y a la exposición y tratamiento riguroso de los temas de actualidad. Lo anterior, sin dejar de lado el humor y el entretenimiento. Durante este

año, la televisora atendió exitosamente, a través de series documentales, películas, programas especiales y cápsulas, los hechos más relevantes que conforman y explican nuestra identidad como mexicanos. Canal 22 se enfrentó, evolucionó y se adaptó a los diversos retos, plataformas digitales y a las nuevas formas de producción y consumo audiovisual, refrendando su compromiso y labor como una ventana cultural al alcance de las audiencias

Transmisión y Programación

Se lograron producir nuevas temporadas (algunas en coproducción con otras instituciones culturales), y las transmisiones de nuevos capítulos de las series emblemáticas de Canal 22, que a lo largo de los años han promovido y difundido el conocimiento científico, la literatura, la cultura audiovisual y el pensamiento creativo:

- La oveja eléctrica
- La dichosa palabra
- Pantalla de cristal
- Tratos y retratos, programa con el que inició transmisiones Canal 22 en 1993.

Además de nuevas emisiones del programa Chamuco TV, una coproducción de Canal 22, TV UNAM y Canal Once, que fue galardonado con el Premio Nacional de Periodismo 2021. Cabe mencionar que esta emisión junto a Me canso ganso, programa que también contó con nueva temporada, fueron nominados en la categoría de Mejor Magazine en los Premios TAL 2021. También se contó con la contribución de Canal 22 al programa Encuadre Iberoamericano de TV UNAM. Se realizó la segunda temporada de la serie La historia de las adicciones en México. Y se llevó a cabo la producción y lanzamiento de tres nuevos proyectos: El camino del Paciente; Lobo del lobo, (una coproducción con Televisión de América Latina-TAL) y MexLA, una colaboración con El Consulado General de México en los Ángeles.

Gracias a la vinculación y el apoyo interinstitucional que se logró con otros medios públicos y privados de México y de otros países, la pantalla de la televisora se mantuvo con variada programación de estreno. Con el fin de mantener el prestigio que se ha construido en 28 años de quehacer televisivo, se llevaron a cabo varios lanzamientos de grandes producciones adquiridas y en colaboración.

- ZeroZeroZero, serie basada en el libro homónimo de Roberto Saviano.
- Series internacionales como Godunov y Los Endemoniados, basada en la obra de Fiódor Dostoyevski se transmiten en su idioma original, y con subtítulos en español
- El colapso, la serie francesa que capturó la atención del mundo; A la orilla, una docu-serie que narra los testimonios de grupos que fueron afectados por la pandemia; De todos modos... John te llamas, programa conducido por John Ackerman; Caminando con tumbao, serie documental inspirada en las novelas de Bahía, del escritor brasileño Jorge Amado; y Why Stories, producida por la fundación The Why, que invita a reflexionar sobre la situación actual en el mundo.
- Genias de la Independencia. Serie documental que presenta la intervención destacada de un grupo de mujeres en el movimiento independentista de México
- De dónde vengo yo. (Lo vengo da). Serie de la Red de Televisoras de América Latina (TAL-Telepacífico), donde se narran las historias de transformación y construcción de Colombia, desde el Pacífico Colombiano
- Conextados. Un noticiero con la participación de los sistemas que conforman la Red de Medios Públicos de México
- Se efectuó el lanzamiento del documental La joven de Amajac. Una producción del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) que presenta el reciente hallazgo de la escultura prehispánica.
- Acuario Kamo. El regalo de las medusas, una colaboración con la Fundación Japón en México, que ofrece un recorrido por los pasillos de uno de los acuarios con más diversidad de medusas de todo el mundo: el acuario Kamo de Japón.
- Battery. Serie de anime basada en las novelas homónimas de Atsuko Asano. La barra de Escenarios se enriqueció con varias presentaciones de estreno como: Concierto Orquesta Sinfónica de Xalapa; Proyecto caracol. Para la Celebración del Día de Muertos, Canal 22 ofreció una nutrida programación con el Festival Virtual de Calaveras del estado de Aguascalientes 2020, la transmisión de los cortometrajes AMCI EN CORTO, La fiesta de los que nunca mueren, El callejón de las leyendas: El músico que tocó en el infierno, algunos episodios de El gabinete de curiosidades del Dr. Zagal como: Hijos del demonio y Amantes de sangre, además del Desfile de Día de Muertos en la Ciudad de México edición 2021.

Para la Celebración del Día de Muertos, Canal 22 ofreció una nutrida programación con el Festival Virtual de Calaveras del estado de

Aguascalientes 2020, la transmisión de los cortometrajes AMCI en corto, La fiesta de los que nunca mueren, El callejón de las leyendas: El músico que tocó en el infierno, algunos episodios de El gabinete de curiosidades del Dr. Zagal como: Hijos del demonio y Amantes de sangre, además del Desfile de Día de Muertos en la Ciudad de México edición 2021.

Como cada año, la televisora refrendó su compromiso por brindar a su público un espacio con una vasta oferta cinematográfica y siguió siendo la principal plataforma de los festivales del cine mexicano contemporáneo, mostrando a los televidentes las nuevas temáticas, lenguajes y formatos de este género. Se proyectaron películas de estreno en las barras Cinema 22 mexicano y Cinema 22 de cinco estrellas como: Ermitaños; Cuatro minutos, Aute retrato; y Martin al amanecer, entre otras. En todo el periodo, se proyectaron ciclos de cine y se rindió homenaje a importantes creadores mexicanos.

A través de Visión periférica se presentó el Ciclo de cine documental chicano, que comprende un conjunto de realizaciones escritas, dirigidas y producidas por documentalistas de ascendencia mexicana, con el propósito de acercarse y reflexionar sobre la realidad de esta comunidad en los Estados Unidos de Norteamérica. Ciclo Ruta Cazals, fue un espacio dedicado al director Felipe Cazals, considerado uno de los realizadores más destacados. Además, en el marco del fallecimiento del maestro Cazals y en reconocimiento a su obra cinematográfica y aportaciones al cine mexicano se realizó la cobertura en vivo a través de la pantalla y redes sociales, del homenaje póstumo que se llevó a cabo en los Estudios Churubusco. Este evento fue una iniciativa de la Secretaría de Cultura, a través del IMCINE, Estudios Churubusco y Canal 22, así como la AMACC y la Sociedad Mexicana de directores.

Se contó con el lanzamiento de la versión remasterizada de la película Canoa; y sumado a esto se transmitió la película Chicogranda y el documental Los que viven donde sopla el viento suave, y se proyectaron las conversaciones que sostuvo con el documentalista Everardo González y con el cineasta Alfonso Cuarón. Como homenaje a la actriz Carmen Salinas, se transmitieron las películas: Santos peregrinos de Juan Carlos Carrasco, y Danzón de María Novaro adicional se efectuó el lanzamiento de la película Tengo un sueño. que muestra la historia de transformación personal, familiar y social de niñas, niños y jóvenes de más de diez Semilleros creativos del programa Cultura Comunitaria, proyecto prioritario de la Secretaría de Cultura.

Festivales

Por segundo año consecutivo, Canal 22 fue sede del evento en vivo de la 63ava. Entrega del Premio Ariel, máximo galardón que otorga la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas a lo mejor del cine mexicano. Previamente, se llevó a cabo la transmisión en vivo, durante Noticias 22, del anuncio de nominados de la 63 entrega de los Premios Ariel, además de ofrecer a esta programación especial, la serie Rumbo al Ariel, donde se transmitieron tres programas que integraron los trabajos nominados en los géneros de cortometraje de animación, documental y ficción; y que concluyó con la transmisión en exclusiva de la ceremonia. En el marco del 19° Emisión del Festival Internacional de Cine de Morelia, Canal 22 transmitió una selección de cortometrajes en competencia, correspondientes a la Sección de Cortometraje Mexicano de Ficción. Como parte de este festival se llevó a cabo el homenaje a Juan Bustillo Oro.

La televisora se convirtió en sede de los mejores festivales como la 16ª. edición del Festival Internacional de Cortometrajes de México, Shorts México, con la exhibición de una selección de cortometrajes que estuvo integrada por trabajos ganadores. Se continuó la transmisión de nuevas emisiones de los festivales:

- Docs MX 2021, por Canal 22, el Festival de documentales, que abordó los temas de la Resiliencia en medio de la pandemia de COVID-19 y la comunidad LGBTQ+, la perspectiva y experiencia frente a la lucha por sus derechos.
- El Festival Mix 2021, transmitido a través de Zona D, donde se profundizó en temas LGTB+, así como del Cine Fantástico, Terror y Ciencia Ficción FERATUM, tal como "Alucarda" una muestra de Cortometraje Mexicano del Festival Internacional de cine.
- Canal 22 fue la sede televisiva del 49° Edición del Festival Internacional Cervantino ofreciendo a los televidentes los eventos más importantes que se llevaron a cabo en los recintos culturales de Guanajuato y en las plataformas digitales con cobertura por la señal abierta 22.2, Señal Internacional, vía streaming y por Facebook Live.
- Se transmitió varios eventos de la 54ª. edición del Festival Internacional de Órgano de Morelia 2020, realizados en formato virtual y en televisión abierta e importantes presentaciones del Festival Internacional de Danza Contemporánea de la Ciudad de México (FIDCDMX), que retomó su programación presencial, al mismo tiempo que eventos en formato híbrido y digital.
- El Canal participó en la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería.
- La Dirección de Noticias dio atención a la cobertura de la 35ª. Feria Internacional del Libro de Guadalajara

- Se realizó en vivo, desde el Palacio de Bellas Artes, la transmisión del recital de Javier Camarena titulado TIEMPO DE CANTAR, en colaboración con el INBAL, así como el concierto de María Reyna (soprano mixe), que se presentó en la 13° Bienal Internacional de Radio, en el Complejo Cultural Los Pinos.

- Se realizó la transmisión EN VIVO de la entrega del Premio Internacional Carlos Fuentes a la creación literaria en el idioma español, que fue otorgado a la escritora chilena Diamela Eltit, desde el Palacio de Bellas Artes.

Otros festivales en los que la televisora fungió como sede fueron: FICUNAM, la Muestra Internacional de Mujeres en el Cine y la Televisión, la Muestra del Centro de Capacitación Cinematográfica, la Muestra Internacional del Cine Queer, la Guelaguetza digital y Macabro, entre otros.

Efemérides y Especiales

En conmemoración del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer y los 16 días de activismo contra la violencia de género, se vigorizó la barra de cine Zona M, creada para exponer los trabajos de mujeres dedicadas al cine; en el marco del fallecimiento de Mario Lavista, compositor mexicano de música de concierto se transmitieron programas especiales en reconocimiento a su gran labor en el arte de la música y para mostrar aspectos más amplios de su vida y obra. Se le rindió un merecido Homenaje a Antonio Helguera, artista crítico y comprometido, uno de los más grandes caricaturistas de la historia del periodismo en México, elenco invaluable de la televisora, con motivo de su reciente y sensible deceso. Se transmitió una programación especial con el programa De oficio monero; Antología del cinismo, homenaje póstumo a Antonio Helguera, y un especial Chamuco TV dedicado al monero.

Para el marco del 140° Aniversario del Nacimiento de Pablo Picasso, se transmitió: El Guitarrista Azul. Recital del maestro José Antonio Rodríguez, guitarrista y compositor español, una gala inspirada en el Período Azul de Pablo Picasso. Se proyectaron el cortometraje Los otros cielos de Yain Rodríguez y el largometraje La jaula de oro de Diego Quemada-Díez con motivo al Día internacional del migrante.

Se transmitió en vivo la Ceremonia Conmemorativa de los 200 años de la Armada de México" en San Juan de Ulúa. En el marco de la conmemoración de los 500 años de resistencia indígena, 1521 toma de México-Tenochtitlán se contó con una programación especial y conjuntamente se presentó la serie documental, Grandeza de México: Tenochtitlan, 500 años/ 200 años de la Consumación de la Independencia la cual replantea el abordaje que se les ha dado a estos dos episodios en la historia, además de las producciones: Historia es presente Marina. Dos siglos en defensa de la soberanía, producción de Canal 14 y San Juan de Ulúa.

Premios.

Durante este año, la televisora alcanzó un récord de audiencia y por tercer año consecutivo, fue reconocido por el Reuters Institute como el medio más confiable de México, así como por la Revista TelemundoCine, como el canal de televisión abierta de mayor preferencia por los líderes de la industria audiovisual en México. Canal 22 recibió la Distinción de Oro/Diosa Tlahui 'Tuukul Matl' en ExpoPantalla 2021, donde se reconoció a la barra Debate 22 y Por si las moscas por crear un espacio dedicado a la pluralidad y diversidad del mundo de hoy, además de consolidarse como una propuesta de valor para las audiencias en tiempos de pandemia. Asimismo, se hizo acreedor a seis galardones en los Premios Pantalla de Cristal 2021, donde recibió el premio en la categoría Reportajes por Mejor Entrevista por Debate 22 con Álvaro Cueva.

Canal 22, recibió cinco nominaciones a los Premios TAL 2021, otorgados por la red de Televisión de América Latina (TAL), por las producciones Manos arriba, Me canso ganso, Chamuco TV, Geografía de la ausencia y Nueva física. Y dos nominaciones en el Primer Certamen Audiovisual Iberoamericano de Divulgación Cultural y Científica (Cre@TEI) así como Canal 22 Internacional recibió el premio Logro Destacado por su Contribución a la Accesibilidad de la Audio Descripción, en la Gala de los Premios de Audio Descripción 2021, otorgado por el American Council of the Blind. Fue el único medio público galardonado y el único participante de habla no inglesa.

Redes Sociales

Durante este periodo, se abrió la cuenta oficial de la red Tik Tok. En 2021, el portal de la televisora recibió 1,036,176 visitas y en las redes sociales, de enero a diciembre, se realizaron en promedio 18 publicaciones en Twitter, 14 en Facebook y 4 en Instagram diariamente, obteniendo casi 5 millones de interacciones. Se obtuvo un crecimiento en nuestras redes de 4.05% de enero a diciembre



de 2021. Se fortaleció la implementación de las transmisiones en vivo en redes sociales, principalmente Facebook live, las cuales se han ido incrementando con transmisiones propias y con alianzas estratégicas. En el canal oficial de YouTube, se contó con más de 23 millones y medio de visualizaciones

Durante el 2021 se llevaron a cabo diversas campañas integrales de difusión a través de todas las plataformas digitales del canal para dar promoción a diversos eventos destacados de la agenda cultural mexicana. Con estas actividades, Canal 22 se sigue consolidando como uno de los aliados más importantes de los festivales, ferias y eventos culturales del país, además de uno de los medios por excelencia en el contexto de la transformación digital

Ejercicio 2022

En el ejercicio 2022, continuando con su labor de crear contenidos que difundan la cultura, Canal 22 dio el lanzamiento de MX Nuestro Cine, la primera señal dedicada a difundir la industria filmica nacional y de Iberoamérica con una programación compuesta por obras del séptimo arte mexicano y producciones propias relacionadas con la cinematografía nacional.

Dentro del mismo año, la producción de Canal 22 presentó nuevas temporadas de diferentes programas que se ha tenido continuidad: Tratos y retratos, La dichosa palabra, La oveja eléctrica, Pantalla de cristal, La raíz doble, Sabores periféricos, Chamuco TV, Algarabía TV, entre otros.

Destacando en la oferta filmica, Canal 22 brindó a los cinéfilos una amplia oferta a través de las barras de Cinema 22, sumado a ciclos y festivales que permitieron al público conocer todas las tendencias y géneros cinematográficos, claro ejemplo del mismo es el acercamiento a la audiencia a los mejores festivales y ferias más importantes como Marquesina en los Premios Ariel 2022, transmisión de la Ceremonia 64 del Premio Ariel, así como Canal 22 fue sede virtual del XII Festival Internacional de Cine de la UNAM FICUNAM y de la inauguración de la LXII Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería, la cual se llevó a cabo de forma completamente virtual.

Una importante alianza con Los Estudios Churubusco presenta dieron paso a los importantes ciclos: Ciclo migrante y Ciclo Jaime Baksht, cintas dirigidas por Maryse Sistach y José Buil, fascinación por el cine. Sumado a esto y en el marco del Día Internacional de la Mujer, se programó el Ciclo Señoras Directoras, dentro de Zona Mel espacio dedicado a mostrar lo mejor del cine realizado por mujeres, transmitido la XVII Muestra internacional de Mujeres en el Cine y la TV.

Este año Canal 22 acercó a la audiencia a los mejores festivales y ferias más importantes como lo son Marquesina en los Premios Ariel 2022; cortos de los premios Ariel, que fueron transmitidos en Cinema 22; Ceremonia 64 del Premio Ariel; Shorts México, una selección de cortometrajes pertenecientes a la edición 17 de Shorts México; Festival Internacional de Cortometrajes de México; XVII Edición del Festival Internacional de Cine Documental de la Ciudad de México, así como la pantalla de canal 22 fue sede virtual del XII Festival Internacional de cine de la UNAM FICUNAM. Dentro de su programación de cortometrajes en competencia de aciertos Encuentro Internacional de Escuelas de Cine, el multipremiado largometraje. Qué vemos cuando miramos al cielo de Alexandre Koberidze. Y la mesa de debate Umbrales, posibilidades del cine experimental en México. Asimismo, se participó en el Festival MIX-Cine y Diversidad sexual, Muestra Internacional de cine Queer del Cine de la Cineteca de Nuevo León.

En el marco de la programación televisiva para la audiencia infantil, ¡Clic, Clac! Transmitió una selección integrada por cortometrajes animados para niñas y niños pertenecientes a Ambulantito 2022. Además, la Matatena y Canal 22, a través ¡Clic, Clac!, unieron esfuerzos para llevar al público infantil una selección de cortometrajes de la XXVII Edición del Festival Internacional de Cine para Niños y no tan Niños En este mismo ejercicio, ¡Clic, Clac! cumplió diez años de ser el espacio de niñas y niños de Canal 22.

Redes Sociales

En el ejercicio 2022 en las redes sociales oficiales de Canal 22 se sumaron 922,468 seguidores en Facebook; 1,125,190 seguidores en Twitter; 245,212 seguidores en Instagram; y 9,954 seguidores en TikTok. Además, en el Canal de YouTube Canal22 y ¡Clic Calc! Se contó con 387,755 suscriptores y se alcanzaron 9,563,520 visualizaciones. En cuanto a las visitas en el sitio web principal de Canal 22 se registró un total de 1,531,527 visitas. La revista digital Gaceta 22 se ha consolidado como uno de los minisitios más visitados, sumando más de 158 mil visitas

Ejercicio 2023

Canal 22, el Canal cultural de México, continuó asegurando la pluralidad y su compromiso social para sus audiencias. En 2023, la señal 22.1 del Canal 22, registró un alcance de 51,392,965 televidentes. La reciente señal Mx Nuestro Cine, que en el mismo periodo cumplió



un año incrementando potencialmente la exhibición del quehacer cinematográfico mexicano registró un alcance de 16,853,703 televidentes. Y, la señal internacional, que comparte la riqueza de las producciones nacionales en Estados Unidos, registró más de un millón suscriptores. Responsablemente, la Subdirección General de Producción y Programación transmitió un promedio mensual de 2'334 programas de televisión con contenido cultural y artístico. A la par de nuestras transmisiones, se planeó producir un promedio mensual de 53 programas y series. Esta estrategia nos llevó a mejorar el número de televidentes.

30 aniversario

El 23 de junio del 2023, marca la fecha en que Canal 22 celebra tres décadas de transmisiones ininterrumpidas, así como de llevar las expresiones artísticas y culturales a las audiencias mexicanas. Las celebraciones comenzaron con la transmisión en vivo desde el foro de Noticias 22, con la presentación del billete del Sorteo Zodiaco para conmemorar el 30° Aniversario de Canal 22 en manos del director de Mercadotecnia y Publicidad, Andrés Flores Pedroza. Desde el Palacio postal hubo una ceremonia de cancelación de la estampilla postal de Canal 22 por sus 30 años. Habiendo 300'000 estampillas distribuidas en todas las oficinas de correos de México de todo el país

En el marco de esta celebración, Canal 22 convocó en la Sala Silvestre Revueltas de los Estudios Churubusco a personalidades importantes que encabezan a los medios públicos más importante del país, a la secretaria de Cultura del Gobierno de México, Alejandra Frausto Guerrero, a los conductores de programas emblemáticos, además al personal de la televisora.

En esta ceremonia, el director general de Canal 22, Pável Granados hizo entrega de reconocimientos a aquellos que cumplieron 10,20 y 30 años de servicio en la institución.

Se presentó un son realizado para Canal 22, a cargo del grupo Tlen Huicani y el corto La fuerza del 22, que reconoce el trabajo duro de quienes laboran en la televisora.

Finalmente, se realizó una fiesta conmemorativa con el equipo de la televisora en el Salón Los Ángeles, donde se presentó la Orquesta de Salsa de la Universidad Veracruzana, gestión que realizó la Subdirección general de Administración. Los servicios del catering de todos estos eventos fueron coordinados por el área comercial del canal.

En pantalla se comenzó con la barra especial de programación: 30 del 22, con producciones icónicas que nos presentan el andar de tres décadas. Así, para junio de 2023, la Subdirección General de Programación y Producción realizó 407 producciones, transmitió 14'215 programas.

Transmisión y programación

La nueva señal de Canal 22, Mx Nuestro Cine, ha consolidado un público para las producciones iberoamericanas del séptimo arte. Cuenta con un promedio de 2 millones y medio de audiencia semanal, una programación de alrededor de 48 largometrajes y 47 cortometrajes transmitidos mensualmente. Cabe destacar que esta iniciativa es una acción conjunta que se realiza con el Instituto Mexicano de Cinematografía, IMCINE.

Iniciaron las transmisiones de las nuevas temporadas de Catarsis 22, La Dichosa Palabra, Tratos y retratos, además del estreno de la revista musical Ven Aquí, coproducida con el Canal Once. destacaron las transmisiones de XII Festival Contra el Silencio Todas las Voces, las series Atmósferas Amparo Dávila y ¡Activa tu japonés! ¡Xuan se supera en Japón! y las cápsulas del INAH sobre el Tren Maya. Las efemérides que sobresalieron de nuestra programación fueron el cumpleaños número 91 de la escritora Elena Poniatowska, el décimo aniversario luctuoso del fundador del canal José María Pérez Gay y de otras personalidades.

Además, celebramos la diversidad con el Día Internacional del Orgullo LGBTQTTIQ+ donde se transmitió La chica del cabello rosa y una patineta al hombro, así como Detrás del arcoíris no siempre hay un tesoro. Este trimestre, fue el espacio para transmitir las cápsulas La naturaleza nos habla, que cuentan con la participación de grandes estrellas como Rubén Blades, Salma Hayek o Penélope Cruz, entre otros, y que buscan concientizar sobre el colapso ambiental que está ocurriendo en el planeta.

La Dirección de Producción realizó, a lo largo de 2023, 1,353 producciones televisivas. Las series emblemáticas del canal La dichosa palabra, Tratos y retratos y La oveja eléctrica, mantuvieron su vigencia y su gusto con la gente. Pero también otras producciones como: #Catarsis22, Algarabía Tv, Léemelo, Ven Aquí o Me canso ganso fueron puestas a disposición de las y los televidentes. En horas, Canal22 produjo más de 500 horas de contenido original.

La Dirección de Noticias 22, paralelamente, continuó su importante labor de producir el único noticiero especializado en cultura y las mesas de Debate 22, que ponen al alcance de la audiencia los temas de la actualidad como la vivienda en México, el huracán Otis o

los sonideros; además de aquellos temas que pertenecen al ámbito de la cultura, como el teatro, los libros, la música y el cine. También, esta dirección produjo y estrenó la tan necesaria serie Transcultura en este año. En el último trimestre, esta dirección permitió a México disfrutar de una cobertura especial del Festival Internacional Cervantino y la Feria Internacional del Libro de Guadalajara.

Según las estadísticas de audiencia, recolectadas a lo largo del año por la Dirección de Ventas del canal, el top 3 de alcance de televidentes en la señal 22.1 fue

1. El desfile militar de la SEDENA en conmemoración del Día de la Independencia con 769,165 televidentes.
2. El homenaje póstumo al primer actor de teatro, cine y televisión Ignacio López Tarso con 683,917 televidentes.
3. La película Acompáñame con 597,510 televidentes.

4. Y el top 3, en la señal Mx Nuestro Cine fue:

1. La película Santo contra el Doctor Muerte con 335,025 televidentes.
2. FICUNAM Aciertos: MaterInerta, Quien por derecho, El cielo es muy bonito, Cuaderno de agua y Tegucigalpa no tiene Street View con 301,398 televidentes.
3. La película El tres de copas con 294,988 televidentes.

Cabe mencionar que el programa Chamuco Tv fue el que alcanzó más visualizaciones en la cuenta institucional de YouTube de la señal 22.1.

Administración

En el mes de julio se confirmó la participación de Canal 22 en la aplicación de la Encuesta de Clima y Cultura Organizacional de la Administración Pública Federal (ECCO-2023), así como la designación del Coordinador de Aplicación. Asimismo, en el mes de agosto se registró en el sistema RHnet el universo de las personas servidoras públicas para la aplicación de la Encuesta. Se convocó en el mes de septiembre a los subdirectores generales y directores de área a una reunión para la presentación de la estrategia para la participación de la ECCO-2023 donde esta Entidad participara del 02 al 13 de octubre de 2023 perteneciente al ramo 48 CULTURA. Finalmente, con respecto a la evaluación la entidad logró por primera vez el 100% de participación.

En materia de capacitación y formación del personal, durante el tercer trimestre de 2023, se difundieron al personal un total de 17 cursos considerando las necesidades del personal en seguridad e higiene, igualdad entre hombres y mujeres, acoso y hostigamiento sexual, archivos, y temas relacionados con el fortalecimiento de las personas colaboradoras de la televisora, sin costo alguno para la Entidad siendo en la modalidad en línea, lo cual benefició al personal de mando, honorarios asimilados, operativo de confianza y sindicalizados.

En cuanto a las acciones realizadas por la Gerencia de Administración de Personal como medida de apoyo al Programa Anual de Capacitación para el ejercicio 2023 durante el primer trimestre se creó el Ciclo de Conferencias para el Fortalecimiento de Competencias (CICOFOCO) que consiste en un plan de capacitación interno mediante el cual se aprovecha el conocimiento del propio personal a fin de compartirlo con el resto del equipo, bajo la política de "transferencia de conocimiento" que atendió a 86 colaboradores del canal, en 5 sesiones, que abordaron motivación, cohesión laboral, procedimientos de pago, procesos de contratación y uso de paquetería especializada

Continuando con las acciones de esta Entidad en colaboración con los programas transversales del Gobierno Federal, en específico, lo que respecta al programa Jóvenes Construyendo el Futuro, durante el tercer trimestre de 2023, se convocó a todas las áreas de la Entidad a llenar el formato de solicitud de becarios si sus áreas así lo requerían obteniendo en total 6 programas que se muestran a continuación.

Asimismo, se continuó con la gestión a través de la línea de ayuda de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social para gestionar el cambio de responsable de centro de trabajo en la Plataforma Jóvenes Construyendo el Futuro para esta Entidad; asimismo se asistió a una reunión en las instalaciones de PROCINE CDMX para realizar dicho cambio el cual continúa siendo gestionado en apoyo con la Dirección General de la televisora

En materia de remuneraciones y condiciones salariales del capital humano, durante el tercer trimestre de 2023 se gestionó la actualización del Tabulador de Sueldos y Salarios del personal operativo de base sindicalizado de Televisión Metropolitana, afiliado al STIRTT, de conformidad con el convenio de Revisión Salarial publicado en el Diario Oficial de la Federación el 15 de febrero de 2023,

derivado de Revisión Salarial del Contrato Ley mencionado, y en el cual se acordó un incremento salarial convenido del 5.0 por ciento con vigencia a partir del 1 de febrero al 31 de julio de 2023, posteriormente un 3.0 por ciento adicional aplicable a partir del 1 de agosto en adelante.

Con respecto a la participación de Televisión Metropolitana S.A. de C.V., en los programas de Servicio Social y Prácticas Profesionales, se mantuvo la vinculación con escuelas de aspirantes interesados, así como cercanas a la Entidad con las cuales se firmaron y/o actualizaron convenios que permiten a sus estudiantes liberar el servicio social y prácticas profesionales a la vez que apoyan en trabajos a Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

En referencia al Seguro de Vida Institucional para el personal de mando y operativo de confianza durante el tercer trimestre de 2023 se pagó un monto de \$149,927.24 en comparación al tercer trimestre de 2022 por \$139,393.19 teniendo un incremento de \$10,534.05, esto deriva a la rotación de personal por motivo de alta, bajas y promociones.

Llevó a cabo el programa de Protección Civil, que capacitó las brigadas de atención primaria de la institución. Donó casi media tonelada de papel reciclado a la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito. Y realizó un total de 9 sesiones del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios y 4, del Comité de Bienes Muebles. Se impulsaron acciones de control archivístico y depuración del archivo, así como, la donación de papel de reciclado a la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito para el programa "Recicla para leer" Por primera ocasión en la historia de la Entidad, a finales del ejercicio 2023 se impulsaron 44 contrataciones anticipadas para áreas sustantivas con necesidad de continuidad ininterrumpida de prestación de servicios profesionales. Con esto se evitó agotar recursos emergentes como convenio de ampliación y pagos directos, por demás, herramientas poco sugeridas para una adecuada praxis administrativa. Con esto se contribuye a la transparencia y a las buenas prácticas gubernamentales. Con relación al Programa de Levantamiento de Inventario Anual, en el último trimestre del año, la Subdirección General de Administración y Finanzas concluyó con el programa anual de levantamiento de inventario físico de la institución, con 5,549 bienes muebles inventariados. Quedaron 49 áreas de la televisora con resguardos actualizados y se pusieron al día 3 procesos para registro y control de inventarios. Llevando a cabo un total de 9 sesiones del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios y 4, del Comité de Bienes Muebles.

En resumen, durante 2023, la Dirección de Administración realizó un ahorro en la contratación de servicios de vigilancia, mantenimiento y arrendamiento vehicular por 654,356.04 (MXN). Con estos y otras economías actualizó el sistema de nómina, adquirió el servicio de credencialización y uniforme para los y las trabajadoras del canal. En este mismo periodo, pagó 38 finiquitos de trabajadores de la institución por un total de \$5,120,175.38 (MXN), cifra destacada en la existencia de la institución. Además, el área regularizó los contratos correspondientes al capítulo 1000. Realizó 564 servicios con la brigada permanente de mantenimiento y servicios generales, con lo que ahorró \$253,000.00

Redes Sociales

Durante el tercer trimestre las cuentas oficiales de Facebook, YouTube e Instagram sumaron 2,494,914 (dos millones cuatrocientos noventa y cuatro mil novecientos catorce) interacciones, 3,208,348 (tres millones doscientos ocho mil trescientos cuarenta y ocho) suscriptores y un alcance de 54,255,112 (cincuenta y cuatro millones doscientos cincuenta y cinco mil ciento doce), a través de 14,528 (catorce mil quinientos veinte y ocho) posteos. Nuestras páginas web alcanzaron 969,871 (novecientos sesenta y nueve mil ochocientos setenta y un) visitas.

Se determina que no hubo desfases en el cumplimiento de metas y objetivos en los programas, proyectos, estrategias y aspectos relevantes prioritarios.

Para 2023, la Dirección de Imagen Corporativa atendió un total 2'998,759 suscriptores mediante las redes sociales de la institución; realizó 19,017 publicaciones; y logró 1'180,952 visitas a sus sitios web. Donde informó a la audiencia de la programación de las tres señales televisivas de Canal 22, mediante gráfica promocional, promocionales en video, carteleras y publicaciones textuales. Además de compartir, un nutrido programa de efemérides y transmisiones culturales que garantizan el objetivo de la entidad. Realizó, también, una agenda de prensa institucional. Finalmente generó materiales audiovisuales de difusión cultural como infografías, gifs y cápsulas en video. Igualmente, la Dirección de Imagen Corporativa realizó 7,988 piezas promocionales para la pantalla de las tres señales de Canal 22. Gracias a esto, el y la televidente descubrieron horarios y contenidos. Adicionalmente, fortaleció la oferta digital a través de los canales de YouTube institucionales. Canal 22, cuenta en la actualidad con 499,896 suscriptores en sus cuentas de esta plataforma;

que en 2023 recibieron 2305 videos. Estos canales obtuvieron 12'111,105 visualizaciones.

Ejercicio 2024

En febrero de 2024, Canal 22 informó a la ciudadanía sobre las labores realizadas por la Secretaría de Cultura del Gobierno de México con la serie Cultura Compartida; esta producción habla de las inversiones realizadas en la Cineteca Nacional, los museos del circuito de Chapultepec o el Palacio de Bellas Artes, entre muchas otras y destaca el respeto y la implementación de los derechos que garantizan la equidad e igualdad en dependencias y sectores específicos de la población, como el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, el gremio textil de artesanos y artesanas en México con el proyecto Original y el Sistema de Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales, anteriormente conocido como FONCA. La serie funciona como un informe de las labores realizadas durante el sexenio por la Secretaría de Cultura, apelando a la transparencia y al beneficio público, como es el caso del Complejo Cultural Los Pinos, donde un espacio de acceso limitado se puso a disposición general de la población. Cabe destacar que Cultura compartida tuvo un alcance en redes sociales de 200 mil personas y cerca de 5 mil interacciones.

Transmisión y programación

A través de sus tres señales, Canal 22 transmitió en enero una programación especial dedicada al caudillo revolucionario, Felipe Carrillo Puerto, quien defendió la justicia social en la península de Yucatán. La cartelera la conformaron el documental Felipe Carrillo Puerto a Cien años, una producción propia de la televisora, Genio y figura: Felipe Carrillo Puerto y su legado universitario, y el cortometraje documental Yaxcabá, que presenta el testimonio de Clotilde Cob Mesh, quien militó junto a Carrillo Puerto en el Partido Socialista del Sureste y en el movimiento de ligas de resistencia en Yucatán durante los años 20. Gracias a las grandes producciones del canal y a la preservación de estos contenidos televisivos, en enero se lanzó el proyecto Memoria Canal 22, el cual difunde extractos curiosos, destacables e interesantes de los programas realizados a lo largo de los años, a través de YouTube. En esta plataforma, se pueden encontrar entrevistas, reportajes, sondeos o notas periodísticas; con personajes tan destacados como Carlos Monsiváis, Rita Guerrero, Susan Sontag, Leonora Carrington, Roberto Cobo, José Saramago, entre muchas y muchos otros. Este proyecto garantiza que el archivo de Canal 22 sea accesible al público en general. Para marzo, este perfil de YouTube ya contaba con 427 suscriptores y más de 20 mil reproducciones. En el mes de febrero, se conmemoró el Día Internacional de la Lengua Materna y, como parte de la programación especial, la Dirección de Imagen Corporativa de Canal 22, en conjunto con el Instituto Nacional de Lenguas Indígenas creó las cápsulas tituladas La riqueza de México es la diversidad, que reconocen la importancia de la variedad de lenguas originarias de nuestro país, brindando al público la oportunidad de escuchar algunas como cora, amuzgo, mixe [mije], wixárika [wirrárika], zapoteco, zoque, rarámuri, chuj, popoluca de la sierra y de Texistepec, Kumiay, zapoteco, náhuatl, maya y otomí, entre otras. Las analíticas mostraron que estas cápsulas tuvieron un alcance de 48,294 personas en YouTube y un total de 1,426 visualizaciones.

La señal 22.1 tuvo una amplia programación musical para el Día Internacional de la Lengua Materna. Donde destacan las presentaciones de las artistas Zara Monroy desde el Festival Internacional Cervantino 2023; y De tradición y nuevas rolas, proyecto de una convocatoria de la Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas, que incluye una compilación de 10 videos musicales de artistas y agrupaciones emergentes, que fusionan sus lenguas originarias (tsotsil, maya, totonaco, entre otras), con géneros musicales como metal, reggae, rock y hip hop. Además, el cine también tuvo su espacio con el ciclo de la 5ª Muestra de Cine en Lenguas Originarias con la transmisión de películas como Un lugar llamado música y Nudo mixteco. Por su parte, la Señal Internacional, que comparte la riqueza de las producciones nacionales para los hispanohablantes de los Estados Unidos, tuvo en pantalla los documentales Rimana Wasi: hogar de historias, El Colorado. Memoria a través de la imagen y Lenguas en resistencia. Mazahua, las mujeres toman la palabra. Mx Nuestro Cine destacó con el estreno de Cruz, un documental que narra la lucha de una comunidad rarámuri contra el despojo de sus tierras. Esta película es de la directora Teresa Camou Guerrero.

La señal 22.1 produjo los nuevos episodios de la emblemática Oveja eléctrica, conducida por Pepe Gordón, que en febrero llegó a la temporada número 18; y Ven acá... con Eugenia León y Pável Granados, un espacio a la música mexicana. En esta ocasión, el programa contó con grandes invitados como el Ensemble Comunitario de alientos y percusiones, perteneciente a los Semilleros creativos, el brujo Javier Bátiz, la icónica Verónica Castro y la Única e Internacional Sonora de Arturo Ortiz y Antonio Méndez. Para

refrendar las relaciones diplomáticas entre la República Popular de China y México, se realizó una programación especial por la llegada del Año Nuevo Chino. Y con el Centro de Capacitación Cinematográfica se presentó el espacio “Medianoche en corto”. Además, se estrenó el documental biográfico de la artista japonesa, Kusama: Infinito, de la directora Heather Lenz. Destaca, también, el concierto Dicen que por las noches...cucurrucú paloma, 70 años. En homenaje al compositor Tomás Méndez, como una manera de acercar el patrimonio cultural vivo a la audiencia.

Con la programación destacada de la televisora, la Señal internacional transmitió el estreno de Si Talía fuera ciega, una cinta que reflexiona sobre la inclusión de personas con discapacidad en la sociedad; abordó el turismo y la aventura en De viaje con Cope Amezcua; comprendió la ciencia y la física de forma fácil con en Date un blog con Javier Santaolalla; y, disfrutó del deporte con las transmisiones de los partidos de la liga femenil de softbol.

Mx Nuestro Cine

La señal 22.2 Mx Nuestro Cine, el canal público dedicado a visibilizar el cine mexicano, transmite un promedio de 370 producciones nacionales mensualmente. Donde las más taquilleras, a apenas poco más de un año del lanzamiento de la señal, alcanzan a más de 300,000 posibles televidentes. Para el primer trimestre de 2024, destacaron de su parrilla programática los siguientes títulos: Pobo 'Tzu' Noche blanca con dirección de Tania Ximena y Yollotl Gómez Alvarado. También se incluyó la cinta La mujer del puerto de 1934, de Arcady Boytler y Raphael Sevilla, como una referencia importante de los inicios del cine mexicano. Con la finalidad de atender la igualdad de género, Mx Nuestro Cine planeó un extenso programa para conmemorar el Día Internacional de la Mujer los días 8, 9 y 10 de marzo, donde destacó la película Las buenas hierbas de 2010.

Durante el mes de marzo, Canal 22 se “puso las gafas violetas” con una programación especial para rendir tributo a la incesante lucha por la equidad, la libertad y los derechos de las mujeres

La programación y actividades en torno al Día Internacional de la Mujer tuvieron un alcance en las redes sociales del canal de 492 mil 873 personas y más de 28 mil 600 interacciones.

Mientras que la oferta televisiva conformada de cine, música, series, conciertos y cápsulas tuvo 4 estrenos

Mujeres clandestinas, dedicado a las guerrilleras urbanas de México, que participaron en la llamada “guerra sucia”.

Como parte de la Muestra Internacional de Mujeres en el Cine y la Televisión, se estrenaron los títulos Lecciones sobre el uso incorrecto de los objetos y El tiempo de la hormiga. El primero narra la violencia doméstica contada a través de tres objetos cotidianos y el segundo recuerda la desigualdad.

Y el último estreno fue Mujeres de overol, una serie multinacional de México, Uruguay, Ecuador y Argentina, que relata las historias de mujeres que se desempeñan en el fútbol, a la mecánica automotriz o como bomberas, trabajos tradicionalmente asociados a los hombres.

Noticias

La Dirección de Noticias produjo en el trimestre 84 horas y media de contenidos noticiosos referentes a la cultura. Se mantuvo la emisión diaria de Noticias 22, donde se dio cobertura a la lamentable muerte del escritor José Agustín; al lanzamiento del programa para la 52° Edición del Festival Internacional Cervantino; y la exposición Vivir para siempre (por un momento) del británico Damien Hirst, de la Fundación Júmex. Se continuó con la barra de análisis cultural Debate 22, y las producciones Con la X en la frente y Transcultura. En total, esta dirección emitió 105 programas, durante el trimestre.

Redes Sociales

Canal 22 atendió durante el primer trimestre de 2024 a 3'002,498 suscriptores y suscriptoras en sus plataformas digitales con 3,825 publicaciones. Cerró el trimestre con 1'260,216 interacciones. Las cuentas de X, Facebook e Instagram de la institución son de primera importancia cuando se trata de conocer la oferta de la televisora. En comparación con el mismo trimestre de 2023, donde hubo 1'021,495, las interacciones se elevaron en 238,721 unidades.

En enero, la campaña para la Primera Carrera de las Artes cobró relevancia en las cuentas de Canal 22, con aproximadamente 159 mil interacciones, que incluyeron la transmisión en vivo a través de Facebook Live. Además, los canales de YouTube de la institución, que ofrecen una alternativa para aquellos que no consumen televisión tradicional, tuvieron 3'157,500 visualizaciones.

Administración

Durante el ejercicio 2024, creamos el Sistema Integral de Administración de Contrataciones (SIAC), una herramienta digital que permite

concentrar toda la documentación de determinado contrato incluyendo todas sus etapas: 1. Documentación preliminar, 2. Documentación de contratación y 3. Documentación de cumplimiento. En este sistema se pueden consultar datos estratégicos en tiempo real como: monto total de las contrataciones de la Entidad, clasificación del gasto por tipo de contratación (licitación, ITP y adjudicaciones directas), proveedores contratados, etc. (No implicó gasto de contratación externa, con lo que ahorramos aproximadamente 500 mil pesos de inversión)

Se han escaneado 157 expedientes de 173 del año 2023 y se han cargado 36 expediente completos al Sistema Integral de Administración de Contratos (SIAC). Se espera que, para septiembre de 2024, se concluyan todos los expedientes de los ejercicios 2023 y 2024. Esto permitirá que los actos de fiscalización que impulsen las Áreas de Especialidad del Órgano Interno de Control cuenten con la información en tiempo real y completa de todas las adquisiciones realizadas por la Entidad, conjugando tanto la información del Área Requirente (Documentación preliminar), Área Contratante (Documentación de contratación) y Área Financiera (Documentación de cumplimiento). Este control permite alcances de transparencia que pudieran ser más amplios que el propio CompraNet. También desarrollamos el Sistema de Inventarios (SI), una herramienta digital propia para el registro, ingreso y control de inventarios. Se encuentra acondicionado a las necesidades específicas del Canal. (No implicó gasto de contratación externa con lo que ahorramos aproximadamente 100 mil de inversión). En cuanto al contrato de servicios de vigilancia, se promovió una invitación a cuando menos tres personas, evitando contratar nuevamente a la empresa CUSAEM bajo el supuesto del artículo primero de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, esto generó, además de los siguientes ahorros, una mejoría en la prestación del servicio, una participación abierta, competitiva y transparente a nuevos oferentes del servicio. Con relación al arrendamiento del inmueble Edificio Pedro Infante (oficinas y estudios para personal de Canal 22) y Bodega 5 (archivo de la entidad), cada año presentaba un incremento del 10% anual en los contratos celebrados con Estudios Churubusco (ECHASA). Derivado de la gestión administrativa realizada, para los ejercicios 2023 y 2024 se realizaron convenios interinstitucionales para conservar el mismo monto de renta sin incremento alguno. Considerando el incremento del 10% abatido para el 2024, el ahorro implicado es de \$739,788.81. Creamos el CICOFOCO (Ciclo de Conferencias para el Fortalecimiento de competencias), como una iniciativa que consiste en la transferencia de conocimiento del propio personal de la entidad con amplia experiencia, a personal de nuevo ingreso o interesado en obtener nuevos conocimientos. Dentro de las principales ventajas que se encuentran son: 1. No requiere presupuesto más allá del pago de nómina ya programado, 2. Se aplica el propio talento humano de la entidad o dependencia, 3. Los conocimientos transferidos son específicos y emanados de la propia operación de la entidad o dependencia, pudiéndose considerar como altamente especializados (aplicados al caso en concreto), 4. Las conferencias se ajustan a los tiempos requeridos por la entidad o dependencia, por lo que tienen flexibilidad y 5. Fortalece la cohesión del personal de la entidad o dependencia. Esta iniciativa despertó interés en la Unidad Política de Recursos Humanos de la Administración Pública Federal, para impulsarlo como una política general de buenas prácticas gubernamentales. A petición de dicha Unidad les compartimos la metodología CICOFOCO. La brigada permanente de mantenimiento de Canal 22, integrada por 3 personas que realizan constantemente acciones correctivas y preventivas, que no implican mayor gasto a la Entidad que su pago de sueldo, por ser personal de confianza y honorarios ya adscrito a la televisora, generó un ahorro estimado por \$397,747.00 entre 2023 y 2024.

Convenios

La Subdirección general comercial continuó con la celebración de convenios de intercambio, de colaboración, acuerdos y alianzas productivas para la televisora. Durante los primeros tres meses de 2024, se lograron concretar 10 convenios, los cuales representan un total de intercambio de \$23'939,446 pesos. Estas colaboraciones han evitado que estos fondos representen un gasto directo para la televisora. Al cierre de este periodo, la Dirección de Ventas logró facturar \$4'510,070 pesos, provenientes de la venta de servicios publicitarios, suscriptores de la señal internacional y otros ingresos.

IV. Recursos presupuestarios y financieros

a) El estado de los recursos presupuestarios y financieros (ingresos y egresos).

Mediante el Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF) le fueron asignados de forma anual a Televisión Metropolitana S.A. de C.V. - Canal 22 recursos presupuestales sólo en gasto corriente., como a continuación se expone.

En 2018 se determinaron 334.4 mdp en 3 programas presupuestarios desglosados de la siguiente manera: M001 Actividades de apoyo administrativo con 23.8 mdp; O001 Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno con 3.8 mdp y; E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos con 306.8 mdp.

Por cuanto hace al ejercicio fiscal 2019 se aprobaron 220.2 mdp en 3 programas presupuestarios, con esto se hace evidente una reducción de 114.2 mdp con relación a los recursos considerados en el ejercicio anterior. M001 Actividades de apoyo administrativo con 19.5 mdp; O001 Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno con 3.1 mdp y; E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos con 197.6 mdp.

Para el ejercicio fiscal 2020 se aprobaron 238.8 mdp en 3 programas presupuestarios, que en una política de austeridad continúan, con respecto al ejercicio fiscal 2018, estabilidad presupuestal con el mínimo incremento, como se presenta a continuación: M001 Actividades de apoyo administrativo con 20.4 mdp; O001 Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno con 3.3 mdp y; E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos con 215.1 mdp.

Para el ejercicio fiscal 2021 se aprobaron 187.1 mdp en 3 programas presupuestarios, que con respecto al ejercicio fiscal 2020, se presentó una reducción de 21.65 % en un ánimo de políticas de austeridad, como a continuación se desglosa: M001 Actividades de apoyo administrativo con 16.8 mdp; O001 Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno con 3.1 mdp y E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos con 167.2 mdp.

Para el ejercicio fiscal 2022 se aprobaron 204.5 mdp en 3 programas presupuestarios: M001 Actividades de apoyo administrativo con 16.7 mdp; O001 Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno con 3.3 mdp y E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos con 184.6 mdp.

Para el ejercicio fiscal 2023 se aprobaron 214.6 mdp en 3 programas presupuestarios: M001 Actividades de apoyo administrativo con 17.5 mdp; O001 Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno con 3.5 mdp y E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos con 193.6 mdp.

Respecto del ejercicio del presupuesto Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Canal 22 reportó en la Cuenta Pública de 2018, la ejecución de 264.9 mdp, el cual se ejerció en tres programas presupuestarios: M001 Actividades de apoyo administrativo con 25.0 mdp; O001 Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno con 3.0 mdp y E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos con 236.9 mdp.

Para el ejercicio fiscal 2019 se ejercieron 673.5 mdp en los tres programas presupuestarios siguientes: M001 Actividades de apoyo administrativo con 21.1 mdp; O001 Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno con 3.2 mdp y E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos con 649.2 mdp.

En la Cuenta pública 2020 se reportaron 199.3 mdp en tres programas presupuestarios: M001 Actividades de apoyo administrativo con 17.8 mdp; O001 Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno con 3.1 mdp y E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos con 178.4 mdp.

Para el ejercicio 2021 la televisora ejerció 174.9 mdp en los tres programas presupuestarios siguientes: M001 Actividades de apoyo administrativo con 19.4 mdp; O001 Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno con 3.0 mdp y E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos con 152.5 mdp.

El ejercicio del presupuesto para 2022 fue de 185.2 mdp en los tres programas presupuestarios siguientes. M001 Actividades de apoyo administrativo con 18.7 mdp; O001 Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno con 3.5 mdp y E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos con 163.0 mdp.

Al cierre de 2023, la televisora presentó un gasto total de 177.4 mdp en los tres programas presupuestarios autorizados: M001 Actividades de apoyo administrativo con 14.2 mdp; O001 Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno con 2.8 mdp y E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos con 160.4 mdp.

Para el ejercicio fiscal 2024 se aprobaron 186.9 mdp en 3 programas presupuestarios: M001 Actividades de apoyo administrativo con 18.6 mdp; O001 Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno con 3.7 mdp y E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos con 164.6 mdp

Al cierre de julio 2024, la televisora presentó un gasto total de 99.9 mdp en los tres programas presupuestarios autorizados: M001 Actividades de apoyo administrativo con 11.0 mdp; O001 Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno con 1.9 mdp y

E013 Producción y transmisión de materiales culturales y artísticos con 87.0 mdp.

Para ampliar la información de este apartado se pueden consultar los informes de la Cuenta Pública de los años correspondientes, que la SHCP en cumplimiento de los artículos 74, fracción VI, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como 46 y 53 de la Ley General de Contabilidad Gubernamental, publica en las siguientes ligas:

- <https://www.cuentapublica.hacienda.gob.mx/es/CP/TomoVII-2018>
- <https://www.cuentapublica.hacienda.gob.mx/es/CP/TomoVII-2019>
- <https://www.cuentapublica.hacienda.gob.mx/es/CP/TomoVII-2020>
- <https://www.cuentapublica.hacienda.gob.mx/es/CP/TomoVII-2021>
- <https://www.cuentapublica.hacienda.gob.mx/es/CP/TomoVII-2022>
- <https://www.cuentapublica.hacienda.gob.mx/en/CP/TomoVII-2023>

b) El informe del resultado de las metas de balance de operación, de presupuesto y financieras de las entidades paraestatales de control presupuestario directo.

Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. no cuenta con metas de balance de operación, de presupuesto y financieras.

c) El informe que dé cuenta del monto, destino y aplicación de los recursos federales transferidos a las entidades federativas; a fideicomisos públicos, mandatos o contratos análogos no considerados entidades paraestatales, así como a fideicomisos constituidos por entidades federativas o particulares y de los donativos o subsidios otorgados por la dependencia, entidad o empresa productiva del Estado.

Para Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. no aplica con el informe que dé cuenta del monto, destino y aplicación de los recursos federales transferidos a las entidades federativas; a fideicomisos públicos, mandatos o contratos análogos no considerados entidades paraestatales, así como a fideicomisos constituidos por entidades federativas o particulares y de los donativos o subsidios otorgados por la dependencia, entidad o empresa productiva del Estado.

d) Información financiera y presupuestaria consistente con lo reportado en el Informe de Avance de la Gestión Financiera para el sexto año de gobierno

Para Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. aplica la información presentada en la Cuenta de la Hacienda Pública Federal, la cual es consistente con la información financiera y presupuestaria reportada, toda vez que, de acuerdo con lo estipulado en el numeral 2. Ámbito de Aplicación, de los Lineamientos para la Integración del Informe de Avance de Gestión Financiera 2019, Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. no es un ente público obligado a reportar información para la integración del citado Informe.

Cumplimiento al artículo 11, inciso c), quinto párrafo de los Lineamientos Generales

Mediante sesión extraordinaria del Consejo de Administración (Órgano de Gobierno) de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. de fecha 28 de agosto de 2024, se aprobaron los Estados Financieros de la Entidad, los cuales abarcaron un periodo comprendido del 01 de enero al 30 de junio de 2024, en términos del acuerdo SE/III-24/03 que a la letra dice:

ARTÍCULO QUINTO, segundo párrafo del "ACUERDO por el que se establecen las bases generales para los procedimientos de rendición de cuentas, individuales e institucionales, de la Administración Pública Federal", publicado en el Diario Oficial de la Federación el 05 de junio de 2023 y al Artículo 11, inciso c, de los "LINEAMIENTOS Generales para la regulación de los procedimientos de rendición de cuentas de la Administración Pública Federal", publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de julio de 2023, el Consejo de Administración de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., aprueba los Estados Financieros dictaminados del periodo del 1 de enero al 30 de junio de 2024 y autoriza la publicación de los mismos y por su importancia el informe de los Comisarios Públicos acerca de los Estados Financieros se incluirá íntegramente en el acta que se levante de la sesión y su recomendación se tomará como acuerdo, por lo que se instruye respetuosamente al Director General, seguir la recomendación de dicho informe y darle la atención necesaria para llegar a su cumplimiento total.

Lo anterior, de conformidad a la normatividad aplicable.

Se reitera que estas acciones se realizaron de manera previa a la presentación del informe que en la materia emitió la Comisaría.

(Anexo 22).

V. Recursos humanos

a) La estructura con las plantillas desglosadas del personal de base y de confianza; considerando los contratos por honorarios y el personal de carácter eventual; indicando los cambios estructurales y operativos realizados durante el periodo que se informa y su impacto presupuestario; incluidos los pasivos contingentes.

Al 31 de diciembre de 2018, había 334 plazas, desglosadas en 1 de mando superior de confianza, 65 de mandos medios de confianza, 61 operativas de confianza y 43 plazas operativas de base. Además, había 158 contratos de prestadores de servicios profesionales bajo el régimen de honorarios, sin plazas eventuales.

En 2019, se tenían 322 plazas, compuestas por 1 de mando superior de confianza, 59 de mandos medios de confianza, 62 operativas de confianza y 44 plazas operativa de base. Asimismo, había 156 contratos de prestadores de servicios profesionales bajo el régimen de honorarios, sin plazas eventuales.

En 2020, esta entidad contaba con 316 plazas, integradas por 1 de mando superior de confianza, 60 de mandos medios de confianza, 61 operativas de confianza y 44 plazas operativas de base. También había 150 contratos de prestadores de servicios profesionales bajo el régimen de honorarios, sin plazas eventuales.

Para 2021, hubo 320 plazas, de los cuales 1 correspondió a puesto de mando superior de confianza, 61 a mandos medios de confianza, 64 plazas operativas de confianza y 44 plazas operativas de base. Además, se tuvieron 150 contratos de prestadores de servicios profesionales bajo el régimen de honorarios, sin plazas eventuales

En el ejercicio fiscal 2022 se contó con 315 plazas, conformadas por 1 de mando superior de confianza, 59 de mandos medios de confianza, 62 operativas de confianza y 43 plazas operativas de base. Asimismo, había 150 contratos de prestadores de servicios profesionales bajo el régimen de honorarios, sin plazas eventuales.

Para el ejercicio 2023, hubo 296 plazas, conformadas por 1 de mando superior de confianza, 56 de mandos medios de confianza, 62 operativas de confianza y 37 plazas operativas de base. Asimismo, había 140 contratos de prestadores de servicios profesionales bajo el régimen de honorarios, sin plazas eventuales, como consta en plantilla desglosada actualizada al 31 de diciembre de 2023. (Anexo 23).

Para el ejercicio 2024, hubo 312 plazas, conformadas por 1 de mando superior de confianza, 55 de mandos medios de confianza, 65 operativas de confianza y 37 plazas operativas de base. Asimismo, había 143 contratos de prestadores de servicios profesionales bajo el régimen de honorarios, sin plazas eventuales, como consta en plantilla desglosada actualizada con corte al 31 de julio de 2024. (Anexo 24).

En cumplimiento de la reducción presupuestaria establecida en el artículo 61 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, durante 2019 se reestructuró esta entidad, lo que implicó una disminución de 6 plazas de mando medio de nivel O23, lo que derivó en un impacto presupuestario de 1.8 mdp al año

En lo que respecta a los pasivos contingentes derivado de juicios laborales en trámite, durante 2018 se cuantificó un monto de 7,5 mdp; durante el año 2019 con 14,3 mdp; en el año 2020, el monto alcanzó los 24,4 mdp; en el año 2021, la cifra se cuantificó en 35,6; para el 2022, los pasivos se estimaron en 43,9 mdp; finalmente, para el 2023 con corte al 31 de diciembre, dicha cifra se cuantificó en 49,9 mdp.

b) La relación de puestos de libre designación, designación directa, en su caso, los de gabinete de apoyo, área de apoyo técnico y sujetos a la normativa que regule el servicio profesional de carrera que corresponda.

A Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. no le aplica la relación de puestos de libre designación, designación directa, en su caso, los de gabinete de apoyo, área de apoyo técnico y sujetos a la normativa que regule el servicio profesional de carrera que corresponda, pues no cuenta con servicio profesional de carrera.

c) La referencia a las condiciones generales de trabajo o del contrato colectivo de trabajo o sus equivalentes.

Las condiciones de trabajo, las remuneraciones y prestaciones de los servidores públicos se aplicaron según el Manual de Percepciones de los Servidores Públicos de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal vigente y la Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado. Las relaciones laborales con las personas servidoras públicas adscritas a esta dependencia se encuentran reguladas en el artículo 123 Fracción A de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley Federal del Trabajo, la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, Contrato Ley de los Trabajadores de la Industria de la Radio y de la Televisión, así como en el "Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones en las materias de Recursos Humanos y del Servicio Profesional de Carrera, así como el Manual Administrativo de Aplicación General en materia de Recursos Humanos y Organización. (Anexo 25).

A su vez, en esta entidad se han instrumentado diversas disposiciones internas en materia de horario laboral, vacaciones, capacitación, control de incidencias laborales y la promoción de las leyes que otorgan garantizar los derechos humanos, la tolerancia, la inclusión de género y la no violencia.

VI. Los recursos materiales

a) La situación de los bienes muebles e inmuebles.

Inventarios de bienes muebles

Durante el año 2018 se concluye con un total de 5,675 bienes, que dan un total de 270.1 mdp; para el inicio del inventario del año 2019 se dan de alta 2 bienes con un valor de 3.9 mdp; para el cierre del inventario a la fecha 31 de diciembre del 2019 se concluye con un total de 6,947 bienes dando un total de 274.2 mdp; para el inicio del 2020 no hay cambios ni modificaciones en los bienes dando un inicio y conclusión de inventario con la misma cantidad de bienes dando un total de 6,947 bienes que dan un total de 274.2 mdp. con fecha del 31 de diciembre del 2020; para el inicio del 2021 se empieza con 6,947 bienes "pero en el transcurso del inventario a lo largo del año se agregan 11 bienes aumentando a 6,958 bienes dando un total de 273.5 mdp al cierre del inventario con fecha del 31 de diciembre del 2021; para el inicio del 2022 se hace la baja de 145 bienes con un valor de 738,186.51 pesos que dan la cantidad de 6,813 bienes dando un total de 273.3 mdp al cierre del inventario del 31 de diciembre del año 2022.

Con relación al ejercicio 2023 se concluye el inventario con los siguientes resultados: conforme a las cifras presentadas se puede concluir que fueron localizados, registrados y puestos en resguardo de trabajadores de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. un total de 5,549 bienes mismos que importan 213.3 mdp. (Anexo 26).

Durante el mes de enero 2024 en la primera sesión ordinaria de Comité de Bienes Muebles se presentó el programa de levantamiento de inventario físico de bienes muebles siendo su inicio el 1 de febrero de 2024. Al 31 de julio de 2024 se ha realizado el levantamiento de inventario en 35 áreas con un total de bienes muebles inventariados de 5,314. Al 30 de septiembre de 2024 se prevé la conclusión de la ejecución del programa anual referido y se presentará la relación de todos los bienes con sus estatus. (Anexo 27).

Almacén General

Respecto al almacén general de bienes de consumo al cierre del ejercicio 2022, el resultado de valor de los bienes de consumo existentes en el almacén general es de 119,075 pesos, para el tercer trimestre de 2023 es de 117,937.67 pesos

Respecto al almacén general de bienes de consumo al cierre del ejercicio 2023, el resultado de valor de los bienes de consumo existentes en el almacén general es de \$289,463.16 pesos, para el segundo trimestre de 2024 es de 248,929.58

Referente a los bienes inmuebles Televisión Metropolitana cuenta con un inmueble de su propiedad. La actualización del bien inmueble, como cada año está en trámite la actualización del Inventario del Patrimonio Inmobiliario Federal y Paraestatal, en el INDAABIN a través del cumplimiento a la norma 23 de la NPSIIFP, la Situación jurídica: Propietaria, a través del Decreto Expropiatorio publicado en el Diario Oficial de la Federación el 22 de abril de 2013; Su Uso y aprovechamiento es como Estación Transmisora de la señal de televisión del Canal; en ocupación del personal de la Entidad que opera los equipos de transmisión U70. (Anexo 28).

b) Las contrataciones públicas, precisando, su estado, vigencia, montos, garantías vigentes, pagos efectuados y pendientes.

Ejercicio 2018

Para el final de este ejercicio se suscribieron un total de 25 contratos a través del procedimiento de Licitación Pública, 9 por el

procedimiento de Invitación a cuando menos tres personas y 254 contratos a través del procedimiento de Adjudicación Directa. En conjunto todas comprometieron un monto de 133.1 mdp.

Ejercicio 2019

En este ejercicio se suscribieron 18 contratos a través del procedimiento de Licitación Pública, 7 por el procedimiento de Invitación a cuando menos tres personas y 232 contratos a través del procedimiento de Adjudicación Directa. En conjunto todas comprometieron un monto de 111.0 mdp.

Ejercicio 2020

En este ejercicio se suscribieron 10 contratos a través del procedimiento de Licitación Pública, 2 por el procedimiento de Invitación a cuando menos tres personas y 206 contratos a través del procedimiento de Adjudicación Directa. En conjunto todas comprometieron un monto de 87.5 mdp.

Ejercicio 2021

En este ejercicio se suscribieron 15 contratos a través del procedimiento de Licitación Pública, 3 por el procedimiento de Invitación a cuando menos tres personas y 143 contratos a través del procedimiento de Adjudicación Directa. En conjunto todas comprometieron un monto de 67.9 mdp.

Ejercicio 2022

En este ejercicio se suscribieron 11 contratos a través del procedimiento de Licitación Pública, 2 por el procedimiento de Invitación a cuando menos tres personas y 139 contratos a través del procedimiento de Adjudicación Directa. En conjunto todas comprometieron un monto de 71.3 mdp.

Ejercicio 2023

En este ejercicio se suscribieron 8 contratos a través del procedimiento de Licitación Pública Nacional; 1 por el procedimiento de Invitación a Cuando Menos Tres Personas y 149 contratos a través del procedimiento de Adjudicación Directa. En conjunto estas contrataciones comprometieron un monto de 60.1 mdp. (Anexo 29).

Ejercicio 2024

En el ejercicio se suscribieron 7 contratos a través del procedimiento de Licitación Pública Nacional y 1 contrato a través del procedimiento de Licitación Pública Internacional; 3 derivaron del procedimiento de Invitación a Cuando Menos Tres Personas y 137 contratos a través del procedimiento de Adjudicación Directa. En conjunto estas contrataciones comprometieron un monto de 99.6 mdp aclarando que este monto incluye 2 contrataciones plurianuales que incrementan el monto anual autorizado. (Anexo 30).

Ejercicio 2020

Servicio de Energía Eléctrica

Se establecieron acciones a fin de racionalizar el uso de la energía eléctrica, promoviendo al interior de la entidad el uso adecuado y racional de este servicio, la revisión periódica y el adecuado mantenimiento a las instalaciones eléctricas, así como la sustitución de lámparas y luminarias que permitan un mayor ahorro de energía, contribuyendo con ello al consumo eficiente de este recurso, con lo cual se obtuvo un ahorro del 17% con relación al ejercicio anterior.

En enero-julio 2024 se continúan las acciones a fin de racionalizar el uso de la energía eléctrica, promoviendo al interior de la entidad el uso adecuado y racional de este servicio, la revisión periódica y el adecuado mantenimiento a las instalaciones eléctricas, así como la sustitución de lámparas y luminarias que permitan un mayor ahorro de energía, contribuyendo con ello al consumo eficiente de este recurso

Materiales y suministros

El decremento registrado en este rubro por 404.0 mil pesos al cierre del cuarto trimestre del 2020, es debido a un menor consumo de refacciones y accesorios menores y en el consumo de combustibles, lubricantes y aditivos, en relación con el mismo periodo del ejercicio 2019. Los automóviles arrendados fueron contemplados para el desarrollo de actividades sustantivas y para servicios de apoyo administrativo. Asimismo, derivado del DECRETO por el que se establecen las medidas de austeridad que deberán observar las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal bajo los criterios que en el mismo se indican, se redujo en un 75% el número de vehículos arrendados. En el ejercicio de 2020 no se realizaron compras de papelería por lo que obtuvo un ahorro del 100%. Derivado a las medidas complementarias de las acciones para el combate de la enfermedad generada por el virus SARS-CoV2

(COVID-19), la mayoría del personal realiza sus actividades en sus hogares, lo que contribuye a la reducción en el consumo de energía eléctrica, agua potable.

Para el ejercicio 2024 a través de contrataciones anticipadas se realizó la contratación del servicio de arrendamiento de vehículos terrestres, para que desde el primer día de enero se contara con el servicio para atender las necesidades de las áreas, el desarrollo de actividades sustantivas y para servicios de apoyo administrativo. En los meses enero-mayo no se realizó compra de papelería. Un servicio básico para el personal del canal es contar con agua de garrafón contrato que se formalizó en el mes de enero, para tener disponibilidad para todo el año 2024.

Combustible

En el ejercicio 2020 se mantuvo con la contratación que se realizó en el ejercicio 2019 mediante el procedimiento de Invitación a Cuando Menos Tres Personas Nacional Electrónica No. IA-048MHL001-E321-2019 a través del contrato marco del "Suministro de Combustible a Través de Tarjeta electrónica".

Asimismo, derivado del DECRETO por el que se establecen las medidas de austeridad que deberán observar las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal bajo los criterios que en el mismo se indican, se redujo el consumo de este servicio, aunado a la disminución de los vehículos arrendados y la disminución de la operación en el Canal, se tuvo un ahorro considerable en el consumo del combustible

Materiales y suministros

El decremento registrado en este rubro por 747.4 miles de pesos al cierre del cuarto del 2021, es debido a que se continuó con un menor consumo de refacciones y accesorios menores y en el consumo de combustibles, lubricantes y aditivos, en relación con el mismo periodo del ejercicio 2020.

Ejercicio 2021

En el ejercicio 2021 se celebró la Licitación Pública Nacional Electrónica No. LA-048MHL001-E56-2021, para la contratación del Seguro de Bienes Patrimoniales para los meses febrero -diciembre 2021. En el ejercicio de 2021 únicamente se realizaron los gatos de oficina indispensable ejerciendo solo \$68,560 pesos por lo que obtuvo un ahorro considerable

En el ejercicio 2021 se continuó con la contratación que se realizó en el ejercicio 2019 y posteriormente se realizó el procedimiento de Licitación Pública Nacional Electrónica Consolidada con número LA 006000993-E3-2021 del "Suministro de Combustible a Través de Tarjeta electrónica". Asimismo, derivado del DECRETO por el que se establecen las medidas de austeridad que deberán observar las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal bajo los criterios que en el mismo se indican, se redujo el consumo de este servicio, aunado a la disminución de los vehículos arrendados y la disminución de la operación en el Canal, se tuvo un ahorro considerable en el consumo del combustible.

Ejercicio 2022

En el ejercicio 2022 se celebró el procedimiento de Invitación a Cuando menos Tres Personas No. IA-048MHL001-E74-2022, para la Contratación de Pólizas de Seguro de Bienes Patrimoniales de Canal 22 para los meses marzo – diciembre 2022.

Ejercicio 2023

En el cuarto trimestre 2023 no se realizaron capacitaciones en materia de procedimientos administrativos de sanción a licitantes, proveedores y contratistas; ya que no se encontró el curso disponible para fechas próximas. La Gerencia de Recursos Materiales y Servicios Generales no tiene conocimiento de vistas, ni denuncias presentadas en este periodo. En el periodo de octubre a diciembre de 2023, no se recibió denuncia alguna, en virtud de que se ha cumplido con a las disposiciones en materia de contrataciones públicas. Se han establecido las siguientes medidas para la reducción del presupuesto para el ejercicio 2023, se realizó un convenio Interinstitucional con Estudios Churubusco por la ocupación del Edificio Pedro Infante y Bodega 5, al realizarse este convenio no hay aumento en las tarifas al Canal 22 por los servicios a la producción contratados. Contrato de servicio de Vigilancia, se redujeron el número de elementos y se negoció un mejor precio con el prestador de los servicios, con lo que se obtuvo un ahorro mensual de 43,263.30 pesos, lo que implicó un total en economías de 259,579.80 pesos (del periodo de julio a diciembre del presente ejercicio). Contrato de servicio de arrendamiento vehicular, se redujeron el número de vehículos arrendados, con lo que se obtuvo un ahorro mensual de 17,565.30 pesos lo que será un total en economías de \$140,976.24 (del periodo de mayo a diciembre del presente ejercicio) En el periodo de julio a septiembre se redujeron el número de vehículos arrendados, con lo que se obtuvo un ahorro mensual

de \$17,565.30 lo que será un total en economías de 140,976.24 pesos (del periodo de mayo a diciembre del presente ejercicio) En el servicio de vigilancia para el presente ejercicio se redujeron el número de elementos y se negoció un mejor precio con el prestador de los servicios, con lo que se obtuvo un ahorro mensual de 43,263.30 pesos lo que será un total en economías de 259,579.80 pesos (del periodo de julio a diciembre del presente ejercicio). En cuanto el servicio de combustible, se redujo el gasto con una mejor distribución, en el servicio de agua, se realizó mantenimiento oportuno a las fugas que se detectaron

Contrataciones públicas, precisando su estado, vigencia, montos, garantías vigentes, pagos efectuados y pendientes.

Para 2023 Al cuarto trimestre, no se realizaron contrataciones que rebasaran los 15 mdp, razón por la que no fueron registrados en la BESA. Actualmente se realizan todos los procedimientos de contratación de manera electrónica a través del sistema CompraNet, se ha publicado la actualización del PAAAS de los meses de octubre, noviembre y diciembre. Se realizaron 80 contrataciones, de las cuales más de 40 fueron realizadas de manera anticipada para el ejercicio 2024. Se solicitó al personal adscrito a la gerencia, que realizara un curso en CompraNet para así poder solicitar su usuario en el módulo CompraNet. En el cuarto trimestre 2023, no se tiene registro de incidencias.

Ejercicio 2024

De enero-septiembre no se realizaron capacitaciones en materia de procedimientos administrativos de sanción a licitantes, proveedores y contratistas; ya que no se encontró el curso disponible para fechas próximas. La Gerencia de Recursos Materiales y Servicios Generales no tiene conocimiento de vistas, ni denuncias presentadas en este periodo. En este periodo no se recibió denuncia alguna, en virtud de que se ha cumplido con las disposiciones en materia de contrataciones públicas. Se han establecido las siguientes medidas para la reducción del presupuesto para el ejercicio 2024, Contrato de servicio de Vigilancia, se redujeron el número de elementos y se contrató un mejor precio con un nuevo prestador de los servicios, siendo la mejor propuesta presentada en el proceso de invitación a cuando menos tres personas No. IA-48-MHL-048MHL001-N-229-2023., Contrato de servicio de arrendamiento vehicular, dada las necesidades que se presentan en la entidad se contrató un vehículo más a los ya existentes. En cuanto el servicio de combustible, se pone hincapié en la optimización del gasto con una mejor distribución, en el servicio de agua, se realizó mantenimiento oportuno a las fugas que se detectan.

Se da seguimiento a Contrataciones públicas, precisando su estado, vigencia, montos, garantías vigentes, pagos efectuados y pendientes.

En el periodo enero-septiembre 2024, se realizó solo una contratación que rebasa los 15 mdp, por esta razón se realizan las gestiones necesarias para su registro en la nueva plataforma BESA integrada al Sistema Compranet a partir del mes de junio del presente ejercicio. Actualmente se realizan todos los procedimientos de contratación de manera electrónica a través del sistema CompraNet, se ha publicado la actualización del PAAAS de los meses enero-julio. En diciembre 2023 Se realizaron 80 contrataciones, de las cuales más de 40 fueron realizadas de manera anticipada para el ejercicio 2024.

VII. Tecnologías de la información

Durante el ejercicio 2018 en materia de tecnologías de la información, se gestionó la contratación de servicios administrados de cómputo, cámaras de video vigilancia, software, licencias, impresiones e internet con el oportuno y debido acompañamiento de la Coordinación de la Estrategia Digital Nacional (CEDN), como a continuación se presenta.

Por cuanto hace a los sistemas de cómputo, se llevó a cabo la contratación de los servicios administrados de cómputo, impresión y videovigilancia, a través del contrato TM-SGAF-DA-LP-11/8/2018, con una vigencia del primero de septiembre de 2018 al 31 de agosto de 2021, posteriormente se realizó un convenio modificatorio en tiempo y dinero por seis meses, con lo que el contrato concluyó el 31 de marzo de 2022.

Con este contrato, se dotó a la televisora de un máximo de 240 equipos de escritorio, 15 equipos portátiles (laptops), 20 equipos de escritorio con sistema operativo OSX, 5 equipos portátiles con sistema operativo OSX, 10 tabletas digitalizadoras y 260 "No-Break". Además, contó con equipo de cómputo corporativo consistente en un máximo de 6 servidores, 1 storage, 2 switch core y 11 switch de distribución, en este contexto, se consideran, además, 24 equipos de impresión a blanco y negro y 10 equipos para impresión a color. En lo que, a los equipos de videovigilancia para la seguridad del personal, respecta, se contó con un máximo de 51 cámaras IP para montaje interior, 8 cámaras IP para montaje exterior, 1 servidor de gestión para almacenamiento de la información, 1 estación de

trabajo para cuarto de monitoreo y 3 switch y conectividad.

Para garantizar que estos bienes continuaran para el ejercicio 2023, se establecieron estratégicamente mecanismos e instrumentos jurídicos que le permitieron a la entidad ahorros

Para el reemplazo de los servicios administrados de cómputo, cómputo corporativo, impresión y videovigilancia 2024, se obtuvo la dictaminación favorable de la CEDN para poder llevar a cabo el procedimiento de licitación pública nacional con número LA-48-MHL-048MHL001-N-143-2024, misma que se declaró desierta. Se llevó a cabo un nuevo procedimiento a través de adjudicación directa con número AA-48-MHL-048MHL001-N-168-2024, cuya vigencia será del primero de julio de 2024 al 30 de junio de 2027.

Este contrato provee a la televisora con 240 equipos de escritorio, 15 portátiles (laptops), 36 equipos de escritorio con sistema operativo OSX, 5 portátiles con sistema operativo OSX, 10 tabletas digitalizadoras y 260 "No-Breaks". Además, incluye equipo de cómputo corporativo compuesto por 6 servidores, 1 sistema de almacenamiento (storage), 2 switches core y 11 switches de distribución. Asimismo, se contemplan 24 equipos de impresión en blanco y negro y 9 equipos para impresión a color. En cuanto a los equipos de videovigilancia para la seguridad del personal, se dispone de 49 cámaras IP para montaje interior, 8 cámaras IP para montaje exterior, 1 servidor de gestión para el almacenamiento de la información, 1 estación de trabajo para el cuarto de monitoreo, y 2 switches para la conectividad.

De acuerdo con la fecha de entrega inicial del contrato, que establece el 1 de junio de 2024, se han instalado 49 cámaras de videovigilancia, 20 impresoras, 15 laptops, 51 UPS, 36 iMac, 10 tabletas digitalizadoras y 5 MacBook Air, estos últimos en el área de diseño. Todos los equipos mencionados se encuentran en uso según las necesidades establecidas por esta Televisora. Se espera contar con el total de los equipos en un plazo de 60 días hábiles, se considera que al 30 de septiembre se tenga el total de los servicios administrados de acuerdo con el Contrato con número TM-2024/06/03-AD.

De 2019 a 2024 se desarrollaron, actualizaron y liberaron sistemas informáticos de carácter sustantivo que apoyan a las diversas unidades administrativas de la televisora en el cumplimiento de sus metas y objetivos, entre los que destacan:

Sistema de Control de Programación Televisiva

Canal 22, al ser una televisora que cuenta con 3 señales (22.1, 22.2 y MX NUESTRO CINE), tiene la necesidad de generar la programación del día y la hora en que serán presentados los diferentes materiales, como películas, series, promocionales, etc. Considerando que la parrilla de programación de la entidad debía gestionarse de manera manual, es decir, mediante el uso de hojas de cálculo con intervención de personal que mantuviera actualizados los horarios de programación y salida al aire de los diversos programas que se transmiten, surge la necesidad de realizar un sistema denominado "Sistema de Control de Programación Televisiva", el cual consiste en el ordenamiento, actualización y eficiente planeación de la parrilla de programación.

Para llevar a cabo esta tarea de programación, se requirió de información sobre los materiales disponibles cargados en el sistema MAM, la vigencia de cada material, el número de pases disponibles por señal y cuántos de estos pases ya han sido utilizados. Para obtener estos requerimientos fue necesario la intervención de diferentes áreas de Canal 22, identificadas como "Área que ingresa los materiales," "Videoteca" encargada de la asignación de "CUID," "Digitales" encargada de ingresar el material dentro del sistema MAM, y por último, las áreas "Internacional," "22.1" y "22.2," que generan las parrillas de programación

Con la implementación de este "Sistema de Control de Programación Televisiva" es posible capturar los materiales (películas, series, promos, etc.) con diversos datos que son de gran utilidad como la vigencia del material audiovisual y el número de pases disponibles por señal. También se registra el proceso de ingesta en el sistema MAM para minimizar los errores al momento de realizar la programación, agilizando los procesos a través de notificaciones enviadas por correo electrónico en el momento en que un material esté disponible para programación. Además, es posible consultar los diferentes materiales de manera rápida y con diversos filtros, con la opción de exportar. Por último, se notifica la autorización de una parrilla aprobada, para su conducente transmisión.

Para noviembre de 2023, se tiene liberado el "Sistema de Control de Programación Televisiva", el cual puede ser consultado por internet mediante un navegador web (Mozilla Firefox, Chrome, Safari) con acceso restringido y está adaptado para ser accesible desde diferentes dispositivos como tabletas, PC, celulares, etc. Con esto se promueve el uso de un sistema que permite de forma sistemática, ordenada y coordinada resguardar y gestionar el contenido de la información en una base de datos, además de mantenerla actualizada y agilizar la generación de la "parrilla de programación", haciendo más versátil y útil la operación y diseño. Es de señalar que el desarrollo del sistema no implicó mayor inversión, más que el talento del personal técnico que labora en la entidad.

El sistema se encuentra en producción con las áreas involucradas, para ver los detalles que surjan con el uso y poder realizar las modificaciones correspondientes

Sistema Integral de Administración de Contrataciones

Otra de las necesidades en materia de transparencia rendición de cuentas, control de expedientes de contratación de bienes y servicios y seguimiento a los contratos celebrados por la entidad en el marco de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su reglamento, radicó en la generación de una base de datos que en tiempo real permitiera la integración y consulta de la documentación de todas las contrataciones al amparo de la LAASSP, de manera digital.

Anteriormente, los archivos de contratación realizados por Canal 22 existen tanto en formato físico como digital. Sin embargo, se carecía de una herramienta adecuada para gestionar la información digital.

Existía una desarticulación administrativa en cuanto a la integración de la totalidad de la información de los contratos al amparo de la LAASSP en la que tres de los principales apartados de que integran dicho expediente se encontraban a resguardo físico de diversas áreas, es decir, por una parte, el apartado en poder del área requirente lo que se denomina “documentos preliminares”, que contiene documentación preliminar o previa a la contratación de un bien o servicio, por otro lado, el área contratante mantiene a resguardo los expedientes de “contratación” que integran la totalidad de los documentos necesarios para formalizar cada contrato y por último, se cuenta con el apartado en poder del área de finanzas, quienes pagan en función de los comprobables que son entregados por el área requirente, dicha documentación es denominada “cumplimiento”.

En su conjunto, todos estos apartados que se resguardaban de manera aislada son integrados digitalmente por este sistema integral de administración de contrataciones, por lo que se abona a la transparencia, rendición de cuentas y control de expedientes. Este sistema tiene como finalidad resguardar, ordenar y clasificar la documentación correspondiente a los siguientes tipos de contratos:

- Adjudicación directa anual por artículo 1 de la LAASSP (AD-AN-ART1)
- Adjudicación directa plurianual por artículo 1 de la LAASSP (AD-PA-ART1)
- Adjudicación directa anual por artículo 41 de la LAASSP (AD-AN-ART41)
- Adjudicación directa plurianual por artículo 41 de la LAASSP (AD-PA-ART41)
- Adjudicación directa anual por artículo 42 de la LAASSP (AD-AN-ART42)
- Adjudicación directa plurianual por artículo 42 de la LAASSP (AD-PA-ART42)
- Invitación a cuando menos tres personas, anual por artículo 26 de la LAASSP (ITP-AN-ART26)
- Invitación a cuando menos tres personas, plurianual por artículo 26 de la LAASSP (ITP-PA-ART26)
- Licitación Pública anual por artículo 26 de la LAASSP (LP-AN-ART26)
- Licitación Pública plurianual por artículo 26 de la LAASSP (LP-PA-ART26)

Lo que, en términos de la propia Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su reglamento, abarca todos los modelos de contratación considerados y los ordena de manera tal, que es posible realizar búsquedas por filtros específicos, como año de contratación, objeto del contrato, área requirente, proveedor, plurianual o anual, por mencionar algunos.

Los beneficios obtenidos mediante la implementación de este sistema son los siguientes:

- Búsquedas rápidas de contratos a través de un buscador que muestra documentación preliminar, información de contratación y detalles de pagos.
- Control de acceso mediante un sistema de usuario y contraseña, que incluye permisos específicos para consulta y administración. Los usuarios con permisos de consulta únicamente podrán visualizar la información cargada, mientras que aquellos con permisos de administración podrán crear nuevos contratos y registrar sus documentos.
- Acceso al portal a través de un navegador web, lo que facilita la accesibilidad desde cualquier ubicación.
- Resguardo de la información con respaldos diarios y mensuales almacenados en diversos servidores, con el objetivo de minimizar el riesgo de pérdida de información.

Es importante manifestar que este sistema tiene el potencial de ser replicado en otras dependencias y entidades, no solo de la Administración Pública Federal, sino también en el ámbito estatal, municipal y en los poderes legislativo y judicial, específicamente en las áreas de adquisiciones de bienes y servicios.

El sistema se encuentra en producción con las áreas involucradas, para ver los detalles que surjan con el uso y poder realizar las

modificaciones correspondientes.

Sistema de Inventarios

Actualmente, el registro de los bienes de Canal 22 se realiza mediante una hoja de cálculo en Excel. Esta práctica conlleva el riesgo de que la información no esté siempre actualizada si no se cuenta con la versión original. Además, dado el valor significativo de la hoja de cálculo original, es poco probable que se comparta fácilmente por temor a la pérdida o alteración accidental de la información.

Es por esta razón que surge la necesidad de establecer una única base de datos centralizada pero pública para quien requiera realizar consultas rápidas de información, aplicar filtros, ordenar y realizar búsquedas de los resguardos actualizados, es decir, la persona servidora pública tendrá la posibilidad de visualizar los bienes que tiene a su resguardo y detectar de manera inmediata variaciones, errores en los registros, bienes extraviados o bienes sin inventariar.

Otra necesidad crucial es la posibilidad de exportar la información en diferentes formatos (Excel, PDF, CSV, etc.), garantizando así la actualización constante de los datos. Además, el sistema tiene como objetivo resguardar los formatos de resguardo firmados por cada usuario, facilitando el acceso a estos documentos de manera eficiente.

En todos los casos de los sistemas desarrollados internamente en el área se está trabajando el Manual de operación de cada uno de éstos. No menos importante de señalar es que todos estos sistemas no implicaron una inversión mayor, que el propio pago de sueldos y salarios al personal especializado con que cuenta la entidad, toda vez que se aplicó el talento y la experiencia de las personas servidoras públicas, evitando contratar a terceros que por mencionar una cifra estimada, habría que invertir no menos de 600,000 (seiscientos mil pesos M.N. 00/100) por cada proyecto.

El sistema se encuentra en producción con las áreas involucradas, para ver los detalles que surjan con el uso y poder realizar las modificaciones correspondientes.

Dando continuidad a las actividades del proceso de "PLANEACIÓN ESTRATÉGICA (PE)" que señala el manual administrativo de aplicación general en las materias de Tecnologías de la Información, Comunicaciones y de Seguridad de la Información, se informa que se obtuvieron las autorizaciones de los cuatro proyectos prioritarios en el Portafolio de Proyectos de TIC (POTIC) para el ejercicio fiscal 2023, únicamente quedó en aprobación el Servicio Administrado de Cómputo, Cómputo Corporativo, Impresión y Videovigilancia, el cual, al día del este reporte, se encuentra en dictaminación en la Coordinación de Estrategia Digital Nacional para su aprobación o dictamen no favorable.

Se tienen los siguientes proyectos en proceso de autorización por parte de la Coordinación de Estrategia Digital Nacional, para llevar a cabo su contratación

- Software de soporte a la operación administrativa y sustantiva
- Software de soporte a la operación administrativa y sustantiva (Supernómina y SuperAsistencia)
- Operación de las Comunicaciones Institucionales
- Transmisión de contenido del Canal 22 a través de Streaming

Internet Corporativo.

Se cuenta con un servicio simétrico de 500 MBps en el que están publicados los sitios institucionales de esta televisora, este servicio tiene vigencia hasta el 31 de diciembre de 2024. La contratación de este servicio tuvo una economía en cuanto al costo del servicio como consta en el Anexo 31 donde se puede apreciar que se obtuvo una propuesta muy favorecedora a esta institución para la contratación del servicio de Internet Corporativo con un precio mensual de 9,462.12 (nueve mil cuatrocientos sesenta y dos pesos M.N. 12/1000) por un enlace de 500 MBPS simétricos, es decir, por los 21 meses de servicio requeridos la propuesta económica asciende a 198,704.52 (ciento noventa y ocho mil setecientos cuatro pesos M.N. 52/100), frente a dos propuestas que ascienden a 2.4 y 1.3 mdp. En el anexo también se detallan las contrataciones para Microsoft, con 270 licencias, Adobe, con 35 licencias y un único servicio de Streaming anual.

Streaming Institucional.

Es importante señalar que durante el período 2014 surge la necesidad de estar a la vanguardia entrado a sistemas de transmisión por medio de streaming utilizando un equipo Niágara modelo 7500 para la transmisión de la señal. En 2018 se utiliza "Enterprise" plataforma de video denominada "livestream", en ese momento la señal se transmitía en "equipos terdarek slice 1 Gen" estos equipos actualmente ya no se encuentran funcionando, por lo que se ofreció a los televidentes la oportunidad de observar y consultar el

contenido “cultural” que transmite la Televisora, sin necesidad de estar en un horario de transmisión específico, con ello surge la creación de transmitir Canal 22.1 y 22.2.

En los últimos años, Canal 22, ha ofrecido el servicio de Streaming de sus contenidos 22.1 y 22.2, por medio de Internet, para llegar a más lugares en el país y el exterior, ofreciendo la cartelera cultural de México por medio de este servicio vanguardista de difusión.

El servicio de transmisión de las señales en vivo de Canal 22 a través de Streaming, consistente en: codificación de las señales de vídeo, transmisión en tiempo real, almacenamiento en línea, integración de redes sociales, integración de sistemas de geo-bloqueo para países en específico, acceso ilimitado de usuarios y monitoreo del servicio de Streaming, actualmente se continúa operando de manera ininterrumpida las señales, indicando que derivado de los cambios realizados a los equipos que hoy en día transmiten la señal se ha tendido una mayor calidad en la resolución de transmisión de los contenidos, mismos que no tienen interrupción y pueden ser observados con tener un simple acceso a internet.

Resultados Gráficos de frecuencia de usuarios de acceso a las plataformas de Streaming de transmisión de la señal Canal 22.1 y 22.2

En el Anexo 32 se muestra la versatilidad en cuanto al manejo y uso de la señal de Streaming en el que se visualizan los diversos dispositivos de un esquema real de acceso a la señal Canal 22.1 y 22.2, los cuales son los siguientes: Android, Apple TV, iPad, iPhone, Linux, Macintosh, Play Station, Roku, Smart TV, Windows.

En cuanto a los “Exploradores” con los cuales se accede a la señal de Streaming se enuncia los siguientes: Amazon Alexa, Apple HomePod, Apple TV, Bolt, Chrome, Chromecast, ffmpeg, Firefox, Flash, IEMobile, Kodi, Konqueror, Mozilla, MSIE, Opera, QuickTime, Radioplayer, Safari, SeaMonkey, Smart TV, STB, uZardWeb, VLC, Winamp, Windows Media Player y XBMC.

La Regiones en dónde se reproduce la señal de Streaming de Canal 22 son:

Chihuahua, Yucatán, Edo. México, Nuevo León, Jalisco, Hidalgo, Veracruz, Baja California, Puebla, Morelos, Querétaro. Coahuila, Sonora, Oaxaca, Tlaxcala, Michoacán, Tamaulipas, Zacatecas. Guanajuato, Sinaloa, Quintana Roo, Durango, Guerrero, San Luis Potosí, Nayarit, Tabasco, Aguascalientes, Chiapas, Colima, Baja California Sur y Campeche.

IPV6

Desarrollo del proceso interno de Canal 22 para la transición al protocolo de Internet IPV6

Servidores y Aplicaciones.

Se pretende contar con la infraestructura de última generación, necesaria y suficiente para cubrir todos los procesos administrativos destinados a la generación, consulta, resguardo y utilización de la información que generan las diferentes áreas de la televisora que permiten:

- Desarrollar la cultura Informática del personal del CANAL 22 en concordancia con los Programas de Innovación Gubernamental
- Correo electrónico y servicios en la nube
- Se han difundido campañas de información vinculadas con Transparencia, Archivo
- Comunicados Oficiales entre otros

b) Disponibilidad de servicios y trámites electrónicos y gubernamentales

Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. no cuenta con servicios ni trámites electrónicos y gubernamentales

VIII. Convenios, procesos y procedimientos

a) La situación de logros relevantes de los instrumentos jurídicos.

Convenios de colaboración para difusión y presencia publicitaria

Durante el 2018 se celebraron 4 convenios: No. 01/09/2018 con el Festival Internacional de Cine de la Ciudad de México, A. C.; convenio No. 02/09/2018 celebrando con Magnífico Entretenimiento, S.A. De C.V.; convenio No. 03/09/2018 celebrado con Festival Internacional de Cine En Morelia, A.C. y convenio No. 02/10/2018 celebrado con la Universidad De Guadalajara, todos estos instrumentos consistieron en la colaboración de difusión publicitaria con presencia en los distintos festivales e instituciones a cambio de tiempo en la pantalla de Canal 22.

En el ejercicio 2019 se celebraron 24 convenios: No. 01/01/2019 con el Documental Ambulante A.C. consistente en una colaboración

de difusión publicitaria y presencia en la gira de documentales; convenio No. 01/04/2019 con la Editorial Raíces, S.A. de C.V. consistente colaboración de difusión publicitaria, presencia en la revista "Relatos e Historias en México"; convenio No. 02/04/2019 con la Editorial Raíces, S.A. de C.V. con colaboración de difusión publicitaria y presencia en la revista Arqueología Mexicana; convenio 06/04/2019 con Nexos Sociedad, Ciencia y Literatura, S.A. de C.V., consistió en una colaboración de difusión publicitaria y presencia en la revista "Nexos"; convenio No. 03/04/2019 con La Crónica Diaria, S. A. de C. V. consistió en colaboración de difusión publicitaria y presencia en el periódico "La Crónica"; convenio No. 04/04/2019 con Dopsa, S.A. de C.V., consistente en colaboración de difusión publicitaria y presencia en la revista "Este País"; convenio No. 07/04/2019 con UNOMEX, S.A. de C.V., consistió en una colaboración de difusión publicitaria y presencia en la revista "Tiempo Libre"; convenio No. 08/04/2019 con Demos Desarrollo de Medios, S. A. de C. V., consistió colaboración de difusión publicitaria y presencia en el periódico "La Jornada"; convenio No. 05/04/2019 con Comunicación e Información, S. A. de C. V. consistente en colaboración de difusión publicitaria y presencia en la revista "Proceso"; convenio No. 18/04/2019 con El Financiero Marketing, S.A. de C.V. consistente en una colaboración de difusión publicitaria y presencia en el periódico "El Financiero"; convenio No. 02/05/2019 con Cuartoscuro, S. A. de C. V., consistió en una colaboración de Difusión Publicitaria y presencia en la revista "Cuartoscuro"; convenio No. 01/06/2019 con Proyectos Alternativos de Comunicación, S. A. de C.

V. consistió en una colaboración de difusión publicitaria y presencia en la revista "Zócalo"; convenio No. 30/05/2019 con Caricaturas, Internet, Animaciones y Revistas, S. A. de C. V consistió en una colaboración de difusión publicitaria y presencia en la revista "Chamuco"; convenio No. 03/06/2019 con el Festival Internacional del Cine en Morelia, A.C. consiste en una colaboración de difusión publicitaria y presencia en el festival; convenio No. 18/07/2019 Agencia de Cooperación Global Convenio Colaboración de Difusión Publicitaria y presencia en la revista "MIG Género"; convenio No. 26/07/2019 con la Fundación Expresión en Corto, A.C. consistió en una colaboración de difusión publicitaria y presencia en el festival; convenio No. 29/07/2019 con el Consejo de la Cultura y las Artes Oaxaca consistente en una colaboración de difusión publicitaria y presencia en el festival.

También en el 2019, se celebró el convenio No. 01/08/2019 con el Instituto Nacional de las Lenguas Indígenas en el cual se consiguió difusión publicitaria y presencia en el festival; convenio No. 04/08/2019 Segundo Acto, A.C. que benefició con presencia en diversas obras de teatro; convenio No. 01/08/2019 Fundación Hay Festival con el que se consiguió presencia en el festival; convenio No. 11/09/2019 Festival Internacional DOCSMX consistente en la difusión publicitaria y presencia en el festival; convenio No. 11/10/2019 Digital Nápoles, S.A. de C.V. que consistió en difusión; convenio No. 13/09/2019 Fideicomiso para el Uso y el Aprovechamiento consistente en difusión Publicitaria y presencia en eventos del Auditorio Nacional; convenio No. 15/10/2019 Universidad de Guadalajara generando presencia en la FIL, convenio No. 03/04/2019 HR Marketing Services, S.A. de C.V. consistente en la difusión publicitaria y presencia en diversas obras de teatro, todas estas colaboraciones se retribuyeron mediante presencia en tiempo aire del Canal 22.

Por cuanto hace al ejercicio 2020 se celebraron 13 convenios de colaboración: el No. 07/01/2020 con Documental Ambulante A.C. con el convenio colaboración de difusión publicitaria y presencia en la "Gira de Documentales"; convenio No. 03/02/2020 Editorial Raíces, S.A. de C.V. con el convenio de colaboración de difusión publicitaria y presencia en la revista "Arqueología Mexicana"; convenio No. 04/02/2020 Editorial Raíces, S.A. de C.V. con el convenio de colaboración para la difusión publicitaria y presencia en la revista "Relatos e Historias en México"; convenio No. 02/02/2020 con Cuartoscuro, S. A. de C. V. permitiendo presencia en la revista "Cuartoscuro"; convenio No. 05/01/2020 con La Crónica Diaria, S. A. de C. V. consistente en generar presencia en el periódico "La Crónica"; convenio No. 03/01/2020 Demos Desarrollo de Medios, S. A. de C. V. consistente en generar presencia en el periódico "La Jornada"; 04/01/2020 El Financiero Marketing, S.A. de C.V. para difusión publicitaria, y presencia en el periódico "El Financiero"; convenio No. 05/02/2020 celebrado con Proyectos Alternativos de Comunicación, S. A. de C. V. consistente en la difusión publicitaria y presencia en la revista "Zócalo"; convenio No. 04/07/2020 celebrado con Caricaturas, Internet, Animaciones y Revistas, S. A. de C. V. para la difusión publicitaria y presencia en la revista "Chamuco"; convenio No. 01/05/2020 celebrado con la Editorial Algarabía S. A. de C. V. consistente en la difusión publicitaria y presencia en la revista "Algarabía"; convenio No. 03/08/2020 celebrado con Festival Internacional del Cine en Morelia, A.C; convenio No. 03/10/2020 celebrado con La Matatena Asociación de Cine para Niñas y Niños, A.C.; convenio No. 01/11/2020 Festival del Centro Histórico, A.C. estos últimos a efecto de generar presencia en dichos festivales para canal 22. Para todos estos convenios celebrados durante el ejercicio 2020 se promovió la presencia de las contrapartes en tiempo aire en televisión.

Durante el ejercicio 2021 se celebraron 22 convenios a cambio de tiempo en la pantalla de Canal 22 : convenio No. 04/01/202 con

“Proyectos Alternativos de Comunicación, S. A. de C. V.” para la colaboración de difusión publicitaria con presencia en la revista Zócalo; convenio No. 05/01/2021 con “El Financiero Marketing, S.A. de C.V. “para la difusión publicitaria en el periódico El Financiero, convenio No. 03/03/2021 con la Editorial “Algarabía S. A. de C. V.” para la difusión publicitaria en la revista Algarabía, convenio No. 01/03/2021 con “Caricaturas, Internet, Animaciones y Revistas, S. A. de C. V.” para la difusión publicitaria en la revista Chamuco, convenio No. 04/03/2021 con “Entretenimiento Satelital, S. A. de C. V.” para la difusión publicitaria, convenio No. 01/04/2021 con “Editorial Raíces, S.A. de C.V.” para la difusión publicitaria en la revista Arqueología Mexicana, convenio No. 02/04/2021 con “Editorial Raíces, S.A. de C.V.” para la difusión publicitaria en la revista Relatos e Historias en México, convenio No. 01/06/2021 con “Arteg Distribución, S.A. de C.V.” para la difusión publicitaria en una película, convenio No. 03/06/2021 con el “Festival Internacional del Cine en Morelia, A.C.” para la difusión publicitaria en el Festival, convenio No. 04/06/2021 con “Arte Audiovisual Alternativo A. C” para la difusión publicitaria en el Festival, convenio No. 01/07/2021 “La Matatena Asociación de Cine para Niñas y Niños, A.C.” para la difusión publicitaria en el Festival, convenio No. 06/07/2021 con “Cinemas Nueva Era, S. A. de C. V.” para la difusión publicitaria en el Festival, convenio No. 01/08/2021 con el “Patronato para el Fomento de la Educación, S.C.” para la difusión publicitaria, convenio No. 05/07/2021 con “Rising Art, A.C” para la difusión publicitaria en el Festival, convenio No. 03/08/2021 con “The Basulto Company Cinema Arts Entertainment, S.A. de C.V. “ para la difusión publicitaria en el Festival, convenio No. 05/08/2021 con la “Fundación Expresión en Corto, A.C.” para la difusión publicitaria en el Festival, convenio No. 06/08/2021 con “Documental Ambulante A.C.” para la difusión publicitaria en el Gira de Documentales , convenio No. 08/08/2021 con “Portland Latin American Film Festival” para la difusión publicitaria en el Festival, convenio No. 03/09/2021 con “La Crónica Diaria, S. A. de C. V.” para la difusión publicitaria en el periódico La Crónica, convenio No. 03/10/2021 con “Indie Pasion Arts & Festival, INC.” Para la difusión publicitarita en el Festival, convenio No. 01/08/2021 con “Patronato para el Fomento de la Educación, S.C.” para la difusión publicitaria, convenio No. 01/01/2021 con “El Financiero Marketing, S.A. de C.V.” para la difusión publicitaria en el periódico El Financiero.

Para el ejercicio fiscal 2022 la televisora celebró 18 convenios cuyo principal objetivo consistió en la difusión publicitaria en los distintos medios promovidos por las contrapartes, presencia en sus revistas (Arqueología Mexicana en México, Zócalo, Chamuco y La Crónica), festivales y promoción del Canal 22 en sus eventos, obras de teatro y documentales.

Se mencionan a continuación: convenio No. 03/01/2022 celebrado con Editorial Raíces, S.A. de C.V.; convenio No. 04/01/2022 suscrito con Editorial Raíces, S.A. de C.V.; convenio No. 05/01/2022 suscrito con Proyectos Alternativos de Comunicación, S. A. de C. V.; convenio No. 06/01/2022 celebrado con Caricaturas, Internet, Animaciones y Revistas, S. A. de C. V.; convenio No. 06/05/2022 La Crónica Diaria, S. A. de C. V.; convenio No. 07/05/2022 con Editorial Algarabía S. A. de C. V.; convenio No. 09/05/2022 celebrado con Arte Audiovisual Alternativo A. C.; convenio No. 04/06/2022 suscrito con La Matatena Asociación de Cine para Niñas y Niños, A.C.; convenio No. 09/06/2022 suscrito con Festival Internacional del Cine en Morelia, A.C. ; convenio No. 08/06/2022 celebrado con Cultura del Arte Teatral, S.C.; convenio No. 04/07/2022 suscrito con Cinemas Nueva Era, S. A. de C. V.; convenio No. 03/07/2022 Documental Ambulante A.C.; convenio No. 10/08/2022 celebrado con The Basulto Company Cinema Arts Entertainment, S.A. de C.V.; convenio No. 09/08/2022 celebrado con el Festival Internacional de Cine Documental de la Ciudad de Mexico, A.C. ; convenio No. 01/09/2022 celebrado con Portland Latin American Film Festival; convenio No. 02/09/2022 suscrito con la Universidad de Guadalajara; convenio No. 04/10/2022 celebrado con Voces Contra el Silencio, Video Independiente, A.C.; convenio No. 05/10/2022 celebrado con el Festival Internacional de Cine con Medios Alternativos, A.C. A cambio de estos beneficios para Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. – Canal 22, se proporcionó tiempo aire en pantalla como contraparte.

En el año 2023 Televisión Metropolitana celebró 15 convenios a cambio de tiempo en la pantalla de Canal 22: convenio No. 04/01/2023 con “El Financiero Marketing, S.A. de C.V.” para la difusión publicitaria en el periódico El Financiero, convenio No. 02/01/2023 con “Editorial Raíces, S.A. de C.V.” para la difusión publicitaria en la revista Arqueología Mexicana, convenio No. 03/01/2023 con “Editorial Raíces, S.A. de C.V.” para la difusión publicitaria en la revista Relatos e Historias en México, convenio No. 05/01/2023 con “Proyectos Alternativos de Comunicación, S. A. de C. V.” para la difusión publicitaria en la revista Zócalo, convenio No. 06/01/2023 con “Indie Pasion Arts & Festival, Inc.” Para la difusión publicitaria en el Festival, convenio No. 02/02/2023 con “Micmxiff, A. C.” para la difusión publicitaria en el Festival, convenio No. 03/02/2023 con “La Crónica Diaria, S. A. de C. V.” para la difusión publicitaria en el periódico La Crónica, convenio No. 04/02/2023 con “Cuartoscuro, S. A. de C. V.” para la difusión publicitaria en la revista Cuartoscuro, convenio No. 05/02/2023 con “Caricaturas, Internet, Animaciones y Revistas, S. A. de C. V.” para la difusión publicitaria, presencia en la revista

Chamuco, convenio No. 08/07/2023 con "Documental Ambulante A.C." para la difusión publicitaria en el Gira de Documentales, convenio No. 10/07/2023 con "Arte Audiovisual Alternativo A. C." para la difusión publicitaria en el Festival, convenio No. 01/07/2023 con "Cinemas Nueva Era, S. A. de C. V." para la difusión publicitaria en el Festival, convenio No. 04/08/2023 con "The Basulto Company Cinema Arts Entertainment, S.A. de C.V." para la difusión publicitaria en el Festival, convenio No. 03/08/2023 con el "Festival Internacional del Cine en Morelia, A.C" para la difusión publicitaria en el Festival, convenio No. 03/09/2023 con el "Festival Internacional de Cine Documental de la Ciudad de México, A.C" para la difusión publicitaria en el Festival.

En el ejercicio 2024 se celebraron 18 convenios a cambio de tiempo en pantalla de Canal 22: convenio No. 02/01/2024 con "Caricaturas, Internet, Animaciones y Revistas, S. A. de C. V." para la difusión publicitaria en la revista Chamuco; convenio No. 03/01/2024 con "Editorial Raíces, S.A. de C.V." para la difusión publicitaria en la revista Relatos e Historias en México; convenio No. 04/01/2024 con "Editorial Raíces, S.A. de C.V." para la difusión de publicitaria en la revista Arqueología Mexicana; convenio No. 05/01/2024 con "Proyectos Alternativos de Comunicación, S.A. de C.V." para la difusión publicitaria en la revista Zócalo; convenio No. 7/1/2024 con "Cine Chalana S.A. de C.V. para la difusión publicitaria; convenio No. 01/02/2024 con "El Financiero Marketing, S.A. de C.V." para la difusión publicitaria en el periódico El Financiero; convenio No. 02/02/2024 con "Cuartoscuro, S.A. de C.V." para la difusión publicitaria en la revista Cuartoscuro; convenio No. 04/02/2024 con "Documental Ambulante A.C." para la difusión publicitaria en la Gira de Documentales; convenio No. 05/02/2024 con "La Crónica Daria, S.A. de C.V" para la difusión publicitaria en el periódico "La Crónica"; convenio No. 1/3/2024 a celebrarse con el Instituto Estatal de Radio y Televisión Baja California Sur, convenio No. 01/04/2024 con el "Festival Internacional de Cine en Morelia, A.C" Difusión Publicitaria, presencia durante el Feria Internacional de Cine en Morelia; Convenio No. 9/4/2024 con "Creatividad en Imagen S.A. de C.V."; convenio de colaboración No. 1/5/2024 con "Cinema El Solar"; convenio No. 4/5/2024 con "Cadena Empresarial"; convenio No. 5/5/2024 con "Radio Educación" convenio No. 05/05/2024 con el "Centro Creativo y de Reinserción Mi Valedor, A.C." Difusión Publicitaria en la revista Mi Valedor; convenio No. 02/06/2024 con "Cinemas Nueva Era, S.A. de C.V. Difusión Publicitaria en Tour de Cine Frances; convenio No. 02/06/2024 con "Cinemas Nueva Era, S.A. de C.V. Difusión Publicitaria en Tour de Cine Frances.

Convenios de colaboración en materia de producción

En materia de producción y coproducción Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. celebró con distintas instituciones y entidades colaboraciones. Durante el 2018 se reportaron 2 convenios: No. 3/4/2018 con Creatividad en Imagen, S.A de C.V. con quien se realizó de 26 programas y una serie denominada "Pantalla de Cristal"; y convenio No. 9/7/2018 con la Universidad del Valle de México, S.C. para la coproducción de 1 documental titulado "La tierra está sonando, conversaciones con Dolores Castro".

Para el ejercicio 2019 se celebraron 5 convenios con distintas instituciones y entidades como son: No. 15/4/2019 suscrito con Creatividad en Imagen S.A. de C.V. con quien se realizó una coproducción para la elaboración de una serie de televisión titulada "Pantalla de Cristal" que consta de 26 programas de 26 minutos cada uno; convenio No. 20/4/2019 celebrado con la Universidad Nacional Autónoma de México para la coproducción y realización la serie denominada, "El Chamuco TV, 3ª Temporada"; convenio con la Universidad Nacional Autónoma de México para la coproducción de la serie denominada, "El Chamuco TV, 4ª Temporada"; convenio No. 14/8/2019 celebrado con Editorial Algarabía, S.A. de C.V. para la coproducción de 15 programas de la serie denominada, "Algarabía TV"; convenio No. 1/11/2019 con Montanha Russa Cinematografica LTDA para la coproducción de la serie televisiva titulada "Amores cubanos antes 80 destinos", que consta de 13 capítulos y convenio No. 30/11/2019 con Icon Copy Lab S.A. de C.V. para la coproducción de la obra audiovisual por encargo denominada "La ruta de la trata".

Para el ejercicio 2020 se celebraron 7 convenios de colaboración en materia de producción y coproducción, el primero de ellos con No. 14/1/2020 con la Universidad Nacional Autónoma de México para la coproducción de 15 programas de la serie de televisión titulada "El Chamuco TV 5a Temporada"; convenio No. 15/1/2020 con Editorial Algarabía S.A. de C.V. para la coproducción de 30 episodios de una serie de televisión titulada "Algarabía TV temporada 2"; convenio No. 16/1/2020 con Creatividad en imagen Coproducción de la serie de televisión titulada "Pantalla de Cristal" que consta de 26 programas; convenio No. 4/10/2020 con La Universidad Nacional Autónoma de México para la realización de 3 episodios de la serie "El Proyecto Cultural del Neoliberalismo"; convenio no. 1/6/2020 con La Universidad Nacional Autónoma de México para la coproducción de 15 programas de la serie de televisión titulada "El Chamuco TV 6a Temporada"; convenio No. 1/6/2020 A con La Universidad Nacional Autónoma de México para la coproducción de 2 programas de la serie de televisión titulada "El Chamuco TV 6a Temporada" y convenio No. 4/9/2020 con Pacto Audiovisual Productores Asociados

LTDA para la realización de la coproducción de 1 episodio de la serie televisiva titulada "Lobo du lobo" (El lobo del lobo).

Para el ejercicio 2021 se celebraron 8 convenios para la coproducción de diversos programas como son el convenio No. 10/1/2021 con la Universidad Nacional Autónoma de México - el Instituto Politécnico Nacional - Televisión Metropolitana S.A. de C.V. para la realización de 15 programas de la serie denominada "El Chamuco TV, 7ª Temporada"; convenio No. 4/2/2021 con Creatividad en Imagen, S.A. de C.V. consistente en la coproducción de 26 programas de la serie denominada, "Pantalla de Cristal"; convenio No. 5/2/2021 con Editorial Algarabía S.A. de C.V. para la coproducción de 30 programas de la serie denominada, "Algarabía TV"; convenio No. 10/4/2021 con Sopa de Pato Producciones S.A. de C.V. y TV4 Guanajuato consistente en la coproducción para la realización de un documental denominado, "María Izquierdo, Mujer y Artista". Asimismo, se celebró el convenio No. 4/5/2021 con la Universidad Nacional Autónoma de México - el Instituto Politécnico Nacional - Televisión Metropolitana S.A. de C.V. para la realización de 15 programas de la serie denominada "El Chamuco TV Temporada 8"; convenio No. 4/5/2021^a con la Universidad Nacional Autónoma de México - el Instituto Politécnico Nacional - Televisión Metropolitana S.A. de C.V. para la realización de 15 programas de la serie denominada "El Chamuco TV Temporada 8"; convenio No. 9/8/2021 celebrado con Águila o Sol Producciones S.A. de C.V. consistente en la coproducción de un documental titulado "Los Guadalupe. Una sociedad secreta en la Independencia"; convenio No. 4/8/2021 suscrito con Luis Fernando Gallardo León para la coproducción de un documental histórico denominado "La Conquista de Tenochtitlan. Un nuevo relato" y convenio No. CODC/OJ1/206/2021 con la Universidad Nacional Autónoma de México - el Instituto Politécnico Nacional - Televisión Metropolitana S.A. de C.V. para la realización de 15 programas de la serie denominada "El Chamuco TV Temporada 9".

Durante el ejercicio 2022 se celebraron 13 convenios respecto a coproducción: No. CONV-COL-XEIPN-001-2022 y CODC/OJ1/004/2022 con la Universidad Nacional Autónoma de México - el Instituto Politécnico Nacional para la elaboración de la serie "El Chamuco TV" con 15 programas; convenio No. I 4-2-2022 con Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano y corporación Canal Universitario Nacional Zoom consistente en la coproducción del documental titulado "El cine también nos une"; convenio No. 2/3/2022 con Creatividad en Imagen, S.A. de C.V. realización de 26 programas de la serie denominada "Pantalla de Cristal"; convenio No. 3/3/2022 Editorial Algarabía S.A. de C.V. para la realización de 30 programas de la serie "Algarabía TV, temporada 4"; convenio No. 4/3/2022 con Yanes Casting y Producciones S.A. de C.V. y TV UNAM para la realización de la coproducción de 12 programas de la serie de televisión titulada "#Persona"; convenio No. 11/5/2022 con Sirena Films, S.C. para la coproducción de una serie documental denominada "Jazz en la Portales"; convenio No. 5/6/2022 con Komin Zun, S.C. y TV UNAM para la coproducción de la serie titulada "Léemelo", que consta de 15 programas; convenio No. 8/8/2022 celebrado con Sopa de Pato Producciones, S.A. de C.V. para la coproducción de un documental titulado "Cervantino 50. Cinco décadas de la fiesta del espíritu".

También se celebró el convenio No. 1/10/2022 con la Fundación Casa de México en España para la coproducción de una serie documental denominada "Conversaciones trasatlánticas"; convenio No. 7/6/2022 con el Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT) para establecer las bases y mecanismos conforme a las cuales las "Partes" unirán sus esfuerzos recursos y capacidades, para promover e incrementar el desarrollo científico, tecnológico y de innovación en el ámbito de sus respectivas competencias, así como promover los objetivos y actividades de cada una, en beneficio del país y de la población mexicana en general; convenio No. 10/6/2022 con la CONAHCYT con la colaboración para establecer los mecanismos de participación entre los coproductores para realizar el financiamiento de la realización de la Obra Audiovisual denominada "La Oveja Eléctrica, Temporada 17"; convenio CONV-COL-XEIPN-004-2022 y CODC/OJ2/101/2022 con la Universidad Nacional Autónoma de México - el Instituto Politécnico Nacional para la coproducción de 15 programas de la serie denominada, "El Chamuco TV, Temporada 11"; convenios No. CODC/OJ2/237/2022; CONV-COL-XEIPN-025-2022 y 15/8/2022 con la Universidad Nacional Autónoma de México - el Instituto Politécnico Nacional para la coproducción de 15 programas de la serie denominada, "El Chamuco TV, Temporada 12".

Para el ejercicio 2023 se celebraron 10 convenios de colaboración para la coproducción de series y programas tales como el convenio No. 8/1/2023 con la Universidad Nacional Autónoma de México y el Instituto Politécnico Nacional para la coproducción de 13 programas de la serie denominada, "El Chamuco TV, 13ª Temporada", convenio No. 9/3/2023 con Creatividad en Imagen S.A. de C.V. para la coproducción de 26 programas de la serie denominada, "Pantalla de Cristal"; convenio No. 10/3/2023 con la Universidad Nacional Autónoma de México a través de TV UNAM para establecer los mecanismos de colaboración y participación entre la Universidad Nacional Autónoma de México a través de TV UNAM, Yanes Casting y Producciones, S.A. de C.V. y Televisión Metropolitana S.A. de C.V.; convenio No. 11/3/2023 con Fideicomiso para la Promoción y Desarrollo del Cine Mexicano en la Ciudad de México

(PROCINECDMX) para la realización de 13 programas de la serie denominada, "Cine en la ciudad"; convenio No. 14/3/2023 con la Universidad Nacional Autónoma de México a través de TV UNAM para establecer los mecanismos de colaboración y participación entre la Universidad Nacional Autónoma de México a través de TV UNAM, KOMIN ZUN SC y Televisión Metropolitana S.A. de C.V.; convenio No. 6/4/2023 con la Universidad Nacional Autónoma de México y el Instituto Politécnico Nacional para la coproducción de 13 programas de la serie denominada, "El Chamuco TV, 14ª Temporada", convenio No. 6/6/2023 con Guillermo Monte Mayor para la realización de corrección de color y postproducción de sonido en especie para el documental titulado: "Hermenegildo Bustos... de aficionado pintó"; convenio No. 7/6/2023 con Fundación Friedrich Ebert y SPR para la coproducción de la serie denominada "Acuerpémonos con equidad", que consta de 14 episodios; convenio 9/6/2023 con la Editorial Algarabía S.A. de C.V. para la coproducción de 20 programas de la serie denominada, "Algarabía TV, 5ª temporada" y los convenios No. CDC/OJ2/202/2023 y No. CONV-COL-XIPN-014-2023 con la Universidad Nacional Autónoma de México y el Instituto Politécnico Nacional para la coproducción de 13 programas de la serie denominada, "El Chamuco TV, 15ª Temporada".

Convenios de colaboración en materia de programación

En la dirección de Programación durante los ejercicios 2018 al 2023 celebraron un total de 55 convenios en los que se destacan por la colaboración, intercambio y apoyo mutuo con las diferentes dependencias, entidades o personas con la que se celebraron.

En el año 2018 se celebraron 10 convenios: convenio No. 17/02/2018 con "Radiotelevisión de Veracruz" logrando la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 01/02/2018 con la Universidad Veracruzana (TELEUV) para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 10/09/2018 con "Universidad Veracruzana (TELEUV)" y "Radiotelevisión de Veracruz" para la coproducción de la serie "500 años Veracruz, cara a cara con su historia" que consta de 12 episodios de 50 minutos cada uno, convenio No. 4/10/2018 con "Televisión de América Latina (TAL)" para el Intercambio de contenidos de canales educativos y culturales asociados de la comunidad latinoamericana, convenio No. 02/08/2018 con la "Universidad Nacional de Colombia" para el intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 06/05/2018 con el "Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE)" para el Intercambio de 54 producciones del Canal por 52 películas del IMCINE, convenio No. 09/03/2018 con "PROTOVECKA" para transmisión de programas: Los anillos del arte, Serie de producción artística contemporánea, Serie ópera contemporánea, convenio por medio del Acuerdo de licencia de transmisión No exclusiva 8/9/2018 "FUNDACIÓN JAPÓN" para la autorización de transmisión por de tres años de dos series familiares equivalentes a un aproximado de 80 horas de programación, convenio por medio del acuerdo de licencia de transmisión No exclusiva 1/10/2018 con "FUNDACIÓN JAPÓN" para la autorización de transmisión por dos y tres años de 9 series y unitarios de temática relacionada con naturaleza, viajes, gastronomía, infantiles, anime para adolescentes e historia, equivalentes a más de 100 horas de programación, convenio por medio del Acuerdo de transmisión 3/10/2018 con "FUNDACIÓN JAPÓN" para la autorización de transmisión por uno y dos años de 3 series para niños y adolescentes equivalentes a más de 30 horas de programación.

En el ejercicio 2019, Canal 22 celebró 9 convenios: convenio No. 07/10/2019 con "Corporación Canal Universitario Zoom (Colombia)" para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 01/03/2019 con "TELEMEDELLIN (Colombia)" para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 28/11/2019 con "Radiotelevisione Italiana-RAI (Italia)" para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 1 6/8/2019 con "FUNDACIÓN JAPÓN" para la autorización de transmisión de material audiovisual, equivalente a 16 horas aproximadas de programación aunado al convenio 1 7/8/2019 con el misma dependencia para la autorización de transmisión de material audiovisual, equivalente a 1.5 horas aproximadas de programación, renovación de convenio No. 15/2/2019 A con "Radio y Televisión de Aguascalientes" para colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 03/12/2019 con "SISTEMA TELE YUCATÁN" para celebrar el intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio 24/5/2019 con "ESTACIÓN DE TELEVISIÓN XEIPN CANAL ONCE" para intercambiar contenidos audiovisuales infantiles, equivalentes a 11 horas de programación y el convenio No.

18/9/2019 con el "Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE)" para el intercambio de 71 producciones del Canal por 55 películas del IMCINE.

Durante el año 2020 se celebraron 6 convenios por parte de la dirección de programación: convenio No. 04/03/2020 con "Coahuila Radio y Televisión" para el intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 04/05/2020 con "Filmoteca de la UNAM" para la autorización de transmisión de diversas obras cinematográficas nacionales, equivalente a 21.5 horas aproximadas de programación, convenio No. 02/08/2020 con "ATEI" para la autorización de transmisión de material audiovisual, equivalente a 73.5 horas aproximadas de programación, convenio No.01/01/2020 con "FUNDACIÓN JAPÓN" para la autorización de transmisión de material audiovisual, equivalente a 28 horas aproximadas de programación, convenio No. 01/08/2020 con "FUNDACIÓN JAPÓN" para la autorización de transmisión de material audiovisual, equivalente a 46 horas aproximadas de programación, convenio No. 01/10/2020 con "FUNDACIÓN JAPÓN" para la autorización de transmisión de material audiovisual, equivalente a 37.5 horas aproximadas de programación.

En el ejercicio 2021 se celebraron 9 convenios: convenio No. 03/12/2021 con el "Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE)" para el intercambio de 71 producciones del Canal 22 por 54 películas del IMCINE, convenio No. 01/02/2021 con la "Universidad Autónoma de Querétaro" para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 02/02/2021 con "ATEI" para la autorización de transmisión de material audiovisual, equivalente a 6.5 horas aproximadas de programación, convenio No. 02/03/2021 con "ATEI" para la autorización de contenidos de Canal 22 para los socios de ATEI, equivalente a 63 horas aproximadas de programación, convenio No. 02/10/2021 con "ATEI" para la autorización de contenidos de Canal 22 para los socios de ATEI, de sus producciones ganadoras en el concurso CRE@TEI 2021, equivalente a 28.5 horas aproximadas de programación, convenio No. 04/04/2021 con "FUNDACIÓN JAPÓN" para la autorización de transmisión de material audiovisual, equivalente a 77.5 horas aproximadas de programación, convenio No. 01/09/2021 con "FUNDACIÓN JAPÓN" para la autorización de transmisión de material audiovisual, equivalente a 3 horas aproximadas de programación, convenio No. 01/11/2021 con "FUNDACIÓN JAPÓN" para la autorización de transmisión de material audiovisual, equivalente a 53 horas aproximadas de programación, convenio No. 06/02/2021 con la "Universidad Veracruzana" (TELEUV) para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 02/06/2023 con la "Universidad Autónoma de Chiapas" para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 06/03/2023 con "Canal Once" para la autorización de transmisión del material audiovisual "Ven Acá... con Eugenia León", equivalente a 13 horas aproximadas de programación, convenio No. 03/05/2023 con el "Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE)" para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 02/07/2023 con el "Instituto de Preservación y Fomento del Bolero en México" para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 06/07/2023 con "Sistema Estatal de Telecomunicaciones de Puebla" para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No.09/04/2023 con la "Universidad Autónoma de San Luis Potosí" para una colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 06/05/2023 con la "Universidad Olmeca" para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 01/06/2023 con la "Universidad Popular de Chontalpa" para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No.04/06/2023 con la "Universidad Juárez Autónoma de Tabasco" para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 05/05/2023 con la "Secretaría de Cultura del Gobierno de Tabasco" para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No.1/11/2023 con la "Coordinación de Radio, Cine y Televisión de Tlaxcala" para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 5/4/2023 con la "Universidad Veracruzana" (TELEUV) para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución,

principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 1/9/2023 con “Radiotelevisión de Veracruz” para la colaboración, intercambio y apoyo mutuo en la competencia de cada institución, principalmente autorización de materiales audiovisuales de las partes, convenio No. 3/6/2023 con la “Universidad Veracruzana” (TELEUV) con el convenio Específico para la participación de músicos en los eventos de aniversario de Canal 22, convenio No. 10/5/2023 con “ATEI” para la autorización de transmisión de material audiovisual, equivalente a 227 horas aproximadas de programación, así como el convenio No. 11/5/2023 con la misma empresa para la autorización de contenidos de Canal 22 para los socios de ATEI, equivalente a 31 horas aproximadas de programación, convenio No. 1/8/2023 “ATEI” para la autorización de contenidos de Canal 22 para los socios de ATEI, de sus producciones ganadoras en el concurso CRE@TEI 2021, equivalente a una hora aproximada de programación aunado al convenio No. 1/8/2023 con la misma empresa para la autorización de contenidos de Canal 22 para los socios de ATEI, de sus producciones ganadoras en el concurso CRE@TEI 2021, equivalente a 6.5 horas aproximadas de programación.

b) Los procesos de desincorporación de entidades paraestatales, en sus diferentes modalidades, mencionando los impactos presupuestales y laborales de los mismos, explicando las razones de haber llevado a cabo dichos procesos.

Televisión Metropolitana, S.A de C.V. no cuenta con procesos de desincorporación.

c) La relación de litigios o procedimientos en trámite ante otras autoridades, el monto estimado al que asciende de ser el caso, las acciones realizadas, su estado y la prioridad de atención.

Procesos y procedimientos jurídicos

Laborales

La Entidad cuenta con 39 demandas laborales de las cuales 26 demandan Reinstalación; 11 Indemnización Constitucional; 1 Indemnización por fallecimiento y 1 por Pago de Prestaciones. Se da el seguimiento procesal según la etapa que corresponde a cada una de las demandas, ante la Junta Especial No. 2 de la Federal de Conciliación y Arbitraje y ante los Tribunales Federales Laborales de Asuntos Individuales con sede en la Ciudad de México. Se han celebrado un total de 62 Convenios de Conciliación y/o Convenios de Terminación de la Relación Laboral, ante el Centro Federal de Conciliación y Registro Laboral, mientras que en el periodo comprendido del 01 al 31 de julio de 2024 se celebró 6 Convenios, estando en trámite 1 durante el referido periodo. Actualmente se cuenta con un pasivo laboral aproximado de 3.4 mdp, toda vez que, dependerá de la cuantificación final en la ejecución.

Juicios Especiales de Fianzas

Actualmente se cuentan con 2 juicios en trámite ante los Juzgados de Distrito con número de expedientes 375/2019 y 121/2020.

Juicios de Nulidad

Actualmente se encuentran en trámite 6 juicios contenciosos administrativos ante el Tribunal Federal de Justicia Administrativa: 16849/21-17-08-6; 28532/21-17-01-4; 28533/21-17-07-1; 16478/22-17-02-09; 15452/22-17-11-9; 15363/21-17-14-3.

Denuncias Penales

La Entidad ha presentado 3 denuncias penales ante la Fiscalía General de la República, con los siguientes número de Carpeta de Investigación: 094/2022; 125/2023; y, 235/2024.

IX. Relación de las observaciones de auditorías realizadas por las diferentes instancias de fiscalización que se encuentren en proceso de atención

Con relación a las observaciones determinadas en el periodo del 1° de enero al 30 de junio de 2024 por el Área de Especialidad de Fiscalización en el Ramo Cultura se tienen pendientes únicamente las siguientes observaciones:

1.No. de observación: 01/2024/01

Breve descripción: Falta de evidencia que acredite el cumplimiento a las funciones de la Dirección de Asuntos Jurídicos establecidas en el Manual de Organización.

Antigüedad: 4 meses

2.No. de observación: 01/2024/02

Breve descripción: Inadecuado control e inoportuna defensa jurídica en los asuntos contenciosos en que sea parte la Entidad

Antigüedad: 4 meses

Así mismo, con relación a los hallazgos determinados por el Despacho de Auditoría Externa, se tiene lo siguiente:

1. No. de hallazgo: 01

Breve descripción: Falta de evidencia que acredite la presentación de la fianza por parte del proveedor del contrato TM-2023/01/10/INV.

Antigüedad: 3 meses

X. Identificación y situación en que se encuentre la clasificación del archivo institucional

En la primera sesión ordinaria del 2018 del Comité de Transparencia, se presentó la actualización de la Guía simple de archivos del ejercicio 2017, avance en la organización de los archivos al cierre del 2017, Plan Anual de Desarrollo archivístico para el ejercicio 2018, las políticas y criterios para la organización y conservación de los archivos de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., resultado del Plan Anual de Desarrollo Archivístico 2017, Calendario de transparencias primaria para el ejercicio 2018 de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.

El 23 de julio de 2018, se celebró un contrato de prestación de servicios de apoyo en la organización y conservación de los archivos con el Archivo General de la Nación (AGN), llevando a cabo las siguientes actividades:

- Elaboración del Diagnóstico de la situación archivística actual del Canal 22.
- Actualización en el uso de herramientas archivísticas.
- Acompañamiento para el expurgo, etiquetado, clasificado y ordenamiento de expedientes del Archivo de Concentración.
- Actualización y acompañamiento para el uso e implementación del sistema de Administración de Archivos

Como resultado de los trabajos realizados en conjunto con el AGN, se obtuvo lo siguiente:

- Diagnóstico del Sistema de Gestión Documental.
- Capacitación denominada "Actualización en el Uso de Herramientas Archivísticas" para todo el personal encargado en la administración y conservación de los archivos en la televisora.
- Valoración documental de los expedientes resguardados en el Archivo de Concentración, obteniendo una relación de la tipología y volumen de los documentos de comprobación administrativa inmediata y apoyo informativo
- Implementación del Sistema de Administración de Archivos donado por el AGN, asimismo se impartió un curso para los responsables del Archivo de Trámite (RAT), para su uso y manejo.

El 29 de agosto de 2018, el Archivo General de la Nación (AGN) notificó a Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., el dictamen de destino final de la baja documental contable en original de las pólizas correspondiente al periodo de 1992 a 1997 conformado por 490 expedientes, contenidos en 56 cajas, con oficio de autorización núm. 309-A-II-a-017/2016 de fecha 08 de marzo de 2016 emitido por la Unidad de Contabilidad Gubernamental de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Asimismo, se realizaron las gestiones necesarias para que la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG) proporcionara a la televisora 10 contenedores para papel reciclado, mismos que fueron distribuidos por las diferentes áreas de la televisora, durante este ejercicio se realizó la donación de 4, 130 kilos de papel, de los cuales 2,140 kilogramos corresponden a la baja documental, 1,030 a la documentación de comprobación administrativa inmediata y 960 kilogramos a residuo de papel.

En el mes de octubre Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., se obtuvo la validación del Catálogo de Disposición Documental (CADIDO) por el AGN mediante dictamen número DV/082/18.

Con relación al ejercicio 2019, en la primera sesión ordinaria del Comité de Transparencia se presentó el avance obtenido en la organización y conservación de los archivos durante el ejercicio 2018, actualización de la Guía Simple de Archivos 2018, Plan Anual de Desarrollo Archivístico 2019. Calendario anual de Transferencias Documentales para el 2019 y el informe del Plan Anual de Desarrollo 2018. Se llevó a cabo la eliminación de 46 cajas correspondientes a documentación de comprobación administrativa inmediata (DACI) de las diversas áreas que integran la televisora.

Se realizaron varias donaciones a la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG) de 2,040 kilogramos de los cuales 960 kilogramos son de papel reciclado y 1080 son de la (DACI)

En el 2020, se realizó una reunión de Trabajo con la Subdirección General Técnica y Operativa sobre la organización y conservación de los expedientes generados y las series que les aplicaban.

Se elaboró la Guía simple correspondiente al ejercicio 2019, informe del Plan Anual Desarrollo Archivístico 2019, Plan Anual Desarrollo Archivístico 2020, Calendario de Transferencia 2020, informe sobre la organización de los archivos en el ejercicio 2019 y la guía Simple de Archivos correspondiente al 2019.

En el ejercicio 2021 para continuar con el cumplimiento de la Ley General de Archivos y la normatividad aplicable se realizó la actualización de los integrantes del Sistema Institucional de Archivos, mediante las designaciones y ratificaciones correspondientes. Se cumplió con el informe del Plan Anual Desarrollo Archivístico 2020, Plan Anual Desarrollo Archivístico 2021, Calendario de Transferencia 2021 y la guía Simple de Archivos correspondiente al 2020.

Se participó en el registro en el Censo Nacional de Gobierno Federal 2021, se trabajó con el Archivo General de la Nación con las solicitudes de bajas documentales pendientes desde el 2017 y 2018.

Para el 2022, de conformidad con la normatividad archivística, se realizaron las designaciones de los integrantes del Sistema Institucional de Archivos, se realizaron las Reglas de Operación del Grupo Interdisciplinario de Archivos, informe del Plan Anual Desarrollo Archivístico 2021, Plan Anual Desarrollo Archivístico 2022, Calendario de Transferencia 2022 y la guía Simple de Archivos correspondiente al 2021, se participó en el Registro Nacional de Archivos.

Se presentó ante el Archivo General de la Nación 42 solicitudes de Baja documental de las cuales fueron aprobadas 13 y se llevó a cabo la eliminación de documentación de comprobación administrativa inmediata

Se realizó la donación de papel a la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG) de 770 kilogramos

Como cada año en el 2023, se realizó el informe del Plan Anual Desarrollo Archivístico 2022, Plan Anual Desarrollo Archivístico 2023, Calendario de Transferencia 2023 y la guía Simple de Archivos correspondiente al 2022, se realizó el refrendo en el Registro Nacional de Archivos.

Se presentaron ante el Archivo General de la Nación 54 solicitudes de baja documental, de las cuales se han obtenido 13 dictámenes favorables y están pendiente 41 de dictaminación por el AGN.

Se formalizó el contrato de donación de papel con la CONALITEG, se llevó a cabo la donación 2,580 kilogramos de papel a la CONALITEG, de los cuales 630 kilogramos fueron de papel reciclado, 1,150 de las bajas autorizadas en el 2022, 800 kilogramos de documentación de comprobación administrativa inmediata

En el mes de enero del 2024, se actualizó de las designaciones del Coordinador de Archivos, responsable del Archivo de Concentración, responsables del Archivo de Trámite y unidad de Correspondencia mimos que fueron notificado al AGN, se realizó el informe anual del Plan Anual de Desarrollo Archivístico correspondiente al ejercicio 2023, Calendario de Transferencias 2024, Programa de capacitación para 2024 y el Plan Anual de Desarrollo Archivístico para el ejercicio 2024, con relación a los instrumentos de consulta se actualizaron la Guía Simple de Archivos y los inventarios generales de archivos con información al 31 de diciembre de 2023 es importante mencionar que la información fue proporcionada por cada una de las Unidades Administrativas que conforman la televisora, lo antes mencionados documentos pueden ser consultados en el siguiente enlace <https://normatividadinterna.canal22.org.mx/archivistica/> asimismo el 29 de enero se realizó la donación de 200 kg de papel reciclado (cesto) a la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG)

Con relación a los instrumentos de consulta se realizó la actualización correspondiente del Cuadro General de Clasificación Archivística y Catálogo de Disposición Documental, fueron presentados al Grupo Interdisciplinario de Archivos de Canal 22 para su visto bueno en la primera sesión extraordinaria celebrada el 27 de febrero del año en curso, y fue remitido al Archivo General de la Nación (AGN) para su registro y validación.

Así mismo se recibieron por parte del AGN 16 dictámenes de baja documental procedentes para realizar la eliminación de la documentación por lo que la Coordinación de Archivos se encuentra trabajando en la logística para realzar la desincorporación de los expedientes y entrega del papel archivo al CONALITEG

En el mes de marzo las nuevas personas que fueron designadas como responsables del Archivo de Trámite, realizaron un curso de capacitación en materia de archivos con la finalidad de que obtengan los conocimientos necesarios para poder realizar las actividades archivísticas

Durante el mes de abril se solicitó a los responsables del Archivo de Trámite de la Televisora, reportaran a la Coordinación de Archivos sus inventarios al primer trimestre del año en curso, se participó en el Censo Nacional de Gobierno Federal 2023.

Así mismo, con el objeto de cumplir con las obligaciones de transparencia establecidas en el artículo 70 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, se realizó la actualización de las fracciones XLV a. b y c.

Se llevó a cabo la elaboración de los formatos establecidos por el Archivo General de la Nación para solicitar 40 bajas documentales, esto con la finalidad de obtener espacio para realizar las transferencias primaria en tiempo y forma de conformidad con los establecido en el Calendario Anual de Transparencias y Bajas Documentales 2024 de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V

Durante el mes de mayo la Coordinación de Archivos trabajo conjuntamente con las áreas administrativas de la televisora, en la eliminación de Documentación de Comprobación Administrativa Inmediata, en la cual participaron la Dirección General, Subdirección General de Administración y Finanzas, Subdirección General Técnica y Operativa, Gerencia de Tecnologías de la información y Coordinación de Archivos, correspondiente a 150 kilogramos los cuales fueron donados a la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos "CONALITEG". Se realizaron 9 difusiones en materia de archivos mediante el correo de avisos institucional de la Canal 22. En el mes de junio se llevó a cabo la segunda sesión extraordinaria de Grupo Interdisciplinario de Archivos (GIA), en la cual se presentó los formatos para solicitar ante el AGN 40 solicitudes de baja documental mismas que se les otorgo el visto bueno por el GIA que fueron aprobadas, así mismo se presentó un avance de las acciones realizadas de enero a junio en el Plan Anual de Desarrollo Archivístico, llevó a cabo la actualización de la "Guía para realizar transferencias primarias", se realizaron 10 difusiones en materia de archivos mediante el correo de avisos institucional de la Canal 22, la Coordinación de Archivos realizó 8 transferencias primarias de los archivos que obran en esta, se les invitó a los responsables del archivo de trámite realizar los siguientes cursos Cumplimiento de la Ley General de Archivos y Normatividad en Materia de Archivos, Elaboración del Cuadro General de Clasificación Archivística y Catalogo de Disposición Documental, Unidad de Correspondencia y Control de Gestión Documental, Procesos Técnicos del Archivo de Trámite, Procesos Técnicos del Archivo de Concentración, Procesos Técnicos del Archivo Histórico, Valoración Documental y Grupo Interdisciplinario, Trámite de Dictamen de Destino Final, Bajas Documentales y Transferencias Secundarias. Durante el mes de Julio, se llevó a cabo 8 transferencias primarias de la Coordinación de Archivos al Archivo de Concentración, mediante correo electrónico se invitó a los Responsables del Archivo de Trámite a realizar los cursos de capacitación que se encuentran en la plataforma de capacitación del Archivo General de la Nación, la Coordinación de Archivos solicitó a los Responsables del Archivo de Trámite la actualización del inventario de archivos de trámite al segundo trimestre del presente ejercicio, se trabajó en la actualización de la Guía para realizar transferencias primarias con la finalidad de que este documento sea un Lineamiento.

La gestión y el universo total de los archivos de la Entidad, durante el periodo 2018–2024 se consolidan y agrupan en la Guía de Archivo Documental 2023. Anexo 33. Es importante aclarar que la actualización de los expedientes en dicha guía para el ejercicio 2024, se encuentra en proceso de elaboración.

XI. Informe del grado de cumplimiento de las disposiciones en materia de datos abiertos, ética e integridad pública, padrones de beneficiarios de programas gubernamentales y transparencia y acceso a la información pública

Datos Abiertos

A partir de la implementación de la "Política de Transparencia, Gobierno Abierto y Datos Abiertos de la Administración Pública Federal 2021-2024", Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., apoyado de la Persona Titular de la Unidad de Transparencia así como de la Persona Titular de la Gerencia de Tecnologías de la Información, ha realizado la publicación de Datos Abiertos dentro del Sistema Adela, la plataforma para publicar en datos.gob.mx y darle seguimiento al cumplimiento de la Política de Datos Abiertos en la Institución <https://datos.gob.mx/busca/organization/canal-22>. No se omite manifestar que Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. realizó estrategias de comunicación digital, a fin de dar a conocer a la ciudadanía la disponibilidad de nuevos recursos de Datos Abiertos, en especial, los de alto valor, para impulsar su consulta y uso, situación que calificó la Secretaría de la Función Público con un grado de cumplimiento del 100%. Asimismo, mantenemos el cumplimiento puntual en la publicación de Datos Abiertos dentro del sistema.

Transparencia

Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., siguiendo los preceptos y controles para facilitar el logro de las metas y objetivos, tuvo un porcentaje de cumplimiento de las obligaciones de transparencia del 100% durante el ejercicio 2019 quedando en espera de una

próxima revisión vinculante por parte del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI). Asimismo, tomando como guía la directriz de la prevalencia del interés público, Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., ha realizado la publicación de datos abiertos en atención a la Política de Transparencia, Gobierno Abierto y Datos Abiertos de la Administración Pública Federal 2021-2024”, publicado en el DOF el 30 de junio de 2021.

Acceso a la Información

Del 1 de diciembre de 2018 al 31 de julio de 2024 se recibieron un total de 464 solicitudes para su atención. De este universo, 462 solicitudes fueron de acceso a la información, 2 solicitudes fueron de prueba por la entrada en vigor del nuevo Sistema de Solicitudes de Acceso a la Información (SISAI), no se recibieron solicitudes de ejercicio de derechos de acceso, rectificación, cancelación u oposición (derechos ARCO). Los asuntos de mayor recurrencia fueron: información generada por el sujeto obligado, resultado de las actividades sustantivas de la Entidad y los bienes adquiridos por la misma.

Ética e integridad pública

Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., durante los años 2018 al 2023 ha desarrollado múltiples actividades para la mejora de la ética pública. Entre las actividades a destacar es la capacitación constante en temas de integridad pública; respeto a los derechos humanos; conflicto de intereses; acoso y/o hostigamiento sexual; entre otros. Difusiones enviadas a través de avisos al personal e infografías colocadas al interior de la entidad. Asimismo, Canal 22 cuenta con una página de normatividad interna localizada en: https://normatividadinterna.canal22.org.mx/comite_etica.html

Durante cada año sesiona de manera trimestral cuatro veces al año y cada año realiza un informe anual de actividades dando cumplimiento con todas las actividades que solicita la Secretaría de Función Pública, así como la Secretaría de Cultura. A la fecha, Canal 22 sigue trabajando en la actualización de la normatividad ética y cada una de las actividades está reportada en el Sistema de Seguimiento, Evaluación y Coordinación de las actividades de los Comités de Ética (SSECCOE) donde se podrán consultar dicha información.

Durante cada trimestre se le da seguimiento al Programa Anual de Trabajo 2024, asimismo se han solicitado capacitaciones en los siguientes temas:

Curso de Capacitación

“Violencia Política contra las mujeres en razón de género”, “Administración Pública Federal libre de Violencia. Combate al acoso y al hostigamiento sexual”, “Los conflictos de intereses en el servicio público”, “Sistema de ciudadanos alertadores internos de la corrupción”, Inducción a la perspectiva de género en la Administración Pública Federal”, “Enfoque de derechos humanos en el servicio público” y “Lenguaje Ciudadano”.

Difusiones:

- Día de la Mujer
- Faltas Administrativas
- Indicadores de Ética
- Micrositio Ética Pública
- Principios de Respeto y Obligaciones de corresponsabilidad.
- Proigualdad y no discriminación
- Protocolo discriminación
- Regla de integridad de Control Interno
- Uso de Lenguaje incluyente y no sexista
- Lenguaje incluyente.
- Se ha difundido la liga interna de la normatividad en materia de Ética: https://normatividadinterna.canal22.org.mx/comite_etica.html, donde pueden consultar toda la normativa actual.

Presentación y, en su caso, aprobación del informe ejecutivo de denuncias

Se informa que, en lo que lleva el ejercicio 2024, se han recibido 9 denuncias, a las cuales se les ha dado atención y seguimiento de acuerdo con los lineamientos de los Comités de Ética, a través de las siguientes acciones:

- CE-TVMETRO-001-2024, recibida el 10 de enero de 2024, con determinación de cierre el 7 de mayo de 2024, Se ordenó la conclusión

del asunto y se declara procedente la denuncia CE-TVMETRO-000001-2024, ya que hay un incumplimiento al artículo 14 del Código de Ética de la Administración Pública Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 8 de febrero de 2022. Y se acreditó el curso que se le solicitó al denunciado como medida de seguimiento.

- CE-TVMETRO-002-2024, recibida el 15 de enero de 2024, mediante correo electrónico. Se ordenó la conclusión del asunto en que se actúa, en virtud de que no se cuenta con los elementos para acreditar que con motivo de los hechos denunciados pueda configurarse vulneración a los principios, valores o reglas de integridad, del Código de Ética o del Código de Conducta de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.
- CE-TVMETRO-003-2024, recibida el 18 de enero de 2024. Se ordenó la conclusión del procedimiento en razón de que la denunciante, no presentó pruebas, evidencia ni testigos que respalden la veracidad de su dicho de fecha 8 de enero de 2024.
- CE-TVMETRO-004-2024, recibida el 18 de enero de 2024. Se ordenó la conclusión del procedimiento en razón de que la denunciante, no presentó pruebas, evidencia ni testigos que respalden la veracidad de su dicho de fecha 8 de enero de 2024.

Sobre la denuncia:

- CE-TVMETRO-005-2024, recibida el 22 de febrero de 2024. Se encuentra en proceso de elaboración de la Determinación correspondiente, se informó a través de correo electrónico con fecha del 20 de junio, se envió la prórroga de fecha para la conclusión de la denuncia.

Sobre las denuncias:

- CE-TVMETRO-006-2024, recibida el 3 de mayo, se encuentra en proceso de atención por la Comisión correspondiente.
- CE-TVMETRO-007-2024, recibida el 17 de mayo, se encuentra en proceso de atención por la Comisión correspondiente.
- CE-TVMETRO-008-2024, recibida el 23 de julio, se encuentra en proceso de atención por la Comisión correspondiente.
- CE-TVMETRO-009-2024, recibida el 23 de julio, se encuentra en proceso de atención por la Comisión correspondiente.

XII. Prospectivas y recomendaciones

Subdirección General Técnica y Operativa

Ingeniería y Operaciones

- Seguimiento a los procesos de Catalogación de los materiales resguardados para su pronta localización que permitan agilizar los procesos productivos de Canal 22, y usar los almacenamientos eficientes. Estos procesos se han revisado en juntas de seguimiento, se tiene definido el proceso y los formularios correspondientes para cada área.
- Seguimiento y actualización constante a los Procesos adscritos a la Dirección de Ingeniería y Operaciones.

Transmisiones

- Actualizar el convenio de cooperación con el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano SPR, en conjunto con el área Jurídica, a efecto de extenderlo y/o fortalecerlo, con la finalidad de continuar ampliando la cobertura de la señal, gracias a la multiplexación en las localidades que se vayan agregando a nivel nacional.
- Desarrollar un proyecto con infraestructura propia, que nos permita dar solución a la zona de sombra que producen los cerros de la Sierra de Guadalupe, con la finalidad de otorgar servicio a nuestros televidentes potenciales que se encuentran bajo la sombra que genera la citada Sierra. Asimismo, continuar buscando nuevas alternativas para la ampliación de la cobertura mediante convenios con las televisoras estatales, para que se nos permita instalar equipo propio y/o en su caso el multiplexaje de nuestra señal.
- Generar e implementar un programa de renovación de la infraestructura, principalmente los equipos electrónicos, eléctricos, y electromecánicos que, por obsolescencia, uso y vida útil, además de la carencia de refacciones, denotan un desgaste mayor, incluso algunos ya están fuera de operación. Lo anterior, para seguir otorgando servicios técnicos de calidad, para grabar, publicar y transmitir los contenidos culturales, en beneficio de nuestros televidentes potenciales.

Subdirección General de Producción y Programación

Programación

Continuar con el fortalecimiento de la estructura de la parrilla programática mediante la inclusión de contenidos que atiendan a nuestros televidentes actuales y nos permita llegar a nuevos televidentes potenciales. Identificar áreas de oportunidad con la finalidad de mejorar el flujo interno de trabajo. Seguir impulsando el uso interno del Sistema de Control de Programación Televisiva para que se convierta en

la base de información del área y apoye a la actividad de catalogación.

Es importante, insistir al área de Administración sobre la necesidad de contar con un espacio adicional que cuente con las condiciones necesarias para el resguardo de las cintas videográficas que se encuentran en la Videoteca.

Se requiere de un mayor número de catalogadores que den servicio a las 3 señales 22,1, 22,2 y Señal Internacional ya que el número es muy reducido para la cantidad de material que se genera día con día

MX Nuestro Cine- Señal 22.2

- Conservar y enriquecer el ritmo y la oferta que ha hecho la Señal 22.2 a la audiencia de televisión abierta, incluyendo algunos canales de la televisión por cable, para que su futuro sea altamente favorable, ya que, durante su primer año de existencia, con este perfil, ha sostenido una audiencia aproximada de dos millones y medio de personas, aun con un alcance de solo el Valle de México por televisión abierta. La Señal 22.2 es un conducto de la televisión pública del estado que en colaboración con el Instituto Mexicano de Cinematografía da acceso a la cultura cinematográfica del país, cumpliendo incluso con un mandato constitucional del Art. IV.

- Continuar manteniendo la Señal 22.2 con el perfil actual, para ello debe generar una estructura que incluya al equipo humano que lo gestiona y le dé estabilidad. Además, sin dejar de cumplir con la normatividad en materia de adquisiciones, se deben estudiar formas administrativas que permitan trámites más fluidos, sin dejar de ser transparentes.

- En 2023 se produjo una serie de 9 piezas, titulada Músicos en Imagen, que da cuenta de los compositores de música para cine, su semblanza y su motivación para componer música para acompañar la narrativa de una película. Esta serie se estrenará en febrero de 2024.

Señal Internacional de Canal 22

Buscar escalar el problema de la baja constante de suscriptores, eliminando los riesgos internos, generando estrategias con bases empíricas, para ser más visibles y comenzar a cambiar el modelo de reconocimiento e importancia de este brazo internacional de Canal

22. Lo anterior en virtud de la Dirección de Canal Internacional y Distribución de la Señal es un espacio importante y necesario como medio de difusión de la cultura mexicana en el exterior.

Hemos comenzado un proyecto de internacionalización de nuestra señal internacional, comenzando pláticas para llevar Canal 22 Internacional a países de Centro y Sudamérica con la intención de crecer nuestro alcance e impacto.

En el periodo enero febrero de 2024 se presentó en el Comité de Obras Audiovisuales el Programa de Trabajo de 2024 de la Subdirección General de Producción General de Producción y Programación que considera el escenario político- electoral que impacta en un ajuste de los tiempos de los procesos administrativos, y estará sujeto a la asignación presupuestal asignado a los proyectos sustantivos de Canal 22 como son la producción y adquisición de programas. El programa de trabajo incorpora los objetivos, las necesidades, estrategias y proyectos a desarrollar en materia de producción y programación requeridos para nutrir la oferta cultural que Canal 22 presentará en sus señales, 22.1, Mx nuestro cine (señal 22.2) y la Señal Internacional.

Durante el periodo marzo- abril se realizaron 2 Comités de Obras Audiovisuales con el objetivo de adquirir contenido, para fortalecer nuestra programación al realizar la adquisición de películas para un público adulto sin olvidar a nuestra audiencia infantil que también será beneficiada con el aumento de material adquirido

Subdirección General Comercial

Comercial

Durante el segundo semestre del ejercicio 2023 la Subdirección General Comercial (SGC) actualizó las Políticas Generales de Comercialización para optimizar la captación de recursos propios, asimismo, replanteó estrategias para la comercialización de servicios y productos de Canal 22.

Durante el primer trimestre de 2024 la Subdirección General Comercial (SGC) trabajó en la actualización de herramientas y materiales que ayudan a promover la venta de servicios y productos de la Televisora, así como para la obtención de patrocinios, asimismo, presentó al Comité Revisor de Manuales y procedimientos Actualización el Proceso para el Análisis, Autorización y Publicación de Tarifas Comerciales de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., se trabaja en las observaciones realizadas a este proceso.

Subdirección General de Administración y Finanzas

Administración y Finanzas

- Continuar y fortalecer el Ciclo de Conferencias para el Fortalecimiento de Competencias (CICOFOCO) mediante la invitación a

servidores públicos de la entidad a efecto de que compartan sus conocimientos prácticos mediante conferencias impartidas al mismo personal de la entidad, con por lo menos 2 conferencias mensuales, promoviendo la difusión de dicho proyecto de capacitación.

- Continuar con la actualización de las normas internas que regulan los procedimientos y procesos a cargo de la dirección de administración a través de sus gerencias. Específicamente procurar la creación y unificación del Reglamento Interior de Trabajo de la entidad.
- Mantener actualizados los programas internos de seguridad laboral, protección civil e higiene, así como el plan de emergencia de la bodega "San Lorenzo".
- Mantener permanente capacitación y actualización del personal que labora en la entidad en materia de protección civil y administración de riesgos.
- Promover la baja y destino final de los bienes que ingresaron en el programa anual de disposición final de bienes muebles.
- Procurar las contrataciones anticipadas de los bienes y servicios en los tiempos oportunos a efecto de garantizar la operatividad de los servicios de la televisora.
- Atención y seguimiento oportuno a los actos de fiscalización que impulsa la Oficina de Representación del Órgano Interno de Control en la entidad.
- Procurar el pago oportuno de los finiquitos.
- Mantener debidamente actualizado el inventario de bienes muebles, así como aquellos inventarios de los almacenes de partes electrónicas, de cintas y general de la entidad.
- Mantener actualizado el Sistema Integral de Administración de Contrataciones
- Promover el uso eficiente de los recursos con una política de austeridad mediante el ahorro, eficiencia y eficacia en el gasto.
- Vincular de manera oportuna las vacantes del programa Jóvenes Construyendo el Futuro.
- Promover convenios de colaboración con instituciones de educación superior para impulsar prestadores de servicio social en la entidad.
- Mantener actualizada la documentación del personal que labora en la entidad, específicamente por cuanto hace a beneficiarios de seguros de vida y prestaciones laborales de los trabajadores.
- Registrar oportunamente la valuación actuarial ante la Comisión Nacional de Sistemas de Ahorro para el Retiro.
- Mantener comunicación estrecha con diversas áreas de la entidad en una política de fungir como facilitadores de sus adquisiciones y procesos.
- Mantener actualizados los contratos de personal de la entidad en sus diversos esquemas: base, confianza, honorarios y mando.

XIII. Asuntos que consideren pertinentes o relevantes

Subdirección General Técnica y Operativa

Ingeniería y Operaciones

- Proyecto de Actualización de los estudios, mediante el cual se incrementa la productividad con un menor costo operativo, tomando en cuenta que los equipos actuales ya presentan un alto grado de obsolescencia aunado al desgaste natural de sus componentes por el tiempo de uso. Este proyecto ya cuenta con carrea de inversión y se han enviado las fichas de inversión, cuyas estatuas aún se encuentra en etapa de autorización.
- Proyecto de adquisición de UM con mayores capacidades operativas que permiten incrementar la calidad de los servicios, teniendo en consideración que una de las dos Unidades Móviles con las que contaba Canal 22 fue dada de baja al presentar problemas en los equipos debido a su desgaste natural por el tiempo de uso y obsolescencia, además de problemas mecánicos en el vehículo. De igual manera, este proyecto ya cuenta con carrea de inversión y se han enviado las fichas de inversión, cuya autorización aún está pendiente.
- Proyecto de migración de Acervo a cintas LTO (Videoteca), a fin de conservar el acervo en un medio de almacenamiento actualizado que brinde seguridad y confiabilidad, tanto en el resguardo como en la posibilidad de poder retraer los materiales para su uso o consulta.
- Actualización de equipos de trabajo para Edición y Postproducción, considerando que dichos equipos han sido operados por

aproximadamente 12 años, lo que conlleva a un desgaste natural de los componentes electrónicos, además de presentar un grado de obsolescencia en su procesamiento, almacenamiento y transferencia de información.

- Actualización de la NAS, considerando que el equipo cuenta con 8 años de antigüedad, por lo que los discos de almacenamiento que la componen ya presentan problemas debido al desgaste natural de los componentes.
- Proyecto de renovación del equipo enrutador (Routing) el cual presenta deterioro en sus componentes electrónicos debido al desgaste por el tiempo de uso el cual es de 12 años, considerando que este equipo opera como interfaz entre las áreas de estudios, señales externas y las cuatro señales de playout de los canales de transmisión, las cuales operan mediante la automatización del sistema Grass Valley.

Transmisiones

- Aún con los problemas de infraestructura obsoleta, la falta de refaccionamiento y pólizas de servicio de mantenimiento que enfrenta la Subdirección General Técnica y Operativa, se continuaron otorgando diariamente los servicios técnicos, conforme a los requerimientos de las producciones para la generación, edición y transmisión de los contenidos culturales.

Subdirección General de Producción y Programación

Programación

En el segundo trimestre del 2023 se realizó la depuración de documentos y cintas obsoletas por parte de Videoteca, que se encontraban en planta baja, bloqueando una de las salidas, por lo que actualmente se trabaja en la elaboración de la relación correspondiente para proceder a dar de baja este material. Coordinar con la Gerencia de Tecnologías de la Información (GTI) el proceso para subir la metadato que tiene el área de Videoteca al Sistema de Control de Programación Televisiva. Lo anterior como parte de las acciones para dar seguimiento al proceso prioritario de la Dirección de Programación (Proceso para el Ingreso y Catalogación de Material Videograbado a Videoteca).

Durante enero y febrero se realizó la planeación del programa de trabajo de 2024 para la Dirección de Programación en el cual se establecen las prioridades y estrategias de programación que se llevarán a cabo de manera general.

Durante enero y febrero se trabajó en la actualización de la planeación del Programa de trabajo de 2024 de la Dirección de Programación en el cual se establecen las prioridades y estrategias de programación que se llevarán a cabo de manera general, mismo que fue presentado en la primera sesión ordinaria del Comité de Obras Audiovisuales llevado a cabo el 6 de marzo de 2024.

Durante el periodo de marzo a mayo, se realizaron 3 sesiones del Comité de Obras Audiovisuales con el objetivo de presentar el Calendario de las sesiones a llevarse a cabo, así como del Programa de Trabajo de 2024 correspondiente a cada una de las Direcciones que conforman la Subdirección General de Producción y Programación, incluyendo Mx Nuestro Cine, y se sometieron a consideración de los integrantes del COA la adquisición y producción de 33 casos en total, de los cuales 29 corresponden a adquisición de derechos de transmisión y 4 a producciones propias, de estos últimos, uno de ellos fue incluido en dos sesiones por presentar cambios en la información del caso.

Se ha continuado con la catalogación del material ingresado a Videoteca con la finalidad de que se encuentre completa la metadato en el sistema y que pueda ser facilitada su búsqueda y consulta. Asimismo, se realizó la revisión de la actualización del Proceso de Catalogación de Material Videograbado, con el área correspondiente y se encuentra en validación, como parte de las acciones llevadas a cabo a este proceso prioritario. De igual forma se ha dado seguimiento al ingreso de información en el Sistema de Control de Programación Televisiva al incluir metadato de los materiales más recientes ingresados a la Videoteca, está pendiente la información de los materiales ingresados en años anteriores debido a que se realizará con apoyo del área de Gerencia de Tecnologías de la Información.

Al mes de junio de 2024, se ha trabajado en la programación con base en la planeación anual presentada a inicios de año, así como en buscar nuevas alianzas con instituciones y productores independientes que nos permitan tener nuevos contenidos de manera gratuita, así como presencia en otros espacios culturales que permitan la difusión de nuestra programación fomentando la generación de nuevos públicos.

Durante el periodo julio septiembre La Dirección de Programación alimentó su barra programática con contenido referente al año dual México Brasil, así como también, con temas relacionados a los juegos olímpicos.

Se ha aumentado el número de programas catalogados, teniendo un mejor control y distribución de los materiales con el diferente

personal que se encarga de esta actividad

Se siguen fortaleciendo las relaciones para adquirir más material por medio de intercambio lo cual repercute en mayor cantidad de opciones para poder ser transmitidos

MX Nuestro Cine- Señal 22.2

Cuidar y acrecentar la buena relación con las personas e instituciones del medio cinematográfico que generosamente facilitan sus contenidos para ser transmitidos por el canal de manera gratuita, y encontrar nuevas formas de intercambio y agradecimiento a sus aportaciones, no consideradas aún por la Subdirección General Comercial.

Con relación a las áreas de Señal Internacional, Producción, Programación y Mx Nuestro Cine, a principios del ejercicio 2024, se elaboraron matrices FODA por cada una de las áreas (Anexo 34), a efecto de definir estrategias que la propia metodología establece, con el objetivo de promover programas culturales de amplio interés a la comunidad televisiva que refresque la parrilla.

Durante julio se proyectó la barra De la lata a la tv, una nueva ventana para la proyección de material videograbado la cual tiene como principal característica ser grabado por grupos indígenas.

Señal internacional

Derivado de un importante convenio entre Rusia Today (RT) y Canal 22 Internacional, estrenaremos contenidos destacados en el campo de la tecnología y la cultura a nivel internacional, series como: Sí, me han hackeado, que nos lleva a reflexionar acerca de la seguridad informática en nuestras vidas; Esto es China, un impresionante viaje a través del gigante asiático; El mundo del ballet, donde seremos testigos del arduo camino de los bailarines hacia el éxito; finalmente, de la mano de Erick Fonseca, exploraremos los lugares más sorprendentes de Rusia y Latinoamérica en... La lista de Erick.

Asimismo, contaremos con diferentes documentales para nuestro espacio 22 Realidades, contenidos relacionados con la ciencia, tecnología, medio ambiente y Latinoamérica, títulos como: IA: talento artificial?, Ciberdeportes: campeones del teclado, Calentamiento: no hay marcha atrás, Ballenas grises: el orgullo de Sajalín, Tultepec, lugar con fuego, Colombia, la guerra por la paz o El ADN Boliviano. En el contexto de los Juegos Olímpicos París 2024, a partir del 22 de julio lanzamos una programación especial a partir de una serie de colaboraciones con diferentes aliados, tal es el caso de México 68, serie de Canal 11; cápsulas CONADE, con parte de los integrantes de la delegación mexicana en la justa Olímpica; los especiales Diana Flores. La campeona de Nextitla y El sueño de cieneguitas, historias de éxito y superación en el ámbito del flag football y el fútbol americano. Es importante destacar el ciclo de documentales del Festival Tercer tiempo (Colombia), entre los más destacados están: Rayados 75 y Juanito, que aborda la trayectoria del mítico futbolista malagueño Juan Gómez; y finalmente en el terreno deportivo, tuvimos la transmisión "en vivo" de dos programas especiales de France 24, previo a las ceremonias de apertura y clausura de los Juegos Olímpicos París 2024. En el ámbito del séptimo arte, Canal 22 Internacional continúa con su misión de difundir lo mejor de diferentes festivales como el Festival de cine latinoamericano en lenguas originarias, Festival Tamatán, Festival Independiente de la CDMX y ciclo de cine de la Universidad del Cine de Buenos Aires, Argentina. Además, celebraremos el Día Nacional del cine mexicano con un ciclo de películas y cortometrajes, en colaboración con IMCINE, entre los que destacan: Un embrujo y El héroe, de Carlos Carrera y Cabeza de vaca, de Nicolás Echevarría. Además, en agosto Canal 22 Internacional tendrá presencia en las actividades del Festival Documenta 2024, que se celebrará del 7 al 11 de agosto en la Ciudad de Querétaro, y una gran selección de sus contenidos exhibidos serán transmitidos a través de nuestra pantalla hacia los Estados Unidos de América entre agosto y octubre de este año.

En septiembre tendremos más estrenos destacados en colaboración con el SPR: Un hombre nuevo en un mundo viejo, miniserie que aborda la vida del exgobernador de Yucatán Felipe Carrillo Puerto; y Somos lucha, serie que retrata este popular deporte mexicano declarado como Patrimonio Cultural Intangible de la Ciudad de México en 2018; adicional, tendremos el estreno de los documentales, Un hombre alado, a 10 años de la muerte de Gustavo Cerati y Viva mezcal, como parte de la programación especial por Fiestas Patrias. Los influencers y Latinoamérica se vuelven a hacer presentes con el estreno de series de viajes, historia y ficción, tal es el caso de Sin prisa y con pausa con Diego Camargo (Colombia), Córdova, un general llamado Arrojo de Teleantioquia (Colombia), La lista del mochilero de SerTV (Panamá) y Madre selva de Teleantioquia (Colombia).

Finalmente, la temporada 2024 de la Liga Mexicana de Beisbol está por concluir, pero antes, la pantalla de Canal 22 Internacional llevará a nuestros televidentes los playoffs durante el mes de agosto... y en septiembre, podrán ser testigos del surgimiento de un nuevo campeón con la transmisión completa de la Serie del Rey, a partir del 3 de septiembre.



Subdirección General Comercial
Comercial

Durante el segundo semestre del ejercicio 2023 la Subdirección General Comercial (SGC) actualizó las Políticas Generales de Comercialización para optimizar la captación de recursos propios, asimismo, replanteó estrategias para la comercialización de servicios y productos de Canal 22. La SGC trabaja en la actualización de procesos, herramientas y materiales que ayudan a promover la venta de servicios y productos de la Televisora, así como para la obtención de patrocinios.

Durante el 2024 se llevó a cabo un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) de la Subdirección General Comercial. (Anexo 34).

Subdirección General de Administración y Finanzas
Administración y Finanzas

- A finales del ejercicio 2023 por primera vez, se impulsaron, a través del departamento de Adquisiciones y Servicios Generales, las contrataciones anticipadas, lo cual permitió que ciertos servicios cuya naturaleza implicaba la necesidad de continuar inmediatamente vigencia para el 2024, se celebraron antes de concluir el 2023, garantizando su continuidad a partir del 1 de enero del 2024.
- En el 2023 se creó el himno al Canal 22 por lo que se sugiere que en determinados tiempos y programas al aire tenga presencia y difusión en pantalla.
- En el 2023 se cumplió con el 100% de participación del personal que labora en la entidad de la Encuesta de Clima y Cultura Organizacional (ECCO 2023).
- En el 2023 se cumplió con el 100% de las declaraciones patrimoniales por parte de los sujetos obligados en la entidad.

Análisis de las causas que provocaron desfase en el cumplimiento de objetivos y metas institucionales, programas, proyectos, políticas públicas; su impacto y acciones que deberán ejecutarse para su continuidad y conclusión.

Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. no presenta desfase en el cumplimiento de objetivos y metas institucionales, programas, proyectos, políticas públicas.

Copia electrónica de los IGG que elaboraron los órganos desconcentrados.
No aplica para Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.

Otros aspectos del Informe de Gestión gubernamental

En el Anexo 35 se describen de manera pormenorizada las acciones y compromisos relevantes en proceso de atención al 30 de septiembre de 2024 que pueden afectar la gestión de la institución. Consiste en un cronograma de actividades para atender las acciones y compromisos relevantes en proceso de atención al 30 de septiembre de 2024 que indica las unidades y personas servidoras públicas responsables de su ejecución, así como de aquellas acciones y compromisos que deben atenderse los primeros noventa días naturales de la siguiente administración.

ATENTAMENTE

16 b2 0e dd ad ff be 26 84 81 20 c2 fc 07 7f 12

MIGUEL ANGEL HERNANDEZ SUAREZ
SUBDIRECTOR GENERAL DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

FOLIO 414946

FECHA DE LA FIRMA 30/08/2024

CADENA ORIGINAL f0 1f fc 33 79 8d 24 8d 16 41 73 2e 4e 0d f3 49