



ÓRGANO DE GOBIERNO DEL SERVICIO DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO

PRIMERA SESIÓN ORDINARIA VIRTUAL  
OGSMPCDMX/01-ORD-Virtual/200123  
20 de enero de 2023

En la Ciudad de México, siendo las trece horas con siete minutos del veinte de enero de dos mil veintitrés, con el propósito de celebrar la Primera Sesión Ordinaria Virtual del Órgano de Gobierno del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. -----

- 1.- Jorge Muciño Arias, Suplente de la Secretaria de Cultura de la Ciudad de México y Presidente del Órgano de Gobierno; -----
- 2.- Juan Manuel Hermida Escobedo, Suplente de la Secretaria de Administración y Finanzas de la Ciudad de México e integrante del Órgano de Gobierno; -----
- 3.- Alejandra Arellano Martínez, Suplente de la Secretaria de Pueblos y Barrios Originarios y Comunidades Indígenas Residentes de la Ciudad de México e integrante del Órgano de Gobierno; -----
- 4.- Juan José González Moreno, Suplente de la Secretaria de Educación, Ciencia, Tecnología e Innovación de la Ciudad de México e integrante del Órgano de Gobierno. -----
- 5.- Dulce Claudia Colín Colín, Suplente de la Secretaria de las Mujeres de la Ciudad de México e integrante del Órgano de Gobierno. -----
- 6.- Alonso Millán Zepeda, Director General del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México y Secretario Técnico del Órgano de Gobierno; -----
- 7.- Rocío Olguín Santiago, Comisaria Suplente y Jefa de Unidad Departamental de Comisarios "C", en la Secretaría de la Contraloría General de la Ciudad de México. -----
- 8.- Francisco Javier Lozano Moheno, Titular del Órgano Interno de Control en la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México. -----

En uso de la voz la Presidencia del Órgano de Gobierno, saludo a las personas presentes en esta Primera Sesión Ordinaria Virtual del Órgano de Gobierno del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México y solicito a la Secretaría Técnica que proceda al pase lista de asistencia y verificación de la existencia del quórum.-----

1. LISTA DE ASISTENCIA Y VERIFICACIÓN DEL QUÓRUM LEGAL; -----

La Secretaría Técnica en uso de la voz, saludo y señaló que, por instrucciones de la Presidencia, sean tan amables de encender su micrófono y cámara, así como mencionar presente al escuchar su nombre:-----

ASISTENCIA 20 DE ENERO 2023			
NOMBRE DE LOS MIEMBROS	DEPENDENCIA	ASISTENCIA	
Jorge Muciño Arias Director General de Gestión Institucional y Cooperación Cultural	Secretaría de Cultura	si	
Juan Manuel Hermida Escobedo	Secretaría de Administración y Finanzas	si	

*[Handwritten signatures and marks in blue ink]*



Director General de Gasto Eficiente A		
Alejandra Arellano Martínez Asesora "B"	Secretaría de Pueblos y Barrios Originarios y Comunidades Indígenas residentes	si
Dulce Claudia Colín Colín Directora General de Igualdad y Atención a la Violencia de Género	Secretaría de las Mujeres	si
Juan José González Moreno Director General de Cómputo y Tecnologías de la información	Secretaría de Educación, Ciencia, Tecnología e Innovación	si

La Secretaría Técnica Informa a la Presidencia que existe quórum para la celebración de esta sesión, con cinco asistencias y cero inasistencias. -----

En uso de la voz la Presidencia señala que teniendo el quorum necesario y siendo las trece horas con nueve minutos del día veinte de enero del año dos mil veintitrés, se declara instalada y abiertos los trabajos de la Primera Sesión Ordinaria del Órgano de Gobierno del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. -----

**2. APROBACIÓN DEL ORDEN DEL DÍA;** -----

Continuamos con la aprobación del Orden del Día, para lo que solicitamos obviar la lectura, ya que se hizo llegar junto con el oficio de invitación, pueden revisarla en sus carpetas digitales y se encuentra proyectada en este momento. Le pido al Secretario Técnico por favor, consultar a las personas integrantes de este Órgano de Gobierno, si alguien quiere agregar algún tema en el Orden del día existente. -----

Si no se agrega otro tema o no existen modificaciones al Orden del día, solicito a la Secretaría Técnica se consulte en votación, si se aprueba. -----

La Secretaría Técnica por instrucciones de la Presidencia, se consulta a las personas integrantes de este Órgano de Gobierno, si se aprueba el Orden del Día presentado. -----

Quienes estén por la negativa, favor de manifestarlo; si nadie tiene objeción, se tomará como aprobado. -----

En uso de la voz Rocío Olguín Santiago, Comisaria Suplente y Jefa de Unidad Departamental de Comisarios "C", señaló una duda, si finanzas nos pudiera apoyar; ustedes están presentando en el punto cuatro; Presentación, discusión y en su caso aprobación del presupuesto 2023 del SMPCDMX, sin embargo el presupuesto ya está dado por el Congreso, no veo como tal que apruebe el Órgano de Gobierno, no sé finanzas que opina. -----

En uso de la voz Juan Manuel Hermida de la Secretaria de Administración y Finanzas de la Ciudad de México señaló, de hecho sería nada más presentación y discusión del presupuesto 2023, lo del techo ya se aprobó, si es una obligación del Órgano de Gobierno aprobar el anteproyecto del presupuesto, pero aquí nada más están presentando el techo y en el caso del presupuesto sería presentarlo y discutirlo. -----

*[Handwritten signatures and initials in blue ink on the right margin]*





La Secretaría Técnica señaló hacemos la modificación correspondiente gracias Comisaria, gracias licenciado Hermida, hecha la modificación podemos proceder a su aprobación.-----

Presidente informo que el Orden del Día dadas las modificaciones está aprobado por unanimidad de este Órgano de Gobierno, procedo a poner a consideración el acuerdo correspondiente: -----

AC-001-01/2023 -----

El Órgano de Gobierno del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, aprueba por unanimidad que su Primera Sesión Ordinaria 2023 se lleve a cabo conforme al Orden del día aprobado conformado por diez puntos. -----

Quienes estén por la negativa del acuerdo leído, favor de manifestarlo; si nadie tiene objeción, se tomará como aprobado. -----

Informo a la presidencia que el acuerdo AC-001-01/2023 ha sido aprobado, con cinco votos a favor, cero votos en contra y cero abstenciones.-----

**3. PRESENTACIÓN DEL TECHO PRESUPUESTAL 2023 DEL SERVICIO DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.** -----

La Presidencia en uso de la voz señaló para abordar el punto número tres, presentación del techo presupuestal 2023 del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, solicito a la Coordinadora de Administración y Finanzas que haga la presentación. -----

En uso de la voz a Nancy Balderas Hurtado, Coordinadora de Administración y Finanzas del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, buenas tardes, estamos reflejando el techo presupuestal que se nos hizo llegar con base en el presupuesto de egresos en su artículo 9 que habla de lo relacionado a las Entidades a través del oficio SAF/SE/066/2023, la Subsecretaría de Egresos nos hizo llegar nuestro monto presupuestal como pueden ver en comparación con el del 2022, el aumento fue del 8% nos autorizaron \$9,441,561.00 (Nueve millones cuatrocientos cuarenta y un mil quinientos sesenta y un pesos 00/100 M.N.), adicionales a lo que ya teníamos, de ese aumento, nos hicieron una leve mejora en la parte del capítulo 1000 para la contratación de servicios de honorarios pasamos de \$4, 620, 200.00 (Cuatro millones seiscientos veinte mil doscientos pesos 00/100 M.N.), a \$6, 710, 000.00 (Seis millones setecientos diez mil pesos 00/100) M.N.) Lo que representa un aumento del 45% para la creación de nuevas plazas del tipo de nómina honorarios asimilados a salarios. -----

La Secretaría Técnica en uso de la voz señaló gracias Coordinadora, si alguna persona integrante desea hacer uso de la voz, para registrarlo; señalo Presidente que no se ha registrado ninguna persona integrante del Órgano de Gobierno para hacer uso de la voz, podemos seguir avanzando. La Presidencia en uso de la voz señaló muchas gracias Secretario, este Órgano de Gobierno; toma conocimiento del techo presupuestal 2023 para el Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. -----

**4. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DEL PRESUPUESTO 2023 DEL SERVICIO DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.** -----

La Presidencia en uso de la voz señaló, Para abordar el punto cuatro: Presentación y discusión del presupuesto 2023 del Servicio en Medios Públicos de la Ciudad de México, solicito a la Coordinadora de Administración y Finanzas continúe con su exposición.-----

*[Handwritten signatures and marks in blue ink on the right side of the page]*





En uso de la voz Nancy Balderas Hurtado, Coordinadora de Administración y Finanzas del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, señaló aquí les estamos haciendo una síntesis, sin embargo en la carpeta se envió desarrollo el número de partida, el concepto y el importe, que se va a tener por cada uno de los conceptos, en el capítulo 1000 capital humano \$18, 980,789.00 (Dieciocho millones novecientos ochenta mil setecientos ochenta y nueve pesos 00/100 M.N.), solamente se está reflejando el aumento autorizado para el capítulo de honorarios. En el 2000 relacionado con material de limpieza, oficina, enseñanza, prendas de seguridad, artículos deportivos, a perdón tengo que hacer la aclaración estamos proyectando el que nos autorizaron registrar en el sistema y lo que era el proyecto de gastos del Canal. -----

Primero les voy a contar el que se subió al sistema que es el que dice autorizado que yo sé que está pendiente de autorización por este Órgano de Gobierno, en el 2000, los productos básicos que se necesitan lubricantes, prendas de seguridad, productos textiles que se lleguen a utilizar más para el tema de foros, refacciones y cosas menores, para eso se van a destinar \$2, 938, 113.00 (Dos millones novecientos treinta y ocho mil ciento trece pesos 00/100 M.N.). -----

En el capítulo 3000 con todos los servicios entre telefonía, internet, arrendamiento del edificio, arrendamiento de intangibles, la capacitación, el apoyo administrativo y fotocopiado, las impresiones, los servicios profesionales y las subrogaciones; que es la que como todos ustedes saben, es la que más nos consume del capítulo 3000; también ahí incluimos un monto grande en la partida 3511 conservación y mantenimiento menor de inmuebles, se le destinaron \$39, 863, 835.00 (Treinta y nueve millones ochocientos sesenta y tres mil ochocientos treinta y cinco pesos 00/100 M.N.), ustedes lo pueden ver en el desconcentrado que se les envió, eso también es un poco con miras para poder mover el recurso y poder lograr algunas modificaciones en el presupuesto, yo sé que no es lo ideal pero la verdad es que no teníamos las fichas técnicas para registrar en el sistema desde antes de que terminara el año, entonces pues sí tenemos que ir funcionando un poco a las posibilidades. -----

En el 7000 dejamos unas contingencias socioeconómicas ese es un monto más pequeño \$1, 069, 000.00 (Un millón sesenta y nueve mil pesos 00/100 M.N.), esas 2 contingencias económicas proyectadas son: una demanda laboral que nos reportaron, ya como descentralizado, se sigue peleando jurídicamente pero ya había una sentencia que nos condenaba a pagar por lo menos \$700,000 (Setecientos mil pesos 00/100 M.N.), entonces están apartados esos \$700,000 (Setecientos mil pesos 00/100 M.N.), y ustedes recordarán el tema de unas ADEFAS que tenemos pendientes de 2021, desafortunadamente en 2022, no nos han autorizado el pago de esas ADEFAS seguimos intentando, ya mandamos reiterativo y estamos viendo con el área de la Dirección General de Planeación a ver si podemos intentar liberar y pagar esas ADEFAS con recursos 2022, pero por si no se logra ya tenemos este monto de \$369,000 (Trescientos sesenta y nueve mil pesos 00/100 M.N.) apartado para esas contingencias.. -----

Y también quería hablarles del presupuesto solicitado porque la mayor diferencia está entre el capítulo 3000 y el 5000, bueno pues conocen en el canal las necesidades entonces sí estábamos proyectando la posible adquisición de cómputo de material de más equipo audiovisual y sobre todo de mantenimiento y de programas digitales tanto para la implementación o fortalecimiento de la transmisión digital, son cosas muy específicas que la verdad si tendría que explicar el área técnica pero no tenemos todavía los anexos técnicos, entonces sí quería ponerlo en su consideración en el radar por si tenemos posibilidad de lograr esa adquisición, no sé si hay alguna

Handwritten signatures and initials in blue ink on the right side of the page.





duda. -----  
En uso de la voz la Secretaría Técnica señaló gracias Coordinadora, más bien me permito Presidente consultar si alguien quiere hacer uso de la voz en este comparación del presupuesto autorizado y solicitado; de no ser así le comento Presidente que no hay nadie que se haya registrado para hacer uso de la voz. -----

La Presidencia señaló gracias Secretario en este caso, pasaríamos a la toma de conocimiento del punto en cuestión y ese sería el resolutivo de este punto en el orden del día, para poder desahogar los siguientes. -----

En uso de la voz la Secretaría Técnica señaló perfecto Presidente, leo cómo quedaría la redacción de la **toma de conocimiento**: el Órgano de Gobierno del Servicios Públicos de la Ciudad de México toma conocimiento del presupuesto 2023 para el Servicio en Medios Públicos de la Ciudad de México. Podríamos pasar al siguiente punto Presidente. -----

**5. PRESENTACIÓN DEL CALENDARIO PRESUPUESTAL 2023 DEL SERVICIO DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.** -----

La Presidencia señaló gracias Secretario. Continuamos con la Presentación del calendario presupuestal 2023 del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. Solicitamos nuevamente a la Coordinadora Nancy Balderas que realice la presentación. -----

En uso de la voz Nancy Balderas Hurtado, Coordinadora de Administración y Finanzas del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, señaló con gusto Presidente; aquí está reflejado nuestro calendario presupuestal evitamos dejar un costo alto, les compartimos copia del documento que se envió a la SAP; el calendario mensual de recaudación, este es un pantallazo que hicimos del SAP GRP de cómo están las proyecciones en realidad todo se presupuestó, salvo el capítulo 1000, lo demás lo consideramos sobre once meses, salvo algunos detalles del capítulo 3000, es importante mencionar que esto ya está registrado en el sistema SAP, sin embargo estamos en la espera de la validación del mismo, no nos han respondido al respecto. -----

En uso de la voz la Secretaría Técnica señaló gracias Nancy, eso fue compartido con ustedes en la carpeta, queda abierta la posibilidad de hacer uso de la voz, por si tienen algún comentario, de no ser así Presidente podemos hacer la toma de conocimiento del calendario presupuestal que ha sido tramitado con la Secretaría de Administración y Finanzas. -----

La Presidencia en uso de la voz señaló muchas gracias Secretario; este Órgano de Gobierno toma conocimiento del calendario presupuestal 2023 del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. -----

**6. PRESENTACIÓN, DISCUSIÓN Y EN SU CASO APROBACIÓN DEL PROGRAMA OPERATIVO ANUAL (POA) 2023 DEL SERVICIO DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.** -----

La Presidencia señaló para abordar el punto número seis que es la Presentación, Discusión y en su caso Aprobación del Programa Operativo Anual 2023, solicitó a la Coordinadora de Administración y Finanzas del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, pueda presentar la información. En uso de la voz Nancy Balderas Hurtado, Coordinadora de Administración y Finanzas del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México señaló: se envió el sustento, nuestro POA incluye la misión, la visión, nuestro diagnóstico general de las -----

*[Handwritten signatures and marks in blue ink on the right margin]*





necesidades y los principales objetivos de este año; yo me quisiera enfocar en la parte de los programas presupuestales principalmente en el Servicio de Medios Públicos tenemos cuatro programas presupuestales es E048 que es la producción de contenido cultural y artístico y ahí se incluyen los pagos de los capítulos 1000, 2000 y 3000 en donde tendremos un monto de \$116,960,817.00 (Ciento dieciséis millones novecientos sesenta mil ochocientos diez y siete pesos 00/100 M.N.), el segundo es el programa presupuestal M001 con actividades de apoyo administrativo y ahí están algunos servicios generales y un poco de capítulo 1000 en total son \$9,490,398.00 (Nueve millones cuatrocientos noventa mil trescientos noventa y ocho pesos 00/100 M.N.) y esos son los que más consumen el presupuesto y los otros dos más pequeños son el M002 provisiones para contingencias que le destinamos principalmente recursos del capítulo 2000 esto es una presentación muy genérica, el detalle lo tienen en las hojas que son del POA y están en sus carpetas completas, yo me enfocaría en la parte administrativa presupuestal, no sé si haya dudas o alguna pregunta.

La Secretaría Técnica señaló gracias Coordinadora, más bien de abrimos la posibilidad de hacer uso de la voz. Presidente se informa que no se ha registrado ningún miembro del Órgano de Gobierno para hacer uso de la voz.

La Presidencia señaló gracias Secretario, si nos haces favor de poner a consideración el acuerdo y proceder a su votación.

La Secretaría Técnica señaló por instrucciones de la Presidencia, se consulta a las personas integrantes de este Órgano de Gobierno, la aprobación del siguiente acuerdo:

**AC-002-01/2023** -----  
El Órgano de Gobierno del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México aprueba el Programa Operativo Anual 2023 para el Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. -

Quienes estén por la negativa, favor de manifestarlo; si nadie tiene objeción, se tomará como aprobado.

Informo a la presidencia que el **ACUERDO: AC-002-01/2023** ha sido aprobado, con cinco votos a favor, cero votos en contra y cero abstenciones.

**7. PRESENTACIÓN, DISCUSIÓN Y EN SU CASO APROBACIÓN DEL INFORME DE RESULTADOS 2022 DEL SERVICIO DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.**-----

La Presidencia señaló el siguiente punto a abordar es la Presentación, Discusión y en su caso Aprobación del Informe de Resultados 2022 del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, para lo que pedimos a la Directora de Planeación, Seguimiento y Difusión del Servicio de Medios Públicos realice la presentación.

En uso de la voz Antonia Nájera Pérez, Directora de Planeación, Seguimiento y Difusión del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México señaló: buenas tardes a todas y a todos, en relación a la labor de producción, de transmisión y de difusión de contenidos audiovisuales del Servicio de Medios Públicos, en esta ocasión vamos a presentarles los resultados en términos de programas televisivos producidos, horas de transmisión y de producción, alcances que es básicamente nuestros impactos en términos de la entrega de nuestros contenidos a la población de la Ciudad de México y de la Zona Metropolitana del Valle de México, el alcance por redes

*[Handwritten signatures and marks in blue ink on the right side of the page]*





sociales, que adicional a la gente que llegamos por televisión por nuestra señal radiodifundida llegamos a muchas otras personas a través de redes sociales, los convenios suscritos que están vinculados a la colaboración con otros entes públicos, a la coproducción y el intercambio de materiales audiovisuales y qué junto con la gestión de materiales externos que es básicamente la obtención de materiales externos de otras entidades, organizaciones y medios de comunicación para su transmisión por nuestra señal radiodifundida, configuran toda la labor del Servicio de Medios Públicos en términos de la producción transmisión y difusión de audiovisuales. -----

Comentarles tuvimos un aumento de 36% en la producción de contenidos audiovisuales estamos considerando programas de televisión a las series, los programas unitarios, y dentro de estos son programas informativos, de opinión, de entretenimiento, nuestras coberturas especiales, algunos programas especiales que también hicimos para niñas y niños y bueno este aumento también se debe en gran medida a que estamos saliendo de la pandemia y entonces entre la parte de entretenimiento que es uno de los fuertes más importantes de este año, se produjeron muchas más series de televisión y audiovisuales destinadas a esta línea estratégica.-----

Respecto a cómo estuvo nuestra producción ese año el 68% de los contenidos producidos fueron series y el 32% fueron programas unitarios dentro de estos programas unitarios gran parte son las coberturas especiales que realizamos a distintos eventos de interés público en la Ciudad de México. -----

En términos de horas de transmisión que es uno de los indicadores que utilizamos aquí para medir nuestra entrega de contenidos a la población de la Ciudad, el total de horas de transmisión de contenidos audiovisuales de ese año fue de 6769 horas de las cuales el 41.8% fueron contenidos propios entre estrenos y retransmisiones de contenidos y el 58.2% fueron contenidos externos como saben el Servicio de Medios Públicos produce gran parte de los contenidos pero además gestiona con distintas organizaciones sobre todo del ámbito cultural y medios públicos, la adquisición de materiales en calidad de préstamo sobre todo materiales culturales de entretenimiento y uno de nuestros puntos también muy fuertes en este ámbito es el contenido para niñas niños y adolescentes. -----

En términos de horas de transmisión exclusivamente los que fueron estrenos, la diapositiva pasada el campo verde estaba un poquito más grande porque incluye los estrenos y las retransmisiones; sin embargo en este pueden ver que solamente los estrenos que es básicamente nuestra producción original neta, producción contando también las distintas coproducciones que hubieron con otras entidades con otras organizaciones y bueno representa el 24.5% de todo el contenido que salió por la pantalla de televisión, esto básicamente representa un aumento del 22.3% en comparación con la producción de 2021, que llegó a 1359 horas. -----

La siguiente diapositiva nos permiten identificar qué es lo que se transmite y qué es lo que produce exclusivamente el Servicio de Medios Públicos, digamos dividimos nuestra producción y la transmisión de contenidos en distintas líneas de contenidos, líneas editoriales, que son información y divulgación, opinión y debate, entretenimiento, TV comunitaria y coberturas especiales, sobre esto como pueden observar la mayoría del contenido que se transmitió ese año por la televisión fue de información y divulgación, es decir de alguna forma esto se alinea justo a una de nuestros atribuciones que es difundir información para garantizar el acceso a la información en la población de la ciudad y en segundo lugar está el contenido de entretenimiento que es contenido cultural y son documentales, series, algunos programas televisivos y en tercer lugar está niñas niños y adolescentes es el 17.3%, el canal transmite una barra infantil muy robusta que gran parte de ella es a partir de la adquisición de contenidos audiovisuales externos,





como pueden ver coberturas especiales representa el 5% que es un poquito menos, esto incluye algunas conferencias, eventos en los cuales apoyamos a difundir por ejemplo los conciertos públicos del Gobierno de la Ciudad, también algunos eventos sobre todo en vinculación en colaboración con la Secretaría de Cultura de la Ciudad y bueno en TV comunitaria tenemos contenidos de apoyo a la ciudadanía, que también están ahí uno de los programas de debate que incluyen la participación del público y algunos otros que también se ajustan a esto, como los que se hicieron en colaboración con la SIBISO, se hicieron varias mesas en materia de derechos de la población LGBTTTIQ+; esto en términos de producción como ven se mueve significativamente, ya que el canal lo que hace más digamos está produciendo más contenidos de información y divulgación y el resto lo lleva la pantalla a través de otros mecanismos sobre todo de la gestión y de la vinculación con otras entidades, aquí pueden observar que producimos mucho menos en niñas niños y adolescentes y esto se subsana con la otra parte que también es muy importante en segundo lugar son aquí aparecen nuestras coberturas especiales que son estas conferencias coberturas de eventos transmisiones a eventos de interés público para la ciudad. -----

En términos de nuestro impacto televisivo uno de los indicadores que utilizamos en el Servicio de Medios Públicos y en general en los medios de comunicación para ubicar a cuántas personas llegamos es el de personas únicas alcanzadas en este caso este es un promedio mensual de personas únicas alcanzadas, que implica que justo cada mes en promedio nos vieron 7.4 millones de personas respecto al ejercicio fiscal 2021, representó un aumento del 4%, así se mantuvo el alcance de las personas en televisión durante 2021, es un verdadero logro para nosotros porque implica justo mantenernos y de hecho no bajamos, rondamos siempre por los 7 millones de personas y siendo nuestro mes más alto, el mes de Julio y el mes más bajo el mes de noviembre con 6.8 millones de personas. -----

Tenemos otro indicador que también nos habla mucho en términos de la eficacia de nuestra labor que es justo que la gente se quede mirando nuestros contenidos, esto lo medimos a través de un indicador que se llama tiempo promedio de consumo y básicamente se mide en minutos, en horas incluso de consumo promedio, por algún programa de televisión, el tiempo promedio de consumo de este año fue de 15.5 minutos que implicó un aumento del 6.6% con respecto al año pasado. También estamos contentos por el aumento en este indicador y además comentarles que una de nuestras prioridades para este y para el siguiente año va a ser trabajar en consolidar también nuestros contenidos para aumentar el tiempo de consumo a la par que el alcance por persona. -----

El alcance por redes sociales; ese año el alcance promedio mensual fue de 12.2 millones de personas llegamos a una comunidad de 504 907 personas en las distintas redes sociales que tenemos y un engagement de promedio mensual de 16% esto también fue a la alza el engagement básicamente consiste en la interacción de la población con nosotros y digamos como su nivel por así decirlo de compromiso o de fidelidad con nuestros contenidos difundidos por las redes sociales. -----

El alcance promedio mensual la siguiente gráfica les da un parámetro de cómo ha crecido desde 2020 hasta la fecha, esto ha ido en relación a distintas estrategias internas para mejorar la difusión de nuestros contenidos audiovisuales por redes sociales, pero también para difundir información sobre los contenidos audiovisuales que produce el Servicio de Medios Públicos y de los distintos proyectos institucionales que se llevan a cabo por la entidad, estos 12.2 millones de personas alcanzadas representan un incremento de 71% en comparación con 2021 y de 229% con respecto a 2020. -----

*[Handwritten blue ink marks and signatures on the right margin]*

*[Handwritten signature in blue ink]*





Respecto a los convenios suscritos comentarles para el Servicio de Medios Públicos tener la medición de este indicador revela mucho de lo que estamos haciendo en la medida que estos convenios, son convenios de colaboración, de coproducción y de intercambio de materiales y que todos estos van justamente para enriquecer nuestra parrilla de programación con diversos contenidos que provienen de otras entidades y bueno en 2022 suscribimos 35 convenios con distintas organizaciones y medios públicos nacionales e internacionales y sí representa un avance sobre todo con respecto de 2020 en donde suscribimos 18 convenios y bueno este año el proceso va a ser también fortalecer esta área para nutrir y fortalecer más nuestra programación de contenidos.

Finalmente una parte importante como les comentaba para la adquisición de nuestros contenidos audiovisuales es la gestión que involucra el contacto, la vinculación con otras entidades el intercambio de los materiales y la autorización es decir no solamente nos pasan esto sino que tienen que autorizarnos la transmisión de los contenidos, en términos de materiales es decir que pueden ser documentales, cápsulas, programas, películas, fueron 558 materiales gestionados y autorizados por las entidades externas este año para su transmisión por nuestra señal radiodifundida y esto implicó 818 horas con 50 minutos de contenido que estuvo disponible y algunos de ellos continúa disponible para el Servicio de Medios Públicos y bueno comentarles que este material sale exclusivamente por señal radiodifundida debido a que por otras plataformas digitales no es posible, por criterios de derechos de autor involucrados, por eso solamente sale por TV.

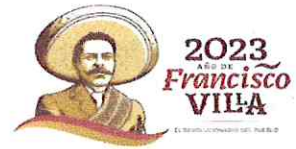
Respecto a las entidades que dotaron y autorizaron más materiales para su transmisión en el número uno está el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano a través de Canal 14, Telesur, Canal 22, Canal 11 y TV UNAM esto en términos de número de materiales, en términos de horas de contenido quienes encabezan el top de las entidades con las que más colaboramos y más nos vinculamos fueron Canal 11, Radio y Televisión de Aguascalientes, el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano a través de Canal 14, fundación Japón y Contra el Silencio Todas las Voces.

En uso de la voz Alonso Millán Zepeda, Director General del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México señaló quisiera nada más hacer un par de aclaraciones que creo que son muy útiles, cuando la Maestra Antonio hablaba de adquisición no representan costos, son más bien convenios de colaboración y de compartición de contenidos o convenios para coproducir, cada entidad pone una parte del proceso de elaboración del producto final, algo que ya exploramos con la SEPI el día de ayer estuvimos delineando un esquema de coproducción para hacer varios proyectos y el otro es la medición de audiencia decía la compañera Antonia personas únicas ese indicador quiere decir personas que nos ven sin repetir o sea que si nos vio y se fue a otro canal y regresó nada más se cuenta una vez, por lo cual se vuelve más robusto y más poderoso ese indicador y además por otro lado es una medición que no hacemos nosotros, es una medición que hace un tercero; lo cual todavía le da valor agregado al indicador y al alcance, no somos nosotros quien dice vamos muy bien, lo mismo pasa en redes sociales son indicadores y son herramientas que las mismas plataformas te ofrecen; eso nos da objetividad dentro de los indicadores que estamos presentando, la empresa medidora de audiencia es una empresa con prestigio, es una empresa que ha medido históricamente a muchos canales, mide tanto a canales públicos que eso bueno porque nos permite compararnos bajo la misma metodología con los medios que compartimos la zona metropolitana y también le mide a varios medios privados, algo valioso es la evolución de 2019 a la fecha, en señal radiodifundida, así como en redes sociales,

[Handwritten blue ink marks and scribbles on the right margin]

[Handwritten blue ink signatures and initials at the bottom right]





aumentamos la audiencia, las horas de producción en el evolutivo que presentó la Maestra Antonia y creo que habla bien de la administración de los recursos, del impacto y además que la gente está viendo lo que se produce y le daría el uso de la palabra a quien quiera hacer algún comentario o alguna pregunta. -----

En uso de la voz Juan José González Moreno de la Secretaría de Educación, Ciencia, Tecnología e Innovación señaló lo que dices si está en el informe compara 2021 y 2022 y en enero del 21 está con 4.7 si se ha crecido y se ha mantenido, mi duda es un poco técnica esa tercera instancia que mide personas únicas con qué metodología ¿hace un muestreo? -----

En uso de la voz Alonso Millán Zepeda, Director General del Servicio de Medios Públicos señaló se llama HR rating es una empresa que hace muestreo, tiene un muestreo a nivel nacional, tiene un muestreo a nivel zona metropolitana, es pública la metodología o sea no los hacen llegar si se necesita mayor detalle podemos hacer un alcance del tema metodológico, pero sí es muestreo usan unos aparatos que se llaman decoder que tienen distribuidos en toda su muestra. -----

En uso de la voz Juan José González Moreno de la Secretaría de Educación, Ciencia, Tecnología e Innovación señaló ¿y eso lo pagan los canales de Televisión? -----

En uso de la voz Alonso Millán Zepeda, Director General del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México señaló así es un servicio que contratamos para nosotros pues han sido importante, no es el único indicador que nos ofrece, aquí se presentaron dos el indicador de personas únicas alcanzadas y el de minutos de tiempo de consumo. -----

En uso de la voz Dulce Claudia Colín Colín Suplente de la Secretaria de las Mujeres de la Ciudad de México, señaló primero felicidades por estos resultados y esperamos que 2023 sea aún mejor, yo tengo un par de dudas si tenemos un perfil de audiencia quienes son esos 7.4 millones de personas que los ven, en Julio a que le atribuyen ese máximo histórico de audiencia y los convenios ya sé más o menos por lo que vi es Canal 22, festivales de cine, Organismos Internacionales si hay algunos otros ejemplos que quieren compartírnos, gracias. -----

En uso de la voz Alonso Millán Zepeda, Director General del Servicio de Medios Públicos señaló el perfil de audiencia, sí lo tenemos construido es parte también de lo que nos permite digamos la plataforma del servicio que contratamos con esta empresa, les podemos mandar una fichita acá hay un resumen qué es muy valioso la mayoría son mujeres, en realidad son los dos polos de nivel socioeconómico los que más nos ven, es gente de 30 a 44 años, en redes es diferente nos ve gente todavía más joven, aunque también nos ve la mayoría son mujeres; el alcance julio nos fue muy bien por el tema de conciertos en el espacio público, este año en septiembre rompió récord el canal con el concierto de grupo firme alcanzó más de un millón de personas viendo al mismo tiempo el programa y eso nunca había pasado; los convenios fuertes tenemos con televisión pública pues no solamente recibimos material pues no tenemos la capacidad de llenar todas las horas con contenido propio, sino también se ha compartido material, nuestros programas se han visto ya en canales públicos muy consolidados, uno de mis favoritos Canal Encuentro en Argentina, Televisión Pública Argentina, Canal Capital en Colombia, Telesur no solamente los convenios sirven para nosotros recibir material, sino nosotros hemos puesto a disposición materiales y los han tomado los otros medios públicos, una producción especial el año pasado por ejemplo fue la serie sobre Benito Juárez en México lo tomaron y lo programaron cerca de 27 canales públicos a nivel nacional, más como cuatro canales públicos en Sudamérica, eso es muy importante porque pues nosotros, hemos recibido invitaciones a pertenecer a la Red de Televisoras de América Latina, por ejemplo eso antes pues ni estaba en el radar de esa red y recibimos la invitación a participar lo cual habla muy bien, este año tuvimos por ejemplo 7

*[Handwritten notes in blue ink on the right margin, including a large 'D' and several scribbles.]*

*[Handwritten signature in blue ink at the bottom right.]*





nominaciones en la convocatoria de Premios Tal, uno de los premios más importantes para las televisoras públicas no ganamos ninguno, pero les prometo que el siguiente año este nos llevaremos uno; ganamos dos Pantallas de Cristal en una convocatoria también que es abierta concursamos con Netflix, con Televisa, con TV Azteca, con productoras privadas, nos llevamos dos, uno por el valor iconográfico de la serie de Juárez y el otro es el talento femenino por el videoclip que hicimos con Vivir Quintana, eso es muy bueno, antes no figuraba y ahora hemos tenido reconocimientos que para la tele pública son muy importantes. Desde mi administración hemos intentado fomentar la colaboración y compartición de materiales, de coproducciones y creo que nos ha resultado bien, también está proyectado el tipo de convenios que tenemos muchos son convenios de servicio con Cruz Roja, Servicio Meteorológico etcétera y hay otros que son para compartir material o compartir talento o compartir gente dedicada a un tema en particular tener gente dedicada a la ciencia, gente dedicada a problemas de salud, etcétera, básicamente las colaboraciones van en ese sentido poner a disposición y recibir materiales, pertenecemos a esas redes que también son muy importantes, no sé si hay alguna otra pregunta y si respondí lo que querías, yo te mando la fichita de los perfiles de audiencia tanto de redes, como de televisión; si no hay más Presidente podríamos consultar a los integrantes y aprueban la presentación de este informe de impacto. -----

La Presidencia señaló Secretario por favor si me ayudas a someter a consideración el acuerdo de aprobación. -----

La Secretaría Técnica señaló por instrucciones de la Presidencia, se consulta a las personas integrantes de este Órgano de Gobierno, si se aprueban el acuerdo: -----

AC-003-01/2023 -----  
 El Órgano de Gobierno del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México aprueba el Informe de Resultados 2022 del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. -----

Quienes estén por la negativa, favor de manifestarlo; si nadie tiene objeción, se tomará como aprobado. -----

Informo a la presidencia que el ACUERDO: AC-003-01/2023 ha sido aprobado, con cinco votos a favor, cero votos en contra y cero abstenciones. -----

**8. PRESENTACIÓN, DISCUSIÓN Y EN SU CASO APROBACIÓN INFORME ANUAL DE ACTIVIDADES VINCULADAS AL PLAN ANUAL DE TRABAJO 2022.** -----

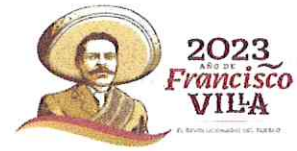
La Presidencia señaló continuamos con la intervención de la Maestra Antonia para abordar la Presentación, discusión y en su caso aprobación Informe Anual de Actividades vinculadas al Plan Anual de Trabajo 2022 del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. -----

En uso de la voz Antonia Nájera Pérez, Directora de Planeación, Seguimiento y Difusión del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México señaló: respecto a los proyectos del Servicio de Medios Públicos encaminados justo al cumplimiento de su labor el 24 de junio de 2022, fue aprobado por el Órgano de Gobierno el Plan Anual de Trabajo del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México y de ahí que estemos este 20 de enero de 2023, presentándoles el balance de cumplimiento de este Plan Anual de Trabajo que incluyó 5 objetivos, 13 estrategias y 28 actividades. Brevemente les iré describiendo que implicaron cada una de estas estrategias: -----

La estrategia 1.1 es sobre la difusión de contenidos de divulgación opinión, entretenimiento comunitarios y coberturas especiales a través de la televisión y los medios digitales; de esta se

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*





derivaron 2 actividades una relacionada con la producción audiovisual directamente, que como les comentábamos alcanzamos 68 producciones, la meta anual programada considerando la línea base del año pasado eran 50 producciones, alcanzamos el 100% y también vinculado a esta estrategia está la parte del monitoreo de la gestión de material audiovisual externo que era una parte de fortalecimiento institucional sobre se cumplió, se integraron los reportes con las características que se plantearon al inicio de año obtuvimos 100%. -----

Respecto a la estrategia 1.2 consolidación de mecanismos institucionales para garantizar la pertinencia y la eficacia de la programación la continuidad y resguardo de los contenidos audiovisuales; aquí quedaron vinculados sobre todo el desarrollo de distintos lineamientos internos que fortalecen la producción y la transmisión de contenidos audiovisuales, de qué estamos hablando de los lineamientos editoriales, que quedaron en una construcción de 85%, los lineamientos de programación y los de control de pauta en 70%, los lineamientos de catalogación que quedaron en 95%, estamos próximos a expedirlos en los siguientes días y los lineamientos de transmisión que se consolidaron en el 100% y fueron emitidos por la Dirección General en octubre de 2022, de ahí tenemos un avance en el objetivo 1 del 92%. -----

Ahora bien, respecto al objetivo 2 que es impulsar el posicionamiento local nacional y regional de Servicio de Medios Públicos como el medio público de comunicación de la Ciudad de México tuvimos 3 estrategias la primera el impulso a la promoción del Servicio de Medios Públicos y sus contenidos, tenemos ahí la integración de nuestro plan de promoción y difusión anual con estrategias muy puntuales y fue el desarrollo de un mecanismo de referencia que sirviera de marco no solamente para saber hacia dónde llevar la promoción de nuestros contenidos audiovisuales sino también que fuera un mecanismo para evaluar lo que estuvimos realizando se integró en su totalidad la se alcanzó el 100% en esa actividad, también se llevaron a cabo las gestiones conducentes para la participación del Servicio de Medios Públicos en distintas redes locales nacionales e internacionales sobre todo en materia de televisión y radiodifusión aquí la meta también fue de 100% y bueno también en la estrategia 2.2 esta participación, pero también el establecimiento de los convenios de colaboración se alcanzó el 100% y finalmente en la estrategia 2.3 establecer mecanismos para la procuración de recursos adicionales indispensables para el desarrollo de las actividades sustantivas del Servicio aquí se desarrolló nuestro plan anual de patrocinios relacionados con el apoyo a los programas de televisión, pero también a el establecimiento del fortalecimiento de vínculos con las audiencias mediante distintas dinámicas y sobre todo pensando en los programas de concursos y también solo aquí quedó pendiente la integración de nuestra carpeta para nuestros intercambios de servicios, en general el avance en este objetivo fue del 83.3%. -----

El objetivo 3 de este plan anual de trabajo 2022 fue garantizar el funcionamiento y la operación de los equipos técnicos y tecnológicos para asegurar el correcto desarrollo de las producciones y la transmisión cotidiana de la señal radiodifundida vinculadas a este objetivo están dos estrategias la renovación de los equipos de la transmisión prioritarios para brindar una radiodifusión de calidad basada en la innovación, aquí en específico está la adquisición de nuestro UPS es un equipo de la estación transmisora del cerro del Chiquihuite, respecto a la estrategia 3.2 tenemos el mantenimiento de los equipos tecnológicos aquí se vincularon los programas de mantenimiento preventivo, de control maestro, de tecnologías de la información, los equipos audiovisuales, los equipos eléctricos y electrónicos que están en la estación transmisora, respecto a este nuestro alcance en términos de estos programas fue de 60% quedaron algunos pendientes en los cuales se está trabajando también para formalizar estos

*[Handwritten blue ink marks and signatures on the right margin]*

*[Handwritten signature in blue ink]*





programas y bueno también como parte de esta estrategia se generaron en su totalidad los informes técnicos de estado de los equipos que son imprescindibles justo para la definición de los siguientes programas de mantenimiento, para la definición de prioridades en términos de mantenimiento y de adquisición para la renovación tecnológica de nuestros equipos, el avance en este objetivo fue de 82.5%. -----

El objetivo 4 asegurar el cumplimiento normativo para la protección de las obras audiovisuales y la incorporación de principios y enfoques transversales en el quehacer del ente público; en la estrategia 4.1 fue la actualización del marco ético y de conducta del ente público y bueno comentarles que el Código de Conducta quedó publicado en la Gaceta de la Ciudad de México el 15 de diciembre de 2022 y nuestro Código de Ética aprobado por este Órgano de Gobierno quedó publicado en la Gaceta Oficial el 15 de julio de 2022, derivado de ello la estrategia tuvo un cumplimiento de 100%, respecto a la protección de obras propias y protección legal de las obras audiovisuales propias y coproducidas se había comprometido la posibilidad de registrar Capital 21 en términos de propiedad intelectual nos citaron en el Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual y nos comentaron que no era necesario por eso no se contabilizó esto debido a que Capital 21 se considera un proyecto de gobierno y en ese sentido queda amparado en sí mismo por ese criterio el nombre y respecto a la protección de las obras fueron registradas 28 obras que en total representaron un porcentaje de avance del 56% aquí se debió este alcance a la definición de la meta anual y sobre todo a que sobre las reuniones que tuvimos con el Instituto Nacional de Derecho de Autor fuimos definiendo que algunas de las producciones originales de Capital 21, no necesariamente requerían una protección en términos de formato de programa de televisión o de contenido, ya que son formatos genéricos de la televisión y que en realidad sí no tenían una especificidad, no había que registrarse; ahora bien se realizaron dos campañas internas en materia de derechos humanos, una para el tema de interculturalidad y otra en el mes de noviembre en el marco del día de la erradicación de la violencia contra las mujeres; asimismo el canal estuvo participando en la definición de una Estrategia Marco para la Incorporación de la Perspectiva de Género en el Medio Audiovisual de la Ciudad de México y sobre esto se desarrollan en algunas estrategias también de difusión, esta ya es la estrategia 4.3 respecto a esto también se desarrollaron los primeros avances en relación a nuestro Protocolo de Prevención Atención y Seguimiento a casos de Acoso y Hostigamiento Sexual en donde se incorporó el mecanismo de actuación de la Comisión que conocerá de los casos de forma interna y que definirá las medidas precautorias en la materia sobre esto habíamos tenido alguna reunión ya con la Secretaría de las Mujeres de la Ciudad de México, fue revisado por nuestra JUD de Asuntos Jurídicos y bueno también estamos en espera de una siguiente revisión por la Secretaría de las Mujeres, el avance de este objetivo 4 relacionado con cumplimiento normativo y ejes transversales fue de 81.8%. ---

El objetivo 5 consistió en promover que la labor y la gestión institucional se apege a los principios democráticos de transparencia, rendición de cuentas y participación ciudadana se diseñaron 3 estrategias una relacionada con el desarrollo de mecanismos para la mejora de la gestión pública y buen gobierno, la estrategia 5.2 la consolidación de los mecanismos de defensoría de audiencias y aquellos vinculados a los derechos de las audiencias y la 5.3 que es la consolidación del Sistema de Atención Ciudadana de la Entidad, respecto a esto la estrategia 5.1 está compuesta de dos actividades, una que es la instalación del Consejo Ciudadano alcanzada en su totalidad y la instalación de los Comités Institucionales que como meta eran 6 Comités Institucionales y se alcanzó el 66% en esta meta, respecto a la estrategia 5.2 la consolidación de nuestros mecanismos de Defensoría de Audiencias, se generaron los Lineamientos de Operación

*[Handwritten signature and initials in blue ink]*





de la Defensoría de Audiencias en su totalidad, de igual forma se habilitó el micrositio de la defensoría y se establecieron mecanismos de promoción en distintas plataformas sobre qué es la Defensoría de Audiencias y cómo poder acceder a ella, el conocimiento sobre los Derechos de las Audiencias esta estrategia alcanzó el 100%. Al 31 de diciembre respecto a la estrategia 5.3 Consolidación del Sistema de Atención de Atención Ciudadana se llevó a cabo de forma plena la instalación del Módulo de Atención Ciudadana del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México que implicó la evaluación de las personas responsables por parte de la Jefatura de Unidad Departamental de Capital Humano de la Entidad también la validación con la ADIP; también se establecieron vínculos con la Escuela de Administración Pública para la capacitación que estaba pensada para esto, el avance de este objetivo 5 fue de 94.3%.

Finalmente comentarles que el cumplimiento a nuestro Plan Anual de Trabajo este 2022 fue de 86.8% estos son los avances por objetivo son los mismos que les acabamos de comentar, los más altos fueron buen gobierno, las gestiones relacionadas con Participación Ciudadana, con Defensoría de Audiencias, pero también el objetivo uno que es básicamente el vinculado a nuestra labor de producción de contenidos audiovisuales.

En uso de la voz Alonso Millán Zepeda, Director General del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México señaló gracias Maestra Antonia, Presidente sería cuánto de la exposición del avance del Programa Anual de Trabajo.

La Secretaría Técnica señaló si alguna persona integrante del Órgano de Gobierno desea hacer uso de la voz sírvase registrarse.

La Presidencia señaló al no haberse registrado ningún miembro del Órgano de Gobierno para hacer uso de la voz, solicito a la Secretaría Técnica someta a consideración de las personas integrantes el acuerdo correspondiente:

La Secretaría Técnica señaló por instrucciones de la Presidencia, se consulta a las personas integrantes de este Órgano de Gobierno, si se aprueban el acuerdo:

**AC-004-01/2023**  
El Órgano de Gobierno del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México aprueba el Informe de Actividades vinculadas al Plan Anual de Trabajo 2022 del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México.

Quienes estén por la negativa, favor de manifestarlo; si nadie tiene objeción, se tomará como aprobado.

Informo a la presidencia que el **ACUERDO: AC-004-01/2023** ha sido aprobado, con cinco votos a favor, cero votos en contra y cero abstenciones.

**9. ASUNTOS GENERALES.**

La Presidencia señaló aprobado el punto 8. Abordaremos los asuntos generales. ¿Alguien tiene un tema para incorporar? Si es así, favor de registrarse.

Quiero poner a su consideración la aprobación del acta de la cuarta sesión ordinaria 2022 de este Órgano Colegiado, para su posterior firma y solicito se obvie su lectura ya que fue circulada previamente para la revisión de las personas participantes.

En uso de la voz Alonso Millán Zepeda, Director General del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México señaló quiero poner a su consideración la aprobación del acta de la cuarta





sesión ordinaria 2022 de este Órgano Colegiado, para su posterior firma y solicito se obvie su lectura ya que fue circulada previamente para la revisión de las personas participantes. -----  
 La Presidencia señaló se pone a su consideración la aprobación del acta. La persona integrante que desee hacer uso de la voz, sírvase registrarse con la Secretaría Técnica.-----  
 Al no haberse registrado ningún miembro del Órgano de Gobierno para hacer uso de la voz, solicito a la Secretaría Técnica se someta a consideración de las personas integrantes el acuerdo correspondiente: -----  
 La Secretaría Técnica señaló por instrucciones de la Presidencia, se consulta a las personas integrantes de este Órgano de Gobierno, si se aprueban el acuerdo: -----

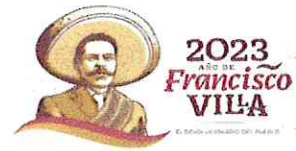
AC-005-01/2023 -----  
 El Órgano de Gobierno del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México aprueba el Acta de la Cuarta Sesión Ordinaria 2022 del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. --

Quienes estén por la negativa, favor de manifestarlo; si nadie tiene objeción, se tomará como aprobado. -----  
 Informo a la presidencia que el ACUERDO: AC-005-01/2023 ha sido aprobado, con cinco votos a favor, cero votos en contra y cero abstenciones. -----  
 La Secretaría Técnica señalo si nadie tiene algún otro asunto general con este tema podríamos concluir la sesión. -----  
 La Presidencia señaló agotados los puntos del orden del día y para dar por terminados los trabajos de esta Sesión Ordinaria, siendo las catorce horas con diecisiete minutos del día 20 de enero de 2023, se declaran clausurados los trabajos de la Primera Sesión Ordinaria 2023 del Órgano de Gobierno del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. -----

\_\_\_\_\_  
**Jorge Muñiz Arias**  
 Suplente de la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México  
 y Presidente del Órgano de Gobierno.

\_\_\_\_\_  
**Alejandra Arellano Martínez**  
 Suplente de la Secretaría de Pueblos y Barrios Originarios y  
 Comunidades Indígenas Residentes de la Ciudad de México  
 e integrante del Órgano de Gobierno.





**Juan José González Moreno**

Suplente de la Secretaría de Educación, Ciencia, Tecnología e Innovación  
de la Ciudad de México e integrante del Órgano de Gobierno.

**Juan Manuel Hermida Escobedo**

Suplente de la Secretaría de Administración y Finanzas de la  
Ciudad de México e integrante del Órgano de Gobierno.

**Dulce Claudia Colín Colín**

Suplente de la Secretaría de las Mujeres de la Ciudad de México  
e integrante del Órgano de Gobierno.

**Rocío Olgún Santiago**

Comisaria Suplente y Jefa de Unidad Departamental de Comisarios "C"  
en la Secretaría de la Contraloría General de la Ciudad de México.

Esta hoja de firmas corresponde al Acta de Primera Sesión Ordinaria del Órgano de Gobierno del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad De México del 20 de enero de 2023.





Francisco Javier Lozano Moheno  
Titular del Órgano Interno de Control en la Secretaría  
de Cultura de la Ciudad de México.

Alonso Millán Zepeda  
Director General del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México  
y Secretario Técnico del Órgano de Gobierno.

Esta hoja de firmas corresponde al Acta de Primera Sesión Ordinaria del Órgano de Gobierno del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad De México del 20 de enero de 2023.



