

PLAN ANUAL DE TRABAJO 2022

(PAT 2022)

SERVICIO DE MEDIOS
PÚBLICOS DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

ÍNDICE

I.	Introducción	2
II.	Misión, Visión y Objetivos Institucionales	5
	Misión	5
	Visión	5
	Objetivos Institucionales	5
III.	Marco Normativo	10
IV.	Metodología de Integración	11
V.	Plan Anual de Trabajo 2022 del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México	14
	Objetivo 1. Fortalecer la barra de programación con contenidos audiovisuales de alta calidad que garanticen los derechos culturales y el derecho a la información de la población de Ciudad de México	14
	Objetivo 2. Impulsar el posicionamiento local, nacional y regional del SMPCDMX como el medio público de comunicación de la Ciudad de México	16
	Objetivo 3. Garantizar el funcionamiento y operación de los equipos técnicos y tecnológicos asegurando el correcto desarrollo de las producciones y la transmisión cotidiana de la señal radiodifundida	18
	Objetivo 4. Asegurar el cumplimiento normativo para la protección de las obras audiovisuales y la incorporación de los principios y enfoques transversales en el que hacer del ente público	20
	Objetivo 5. Promover que la labor y la gestión institucional se apeguen a los principios democráticos de transparencia, rendición de cuentas y participación ciudadana	22
VI.	Indicadores, Metas y Responsables del PAT 2022	24

I. INTRODUCCIÓN

El Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México (SMPCMDX) difunde una oferta de contenidos informativos y de entretenimiento cultural, educativo y comunitario que derivan del trabajo conjunto del personal creativo, técnico, administrativo y directivo, quienes, desde su ámbito de actuación, contribuyen a trazar y alcanzar los objetivos y metas que impulsan la mejora en la provisión de los servicios públicos que son razón de ser de la entidad.

Las principales atribuciones del SMPCMDX están especificadas en el ordinal Quinto de su Decreto de Creación, que a la letra estipula que la entidad tiene competencias para:

- I.-** Prestar servicios públicos de radiodifusión y telecomunicaciones para las personas que habitan y transitan en la Zona Metropolitana del Valle de México;
- II.-** Llevar a cabo las acciones conducentes a efecto de obtener las concesiones necesarias para prestar servicios públicos de radiodifusión y telecomunicaciones, cumpliendo con los requisitos establecidos en la Ley de Telecomunicaciones;
- III.-** Transmitir, producir, difundir y, en su caso, preservar contenidos audiovisuales;
- IV.-** Diseñar, producir, intercambiar, distribuir y adquirir contenidos y barras de programación para su transmisión en radio, televisión, internet y plataformas tecnológicas digitales;
- V.-** Transmitir contenidos y barras de programación diseñados y/o producidos por el mismo, con terceros o en colaboración con éstos;
- VI.-** Promover la producción de contenidos audiovisuales propios y contribuir a la difusión de la producción audiovisual nacional e internacional;
- VII.-** Producir y distribuir contenidos por diferentes soportes tecnológicos, teniendo por destinatarias las audiencias de la Ciudad de México;
- VIII.-** Contribuir con el desarrollo y la promoción de las industrias creativas en la Ciudad de México;

IX.- Diseñar, producir, transmitir y promover la difusión de contenidos que contribuyan a fortalecer la identidad de la población de la Ciudad de México, mediante el conocimiento de la historia y las tradiciones de las colonias, barrios, pueblos y comunidades que la forman;

X.- Informar con imparcialidad, veracidad, oportunidad y responsabilidad ética y social;

XI.- Constituirse en una plataforma para la libre expresión sobre temas políticos, sociales y culturales;

XII.- Adquirir, arrendar y enajenar bienes muebles e inmuebles, incluyendo los equipos para producir, difundir y transmitir sus contenidos;

XIII.- Ser titular de derechos de autor y de propiedad intelectual de los contenidos gráficos y audiovisuales que produzca;

XIV.- Adquirir equipos para transmitir sus señales y producir sus contenidos;

XV.- Gestionar los ingresos propios que la Ley de Telecomunicaciones le permita, y

XVI.- Las demás que le confieran las disposiciones legales aplicables y las necesarias para el cumplimiento de sus objetivos.

Alineándose a los principios de responsabilidad social, transparencia y rendición de cuentas, así como a su función social de servicio público y el compromiso con sus audiencias, el SMPCDMX tiene a bien presentar su Plan Anual de Trabajo (PAT) 2022, el cual es resultado de una serie de acuerdos y encuentros basados en la participación y colaboración de todas las áreas del ente público, cuyo proceso fue fundamental para identificar los compromisos más necesarios en aras de definir los objetivos de este año, tendiendo presentes los retos que su calidad como organismo descentralizado ahora le requiere.

El diseño y planeación de objetivos, estrategias, actividades y metas para el año 2022, están orientados a generar instrumentos para mejorar el quehacer institucional, partiendo de la optimización de los procesos sustantivos y fortaleciendo a su vez

los procesos adjetivos que son indispensables para lograr entregas más oportunas y pertinentes de nuestros contenidos a la población de la Ciudad de México.

Este primer Plan Anual de Trabajo como organismo público descentralizado busca incentivar el trabajo de la entidad en áreas y materias prioritarias para el corto y mediano plazos, a fin de sentar las bases para consolidar un medio público eficiente, honesto y fiel a sus audiencias. Para ello, el Objetivo 1 coloca retos en términos de producción e institucionalización de procesos de transmisión; el Objetivo 2 establece las líneas para favorecer el posicionamiento del ente público en los ámbitos local, regional y nacional; el Objetivo 3, define propuestas para una renovación tecnológica basada en la innovación; el Objetivo 4, gira en torno al cumplimiento normativo indispensable para la transmisión y producción, así como al cumplimiento legal de principios y derechos; y finalmente, el Objetivo 5, traduce los compromisos para consolidar una entidad honesta, transparente e inclusiva.

A través de los 5 objetivos, 13 estrategias y 28 actividades que se sistematizan en este documento, se entrega a la ciudadanía una muestra del empeño y el profesionalismo con el que el Servicio de Medios Públicos mira el cumplimiento de labor. Se trata de un apéndice ambicioso de compromisos y como tal representa retos para el crecimiento y la institucionalidad de los proyectos sustantivos que se gestan al interior y que harán posible la permanente transformación de la entidad en una televisión pública cada vez más pública.

II. MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS INSTITUCIONALES

Con base en sus atribuciones, la Dirección General definió las siguientes directrices:

MISIÓN

Producir y transmitir contenidos de calidad en temas culturales, educativos, informativos y de entretenimiento que contribuyan al fortalecimiento de la identidad y sentido de pertenencia de la población de la Ciudad de México con respeto a la multiculturalidad y al ejercicio de los Derechos Humanos mediante la participación ciudadana y la libertad de expresión.

VISIÓN

Consolidarse como un organismo público, democrático y popular líder en comunicaciones para la población de la Ciudad de México con personal profesional y altamente capacitado, equipo y tecnología de punta, para cumplir con su objetivo con la mejor calidad, responsabilidad y compromiso social con cobertura total en la geografía de la ciudad; así como ampliar su presencia en el país y en el extranjero, mediante la producción de programas de excelencia creando el vínculo de interacción con la audiencia donde la población se identifique y exprese libremente su opinión; asimismo, coadyuvar a la democratización de los medios de comunicación y el respeto irrestricto a los Derechos Humanos.

OBJETIVOS INSTITUCIONALES

- 1.** Transmitir y difundir, como medio multiplataforma, contenidos audiovisuales que promuevan los derechos de acceso a la información y la libertad de expresión sobre temas culturales, políticos, económicos y sociales.
- 2.** Diseñar y producir contenidos audiovisuales de calidad que contribuyan a fortalecer la identidad de la población de la Ciudad de México contemplando sus intereses, necesidades y características culturales.
- 3.** Enriquecer la parrilla de programación a través de acuerdos interinstitucionales, convenios y otros instrumentos que favorezcan la adquisición, intercambio y coproducción de materiales educativos, científicos, culturales e informativos nacionales e internacionales.

1. Promover el aumento del alcance y la fidelidad de las audiencias mediante estrategias multiplataforma que incentiven la difusión y promoción de la programación y contribuyan a generar una interacción pertinente y oportuna con las mismas.
2. Difundir las actividades y servicios del sector público, civil y comunitario que pudieran ser de interés para la población de la Ciudad de México, en virtud de un beneficio social y comunitario.
3. Incentivar la participación ciudadana de los diferentes sectores sociales, culturales y económicos de la población de la Ciudad de México en la creación y producción audiovisual.
4. Comercializar e intercambiar servicios de diseño, producción, transmisión y difusión que permitan optimizar la suficiencia y distribución de recursos materiales, financieros y capital humano propios de acuerdo con las capacidades institucionales.
5. Dar cumplimiento a las disposiciones legales y administrativas en materia de radiodifusión y telecomunicaciones así como aquellas orientadas a la protección legal de las ideas creativas y obras audiovisuales.

Cuadro 1. Objetivos del Servicio de Medios Públicos de la CDMX

ATRIBUCIONES	OBJETIVOS INSTITUCIONALES
<p>A1. Prestar servicios públicos de radiodifusión y telecomunicación.</p>	<p>O1. Transmitir y difundir, como medio multiplataforma, contenidos audiovisuales que promuevan los derechos de acceso a la información y la libertad de expresión sobre temas culturales, políticos, económicos y sociales.</p> <p>O14. Promover el aumento del alcance y la fidelidad de las audiencias mediante estrategias multiplataforma que incentiven la difusión y promoción de la programación y contribuyan a generar una interacción pertinente y oportuna con las mismas.</p> <p>O16. Difundir las actividades y servicios del sector público, civil y comunitario que pudieran ser de interés para la población de la Ciudad de México, en virtud de un beneficio social y comunitario.</p>
<p>A2. Obtener las concesiones necesarias para prestar servicios públicos de radio difusión y telecomunicaciones</p>	<p>O18. Dar cumplimiento a las disposiciones legales y administrativas en materia de radiodifusión y telecomunicaciones así como aquellas orientadas a la protección legal de las ideas creativas y obras audiovisuales.</p>

ATRIBUCIONES

A3. Transmitir, producir, difundir y, en su caso, preservar contenidos audiovisuales.

A4. Diseñar, producir, intercambiar, distribuir y adquirir contenidos y barras de programación.

A5. Transmitir contenidos y barras de programación diseñados y/o producidos por el mismo, con terceros o en colaboración.

A6. Promover la producción de contenidos propios y contribuir a la difusión de la producción audiovisual nacional e internacional;

OBJETIVOS INSTITUCIONALES

O1. Transmitir y difundir, como medio multiplataforma, contenidos audiovisuales que promuevan los derechos de acceso a la información y la libertad de expresión sobre temas culturales, políticos, económicos y sociales.

O12. Diseñar y producir contenidos audiovisuales de calidad que contribuyan a fortalecer la identidad de la población de la Ciudad de México contemplando sus intereses, necesidades y características culturales.

O15. Difundir las actividades y servicios del sector público, civil y comunitario que pudieran ser de interés para la población de la Ciudad de México, en virtud de un beneficio social y comunitario.

O16. Incentivar la participación ciudadana de los diferentes sectores sociales, culturales y económicos de la población de la Ciudad de México en la creación y producción audiovisual.

O13. Enriquecer la parrilla de programación a través de acuerdos interinstitucionales, convenios y otros instrumentos que favorezcan la adquisición, intercambio y coproducción de materiales educativos, científicos, culturales e informativos nacionales e internacionales.

O17. Comercializar e intercambiar servicios de diseño, producción, transmisión y difusión que permitan optimizar la suficiencia y distribución de recursos materiales, financieros y capital humano propios de acuerdo con las capacidades institucionales.

O15. Difundir las actividades y servicios del sector público, civil y comunitario que pudieran ser de interés para la población de la Ciudad de México, en virtud de un beneficio social y comunitario.

O17. Comercializar e intercambiar servicios de diseño, producción, transmisión y difusión que permitan optimizar la suficiencia y distribución de recursos materiales, financieros y capital humano propios de acuerdo con las capacidades institucionales.

O16. Incentivar la participación ciudadana de los diferentes sectores sociales, culturales y económicos de la población de la Ciudad de México en la creación y producción audiovisual.

O17. Comercializar e intercambiar servicios de diseño, producción, transmisión y difusión que permitan optimizar la suficiencia y distribución de recursos materiales, financieros y capital humano propios de acuerdo con las capacidades institucionales.

ATRIBUCIONES

A7. Producir y distribuir contenidos por diferentes soportes tecnológicos.

A8. Contribuir con el desarrollo y la promoción de las industrias creativas en la Ciudad de México.

A9. Diseñar, producir, transmitir y promover la difusión de contenidos que contribuyan a fortalecer la identidad de la población de la Ciudad de México.

A10. Informar con imparcialidad, veracidad, oportunidad y responsabilidad ética y social.

A11. Constituirse en una plataforma para la libre expresión.

A12. Adquirir, arrendar y enajenar bienes muebles e inmuebles.

A13. Ser titular de derechos de autor y de propiedad intelectual de los contenidos gráficos y audiovisuales que produzca.

OBJETIVOS INSTITUCIONALES

O14. Promover el aumento del alcance y la fidelidad de las audiencias mediante estrategias multiplataforma que incentiven la difusión y promoción de la programación y contribuyan a generar una interacción pertinente y oportuna con las mismas.

O12. Diseñar y producir contenidos audiovisuales de calidad que contribuyan a fortalecer la identidad de la población de la Ciudad de México contemplando sus intereses, necesidades y características culturales.

O15. Difundir las actividades y servicios del sector público, civil y comunitario que pudieran ser de interés para la población de la Ciudad de México, en virtud de un beneficio social y comunitario.

O1. Transmitir y difundir, como medio multiplataforma, contenidos audiovisuales que promuevan los derechos de acceso a la información y la libertad de expresión sobre temas culturales, políticos, económicos y sociales.

O12. Diseñar y producir contenidos audiovisuales de calidad que contribuyan a fortalecer la identidad de la población de la Ciudad de México contemplando sus intereses, necesidades y características culturales.

O15. Difundir las actividades y servicios del sector público, civil y comunitario que pudieran ser de interés para la población de la Ciudad de México, en virtud de un beneficio social y comunitario.

O16. Incentivar la participación ciudadana de los diferentes sectores sociales, culturales y económicos de la población de la Ciudad de México en la creación y producción audiovisual.

O1. Transmitir y difundir, como medio multiplataforma, contenidos audiovisuales que promuevan los derechos de acceso a la información y la libertad de expresión sobre temas culturales, políticos, económicos y sociales.

O1. Transmitir y difundir, como medio multiplataforma, contenidos audiovisuales que promuevan los derechos de acceso a la información y la libertad de expresión sobre temas culturales, políticos, económicos y sociales.

O17. Comercializar e intercambiar servicios de diseño, producción, transmisión y difusión que permitan optimizar la suficiencia y distribución de recursos materiales, financieros y capital humano propios de acuerdo con las capacidades institucionales.

O18. Dar cumplimiento a las disposiciones legales y administrativas en materia de radiodifusión y telecomunicaciones así como aquellas orientadas a la protección legal de las ideas creativas y obras audiovisuales.

ATRIBUCIONES

A14. Adquirir equipos para transmitir sus señales y producir sus contenidos.

A15. Gestionar los ingresos propios que la Ley de Telecomunicaciones le permita.

OBJETIVOS INSTITUCIONALES

O14. Promover el aumento del alcance y la fidelidad de las audiencias mediante estrategias multiplataforma que incentiven la difusión y promoción de la programación y contribuyan a generar una interacción pertinente y oportuna con las mismas.

O17. Comercializar e intercambiar servicios de diseño, producción, transmisión y difusión que permitan optimizar la suficiencia y distribución de recursos materiales, financieros y capital humano propios de acuerdo con las capacidades institucionales.

O17. Comercializar e intercambiar servicios de diseño, producción, transmisión y difusión que permitan optimizar la suficiencia y distribución de recursos materiales, financieros y capital humano propios de acuerdo con las capacidades institucionales.

Fuente: Decreto por el que se Crea el Organismo Público Descentralizado denominado Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, diciembre 2021.

III. MARCO NORMATIVO

De acuerdo con su Decreto de creación publicado el 21 de diciembre del 2021 en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México, el Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México (SMPCDMX) es una entidad descentralizada del Gobierno de la Ciudad de México, sectorizada a la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía de gestión.

Con fundamento en lo dispuesto por el inciso I) del Artículo 43 de la Ley del Sistema de Planeación del Desarrollo de la Ciudad de México en el que se establece a los Programas Institucionales, así como de la fracción V del Numeral Décimo Tercero del Acuerdo por el que se Crea el Organismo Público Descentralizado denominado Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, que faculta a la entidad para la formulación de un Plan Anual de Trabajo, el Servicio de Medios Públicos cuenta con la atribución para la definición del presente documento de planificación y programación.

Por su parte, de acuerdo con lo establecido en los artículos 2, 3 y 8 de la Constitución de la Ciudad de México, una de sus principales misiones de los actores públicos es garantizar a las y los capitalinos y de sus visitantes el acceso a los derechos sociales y culturales, de ahí que el Gobierno de la Ciudad de México tenga presente entre sus ejes estratégicos el apego al fomento a la cultura y la garantía de los derechos culturales.

De este modo, a través de este Plan Anual de Trabajo 2022, el SMPCDMX se alinea al Programa de Gobierno de la Ciudad de México 2019-2024 en su Eje 4 “Ciudad de México, Capital Cultural de América”, Numeral 5 “Promoción y difusión de los Derechos Culturales”, Primera acción, denominada: “Impulsar el Sistema Público de Radio y Televisión con la integración de TV Capital 21 y Código CDMX, radio cultural en línea, como un mecanismo efectivo, público y autónomo de información y comunicación cultural.”

De lo anterior se desprenderá que el SMPCDMX trabaje en 2022 para consolidarse como un medio de comunicación multiplataforma fuerte y transparente, dedicado a garantizar el derecho a la información y el entretenimiento cultural, educativo y comunitario a la población de la Ciudad de México, bajo un enfoque basado en los valores democráticos, los derechos humanos y la plena inclusión social.

IV. METODOLOGÍA DE INTEGRACIÓN

El Plan Anual de Trabajo (PAT) es un instrumento de planificación, transparencia y rendición de cuentas a través del cual el Servicio de Medios Públicos establece sus compromisos y agenda de trabajo, encaminados al óptimo cumplimiento de sus objetivos institucionales, el desempeño eficaz de sus atribuciones y al uso eficiente de recursos.

Durante los primeros dos meses 2022 se sostuvieron reuniones con las distintas áreas que conforman al SMPCDMX con la finalidad de mapear las necesidades institucionales y concretar objetivos estratégicos que pudieran desencadenar mejorías en los distintos procesos y actividades cotidianas necesarias para la producción, transmisión y difusión de contenidos.

Las bases metodológicas para la construcción de este documento fueron el consenso y la generación de acuerdos con las distintas unidades administrativas, para lo cual se recabaron, analizaron y sistematizaron las problemáticas y necesidades del SMPCDMX, a partir de las cuales fue posible distinguir algunos compromisos que, por su carácter estratégico, tienen el potencial para detonar cambios positivos en el corto, mediano y largo plazos.

El Plan Anual de Trabajo del SMPCDMX 2022 presenta la construcción, selección y desglose de objetivos, estrategias y actividades específicas, medibles, alcanzables, relevantes y temporales, describiendo también las áreas responsables y las áreas coadyuvantes para darle cumplimiento a cada encomienda, así como los periodos de ejecución óptimos para ejecutar las diversas actividades.

Así mismo, cada uno de los Objetivos Estratégicos que componen el PAT 2022 se encuentran alineados a los Objetivos Institucionales y a las principales atribuciones de la entidad desplegadas en el Decreto por el que se crea el Organismo Público Descentralizado denominado Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México del 21 de diciembre de 2021, en este sentido, el PAT 2022 da cabal cumplimiento al marco normativo que delimita y regula la labor institucional del SMPCDMX.

Cuadro 2. Alineación de los Objetivos Estratégicos 2022

OBJETIVO ESTRATÉGICO PAT 2022	ALINEACIÓN CON LAS ATRIBUCIONES DEL SMPCDMX	OBJETIVOS INSTITUCIONALES DEL SMPCDMX
Objetivo 1. Fortalecer la barra de programación con contenidos audiovisuales propios y externos de alta calidad que garanticen los derechos culturales y el derecho a la información de la población de Ciudad de México.	III, IV, V, VIII y IX	Objetivo 1. Objetivo 3. Objetivo 5.
Objetivo 2. Posicionar local, nacional y regionalmente al SMPCDMX como el medio público de comunicación de la Ciudad de México.	I, IV, V, VI, VII, XII, XIV y XV	Objetivo 3. Objetivo 4. Objetivo 7.
Objetivo 3. Garantizar el funcionamiento y operación de los equipos técnicos y tecnológicos asegurando el correcto desarrollo de las producciones y la transmisión cotidiana de la señal radiodifundida.	I, III, V, VIII, IX, X, y XI	Objetivo 1. Objetivo 2. Objetivo 5.
Objetivo 4. Asegurar el cumplimiento normativo para la protección de las obras audiovisuales y la incorporación de los principios y enfoques transversales en el quehacer del ente público.	II y XIII	Objetivo 8.
Objetivo 5. Garantizar que la gestión institucional este apegada a los principios democráticos de transparencia, rendición de cuentas e inclusión.	I, III, V y IX	Objetivo 6.

Los cinco Objetivos Estratégicos del PAT 2022 están alineados a las atribuciones y disposiciones del Decreto por el que se crea el Organismo Público Descentralizado denominado Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México publicado en la Gaceta Oficial el 21 de diciembre de 2021, así como a los Objetivos Institucionales que rigen la labor de la entidad.

Sumando a lo anterior, el documento detenta un alto grado de evaluabilidad, presentando indicadores para cada actividad con la finalidad de poder medir, monitorear y evaluar su cumplimiento a lo largo de 2022. En este sentido, los indicadores que se presentan están cimentados en las características específicas de cada proyecto y se plantean de forma sencilla, clara y concisa a fin de favorecer consecuentemente los procesos de evaluación interna y la revisión por parte de las instancias competentes.

Ilustración 1. Objetivos Estratégicos del Plan Anual de Trabajo 2022 del SMPCDMX

- OBJETIVO 1.** Fortalecer la barra de programación con contenidos audiovisuales propios y externos de alta calidad que garanticen los derechos culturales y el derecho a la información de la población de Ciudad de México.
- OBJETIVO 2.** Impulsar el posicionamiento local, nacional y regional del SMPCDMX como el medio público de comunicación de la Ciudad de México.
- OBJETIVO 3.** Garantizar el funcionamiento y operación de los equipos técnicos y tecnológicos para asegurar el correcto desarrollo de las producciones y la transmisión cotidiana de la señal radiodifundida.
- OBJETIVO 4.** Asegurar el cumplimiento normativo para la protección de las obras audiovisuales y la incorporación de los principios y enfoques transversales en el quehacer del ente público.
- OBJETIVO 5.** Promover que la labor y la gestión institucional se apegue a los principios democráticos de transparencia, rendición de cuentas y participación ciudadana.

De acuerdo con los Objetivos Estratégicos definidos en la Ilustración 1, se agrupan las metas, estrategias e indicadores que se presentan a continuación.

V. PLAN ANUAL DE TRABAJO 2022 DEL SERVICIO DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO

OBJETIVO 1. FORTALECER LA BARRA DE PROGRAMACIÓN CON CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE ALTA CALIDAD QUE GARANTICEN LOS DERECHOS CULTURALES Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LA POBLACIÓN DE CIUDAD DE MÉXICO

Alinéandose a sus Objetivos Institucionales 1, 2 y 3, así como a las atribuciones plasmadas en el Ordinal Quinto, Fracciones III, IV, V, VIII y IX del Decreto de Creación de la entidad relativas al diseño, producción, transmisión y promoción de contenidos audiovisuales, el Servicio de Medios Públicos tiene la consigna de crear contenidos audiovisuales con información objetiva y plural que permita dar cuenta de la gran diversidad de personas, grupos, espacios, eventos, costumbres y tradiciones de nuestra gran Ciudad de México, generando un impacto diferencial en las audiencias, mediante el acercamiento del arte, la discusión pública, la ciencia, las humanidades y los pormenores del acontecer de la Ciudad en formatos de la más alta calidad.

En este tenor, durante 2022, se tendrá como **Objetivo 1. Fortalecer la barra de programación con contenidos audiovisuales de alta calidad que garanticen los derechos culturales y el derecho a la información de la población de Ciudad de México.** Este objetivo tiene como base la difusión de contenidos de divulgación, opinión, entretenimiento, comunitarios, así como coberturas especiales de los mejores eventos culturales de la Ciudad de México. Para ello, la tarea del ente público se moverá en dos vertientes, por un lado, en la producción y la coproducción de contenidos, a través de la generación de piezas únicas y originales, y por otro lado, en la gestión y procuración de otros materiales audiovisuales que derivan de la colaboración y la participación del ente público en redes locales y regionales.

Mediante la Estrategia 1.1 Difusión de contenidos de divulgación, opinión, entretenimiento, comunitarios y coberturas especiales a través de la televisión y los medios digitales, el SMPCDMX trabajará en la integración de una oferta audiovisual de y para la Ciudad de México. Lo anterior implicará una labor ambiciosa, pero sin duda urgente, que es romper los paradigmas sobre el consumo audiovisual, privilegiando en esa entrega el sentido público, comunitario y democrático, antes que lo privado, el lucro y la ganancia. Generando valor desde una perspectiva de inclusión, diversidad e igualdad que incorpora a su vez la premisa de no dejar a nadie atrás.

Por otro lado, tenemos claro que no se puede lograr el objetivo que nos atañe sin medidas que permitan dotar a nuestra labor sustantiva de un mayor grado de perti-

nencia, calidad y eficacia. De ahí se desprende la Estrategia 1.2 Consolidación de mecanismos institucionales que garanticen la pertinencia y la eficacia de la programación, la continuidad y el resguardo de los contenidos audiovisuales, a través de la cual se busca generar lineamientos que faciliten la operatividad y la toma de decisiones en materia de producción audiovisual. En este sentido, durante 2022 se contemplan algunas medidas que van desde el establecimiento de nuestros Lineamientos Editoriales, hasta los controles necesarios para optimizar los procesos de programación, continuidad, catalogación y resguardo de materiales.

Con lo anterior se busca romper con las inercias derivadas de la inestabilidad administrativa y los cambios institucionales que se suscitaron en años anteriores, dotando de estabilidad, certidumbre y durabilidad a los procedimientos secundarios que en conjunto suman a los procesos de producción y transmisión televisiva, necesarios para la oferta de una barra de programación de alta calidad.

Objetivo 1. Fortalecer la barra de programación con contenidos audiovisuales de alta calidad que garanticen los derechos culturales y el derecho a la información de la población de Ciudad de México

Estrategia 1.1 Difusión de contenidos de divulgación, opinión, entretenimiento, comunitarios y coberturas especiales a través de la televisión y los medios digitales.

1.1.1. Producir y coproducir programas propios a través de series, programas especiales y coberturas.

1.1.2. Planificar y programar la gestión y procuración de materiales audiovisuales externo.

Estrategia 1.2 Consolidación de mecanismos institucionales que garanticen la pertinencia y la eficacia de la programación, la continuidad y el resguardo de los contenidos audiovisuales

1.2.1. Generar los Lineamientos Editoriales.

1.2.2 Establecer los Lineamientos de Programación.

1.2.3 Establecer los Lineamientos de Control de Pauta.

1.2.4 Establecer los Lineamientos de Catalogación basados en la Norma Mexicana NMX-R-001-SCFI-2013.

1.2.5. Establecer los Lineamientos de Transmisión.

OBJETIVO 2. IMPULSAR EL POSICIONAMIENTO LOCAL, NACIONAL Y REGIONAL DEL SMPCDMX COMO EL MEDIO PÚBLICO DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO

El SMPCDMX busca acercar la televisión pública a todas aquellas personas, grupos y comunidades de la Ciudad de México, por ello, atendiendo al cumplimiento de sus Objetivos Institucionales 4 y 5, así como a lo dispuesto en el Decreto por el que se crea el Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México en su Ordinal Quinto Fracciones I, IV, V, VI, VII, XII, XIV y XV, en 2022 la entidad busca incentivar el impacto social su labor, mejorando la relación con los distintos actores con los que se vinculan, promoviendo que las audiencias y la ciudadanía conozcan de forma más amplia los materiales audiovisuales y plataformas, en nombre del gran proyecto que es Capital 21.

De lo anterior se desprende el **Objetivo 2. Impulsar el posicionamiento local, nacional y regional del SMPCDMX como el medio público de comunicación de la Ciudad de México**, a partir del cual se pondrán en marcha diversos mecanismos para que la población conozca nuestros programas y contenidos, de manera que Capital 21 logre consolidarse como el mejor y más cercano medio de comunicación en un mediano plazo, con una televisión libre, comunitaria y plenamente democrática.

Alineándose a lo antes mencionado, a través de la Estrategia 2.1 Impulso a la promoción del Servicio de Medios Públicos y sus contenidos, la entidad trabajará en la articulación de medidas de promoción y difusión estratégica del medio público a través de la integración del Plan Anual de Difusión y Promoción (PADyP 2022).

Para intensificar los impactos de la labor de comunicación pública que es la razón de ser de la entidad, en 2022 se pondrá en marcha la Estrategia 2.2 Consolidación de vínculos y redes de radiodifusión nacionales e internacionales y entidades civiles, gubernamentales y culturales, a través de la cual se trabajará firmemente en generar y consolidar relaciones interinstitucionales para la construcción de sinergias con actores clave en los distintos ámbitos de la vida pública, así como las diversas esferas y materias en las que se desarrollan la cultura, la política y la economía local.

Por otro lado, la Estrategia 2.3 Establecimiento mecanismos para la procuración de

recursos indispensables para el desarrollo de las actividades sustantivas del SMPCD-MX, contempla la generación de herramientas para planificar las acciones de procuración de insumos, recursos y servicios vía intercambio o donación con actores clave, así como para sistematizar y promocionar los servicios que la entidad ofrecerá al público.

Vale la pena señalar que durante los últimos dos años Capital 21 ha vivido una transformación sustantiva que le ha llevado a alcanzar el mejor impacto televisivo en su historia. El despunte en los resultados del ente público se ha desarrollado teniendo presente el compromiso político de austeridad, por ello sabemos que las claves del crecimiento han residido, además de en la alta calidad editorial y técnica de nuestros contenidos, en la adecuada selección mecanismos de promoción, en la pertinencia de las relaciones interinstitucionales que se han establecido y en la oferta de materiales y servicios que cristalizan colaboraciones e intercambios con otros actores, mecanismos en los cuales se pondrá gran énfasis durante 2022.

Objetivo 2. Impulsar el posicionamiento local, nacional y regional del SMPCDMX como el medio público de comunicación de la Ciudad de México

Estrategia 2.1 Impulso a la promoción del Servicio de Medios Públicos y sus contenidos.

Estrategia 2.2 Consolidación de vínculos y redes de radiodifusión nacionales e internacionales y entidades civiles, gubernamentales y culturales.

Estrategia 2.3 Establecimiento mecanismos para la procuración de recursos indispensables para el desarrollo de las actividades sustantivas del SMPCDMX.

2.1.1. Integrar del Plan Anual de Promoción y Difusión.

2.2.1. Participar e integrar diferentes redes locales, nacionales e internacionales.

2.2.2. Establecer convenios de colaboración con entidades civiles, gubernamentales, privadas y culturales.

2.3.1. Integrar el Plan Anual de Patrocinios del SMPCDMX.

2.3.2. Integrar la Carpeta de Servicios del SMPCDMX.

OBJETIVO 3. GARANTIZAR EL FUNCIONAMIENTO Y OPERACIÓN DE LOS EQUIPOS TÉCNICOS Y TECNOLÓGICOS ASEGURANDO EL CORRECTO DESARROLLO DE LAS PRODUCCIONES Y LA TRANSMISIÓN COTIDIANA DE LA SEÑAL RADIO-DIFUNDIDA.

En cumplimiento a los Objetivos Institucionales 1, 2 y 5 de la entidad y a las atribuciones plasmadas en el Decreto de Creación del 21 de diciembre de 2021, en lo concerniente al Ordinal Quinto, Fracciones I,III,V,VIII, IX, X, y XI , el SMPCDMX tiene la responsabilidad y el compromiso de trabajar para tener una mejor calidad en la transmisión y producción de los contenidos, por lo cual considera urgente dedicarle esfuerzo y recursos a la revisión, renovación y mantenimiento de todos los equipos técnicos y tecnológicos necesarios para lograr una difusión óptima de los programas, cápsulas y demás contenidos audiovisuales que se ofrecen a la ciudadanía a través de la señal radiodifundida, las plataformas digitales y redes sociales.

Esta administración tiene el compromiso de mejorar la capacidad tecnológica del ente público a través de la innovación tecnológica y de la optimización de los recursos, por ello una de las rutas más importantes de este Plan es el **Objetivo 3. Garantizar el funcionamiento y operación de los equipos técnicos y tecnológicos asegurando el correcto desarrollo de las producciones y la transmisión cotidiana de la señal radiodifundida.**

Para sumar a dicho objetivo, mediante la Estrategia 3.1 Renovación de los equipos de transmisión prioritarios para brindar una radiodifusión de calidad basada en la innovación, la entidad gestionará y generará los mecanismos para llevar a cabo la renovación tecnológica del UPS del equipo transmisor. Mientras que con la Estrategia 3.2 Mantenimiento de los equipos tecnológicos de Control Maestro, audiovisuales, de transmisión y TIC'S desde una visión preventiva, se llevarán a cabo seis programas de mantenimiento correctivo y preventivo en los equipos técnicos y tecnológicos, mismos que coadyuvarán a la ejecución adecuada de los procesos de producción y transmisión de contenidos, respaldando a su vez los diferentes procesos creativos, desde la planeación y desarrollo hasta la postproducción.

Lo anterior busca disminuir de forma puntual la posibilidad de riesgos en la producción y transmisión, reduciendo el grado de ocurrencia de fallas y elevando el nivel de respuesta ante imprevistos y emergencias.

Objetivo 3. Garantizar el funcionamiento y operación de los equipos técnicos y tecnológicos asegurando el correcto desarrollo de las producciones y la transmisión cotidiana de la señal radiodifundida.

Estrategia 3.1 Renovación de los equipos de transmisión prioritarios para brindar una radiodifusión de calidad basada en la innovación.

Estrategia 3.2 Mantenimiento de los equipos tecnológicos de Control Maestro, audiovisuales, de transmisión y TIC'S desde una visión preventiva.

3.1.1. Actualizar el UPS del equipo de transmisor.

3.2.1. Generar los Programas Anuales de Mantenimiento Preventivo y Correctivo de los equipos técnicos y tecnológicos.

3.2.2. Generar el Informe Técnico sobre el estado de los equipos.

OBJETIVO 4. ASEGURAR EL CUMPLIMIENTO NORMATIVO PARA LA PROTECCIÓN DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES Y LA INCORPORACIÓN DE LOS PRINCIPIOS Y ENFOQUES TRANSVERSALES EN EL QUEHACER DEL ENTE PÚBLICO

Con el fin de hacer del SMPCDMX un medio público fuerte y eficaz se vuelve imprescindible fortalecer la armonización jurídica y el seguimiento normativo de la entidad, en el sentido de lograr una mayor competitividad y de garantizar que se incorporen plenamente los principios y derechos definidos en los diferentes ordenamientos normativos que sirven de marco a la labor de este ente público y que favorecen el papel de nuestras audiencias, trabajadores y colaboradores.

De esta forma, en cumplimiento al Objetivo Institucional 8 y a las atribuciones desplegadas en el Ordinal Quinto, Fracciones II y XIII, del Decreto de Creación del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, el PAT 2022 incorpora el **Objetivo 4. Asegurar el cumplimiento normativo para la protección de las obras audiovisuales y la incorporación de los principios y enfoques transversales en el quehacer del ente público**, a partir del cual se definirán y pondrán en marcha medidas que contribuyan a la alineación del SMPCDMX a los más altos estándares en materia de telecomunicaciones, administración y gestión pública.

A partir de lo anterior, la Estrategia 4.1 Actualización del marco ético y de conducta del ente público, se formalizarán las medidas que rigen la actuación del personal que labora en la entidad, definiendo los principios que deben de regir sus relaciones y su labor de servicio público y, por otro lado, se concretarán los criterios éticos indispensables para el reconocimiento y la promoción de los derechos de nuestras audiencias, en el sentido de contar con parámetros que visibilicen los límites de nuestra labor de radiodifusión y telecomunicaciones desde una perspectiva de innovación, pero sobre todo de derechos, donde se ponga al centro al televidente.

Por otro lado, con la Estrategia 4.2 Protección legal de las obras audiovisuales propias y coproducidas, el SMPCDMX tiene la tarea de registrar ante las instituciones competentes las obras audiovisuales pertenecientes al ente público, así como la marca y logo de Capital 21, lo anterior con la intención de facilitar la vinculación, los intercambios y la comercialización de nuestras obras, y propiciar un mayor posicionamiento como medio de comunicación.

Finalmente, es importante destacar la Estrategia 4.3 Promoción de los derechos

humanos y la igualdad de género en la cultura institucional, que se erige como un conjunto de tareas fundamentales para lograr un ambiente armonioso dentro de la institución y fomentar la igualdad de género dentro y fuera de la entidad pública, coadyuvando al ejercicio pleno de los derechos humanos y la disminución de los estereotipos de género. A partir de lo anterior, se desarrollarán los mecanismos de prevención, atención y sanción del acoso y el hostigamiento sexual dentro del ente público, para lo cual se trabajará en la generación del protocolo de atención y el Manual del Comité de Atención, que fungirá como la principal instancia para resolver los asuntos en la materia. Finalmente, a través de la Estrategia 4.3 también se trabajará en la difusión interna de material gráfico relacionado con derechos humanos, perspectiva de género e interés superior de la niñez, fomentando maneras de relacionarse más empáticas, colaborativas, asertivas y responsables.

Objetivo 4. Asegurar el cumplimiento normativo para la protección de las obras audiovisuales y la incorporación de los principios y enfoques transversales en el quehacer del ente público

Estrategia 4.1 Actualización del marco ético y de conducta del ente público.

Estrategia 4.2 Protección legal de las obras audiovisuales propias y coproducidas.

Estrategia 4.3 Promoción de los derechos humanos y la igualdad de género en la cultura institucional

4.1.1. Generar el Código de Conducta para todo el personal que labora en el SMPCDMX (Ley de Responsabilidades Admin. CDMX).

4.1.2. Generar el Código de Ética para todo el personal que labora y colabora en el SMPCDMX (Ley de Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión)

4.2.1 Registrar la Propiedad intelectual de la marca Capital 21.

4.2.2. Registrar con Derechos de Autor todas las obras audiovisuales producidas y coproducidas por Capital 21.

4.3.1 Realizar campañas de difusión interna de derechos humanos, perspectiva de género e interés superior de la niñez.

4.3.2. Expandir el Protocolo de Prevención, Atención y Sanción de casos de Acoso y Hostigamiento Sexual.

4.3.3. Instalar el Comité para la Prevención, Atención y Sanción de casos de Hostigamiento y Acoso Sexual.

OBJETIVO 5. PROMOVER QUE LA LABOR Y LA GESTIÓN INSTITUCIONAL SE APEGUEN A LOS PRINCIPIOS DEMOCRÁTICOS DE TRANSPARENCIA, RENDICIÓN DE CUENTAS Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Con la finalidad de dar cumplimiento a las atribuciones del ente público establecidas en el Ordinal Quinto, Fracciones I, III, V y IX del Decreto por el que se crea el Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, así como al Objetivo Institucional 6 del SMPCDMX, consistente en Incentivar la participación ciudadana de los diferentes sectores sociales, culturales y económicos de la población de la Ciudad de México en la creación y producción audiovisual, el SMPCDMX tiene entre sus propósitos de 2022 contribuir al fortalecimiento de mecanismos de Buen Gobierno y participación ciudadana.

A fin de que la labor de servicio público del SMPCDMX tenga en el centro a todas aquellas personas que ven, consumen, analizan y disfrutan de los programas y contenidos que el canal 21.1 de TV abierta lleva a cada uno de los hogares, la entidad incorpora al PAT 2022 el **Objetivo 5. Promover que la labor y la gestión institucional se apeguen a los principios democráticos de transparencia, rendición de cuentas y participación ciudadana**, con el cual refrenda los esfuerzos por consolidar una gestión abierta e inclusiva, alineados al compromiso por democratizar los medios públicos.

Durante 2022, nuestra apuesta es incentivar el acercamiento real de la ciudadanía y de nuestras audiencias en la hechura de nuestros contenidos, involucrándolas en los procesos sustantivos que orientan nuestra labor cotidiana. Asimismo, queremos transformar los márgenes entre los que se hace la televisión pública, fortaleciendo la toma de decisiones mediante la consolidación de mecanismos basados en la pluralidad y el consenso.

El Servicio de Medios Públicos encaminará su labor a consolidar los mecanismos que le permitan ser una entidad fuerte, autónoma y democrática, de ahí que la Estrategia 5.1 Desarrollo de mecanismos para la mejora de la gestión pública y Buen Gobierno, se oriente a favorecer la toma de decisiones desde un enfoque de disertación y construcción de acuerdos, mediante la instalación de distintos órganos colegiados donde se tomarán decisiones en materia de contenidos audiovisuales, ética, control interno, transparencia, adquisiciones, protección civil y archivo.

Por su parte, desde la Estrategia 5.2 Consolidación del Mecanismo de Defensoría de Audiencias, la entidad trabajará en garantizar los derechos de las audiencias a fin de colocar a estas en el centro de la producción, difusión y transmisión de contenidos, desde una visión incluyente y de derechos. Para esto se desplegarán acciones administrativas, de desarrollo institucional y de promoción que, al término del año, consolidarán canales de interrelación de la entidad con sus audiencias.

Finalmente, con la intención de otorgar a la ciudadanía una atención clara, expedita y cada vez más humana, durante 2022 se trabajará en la Estrategia 5.3 Consolidación del sistema de Atención Ciudadana, que estará enfocada en generar capacidades institucionales para la recepción, seguimiento y canalización de dudas y preguntas que la ciudadanía hace llegar al ente público a través de las distintas plataformas de atención.

Como puede observarse, el Objetivo 5 pone frente al SMPCDMX un derrotero de especial relevancia, dado que visibiliza como prioritario su labor de servicio público, colocando a la propia población como el actor central de los materiales audiovisuales y los servicios que ofrece.

Objetivo 5. Promover que la labor y la gestión institucional se apeguen a los principios democráticos.

Estrategia 5.1 Desarrollo de mecanismos para la mejora de la gestión pública y Buen Gobierno.

Estrategia 5.2 Consolidación del Mecanismo de Defensoría de Audiencias

Estrategia 5.3 Consolidación del sistema de Atención Ciudadana.

5.1.1. Instalar el Consejo Ciudadano.
5.1.2. Instalar los Comités institucionales.

5.2.1. Generar los lineamientos de operación de la Defensoría de Audiencias.
5.2.2. Desarrollar y habilitar el micrositio de la Defensoría de Audiencias.
5.2.3. Establecer mecanismos de promoción de la Defensoría de Audiencias.

5.3.1. Instalación de módulo de Atención Ciudadana.

VI. INDICADORES, METAS Y RESPONSABLES DEL PAT 2022

Objetivo	Estrategia	Actividades	Nombre del Indicador	Fórmula de cálculo	Meta Anual	Medios de verificación	Área responsable	Área coadyuvante	Periodo de ejecución	
									Fecha de inicio	Fecha de termino
Objetivo 1. Fortalecer la barra de programación con contenidos audiovisuales propios y externos de alta calidad que garanticen los derechos culturales y el derecho a la información de la población de Ciudad de México.	1.1 Difusión de contenidos de divulgación, opinión, entretenimiento, comunitarios y coberturas especiales a través de la televisión y los medios digitales.	1.1.1. Producir y coproducir programas propios a través de series, programas especiales y coberturas.	Porcentaje de avance en la producción y coproducción de programas de televisión.	V1: Número de programas de televisión producidos V2: Número de programas de televisión producidos programados $(V1/V2) \times 100$	100% (V2: 50)	Control de Transmisión Total	Dirección de Radio y Televisión	NA	Enero	Diciembre
		1.1.2. Planificar y programar la gestión y procuración de materiales audiovisuales externo.	Porcentaje de avance en la elaboración de reportes de Gestión de Materiales.	V1: Reporte primer trimestre V2: Reporte segundo trimestre V3: Reporte tercer trimestre V4: Reporte cuarto trimestre $((V1 \times 0.25) + (V2 \times 0.25) + (V3 \times 0.25) + (V4 \times 0.25)) \times 100$	100% (V1: 1, V2: 1, V3: 1, V4: 1)	Control de Gestión de Materiales	Dirección de Radio y Televisión	NA	Enero	Diciembre
	1.2 Consolidación de mecanismos institucionales que garanticen la pertinencia y la eficacia de la programación, la continuidad y el resguardo de los contenidos audiovisuales	1.2.1. Generar los Lineamientos Editoriales.	Porcentaje de avance en el establecimiento de Lineamientos Editoriales.	V1: Lineamientos elaborados V2: Lineamientos programados $(V1/V2) \times 100$	100% (V2: 1)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección General	NA	Julio	Agosto
		1.2.2 Establecer los Lineamientos de Programación.	Porcentaje de avance en el establecimiento de Lineamientos de Programación del SMPCDMX.	V1: Lineamientos elaborados V2: Lineamientos programados $(V1/V2) \times 100$	100% (V2: 1)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección de Radio y Televisión	Dirección de Planeación	Julio	Agosto

Objetivo	Estrategia	Actividades	Nombre del Indicador	Fórmula de cálculo	Meta Anual	Medios de verificación	Área responsable	Área coadyuvante	Periodo de ejecución	
									Fecha de inicio	Fecha de termino
		1.2.3 Establecer los Lineamientos de Control de Pauta.	Porcentaje de avance en el establecimiento de Lineamientos de Control de Pauta del SMPCDMX.	V1: Avance en la elaboración de los Lineamientos V2: Generación de Lineamientos programados (V1/V2)x100	100% (V2: 1)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección de Radio y Televisión	Dirección de Planeación	Agosto	Septiembre
		1.2.4 Establecer los Lineamientos de Catalogación basados en la Norma Mexicana NMX-R-001-SC-FI-2013.	Porcentaje de avance en el establecimiento de Lineamientos de Catalogación del SMPCDMX.	V1: Lineamientos elaborados V2: Lineamientos programados (V1/V2)x100	100% (V2: 1)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección de Radio y Televisión	Dirección de Planeación	Agosto	Septiembre
		1.2.5 Establecer Lineamientos de Transmisión.	Porcentaje de avance en el establecimiento de Lineamientos de Catalogación del SMPCDMX	V1: Lineamientos elaborados V2: Lineamientos programados (V1/V2)x100	100% (V2:1)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección de Radio y Televisión	Dirección de Planeación	Junio	Agosto
Objetivo 2. Impulsar el posicionamiento local, nacional y regional del SMPCDMX como el medio público de comunicación de la Ciudad de México.	2.1 Impulso a la promoción del Servicio de Medios Públicos y sus contenidos.	2.1.1 Integrar del Plan Anual de Promoción y Difusión	Porcentaje de avance en la integración del Plan Anual de Promoción y Difusión	V1: Plan elaborado V2: Plan programado (V1/V2)x100	100% (V2: 1)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección de Planeación	NA	Junio	Julio
	2.2 Consolidación de vínculos y redes de radiodifusión con televisoras nacionales e internacionales	2.2.1 Participar e integrar diferentes redes locales, nacionales e internacionales	Porcentaje de avance en el Pago de membresías	V1: Pagos realizados V2: Pagos programados (V1/V2)x100	100% (V2: 4)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección de Radio y Televisión	Coordinación de Administración y Finanzas	Enero	Diciembre

Objetivo	Estrategia	Actividades	Nombre del Indicador	Fórmula de cálculo	Meta Anual	Medios de verificación	Área responsable	Área coadyuvante	Periodo de ejecución	
									Fecha de inicio	Fecha de termino
	y entidades civiles, gubernamentales y culturales.	2.2.2 Establecer convenios de colaboración con entidades civiles, gubernamentales, privadas y culturales.	Porcentaje de avance en la suscripción de convenios.	V1: Convenios suscritos V2: Convenios suscritos programados (V1/v2)x100	100% (V2:10)	Reporte trimestral de convenios	Dirección de Radio y Televisión Dirección de Planeación	Dirección General	Enero	Diciembre
	2.3 Establecimiento de mecanismos para la procuración de recursos indispensables para el desarrollo de las actividades sustantivas del SMP CDMX.	2.3.1 Integrar el Plan Anual de Patrocinios .	Porcentaje de avance en la elaboración del Plan Anual de Patrocinios.	V1: Plan elaborado V2: Plan programado (V1/v2)x100	100% (V2:1)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección de Planeación	NA	Junio	Julio
		2.3.2 Integrar la Carpeta de Servicios del SMPCDMX	Porcentaje de avance en la elaboración de la carpeta de servicios.	V1: Carpeta de servicios elaborada V2: Carpeta de servicios programada (V1/v2)x100	100% (V2:1)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección de Planeación	Dirección General	Julio	Diciembre
Objetivo 3. Garantizar el funcionamiento y operación de los equipos técnicos y tecnológicos asegurando el correcto desarrollo de las producciones y la transmisión cotidiana de la señal radiodifundida.	3.1 Renovación de los equipos de transmisión prioritarios para brindar una radiodifusión de calidad basada en la innovación.	3.1.1 Actualizar el UPS del equipo transmisor	Porcentaje de avance en la actualización del UPS del equipo transmisor.	V1: Actualización lograda V2: Actualización programada (V1/v2)x100	100% (V2:1)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección de Operación Técnica	Coordinación de Administración y Finanzas	Julio	Diciembre
	3.2 Mantenimiento de los equipos tecnológicos de Control Maestro, audiovisuales, de transmisión y TIC'S desde una visión preventiva	3.2.1 Generar los Programa Anuales de Mantenimiento Preventivo y Correctivo de los equipos técnicos y tecnológicos	Porcentaje de avance en la generación de los Planes Anuales de Mantenimiento Preventivo y Correctivo (PAMPyC).	V1: PAMPyC Electromecánico. V2: PAMPyC Cómputo y Comunicaciones V3: PAMPyC Estación Transmisora V4: PAMPyC de Control Maestro. V5: PAMPyC de Equipos Audiovisuales. Fórmula: (V1(20)+ V2(20)+V3(20)+V4(20)+V5(20)/100)	100% (V1=1, V2=1, V3=1, V4=1, V5=1)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección de Operación Técnica	NA	Julio	Agosto

Objetivo	Estrategia	Actividades	Nombre del Indicador	Fórmula de cálculo	Meta Anual	Medios de verificación	Área responsable	Área coadyuvante	Periodo de ejecución	
									Fecha de inicio	Fecha de término
		3.2.2 Generar el Informe técnico sobre el estado de los equipos.	Porcentaje de avance en la generación del Informe Trimestral sobre el estado que guardan los equipos a los que se les realiza el mantenimiento.	V1: Informe generado V2: Informe programado $(V1/V2) \times 100$	100% (V2: 3)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección de Operación Técnica	NA	Junio	Diciembre
Objetivo 4. Asegurar el cumplimiento normativo para la protección de las obras audiovisuales y la incorporación de los principios y enfoques transversales en el quehacer del ente público.	4.1 Actualización del marco ético y de conducta criterios del ente público.	4.1.1 Generar el Código de Conducta para todo el personal que labora en el SMPCDMX. (Ley de Responsabilidades Administrativas CDMX) Comité de Ética.	Porcentaje de avance en la Generación y registro del Código de Conducta.	V1: Generar el Código de Conducta V2: Difundir el Código de Conducta Fórmula: $(V1*50) + (V2*50)/100$	100% (V1=100, V2=100)	Documentos formalizados por oficio o circular	Coordinación de Administración y Finanzas	Jefatura de Unidad Departamental de Asuntos Jurídicos	Mayo	Diciembre
		4.1.2 Generar el Código de Ética para todo el personal que labora y colabora en el SMPCDMX (Ley de Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión).	Porcentaje de avance en la generación y difusión de un Código de ética.	V1: Generar y registrar el Código de Ética V2: Difundir el Código de Ética Fórmula: $(V1*50) + (V2*50)/100$	100% (V1=100, V2=100)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección General	Jefatura de Unidad Departamental de Asuntos Jurídicos	Mayo	Diciembre
	4.2 Protección legal de las obras audiovisuales propias y coproducidas	4.2.1 Registrar la Propiedad Intelectual de la marca Capital 21	Porcentaje de registros de la Marca Capital 21 ante el IMPI	V1: Propiedad intelectual registrada V2: Propiedad intelectual programada Fórmula: $(V1/V2) \times 100$	100% (V2: 1)	Documentos de registro	Jefatura de Unidad Departamental de Asuntos Jurídicos	Dirección de Planeación	Abril	Diciembre

Objetivo	Estrategia	Actividades	Nombre del Indicador	Fórmula de cálculo	Meta Anual	Medios de verificación	Área responsable	Área coadyuvante	Periodo de ejecución	
									Fecha de inicio	Fecha de termino
		4.2.2 Registrar con Derechos de Autor todas las obras audiovisuales producidas y coproducidas por Capital 21	Porcentaje de obras audiovisuales ante INDAUTOR	V1: Obras registradas V2: Obras registradas Fórmula: $(V1/V2) \times 100$	100% (V2=50)	Constancias de inscripción	Jefatura de Unidad Departamental de Asuntos Jurídicos	Dirección de planeación	Abril	Diciembre
	4.3 Promoción de los derechos humanos y la igualdad de género en la cultura institucional.	4.3.1 Realizar campañas de difusión interna de derechos humanos, perspectiva de género e interés superior de la niñez.	Porcentaje de avance en la realización de campañas de difusión interna de derechos humanos.	V1: Campañas realizadas V2: Campañas programadas Fórmula: $(V1/V2) \times 100$	100% (V2: 3)	Informe de campaña	Dirección de Planeación	Coordinación de Administración y Finanzas	Mayo	Diciembre
		4.3.2 Expedir el Protocolo de Prevención, Atención y Sanción de casos de Acoso y Hostigamiento Sexual.	Porcentaje de avance en la expedición del protocolo de prevención, atención y sanción de casos de acoso y hostigamiento sexual.	V1: Protocolo expedido V2: Protocolo programado $(V1/V2) \times 100$	1100% (V2: 1)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección de Planeación	Dirección General	Julio	Septiembre
		4.3.3 Instalar el Comité para la Prevención, Atención y Sanción de casos de Hostigamiento y Acoso Sexual.	Porcentaje de avance en la Instalación del Comité para la Prevención de Acoso Sexual.	V1: Manual del Comité V2: Instalación del Comité Fórmula: $(V1 \times 50) + (V2 \times 50) / 100$	100% (V1=100, V2=100)	Manual del Comité Acta de la sesión de instalación	Dirección de Planeación	NA	Septiembre	Diciembre

Objetivo	Estrategia	Actividades	Nombre del Indicador	Fórmula de cálculo	Meta Anual	Medios de verificación	Área responsable	Área coadyuvante	Periodo de ejecución	
									Fecha de inicio	Fecha de término
Objetivo 5. Promover que la gestión institucional este apegada a los principios democráticos de transparencia, rendición de cuentas e inclusión.	5.1 Desarrollo de mecanismos para la mejora de la Gestión Pública y Buen Gobierno	5.1.1 Instalar el Consejo Ciudadano.	Porcentaje de avance en la Instalación del Consejo Ciudadano	V1: Instalación ejecutada V2: Instalación programada (V1/V2)x100	100% (V2: 1)	Acta de la sesión de instalación	Dirección General	NA	Mayo	Septiembre
		5.1.2 Instalar los Comités institucionales	Porcentaje de avance en la Instalación de los Comités.	V1: Instalación del CGIRyPC V2: Instalación del CAAPS V3: Instalación del COTECIAD V4: Instalación del CARECI V5: Instalación del Comité de Ética V6: Instalación del Comité de Transparencia Fórmula: ((V1*16.6)+(V2*16.6)+(V3*16.6)+(V4*16.6)+(V5*16.6)+(V6*17))/100	100% (V1=100, V2=100, V3=100, V4=100, V5=100, V6=100)	Manual del Comité Acta de la sesión de instalación	Coordinación de Administración y Finanzas, Dirección de Planeación	NA	Junio	Diciembre
	5.2 Consolidación del Mecanismo de Defensoría de Audiencias	5.2.1 Generar los lineamientos de operación de la Defensoría de Audiencias.	Porcentaje de avance en la generación de Lineamientos de Defensoría de Audiencias.	V1: Lineamientos generado V2: Lineamientos programado (V1/V2)x100	100% (V2:1)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección General	NA	Julio	Septiembre
		5.2.2 Desarrollar y habilitar el micrositio de la Defensoría de Audiencias	Porcentaje de avance en la habitación del micrositio de la Defensoría de Audiencias.	V1: Micrositio habilitado V2: Micrositio programado (V1/V2)x100	100% (V2: 1)	Oficio o Circular informativo sobre la habilitación	Dirección General	Dirección de Operación Técnica Dirección de Planeación	Julio	Diciembre

Objetivo	Estrategia	Actividades	Nombre del Indicador	Fórmula de cálculo	Meta Anual	Medios de verificación	Área responsable	Área coadyuvante	Periodo de ejecución	
									Fecha de inicio	Fecha de termino
		5.2.3 Establecer mecanismos de promoción de la Defensoría de Audiencias	Porcentaje de avance en el establecimiento de una Campaña de promoción de la Defensoría de Audiencias	V1: Campaña implementada V2: Campaña programada $(V1/V2) \times 100$	100% (V2: 1)	Informe de campaña	Dirección General	Dirección de Planeación	Julio	Diciembre
	5.3 Consolidación del sistema de Atención Ciudadana	5.3.1 Instalación del módulo de Atención Ciudadana.	Porcentaje de avance en la instalación del módulo de Atención ciudadana.	V1: Capacitación V2: Enlace y claves del Sistema Único de Atención Ciudadana V3: Catálogo de información V4: Evaluación del módulo $[(V1 \times 25) + (V2 \times 25) + (V3 \times 25) + (-V4 \times 25)] / 100$	100% (V1:100, V2: 100, V3: 100, V4: 100)	Documento formalizado por oficio o circular	Dirección General	NA	Febrero	Septiembre