Campaña de Promoción de Bienes y Servicios Artísticos y Culturales

Versión Promoción Cultural 1

Autorización
Clave de Campaña

024/20-2001-MI04-48148

CULTURA
SECRETARÍA DE CULTURA

Centro Cultural Tijuana

Centro Cultural Tijuana
Subdirección de Comunicación, Memoria y Documentación de las Artes

Tijuana B.C, a 19 de febrero de 2020
Asunto: Presentación de Campaña Promoción Cultural 1
Oficio: SCMDA/006/2020

Lic. Antonio Martínez Velázquez
Director General de Comunicación Social
Secretaría de Cultura

Con base en el artículo 19 del Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos generales para el registro y autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2020, solicito a usted en su calidad de Coordinador Sectorial, la tramitación ante la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, la autorización de la **Campaña de Promoción de Bienes y Servicios Artísticos y Culturales versión Promoción Cultural 1** de la Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana, S.A. de C.V. La referida campaña está incluida en el PAPP 2020 del CECUT.
Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

Atentamente

Jaime Cháidez Bonilla
Subdirector de Comunicación, Memoria
y Documentación de las Artes

C.c.p. Beatriz Borja Cortés-Directora de Difusión SC
Vianka Robles Santana-Directora general CECUT
Martha Velarde Rodríguez- Subdirectora de Administración CECUT
Francisco Tapia Campos-Titular del Órgano Interno de Control CECUT
Archivo.

SEGOB
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

2020
LEONA VICARIO

Presentación de Campaña de Promoción y Publicidad 2020

Cabeza de Sector SECRETARÍA DE CULTURA

Naturaleza Jurídica: EMPRESA

Entidad o Dependencia COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TIJUANA, S.A. DE C.V.

Fecha de elaboración 19 de febrero de 2020

INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA

Nombre de la Campaña:

PROMOCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS ARTISTICOS Y CULTURALES

Versión (es):

PROMOCIÓN CULTURAL 1

Coemisor (es):

NINGUNO

Objetivo institucional: PROMOVER EL DESARROLLO HUMANO SUSTENTABLE PROPICIANDO LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES. SER MODELO DE GESTIÓN DEL DESARROLLO CULTURAL,LA COOPERACIÓN Y LA COORDINACIÓN DE PROYECTOS ARTÍSTICOS.

Objetivo de comunicación: DIFUNDIR ENTRE LA POBLACIÓN REGIONAL Y EL TURISMO LA OFERTA TURÍSTICA Y CULTURAL DEL CECUT

Meta a alcanzar: DOSCIENTOS MIL ASISTENTES

Cobertura ESTATAL / , BAJA CALIFORNIA

Vigencia general de la campaña

FECHA DE INICIO: **09/03/2020** FECHA DE TÉRMINO: **31/05/2020**

	Tipo	Sexo	Edad	NSE
Población Objetivo:	URBANA	MUJERES Y HOMBRES	13 A 18 / 19 A 24 / 25 A 34 / 35 A 44 / 45 A 64 / 65 O MÁS	AB / C+ / C /

Señalar características específicas : ESTUDIANTES, EMPLEADOS, MAESTROS, OBREROS, EMPRESARIO, COMERCIANTES, EJECUTIVOS Y PÚBLICO EN GENERAL INTERESADO POR LA CULTURA NACIONAL.

SEGOB
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN
2020
LEONA VICARIO

Presentación de Campaña de Promoción y Publicidad 2020

Cabeza de Sector SECRETARÍA DE CULTURA

Naturaleza Jurídica: EMPRESA

Entidad o Dependencia COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TIJUANA, S.A. DE C.V.

Fecha de elaboración 19 de febrero de 2020

PLAN DE MEDIOS A UTILIZAR

Medios de difusión a utilizar	Tiempos oficiales / comerciales	Recursos a erogar (miles de pesos / I.V.A. incluido)	Vigencia por tipo de medio	Formato del mensaje
Televisoras		-		
Radiodifusoras		-		
Diarios Editados en la Cd. de México		-		
Diarios Editados en los Estados		683.03	DEL 9 DE MARZO DE 2020 AL 31 DE MAYO DE 2020	1/2 PLANA, 1/4 PLANA, 1/8 PLANA, ROBAPLANA, A COLOR BLANCO Y NEGRO
Revistas		-		
Medios Complementarios		-		
- Cine		-		
Medios Impresos y Electronicos Internacionales		-		
Medios Digitales		-		
Estudios (pre-campaña, post-campaña)		-		
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado		-		
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		683.03		

SEGOB
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN
2020
LEONA VICARIO

Presentación de Campaña de Promoción y Publicidad 2020

Cabeza de Sector SECRETARÍA DE CULTURA

Naturaleza Jurídica: EMPRESA

Entidad o Dependencia COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TIJUANA, S.A. DE C.V.

Fecha de elaboración 19 de febrero de 2020

Actividades Complementarias:

Razones para la Utilización de estos Medios:

AUTORIZACIONES

Autorización de la Coordinadora Sectorial

ANTONIO MARTÍNEZ VELÁZQUEZ

Nombre y Firma

Autorización del Titular del Área de Comunicación Social

JAIME GONZALO CHÁIDEZ BONILLA

Nombre y Firma

ANEXO MEDIOS IMPRESOS CERTIFICADOS

Campaña: PROMOCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS ARTISTICOS Y CULTURALES
Versión (es): PROMOCIÓN CULTURAL 1

Dependencia / entidad: COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TI
Fecha de elaboración: 19-feb-20

SEGOB
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN
2020
LEONA VICARIO

Resumen de inversión publicitaria

Tipo de Medio	Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)	%
DIARIOS EDITADOS EN LA CD. DE MÉXICO	-	0.00%
DIARIOS EDITADOS EN LOS ESTADOS	683.03	100.00%
REVISTAS	-	0.00%
MEDIOS IMPRESOS INTERNACIONALES	-	0.00%
Total	683.03	100.00%

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Grupo editorial	Cobertura	Municipio	Vigencia: Inicio	Vigencia: Término	No. total de inserciones	Costo unitario (en pesos / I.V.A. incluido)	TOTAL	FORMATO CONTRATADO
1	DEEDOS	EL MEXICANO GRAN DIARIO REGIONAL	EDICIÓN Y PUBLICIDAD DE MEDIOS DE LOS ESTADOS S. DE R.L. DE C.V.	EPM160104874	EDICIÓN Y PUBLICIDAD	BAJA CALIFORNIA	TIJUANA	09/03/2020	31/05/2020	11	13,700.82	150.71	1/4 PLANA
2	DEEDOS	EL MEXICANO GRAN DIARIO REGIONAL	EDICIÓN Y PUBLICIDAD DE MEDIOS DE LOS ESTADOS S. DE R.L. DE C.V.	EPM160104874	EDICIÓN Y PUBLICIDAD	BAJA CALIFORNIA	TIJUANA	09/03/2020	31/05/2020	1	19,760.08	19.76	ROBAPLANA
3	DEEDOS	FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	IMPRESORA Y EDITORIAL SA DE CV	IED551008NR2	GRUPO HEALY	BAJA CALIFORNIA	TIJUANA	09/03/2020	31/05/2020	12	13,211.25	158.54	ROBAPLANA
4	DEEDOS	FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	IMPRESORA Y EDITORIAL SA DE CV	IED551008NR2	GRUPO HEALY	BAJA CALIFORNIA	TIJUANA	09/03/2020	31/05/2020	2	6,192.77	12.39	1/4 PLANA
5	DEEDOS	ZETA EN BAJA CALIFORNIA LIBRE COMO EL VIENTO	PIEDRA ANGULAR REPRESENTACIONES EN MEDIOS, S.A DE C.V.	PAR0906183K9	PIEDRA ANGULAR	BAJA CALIFORNIA	TIJUANA	09/03/2020	31/05/2020	7	17,137.65	119.96	1/2 PLANA
6	DEEDOS	ZETA EN BAJA CALIFORNIA LIBRE COMO EL VIENTO	PIEDRA ANGULAR REPRESENTACIONES EN MEDIOS, S.A DE C.V.	PAR0906183K9	PIEDRA ANGULAR	BAJA CALIFORNIA	TIJUANA	09/03/2020	31/05/2020	4	11,535.46	46.14	1/4 PLANA
7	DEEDOS	ZETA EN BAJA CALIFORNIA LIBRE COMO EL VIENTO	PIEDRA ANGULAR REPRESENTACIONES EN MEDIOS, S.A DE C.V.	PAR0906183K9	PIEDRA ANGULAR	BAJA CALIFORNIA	TIJUANA	09/03/2020	31/05/2020	1	4,446.16	4.45	1/8 PLANA
8	DEEDOS	EL SOL DE TIJUANA	CIAS.PERIODISTICAS DEL SOL DEL PACÍFICO S.A DE C.V.	CPS7907264F9	CIAS PERIODISTICAS	BAJA CALIFORNIA	TIJUANA	09/03/2020	31/05/2020	16	3,055.10	48.88	1/4 PLANA
9	DEEDOS	EL SOL DE TIJUANA	CIAS.PERIODISTICAS DEL SOL DEL PACÍFICO S.A DE C.V.	CPS7907264F9	CIAS PERIODISTICAS	BAJA CALIFORNIA	TIJUANA	09/03/2020	31/05/2020	20	6,110.21	122.20	1/2 PLANA
10												-	
11												-	

Unidad de Normatividad de
Medios de Comunicación
Dirección General de
Normatividad de Comunicación

Oficio No. UNMC/DGNC/0373/2020

Ciudad de México, a 5 de marzo de 2020

Asunto: Se autoriza la difusión de la campaña **Promoción de Bienes y Servicios Artísticos y Culturales**, versión *Promoción Cultural 1* de la Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana S.A. de C.V.

ANTONIO MARTÍNEZ VELÁZQUEZ
DIRECTOR GENERAL DE ENLACE DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y VOCERO
SECRETARÍA DE CULTURA

JAIME GONZALO CHÁIDEZ BONILLA
SUBDIRECTOR DE COMUNICACIÓN, MEMORIA Y DOCUMENTACIÓN DE LAS ARTES
COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TIJUANA S.A. DE C.V.

Esta Dirección General, en el ámbito de su competencia, **autoriza** la difusión de la campaña **Promoción de Bienes y Servicios Artísticos y Culturales**, versión *Promoción Cultural 1* de la **Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana S.A. de C.V.**, de acuerdo con su solicitud sometida mediante oficio DGCS/PACS/051/2020 de fecha 4 de marzo de 2020 de la Secretaría de Cultura, recibido el 5 del mismo mes y año.

Esta autorización se extiende con fundamento en el artículo 39 del Reglamento Interno de la Secretaría de Gobernación, 20 de la Ley General de Comunicación Social y 21 del *Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos generales para el registro y autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el Ejercicio Fiscal 2020, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 2 de enero de 2020* (en lo sucesivo el *"Acuerdo"*), así como el artículo 17 del Acuerdo por el que se establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal.

CLAVE DE CAMPAÑA	VIGENCIA GENERAL 2020
024/20-2001-MI04-48148	9 de marzo al 31 de mayo

Lo anterior de conformidad con el Formato Único de Campaña que adjunta a su solicitud, mismo que ha sido validado por la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno Federal con fundamento en el artículo 18 del Acuerdo. Asimismo, se subraya que cualquier modificación o inclusión de medios deberá ser solicitada durante la vigencia de la campaña, conforme lo dispuesto en los artículos 28 y 29 del Acuerdo, donde se explica claramente el procedimiento a seguir.

La campaña está incluida en el Programa Anual de Promoción y Publicidad 2020 de la **Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana S.A. de C.V.**, autorizado por esta Dirección General mediante oficio **UNMC/DGNC/0115/2020** de fecha 24 de enero de 2020.

En relación con el artículo 20 del Acuerdo previa validación de la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno Federal, la Coordinadora de sector debe solicitar la difusión propia y la de sus dependencias y entidades **ante la Dirección General de Normatividad de Comunicación en un plazo de por lo menos 10 días hábiles previos a la difusión de materiales, en los formatos correspondientes, en forma impresa y electrónica.**

Con respecto al artículo 12 del Acuerdo por el que se establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, que a la letra dice: *"Queda prohibido que un medio de comunicación concentre un porcentaje mayor al 25 por ciento de la totalidad de la pauta publicitaria que se encuentre en una campaña particular a cargo de una dependencia o entidad de la Administración Pública Federal, (…)"*., **deberá observar que en el desarrollo de las tres etapas de la única campaña que tiene programada, "Promoción de Bienes y Servicios Artísticos y Culturales", se respete el porcentaje establecido.**

Unidad de Normatividad de
Medios de Comunicación
Dirección General de
Normatividad de Comunicación

Oficio No. UNMC/DGNC/0373/2020

Finalmente, le informo que el presente registro es independiente a los procedimientos que deban realizarse conforme a la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, por lo que **las contrataciones deben llevarse a cabo bajo la estricta responsabilidad de la dependencia o entidad contratante**.

Sin otro particular, le envío un cordial saludo.

A T E N T A M E N T E

J. RAFAEL MÁRQUEZ MEZA
DIRECTOR GENERAL

C.c.p.- Lic. Jesús Ramírez Cuevas, Coordinador General de Comunicación Social y Vocero del Gobierno de la República.- Presente.
Prof. Roberto Duque Roquero, Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación SEGOB.- Presente.
Archivo de DGNC, SEGOB.
JZM / PSA / AAMD