Campaña
Promoción Cultural 1

GOBERNACIÓN

2022 Ricardo Flores Magón

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

Oficio núm. UNMC/DGNC/0539/2022

Ciudad de México, a 04 de mayo de 2022

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

Mtro. Isaac Macip Martínez
Director General de Comunicación Social
Secretaría de Cultura

Roberto Nogami Monteverde
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 Culturales** versión **Promoción Cultural 1** de la Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana, S.A. de C.V (CECUT), de conformidad con su solicitud sometida mediante oficio No. DGCS/PACS/045/2022 de fecha 02 de mayo de 2022, emitido por la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Cultura.

La presente autorización se extiende con fundamento en el artículo 39 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación, 20 de la Ley General de Comunicación Social, 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 2022, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de enero de 2022 (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 ASIGNADA
025/22-2001-MC14-48148

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 de la República, con fundamento en el artículo 20 del Acuerdo. Aunado a lo anterior, se presenta la validación de materiales, emitida con el folio DGPP/MC011/2022.

Por otro lado, si requiere realizar alguna modificación o inclusión de medios durante la vigencia de la campaña de Promoción y Publicidad, es conveniente consultar los artículos 28 y 29 del Acuerdo, donde se explican los pasos a seguir.

De conformidad con el artículo 3 fracción VIII del Acuerdo: Las erogaciones de dichos recursos y las contrataciones respectivas, deben sujetarse a los criterios de austeridad y racionalidad del gasto contenidas en la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2022, así como lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, su Reglamento, y demás disposiciones de aplicación supletoria. Las contrataciones deben llevarse a cabo bajo la estricta responsabilidad de la dependencia o entidad contratante.

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

Oficio núm. UNMC/DGNC/0539/2022

Ciudad de México, a 04 de mayo de 2022

Finalmente, no omito mencionar que el presente oficio se extiende bajo la consideración del artículo quinto del Acuerdo por el que se amplía la suspensión de los plazos, términos y actividades de la Secretaría de Gobernación, con las exclusiones que en el mismo se indican, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de mayo de 2020.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

Atentamente

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.
Lic. José Manuel Marroquín Pineda, Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación, SEGOB. - Presente.

Archivo de DGNC, SEGOB

JZM/PSA/GICS

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Presentación de Campaña de Promoción y Publicidad 2022

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**	4 de abril de 2022

INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA

Nombre de la Campaña:

PROMOCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS 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:	CIEN MIL ASISTENTES
Cobertura	NACIONAL Y ESTATAL / , BAJA CALIFORNIA

Vigencia general de la campaña

FECHA DE INICIO: **13/05/2022** FECHA DE TÉRMINO: **31/12/2022**

	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 especificas : ESTUDIANTES, EMPLEADOS, MAESTROS, OBREROS, EMPRESARIOS, COMERCIANTES, EJECUTIVOS Y PÚBLICO EN GENERAL INTERESADO POR LA CULTURA NACIONAL.

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Presentación de Campaña de Promoción y Publicidad 2022

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 4 de abril de 2022

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		1,430.00	DEL 13 DE MAYO DE 2022 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022	PLANA, 1/2 PLANA, 1/4 PLANA, 1/8 PLANA, ROBAPLANA, A COLOR BLANCO Y NEGRO
Revistas		-		
Medios Complementarios		993.90	DEL 13 DE MAYO DE 2022 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022	ESPECTACULARES,
- Cine		-		
Medios Impresos y Electronicos Internacionales		-		
Medios Digitales		900.00	DEL 13 DE MAYO DE2022 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022	OTRO FORMATO, **Tipo de formato especificado:** BANNER WEB Y GIF
Estudios (pre-campaña, post-campaña)		-		
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado		-		
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		3,323.91		

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Presentación de Campaña de Promoción y Publicidad 2022

Cabeza de Sector SECRETARÍA DE CULTURA

Naturaleza Juridica: EMPRESA

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

Fecha de elaboración 4 de abril de 2022

Actividades Complementarias:

Razones para la Utilización de estos Medios:

AUTORIZACIONES

Autorización de la Coordinadora Sectorial

Nombre y Firma

Autorización del Titular del Área de Comunicación Social

ROBERTO NOGAMI MIONTEVERDE
SUBDIRECTOR DE COMUNICACIÓN, MEMORIA Y DOCUMENTACIÓN DE LAS ARTES

Nombre y Firma

ANEXO MEDIOS IMPRESOS CERTIFICADOS

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

Dependencia / entidad: COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TI
Fecha de elaboración: 4-abr-22

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	1,430.00	100.00%
REVISTAS	-	0.00%
MEDIOS IMPRESOS INTERNACIONALES	-	0.00%
Total	1,430.00	100.00%

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Grupo editorial	Cobertura	Vigencia: Inicio	Vigencia: Termino	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	EDICION Y PUBLICIDAD	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	25	13,700.82	342.52	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	EDICION Y PUBLICIDAD	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	11	6,718.55	73.90	1/8 PLANA
3	DEEDOS	EL MEXICANO GRAN DIARIO REGIONAL	EDICIÓN Y PUBLICIDAD DE MEDIOS DE LOS ESTADOS S. DE R.L. DE C.V.	EPM160104874	EDICION Y PUBLICIDAD	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	1	3,578.09	3.58	CINTILLO
4	DEEDOS	FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	IMPRESORA Y EDITORIAL SA DE CV	IED551008NR2	GRUPO HEALY	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	25	13,211.25	330.28	ROBAPLANA
5	DEEDOS	FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	IMPRESORA Y EDITORIAL SA DE CV	IED551008NR2	GRUPO HEALY	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	14	6,192.77	86.70	1/4 PLANA
6	DEEDOS	FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	IMPRESORA Y EDITORIAL SA DE CV	IED551008NR2	GRUPO HEALY	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	1	3,019.89	3.02	CINTILLO
7	DEEDOS	EL SOL DE TIJUANA	CIAS.PERIODISTICAS DEL SOL DEL PACÍFICO S.A.DE C.V.	CPS7907264F9	CIAS.PERIODISTICAS	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	40	6,205.68	248.23	1/2 PLANA
8	DEEDOS	EL SOL DE TIJUANA	CIAS.PERIODISTICAS DEL SOL DEL PACÍFICO S.A.DE C.V.	CPS7907264F9	CIAS.PERIODISTICAS	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	30	3,065.10	91.65	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	13/05/2022	31/12/2022	1	119.67	0.12	CINTILLO
10	DEEDOS	ZETA EN BAJA CALIFORNIA LIBRE COMO EL VIENTO	PIEDRA ANGULAR REPRESENTACIONES EN MEDIOS, S.A.DE C.V.	PAR0906183K9	PIEDRA ANGULAR	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	12	4,446.16	53.35	1/8 PLANA
11	DEEDOS	ZETA EN BAJA CALIFORNIA LIBRE COMO EL VIENTO	PIEDRA ANGULAR REPRESENTACIONES EN MEDIOS, S.A.DE C.V.	PAR0906183K9	PIEDRA ANGULAR	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	17	11,535.47	196.10	1/4 PLANA
12	DEEDOS	ZETA EN BAJA CALIFORNIA LIBRE COMO EL VIENTO	PIEDRA ANGULAR REPRESENTACIONES EN MEDIOS, S.A.DE C.V.	PAR0906183K9	PIEDRA ANGULAR	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	1	543.05	0.54	CINTILLO
13											-	
14											-	
15											-	
16											-	
17											-	
18											-	
19											-	
20											-	
21											-	
22											-	
23											-	
24											-	
25											-	
26											-	
27											-	
28											-	
29											-	
30											-	
31											-	
32											-	
33											-	
34											-	
35											-	
36											-	
37											-	
38											-	
39											-	
40											-	
41											-	
42											-	

ANEXO MEDIOS COMPLEMENTARIOS

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

Dependencia / entidad: COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TIJU.
Fecha de elaboración: 4-abr-22

Resumen de inversión publicitaria

Tipo de Medio	Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)	%
CARTELES	-	0.00%
CINE	-	0.00%
DÍPTICOS	-	0.00%
ESPECTACULARES	993.90	100.00%
FOLLETOS	-	0.00%
MANTAS	-	0.00%
MOBILIARIO URBANO	-	0.00%
PRODUCTO INTEGRADO	-	0.00%
PUBLICIDAD MÓVIL	-	0.00%
RÓTULOS	-	0.00%
SUPLEMENTO	-	0.00%
TARJETAS TELEFÓNICAS	-	0.00%
TRÍPTICOS	-	0.00%
VIDEOBUS	-	0.00%
OTRO TIPO DE MEDIO (ESPECIFICAR)	-	0.00%
Total	993.90	100.00%

Borrar Fila

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Cobertura	Vigencia: Inicio	Vigencia: Término	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario (en pesos / I.V.A. incluido)	TOTAL	SERVICIO CONTRATADO
1	ESP	IMPACTO	SOLUCIONES DE IMPACTO S. DE R.L. DE C.V.	SIM1211088V5	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	4.12 X 1.77 MTS.	14	37,028.57	518.40	ESPECTACULARES
2	ESP	GPO VALLAS	G.I.V.Y.G. S.A DE C.V.	GIV 100305 F47	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	4 X 2 MTS	12	39,625.31	475.50	ESPECTACULARES
3											-	
4											-	
5											-	
6											-	

ANEXO MEDIOS DIGITALES

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

Dependencia / entidad: COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL
Fecha de elaboración: 4-abr-22



Resumen de inversión publicitaria

Plataforma	Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)	%
BUSCADORES	-	0.00%
PORTALES	-	0.00%
SITIOS WEB	900.00	100.00%
REDES SOCIALES	-	0.00%
Total	900.00	100.00%

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Cobertura	Vigencia: Inicio	Vigencia: Término	Formato Contratado	Tipo de Compra	Esquema de Compra	Unidad de Compra	Costo unitario (en pesos / I.V.A. incluido)	TOTAL (en miles pesos / I.V.A. incluido)	Meta
1	SWEB	WWW.LATEMPESTAD.MX	PERISCOPIO MEDIA S.A DE C.V.	PME981118MX6	NACIONAL	13/05/2022	31/12/2022	OTRO FORMATO	COSTO POR DIA	FIJO	240	1,250.00	300.00	
2	SWEB	WWW.JORNADABC.MX	CALAFIA PUBLICACIONES S.A DE C.V.	CPU141014TW8	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	OTRO FORMATO	COSTO POR DIA	FIJO	240	1,250.00	300.00	
3	SWEB	WWW.ARISTEGUINOTICIAS.COM	SAIO SERVICIOS S.A DE C.V.	SSE070629NF3	NACIONAL	13/05/2022	31/12/2022	OTRO FORMATO	COSTO POR DIA	FIJO	240	1,250.00	300.00	
4													-	
5													-	
6													-	
7													-	
8													-	
9													-	
10													-	
11													-	

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

Tijuana B.C, a 04 de abril de 2022
Oficio: Campaña Promoción Cultural 1
Folio: SCMDC/012/2022

Mtro. Isaac Macip Martínez
Director General de Comunicación Social
Secretaría de Cultura

De conformidad con lo dispuesto 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 2022 (Lineamientos), me permito solicitarle, en calidad de cabeza de sector, las gestiones necesarias ante la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno de la República y la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, para el registro y autorización de la **Campaña de Promoción de Bienes y Servicios 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 2022 del CECUT.

Quedo a sus órdenes para cualquier aclaración.
Atentamente

Roberto Nogami Monteverde
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
Francisco Tapia Campos-Titular del Órgano Interno de Control CECUT
Archivo.

Modificación

Campaña Promoción Cultural 1

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

2022 Ricardo Flores Magón
Año de

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

Oficio núm. UNMC/DGNC/0998/2022

Ciudad de México, a 24 de octubre de 2022

Asunto:	Se autorizan las modificaciones a la campaña: **Promoción de Bienes y Servicios Culturales**, versión **Promoción Cultural 1**, de Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana, S.A. de C.V.

Manuel Zepeda Mata
Director General de Comunicación Social
Secretaría de Cultura

Roberto Nogami Monteverde
Subdirector de Comunicación, Memoria y Documentación de las Artes
Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana, S.A. de C.V.

Me refiero al oficio DGCS/PACS/113/2022 de fecha 20 de octubre de 2022, por el que se solicita la autorización a la modificación de la campaña **Promoción de Bienes y Servicios Culturales,** versión **Promoción Cultural 1** correspondiente al Ejercicio Fiscal 2022, de la Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana, S.A. de C.V (CECUT).

Sobre el particular y con fundamento en lo dispuesto por el artículo 27, fracción VIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 39 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; así como el artículo 28 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 2022, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de enero de 2022 (en lo sucesivo el Acuerdo), **esta Dirección General autoriza las modificaciones** a la campaña **Promoción de Bienes y Servicios Culturales** versión **Promoción Cultural 1** del CECUT, de acuerdo a lo siguiente:

CONCEPTO DE MODIFICACIÓN	TIPO DE MEDIO	MEDIOS DE DIFUSIÓN SELECCIONADOS
INCREMENTO EN INSERCIONES Y GASTO	Diarios editados en los Estados	El Mexicano Gran Diario Regional
		Zeta en Baja California Libre Como El Viento
		Frontera Diario Independiente de Tijuana
DECREMENTO EN INSERCIONES Y GASTO		El Sol de Tijuana

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

Oficio núm. UNMC/DGNC/0998/2022

Ciudad de México, a 24 de octubre de 2022

CONCEPTO DE MODIFICACIÓN	TIPO DE MEDIO	MEDIOS DE DIFUSIÓN SELECCIONADOS
INCREMENTO EN IMPACTOS Y GASTO	Medios Complementarios	Impacto
		Grupo Vallas
	Sitios Web	www.latempestad.mx
DECREMENTO EN IMPACTOS Y GASTO		www.aristeguinoticias.com
		www.jornadabc.com.mx

La campaña se autorizó mediante oficio **UNMC/DGNC/0539/2022** de fecha 4 de mayo de 2022, con clave asignada: **025/22-2001-MC14-48148**.

De igual manera, el Formato Único de Campaña que adjunta a su solicitud ha sido validado por la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno de la República, con fundamento en el artículo 20 del Acuerdo.

De conformidad con el artículo 3 fracción VIII del Acuerdo: las erogaciones de dichos recursos y las contrataciones respectivas deben sujetarse a los criterios de austeridad y racionalidad del gasto contenidas en la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2022, así como lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, su Reglamento, y demás disposiciones de aplicación supletoria. Las contrataciones deben llevarse a cabo bajo la estricta responsabilidad de la dependencia o entidad contratante.

Finalmente, no omito mencionar que el presente oficio se extiende bajo la consideración del artículo quinto del Acuerdo por el que se amplía la suspensión de los plazos, términos y actividades de la Secretaría de Gobernación, con las exclusiones que en el mismo se indican, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de mayo de 2020.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

Atentamente

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.
Lic. José Manuel Marroquín Pineda, Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación, SEGOB. - Presente.
JZM/PSA/GICS
Archivo de DGNC, SEGOB

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

Tijuana B.C, a 13 de octubre de 2022
Oficio: Campaña Promoción Cultural 1
Folio: SCMDC/059/2022

Lic. Manuel Zepeda Mata
Director General de Comunicación Social
Secretaría de Cultura

De conformidad con lo dispuesto en el Artículo 28 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 2022 (Lineamientos), me permito solicitar, en su calidad de cabeza de sector, las gestiones necesarias ante la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno de la República y la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, para el registro y autorización de la **Modificación a la Campaña de Promoción de Bienes y Servicios 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 2022 del CECUT.

Quedo a sus órdenes para cualquier aclaración.
Atentamente

Roberto Nogami Monteverde
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
Francisco Tapia Campos-Titular del Órgano Interno de Control CECUT
Archivo.

Modificación a Campaña de Promoción y Publicidad 2022

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

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 13 de octubre de 2022

INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA

Nombre de la Campaña:

PROMOCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS 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:	CIEN MIL ASISTENTES
Cobertura	NACIONAL Y ESTATAL / BAJA CALIFORNIA
Vigencia general de la campaña	FECHA DE INICIO: 13/05/2022 FECHA DE TÉRMINO: 31/12/2022

	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, EMPRESARIOS, COMERCIANTES, EJECUTIVOS Y PÚBLICO EN GENERAL INTERESADO POR LA CULTURA NACIONAL.

Modificación a Campaña de Promoción y Publicidad 2022

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Cabeza de Sector SECRETARÍA DE CULTURA

Naturaleza Juridica: EMPRESA

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

Fecha de elaboración 13 de octubre de 2022

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		1,608.00	DEL 13 DE MAYO DE 2022 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022	PLANA, 1/2 PLANA, 1/4 PLANA, 1/8 PLANA, ROBAPLANA, A COLOR BLANCO Y NEGRO
Revistas				
Medios Complementarios		1,161.51	DEL 13 DE MAYO DE 2022 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022	ESPECTACULARES,
- Cine				
Medios Impresos y Electronicos Internacionales				
Medios Digitales		684.00	DEL 13 DE MAYO DE2022 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022	OTRO FORMATO, **Tipo de formato especificado:** BANNER WEB Y GIF
Estudios (pre-campaña, post-campaña)				
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado				
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		3,453.51		

Clave de Identificación: 025.22.2001.MC.14.46148

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Modificación a Campaña de Promoción y Publicidad 2022

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 13 de octubre de 2022

N° de Oficio de Autorización: UNMC/DGNC/0539/2022

Actividades Complementarias:

Razones para la Utilización de estos Medios:

AUTORIZACIONES

Autorización de la Coordinadora Sectorial

Nombre y Firma

Autorización del Titular del Área de Comunicación Social

ROBERTO NOGAMI MONTEVERDE
SUBDIRECTROR DE COMUNICACIÓN, MEMORIA Y DOCUMENTACIÓN DE LAS ARTES

Nombre y Firma

ANEXO MEDIOS IMPRESOS CERTIFICADOS

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

Dependencia / entidad: COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TI
Fecha de elaboración: 13-oct-22

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	1,608.00	100.00%
REVISTAS	-	0.00%
MEDIOS IMPRESOS INTERNACIONALES	-	0.00%
SUMA	1,608.00	100.00%

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Grupo editorial	Colectiva	Vigencia: Inicio	Vigencia: Termino	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	EDICION Y PUBLICIDAD	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	31	13,700.82	424.73	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	EDICION Y PUBLICIDAD	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	11	8,718.55	73.90	1/8 PLANA
3	DEEDOS	EL MEXICANO GRAN DIARIO REGIONAL	EDICIÓN Y PUBLICIDAD DE MEDIOS DE LOS ESTADOS S. DE R.L. DE C.V.	EPM160104874	EDICION Y PUBLICIDAD	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	1	5,370.53	5.37	CINTILLO
4	DEEDOS	FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	IMPRESORA Y EDITORIAL SA DE CV	IED551008NR2	GRUPO HEALY	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	30	13,211.25	396.34	ROBAPLANA
5	DEEDOS	FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	IMPRESORA Y EDITORIAL SA DE CV	IED551008NR2	GRUPO HEALY	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	17	6,192.77	105.28	1/4 PLANA
6	DEEDOS	FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	IMPRESORA Y EDITORIAL SA DE CV	IED551008NR2	GRUPO HEALY	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	1	2,385.51	2.39	CINTILLO
7	DEEDOS	EL SOL DE TIJUANA	CIAS.PERIODISTICAS DEL SOL DEL PACÍFICO S.A DE C.V.	CPS7907264F9	CIAS PERIODISTICAS	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	34	6,205.88	210.99	1/2 PLANA
8	DEEDOS	EL SOL DE TIJUANA	CIAS.PERIODISTICAS DEL SOL DEL PACÍFICO S.A DE C.V.	CPS7907264F9	CIAS PERIODISTICAS	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	29	3,055.10	88.60	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	13/05/2022	31/12/2022	1	408.98	0.41	CINTILLO
10	DEEDOS	ZETA EN BAJA CALIFORNIA LIBRE COMO EL VIENTO	PIEDRA ANGULAR REPRESENTACIONES EN MEDIOS, S.A DE C.V.	PAR0906183K9	PIEDRA ANGULAR	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	18	4,446.16	80.03	1/8 PLANA
11	DEEDOS	ZETA EN BAJA CALIFORNIA LIBRE COMO EL VIENTO	PIEDRA ANGULAR REPRESENTACIONES EN MEDIOS, S.A DE C.V.	PAR0906183K9	PIEDRA ANGULAR	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	19	11,535.47	219.17	1/4 PLANA
12	DEEDOS	ZETA EN BAJA CALIFORNIA LIBRE COMO EL VIENTO	PIEDRA ANGULAR REPRESENTACIONES EN MEDIOS, S.A DE C.V.	PAR0906183K9	PIEDRA ANGULAR	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	1	795.18	0.80	CINTILLO
13											-	
14											-	
15											-	
16											-	

ANEXO MEDIOS COMPLEMENTARIOS

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

Dependencia / entidad: COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TIJU
Fecha de elaboración: 13-oct-22

Resumen de inversión publicitaria

Tipo de Medio	Monto de la inversión (pesos / I.V.A. incluido)	%
CARTELES	-	0.00%
CINE	-	0.00%
DÍPTICOS	-	0.00%
ESPECTACULARES	1,161.51	100.00%
FOLLETOS	-	0.00%
MANTAS	-	0.00%
MOBILIARIO URBANO	-	0.00%
PRODUCTO INTEGRADO	-	0.00%
PUBLICIDAD MÓVIL	-	0.00%
RÓTULOS	-	0.00%
SUPLEMENTO	-	0.00%
TARJETAS TELEFÓNICAS	-	0.00%
TRÍPTICOS	-	0.00%
VIDEOBUS	-	0.00%
OTRO TIPO DE MEDIO (ESPECIFICAR)	-	0.00%

Borrar Fila

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Cobertura	Vigencia: Inicio	Vigencia: Término	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario (en pesos / I.V.A. incluido)	TOTAL	SERVICIO CONTRATADO
1	ESP	IMPACTO	SOLUCIONES DE IMPACTO S. DE R.L. DE C.V.	SIM1211088V5	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	4.12 X 1.77 MTS	18	38,844.58	621.51	ESPECTACULARES
2	ESP	GPO VALLAS	G.I.V.Y.G. S.A DE C.V.	GIV 100305 F47	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	4 X 2 MTS	14	38,571.42	540.00	ESPECTACULARES
3											-	
4											-	
5											-	
6											-	

ANEXO MEDIOS DIGITALES

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

Dependencia / entidad: COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL
Fecha de elaboración: 13-oct-22



Resumen de inversión publicitaria

Plataforma	Monto de la inversión (pesos mexicanos / I.V.A. incluido)	%
BUSCADORES	-	0.00%
PORTALES	-	0.00%
SITIOS WEB	884.00	100.00%
REDES SOCIALES	-	0.00%
		100.00%

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Cobertura	Vigencias: Inicio	Vigencias: Termino	Formato Contratado	Tipo de Compra	Esquema de Compra	Unidad de Compra	Costo unitario (en pesos / I.V.A. incluido)	TOTAL (en miles pesos / I.V.A. incluido)	Meta
1	SWEB	WWW.LATEMPESTAD.MX	PERISCOPIO MEDIA S.A DE C.V.	PME8611184X8	NACIONAL	13/05/2022	31/12/2022	OTRO FORMATO	COSTO POR DÍA	FIJO	300	1,200.00	360.00	
2	SWEB	WWW.JORNADABC.COM.MX	CALAFIA PUBLICACIONES S.A DE C.V.	CPU141014TW6	BAJA CALIFORNIA	13/05/2022	31/12/2022	OTRO FORMATO	COSTO POR DÍA	FIJO	200	600.00	120.00	
3	SWEB	WWW.ARISTEGUINOTICIAS.COM	SAIO SERVICIOS S.A DE C.V.	SSE070829NF3	NACIONAL	13/05/2022	31/12/2022	OTRO FORMATO	COSTO POR DÍA	FIJO	200	1,020.00	204.00	
4													-	
5													-	
6													-	
7													-	
8													-	
9													-	
10													-	
11													-	
12														

Inclusión de medios

Campaña Promoción Cultural 1

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

Oficio núm. UNMC/DGNC/1002/2022

Ciudad de México, a 26 de octubre de 2022

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

Manuel Zepeda Mata
Director General de Comunicación Social
Secretaría de Cultura

Roberto Nogami Monteverde
Subdirector de Comunicación, Memoria y Documentación de las Artes
Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana, S.A. de C.V.

Me refiero al oficio DGCS/PACS/114/2022 de fecha 20 de octubre de 2022, por el que se solicita la autorización de inclusión de medios para la campaña **Promoción de Bienes y Servicios Culturales** versión **Promoción Cultural 1** correspondiente al Ejercicio Fiscal 2022, de la **Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana, S.A. de C.V. (CECUT).**

Sobre el particular y con fundamento en lo dispuesto por el artículo 27, fracción VIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 39 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; así como el artículo 29 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 2022, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de enero de 2022 (en lo sucesivo el Acuerdo), esta Dirección General autoriza la inclusión de medios para la campaña Promoción de Bienes y Servicios Culturales versión Promoción Cultural 1 del CECUT.

CLAVE DE CAMPAÑA
025/22-2002-TC03-48148

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 de la República, con fundamento en el artículo 20 del Acuerdo. Aunado a lo anterior, se presenta la validación de materiales, emitida con el folio DGPP/MC169/2022.

La campaña fue autorizada mediante oficio **UNMC/DGNC/539/2022** de fecha 4 de mayo de 2022, con clave **025/22-2001-MC14-48148** y se autorizó modificación con el oficio **UNMC/DGNC/0998/2022** del 24 de octubre del año en curso.

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

Oficio núm. UNMC/DGNC/1002/2022

Ciudad de México, a 26 de octubre de 2022

La realización del estudio deberá apegarse a **los Criterios Metodológicos para la evaluación de campañas de comunicación** y remitir los resultados a esta Dirección General en los formatos correspondientes, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 42 y demás relativos y aplicables del Acuerdo.

De conformidad con el artículo 3 fracción VIII del Acuerdo: las erogaciones de dichos recursos y las contrataciones respectivas deben sujetarse a los criterios de austeridad y racionalidad del gasto contenidas en la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2022, así como lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, su Reglamento, y demás disposiciones de aplicación supletoria. Las contrataciones deben llevarse a cabo bajo la estricta responsabilidad de la dependencia o entidad contratante.

Finalmente, no omito mencionar que el presente oficio se extiende bajo la consideración del artículo quinto del Acuerdo por el que se amplía la suspensión de los plazos, términos y actividades de la Secretaría de Gobernación, con las exclusiones que en el mismo se indican, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de mayo de 2020.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

Atentamente

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.
Lic. José Manuel Marroquín Pineda, Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación, SEGOB. - Presente.

JZM/PSA/GICS

Archivo de DGNC, SEGOB

CULTURA
SECRETARÍA DE CULTURA

Centro Cultural Tijuana

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

Tijuana B.C, a 06 de octubre de 2022
Oficio: Inclusión a Campaña Promoción Cultural 1
Folio: SCMDC/058/2022

Lic. Manuel Zepeda Mata
Director General de Comunicación Social
Secretaría de Cultura

De conformidad con lo dispuesto en el Artículo 29 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 2022 (Lineamientos), me permito solicitar, en su calidad de cabeza de sector, las gestiones necesarias ante la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno de la República y la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, para el registro y autorización de la **Inclusión de Medios a la Campaña de Promoción de Bienes y Servicios 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 2022 del CECUT.

Quedo a sus órdenes para cualquier aclaración.
Atentamente

Roberto Nogami Monteverde
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
Francisco Tapia Campos-Titular del Órgano Interno de Control CECUT
Archivo.

Inclusión a Campaña de Promoción y Publicidad 2022

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

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 26 de septiembre de 2022

INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA

Nombre de la Campaña:

PROMOCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS 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: CIEN MIL ASISTENTES

Cobertura NACIONAL Y ESTATAL / , BAJA CALIFORNIA, CHIAPAS, CHIHUAHUA, MICHOACAN, MORELOS, OAXACA, TABASCO, VERACRUZ

Vigencia general de la campaña FECHA DE INICIO: 01/11/2022 FECHA DE TÉRMINO: 31/12/2022

	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, EMPRESARIOS, COMERCIANTES, EJECUTIVOS Y PÚBLICO EN GENERAL INTERESADO POR LA CULTURA NACIONAL

Inclusión a Campaña de Promoción y Publicidad 2022

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

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 26 de septiembre de 2022

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	TIEMPOS COMERCIALES/	**491.07**	DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2022 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022	MENCIÓN,
Radiodifusoras	TIEMPOS COMERCIALES/	**877.81**	DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2022 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022	MENCIÓN,
Diarios Editados en la Cd. de México		-		
Diarios Editados en los Estados		-		
Revistas		-		
Medios Complementarios		-		
- Cine		-		
Medios Impresos y Electronicos Internacionales		-		
Medios Digitales		-		
Estudios (pre-campaña, post-campaña)		**50.00**		ESTUDIOS (POST-CAMPAÑA)
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado		-		
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		**1,418.88**		

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Inclusión a Campaña de Promoción y Publicidad 2022

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 26 de septiembre de 2022

Actividades Complementarias:

Razones para la Utilización de estos Medios:

AUTORIZACIONES

Autorización de la Coordinadora Sectorial

Nombre y Firma

Autorización del Titular del Área de Comunicación Social

ROBERTO NOGAMI MONTEVERDE
SUBDIRECTROR DE COMUNICACIÓN, MEMORIA Y DOCUMENTACIÓN DE LAS ARTES

Nombre y Firma

ANEXO TELEVISORAS

Campaña: PROMOCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES
Versión (es): PROMOCIÓN CULTURAL 1
Dependencia / entidad: COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TIJUANA, S.A. DE
Fecha de elaboración: 26-sep-22

Resumen de inversión publicitaria

Tipo de Medio	Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)	%
TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL	-	0.00%
TELEVISIÓN ABIERTA LOCAL	491.07	100.00%
TELEVISIÓN RESTRINGIDA	-	0.00%
TELEVISIÓN INTERNACIONAL	-	0.00%
Total:	491.07	100.00%

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Cadena televisiva a la que pertenece (no afiliación)	Cobertura	Siglas	Canal	Vigencia: Inicio	Vigencia: Término	Espacio Programático: Género / programa	Espacio Programático: Horario	No. impactos totales	Costo unitario (en pesos / I.V.A. incluido)	TOTAL	FORMATO CONTRATADO
1	TVLOC	CANAL 12	TELEVISA S. DE R.L. DE C.V.	TEL721214GK7	TELEVISA	BAJA CALIFORNIA	XEWT	12	01/11/2022	31/12/2022	NOTICIERO	7-11 PM	55	8,928.52	491.07	MENCIÓN
2															-	
3															-	
4															-	
5															-	
6															-	
7															-	
8															-	
9															-	
10															-	

ANEXO RADIODIFUSORAS

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

Dependencia / entidad: COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TIJUANA, S.A. DE C
Fecha de elaboración: 26-sep-22

Resumen de inversión publicitaria

Tipo de Medio	Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)	%
CADENAS RADIOFÓNICAS	-	0.00%
RADIODIFUSORAS LOCALES	877.81	100.00%
RADIODIFUSORAS INTERNACIONALES	-	0.00%
Total	877.81	100.00%

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Grupo radiofónico al que pertenece (no afiliación)	Cobertura	Siglas	Frecuencia AM / FM	Vigencia: Inicio	Vigencia: Término	Espacio Programático: Género / programa	Espacio Programático: Horario	No. impactos totales	Costo unitario (en pesos / I.V.A. incluido)	TOTAL	FORMATO CONTRATADO
1	RADLOC	COMUNIDAD INDIGENA TSELTAL	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	CHIAPAS	XHBAK	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
2	RADLOC	UANDARHI, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	MICHOACAN	XHRHI	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
3	RADLOC	COMUNIDAD MAZATECA EN MAZATLÁN VILLA DE FLORES	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	OAXACA	XHTFM	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
4	RADLOC	CULTURA Y COMUNICACIÓN DE ZAACHILA	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	OAXACA	XHZAA	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
5	RADLOC	RADIO CULTURAL DE TEPALCATEPEC, S.A.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	MICHOACAN	XHTM	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
6	RADLOC	TEPONAZTLE CULTURA Y COMUNICACIÓN, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	MORELOS	XHRTPZ	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
7	RADLOC	ASOCIACIÓN VERACRUZANA DE COMUNICADORES POPULARES	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	VERACRUZ	XEYTM	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
8	RADLOC	RADIO CALENDA LA VOZ DEL VALLE, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	OAXACA	XHRCV	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
9	RADLOC	KAHAL SEMBRADORES DE FUTURO	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	TABASCO	XHSCBI	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
10	RADLOC	RADIO LOS COMPADRES	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	CHIHUAHUA	XHSCBC	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
11	RADLOC	COMUNIDAD DE SANTA MARIA TLAHUITOLTEPEC, MIXE	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	OAXACA	XHJP	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	443.03	4.43	MENCIÓN
12	RADLOC	FUSION IMER	INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO	IMR830323RH1	IMER	BAJA CALIFORNIA	XHUAN	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	1525	263.32	401.56	MENCIÓN
13	RADLOC	EXA	STEREOREY MEXICO S.A	SME741219F83	MVS	BAJA CALIFORNIA	XHGLX	FM	01/11/2022	31/12/2022	MUSICAL	6AM-4PM	102	2,286.69	234.26	MENCIÓN
14	RADLOC	LA MEJOR	STEREOREY MEXICO S.A	SME741219F83	MVS	BAJA CALIFORNIA	XHTIM	FM	01/11/2022	31/12/2022	MUSICAL	6AM-4PM	150	1,288.37	193.26	MENCIÓN
15															-	
16															-	
17															-	

ANEXO SERVICIOS PUBLICITARIOS Y ESTUDIOS

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

Dependencia / entidad: COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TIJUANA, S.A. DE C.V.
Fecha de elaboración: 26-sep-22

Tipo de Medio	Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)	%
DISEÑO Y SERVICIOS PUBLICITARIOS	-	0.00%
ESTUDIOS (PRE-CAMPAÑA, POST-CAMPAÑA)	50.00	100.00%
PRODUCCIÓN	-	0.00%
POSTPRODUCCIÓN	-	0.00%
PREPRODUCCIÓN	-	0.00%
COPIADO	-	0.00%
[illegible]	[illegible]	[illegible]

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Costo del Servicio (en pesos / I.V.A. incluido)	SERVICIO CONTRATADO
1	EST	EASY RESEARCH INNOVATION	EASY RI S.C.	ERI180403563	50,000.00	ESTUDIOS POST-CAMPAÑA
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						

Modificación 1
a la Inclusión de medios

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

Oficio núm. UNMC/DGNC/1188/2022

Ciudad de México, a 26 de diciembre de 2022

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

Manuel Zepeda Mata
Director General de Comunicación Social
Secretaría de Cultura

Roberto Nogami Monteverde
Subdirector de Comunicación, Memoria y Documentación de las Artes
Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana, S.A. de C.V.

Me refiero al oficio DGCS/PACS/144/2022 de fecha 20 de diciembre de 2022, por el que se solicita la modificación a la inclusión de medios para la campaña: **Promoción de Bienes y Servicios Culturales,** versión: **Promoción Cultural 1** correspondiente al Ejercicio Fiscal 2022, de la **Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana, S.A. de C.V. (CECUT).**

Sobre el particular y con fundamento en lo dispuesto por el artículo 27, fracción VIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 39 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; así como el artículo 28 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 2022, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de enero de 2022 (en lo sucesivo el Acuerdo), **esta Dirección General autoriza la modificación a la inclusión de medios para la campaña: Promoción de Bienes y Servicios Culturales,** versión: **Promoción Cultural 1 del CECUT.**

CONCEPTO DE MODIFICACIÓN	*TIPO DE SERVICIO*	*NOMBRE COMERCIAL*
Decremento en gasto	Post-Estudio	Easy Research Innovation

De igual manera, el Formato Único de Campaña que adjunta a su solicitud ha sido validado por la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno de la República, con fundamento en el artículo 20 del Acuerdo.

La inclusión de la campaña fue autorizada mediante oficio No. **UNMC/DGNC/1002/2022** de fecha 26 de octubre de 2022, con clave **025/22-2002-TC03-48148.**

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

Oficio núm. UNMC/DGNC/1188/2022

Ciudad de México, a 26 de diciembre de 2022

De conformidad con el artículo 3 fracción VIII del Acuerdo: las erogaciones de dichos recursos y las contrataciones respectivas deben sujetarse a los criterios de austeridad y racionalidad del gasto contenidas en la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2022, así como lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, su Reglamento, y demás disposiciones de aplicación supletoria. Las contrataciones deben llevarse a cabo bajo la estricta responsabilidad de la dependencia o entidad contratante.

Finalmente, no omito mencionar que el presente oficio se extiende bajo la consideración del artículo quinto del Acuerdo por el que se amplía la suspensión de los plazos, términos y actividades de la Secretaría de Gobernación, con las exclusiones que en el mismo se indican, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de mayo de 2020.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

Atentamente

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.
Lic. José Manuel Marroquín Pineda, Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación, SEGOB. - Presente.

JZM/PSA/JPD

Archivo de DGNC, SEGOB

CULTURA
SECRETARÍA DE CULTURA

Centro Cultural Tijuana

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

Tijuana B.C, a 12 de diciembre de 2022
Oficio: Modificación a la Inclusión
Folio: SCMDC/067/2022

Lic. Manuel Zepeda Mata
Director General de Comunicación Social
Secretaría de Cultura

De conformidad con lo dispuesto en el Artículo 28 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 2022 (Lineamientos), me permito solicitar, en su calidad de cabeza de sector, las gestiones necesarias ante la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno de la República y la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, para el registro y autorización de la **Modificación a la Inclusión de Medios, de la Campaña de Promoción de Bienes y Servicios 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 2022 del CECUT.

Quedo a sus órdenes para cualquier aclaración.
Atentamente

Roberto Nogami Monteverde
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
Francisco Tapia Campos-Titular del Órgano Interno de Control CECUT
Archivo.

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Modificación a Campaña de Promoción y Publicidad 2022

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 12 de diciembre de 2022

INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA

Nombre de la Campaña:

PROMOCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS 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:	CIEN MIL ASISTENTES
Cobertura	NACIONAL Y ESTATAL / , BAJA CALIFORNIA, CHIAPAS, CHIHUAHUA, MICHOACAN, MORELOS, OAXACA, TABASCO, VERACRUZ

Vigencia general de la campaña

FECHA DE INICIO: **01/11/2022** FECHA DE TÉRMINO: **31/12/2022**

	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 especificas : ESTUDIANTES, EMPLEADOS, MAESTROS, OBREROS, EMPRESARIOS, COMERCIANTES, EJECUTIVOS Y PÚBLICO EN GENERAL INTERESADO POR LA CULTURA NACIONAL.

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Modificación a Campaña de Promoción y Publicidad 2022

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 12 de diciembre de 2022

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	TIEMPOS COMERCIALES/	491.07	DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2022 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022	MENCIÓN,
Radiodifusoras	TIEMPOS COMERCIALES/	877.81	DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2022 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022	MENCIÓN,
Diarios Editados en la Cd. de México		-		
Diarios Editados en los Estados		-		
Revistas		-		
Medios Complementarios		-		
- Cine		-		
Medios Impresos y Electronicos Internacionales		-		
Medios Digitales		-		
Estudios (pre-campaña, post-campaña)		42.51		ESTUDIOS (POST-CAMPAÑA)
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado		-		
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		1,411.39		

Clave de Identificación: 025/22-2002-TC03-48148

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Modificación a Campaña de Promoción y Publicidad 2022

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 12 de diciembre de 2022

N° de Oficio de Autorización: UNMC/DGNC/1002/2022

Actividades Complementarias:

Razones para la Utilización de estos Medios:

AUTORIZACIONES

Autorización de la Coordinadora Sectorial

Nombre y Firma

Autorización del Titular del Área de Comunicación Social

ROBERTO NOGAMI MIONTEVERDE
SUBDIRECTROR DE COMUNICACIÓN, MEMORIA Y DOCUMENTACIÓN DE LAS ARTES

Nombre y Firma

ANEXO TELEVISORAS

Campaña: PROMOCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES
Versión (es): PROMOCIÓN CULTURAL 1
Dependencia / entidad: COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TIJUANA, S.A. DE
Fecha de elaboración: 12-dic-22

Resumen de inversión publicitaria

Tipo de Medio	Monto de la inversion (miles de pesos / I.V.A. incluido)	%
TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL	-	0.00%
TELEVISIÓN ABIERTA LOCAL	491.07	100.00%
TELEVISIÓN RESTRINGIDA	-	0.00%
TELEVISIÓN INTERNACIONAL	-	0.00%
Total	**491.07**	**100.00%**

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Cadena televisiva a la que pertenece (no afiliación)	Cobertura	Siglas	Canal	Vigencia: Inicio	Vigencia: Término	Espacio Programático: Género / programa	Espacio Programático: Horario	No. impactos totales	Costo unitario (en pesos / I.V.A. incluido)	TOTAL	FORMATO CONTRATADO
1	TVLOC	CANAL 12	TELEVISA S. DE R.L. DE C.V.	TEL721214GK7	TELEVISA	BAJA CALIFORNIA	XEWT	12	01/11/2022	31/12/2022	NOTICIERO	7-11 PM	55	8,928.52	491.07	MENCIÓN
2															-	
3															-	
4															-	
5															-	
6															-	
7															-	
8															-	
9															-	
10															-	

ANEXO RADIODIFUSORAS

Campaña: PROMOCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES
Versión (es): PROMOCIÓN CULTURAL 1
Dependencia / entidad: COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TIJUANA, S.A. DE C
Fecha de elaboración: 12-dic-22

Resumen de inversión publicitaria

Tipo de Medio	Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)	%
CADENAS RADIOFÓNICAS	-	0.00%
RADIODIFUSORAS LOCALES	877.81	100.00%
RADIODIFUSORAS INTERNACIONALES	-	0.00%
Total	**877.81**	**100.00%**

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Grupo radiofónico al que pertenece (no afiliación)	Cobertura	Siglas	Frecuencia AM / FM	Vigencia: Inicio	Vigencia: Término	Espacio Programático: Género / programa	Espacio Programático: Horario	No. impactos totales	Costo unitario (en pesos / I.V.A. incluido)	TOTAL	FORMATO CONTRATADO
1	RADLOC	COMUNIDAD INDIGENA TSELTAL	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	CHIAPAS	XHBAK	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
2	RADLOC	UANDARHI, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	MICHOACAN	XHRHI	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
3	RADLOC	COMUNIDAD MAZATECA EN MAZATLÁN VILLA DE FLORES	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	OAXACA	XHTFM	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
4	RADLOC	CULTURA Y COMUNICACIÓN DE ZAACHILA	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	OAXACA	XHZAA	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
5	RADLOC	RADIO CULTURAL DE TEPALCATEPEC, S.A.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	MICHOACAN	XHTM	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
6	RADLOC	TEPONAZTLE CULTURA Y COMUNICACIÓN, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	MORELOS	XHRTPZ	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
7	RADLOC	ASOCIACIÓN VERACRUZANA DE COMUNICADORES POPULARES	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	VERACRUZ	XEYTM	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
8	RADLOC	RADIO CALENDA LA VOZ DEL VALLE, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	OAXACA	XHRCV	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
9	RADLOC	KAHAL SEMBRADORES DE FUTURO	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	TABASCO	XHSCBI	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
10	RADLOC	RADIO LOS COMPADRES	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	CHIHUAHUA	XHSCBC	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	442.96	4.43	MENCIÓN
11	RADLOC	COMUNIDAD DE SANTA MARIA TLAHUITOLTEPEC, MIXE	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	OAXACA	XHJP	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	10	443.03	4.43	MENCIÓN
12	RADLOC	FUSION IMER	INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO	IMR830323RH1	IMER	BAJA CALIFORNIA	XHUAN	FM	01/11/2022	31/12/2022	INFORMATIVO	6AM-4PM	1525	263.32	401.56	MENCIÓN
13	RADLOC	EXA	STEREOREY MEXICO S.A.	SME741219F83	MVS	BAJA CALIFORNIA	XHGLX	FM	01/11/2022	31/12/2022	MUSICAL	5AM-4PM	102	2,296.69	234.26	MENCIÓN
14	RADLOC	LA MEJOR	STEREOREY MEXICO S.A.	SME741219F83	MVS	BAJA CALIFORNIA	XHTIM	FM	01/11/2022	31/12/2022	MUSICAL	5AM-4PM	150	1,288.37	193.26	MENCIÓN
15															-	
16															-	
17															-	

ANEXO SERVICIOS PUBLICITARIOS Y ESTUDIOS

Campaña: PROMOCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES
Versión (es): PROMOCIÓN CULTURAL 1
Dependencia / entidad: COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TIJUANA, S.A. DE C.V.
Fecha de elaboración: 12-dic-22

Tipo de Medio	Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)	%
DISEÑO Y SERVICIOS PUBLICITARIOS	-	0.00%
ESTUDIOS (PRE-CAMPAÑA, POST-CAMPAÑA)	42.51	100.00%
PRODUCCIÓN	-	0.00%
POSTPRODUCCIÓN	-	0.00%
PREPRODUCCIÓN	-	0.00%
COPIADO	-	0.00%
Total	**42.51**	**100.00%**

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Costo del Servicio (en pesos / I.V.A. incluido)	SERVICIO CONTRATADO
1	EST	EASY RESEARCH INNOVATION	EASY RI S.C.	ERI180403563	42,512.20	ESTUDIOS POST-CAMPAÑA
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						