Autorización
Campaña Promoción Cultural 1
2024

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

2024 Felipe Carrillo PUERTO

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

CULTURA
SECRETARÍA DE CULTURA

Oficio núm. UNMC/DGNC/0550/2024

Ciudad de México, a 2 de mayo de 2024

03 MAY 2024

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECCIÓN DE DIFUSIÓN
RECIBIDO

Asunto:	Se autoriza la difusión de la campaña **Promoción de Bienes y Servicios Culturales**, versión *Promoción Cultural 1, de* la **CECUT**.

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.

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 remitida mediante oficio No. DGCS/PACS/052/2024 de fecha 30 de abril de 2024, de la Dirección General de Comunicación de la Secretaría de Cultura.

La presente autorización se extiende con fundamento en los artículos 29 de la Ley General de Comunicación Social, 39 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación, 17 del Acuerdo por el que se establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal y 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 2024, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 2023 (en lo sucesivo el Acuerdo).

CLAVE ASIGNADA 2024
052/24-2001-MC19-48148

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 18 del Acuerdo. Asimismo, en su solicitud adjunta la validación de los materiales a difundir, con el folio **DGPP/MC044/2024.**

Es importante señalar que el Instituto Nacional Electoral determinó procedente en el Acuerdo INE/CG228/2024 **que la campaña se encuentra considerada dentro de las excepciones para la difusión de Propaganda Gubernamental** durante los procesos electorales 2024.

Por otro lado, si requiere realizar alguna modificación o inclusión de medios durante la vigencia de la campaña, es conveniente consultar los artículos 26 y 27 del Acuerdo, donde se explican los pasos a seguir.

Cabe señalar que la campaña está incluida en la modificación del Programa Anual de Promoción y Publicidad 2024 de la **CECUT**, autorizado por esta Dirección General mediante oficio **UNMC/DGNC/0548/2024** del 2 de mayo de 2024.

Es importante subrayar el cumplimiento que debe dar al artículo 89, fracción VII, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, el cual establece que tiene que destinar el uno por ciento del monto para servicios de comunicación social y publicidad autorizado en sus respectivos presupuestos al conjunto de concesiones de uso social comunitarias e indígenas del país.

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 2024, 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.

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. Carolina Serrano Rocha, Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación, SEGOB.- Presente.

JZM/PSA/EPGR

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 19 de abril de 2024
Oficio: Presentación Campaña 1
Folio: SCMDA/013//2024

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

De conformidad con lo dispuesto en el Artículo 15, 17 y 18 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 2024 (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 la validación y autorización del formato de la **Campaña de Promoción de Bienes y Servicios Culturales, versión Promoción Cultural 1** del Centro Cultural Tijuana (CECUT). La cual, se encuentra considerada dentro de las excepciones para la difusión de Propaganda Gubernamental para los periodos de campaña, reflexión y jornada electoral del Proceso Electoral Federal y los Procesos Electorales locales concurrentes con el federal 2023-2024, al amparo del Acuerdo INE/CG228/2024. Anexo para tal efecto, el formato correspondiente.

Quedo a sus órdenes para cualquier aclaración.
A t e n t a m e n t e

Roberto Nogami Monteverde
Subdirector de Comunicación, Memoria
y Documentación de las Artes

C.c.p.
Vianka Robles Santana-Directora general CECUT
Francisco Tapia Campos-Titular del Órgano Interno de Control CECUT
Archivo.

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Presentación de Campaña de Promoción y Publicidad 2024

Cordinadora de Sector	SECRETARÍA DE CULTURA	**Naturaleza Jurídica:**	EMPRESAS DE PARTICIPACIÓN ESTATAL MAYORITARIA
Entidad o Dependencia	COMPAÑÍA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TIJUANA, S.A. DE C.V.	**Fecha de elaboración**	11 de abril de 2024

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: LOGRAR UNA ASISTENCIA AL CENTRO CULTURAL TIJUANA SUPERIOR A 1.3 MILLONES DE PERSONAS Y UN INGRESO PROPIO POR ENCIMA DE LOS 22 MILLONES DE PESOS

Objetivo de comunicación: DAR A CONOCER A LA POBLACIÓN DE BAJA CALIFORNIA Y SUR DE CALIFORNIA LOS BIENES Y SERVICIOS ARTISTICOS Y CULTURALES QUE OFRECE EL CENTRO CULTURAL TIJUUANA

Meta a alcanzar: CIEN MIL ASISTENTES

Cobertura ESTATAL / , BAJA CALIFORNIA

Vigencia general de la campaña FECHA DE INICIO: **13/05/2024** FECHA DE TÉRMINO: **31/12/2024**

	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.

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Presentación de Campaña de Promoción y Publicidad 2024

Cordinadora de Sector SECRETARÍA DE CULTURA

Naturaleza Jurídica: EMPRESAS DE PARTICIPACIÓN ESTATAL MAYORITARIA

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

Fecha de elaboración 11 de abril de 2024

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		**1,100.00**	DEL 13 DE MAYO DE 2024 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2024	PLANA, 1/2 PLANA, 1/4 PLANA, 1/8 PLANA, CINTILLO, ROBAPLANA, BLANCO Y NEGRO
Revistas		-		
Medios Complementarios		**1,100.00**	DEL 13 DE MAYO DE 2024 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2024	ESPECTACULARES,
- Cine		-		
Medios Impresos y Electronicos Internacionales		-		
Medios Digitales		**1,300.00**	DEL 13 DE MAYO DE2024 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2024	HOME PAGE, OTRO FORMATO, **Tipo de formato especificado:** BANNER WEB/GIF
Estudios (pre-campaña, post-campaña)		**79.69**		ESTUDIOS (POST-CAMPAÑA)
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado		-		
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		**3,579.69**		

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Presentación de Campaña de Promoción y Publicidad 2024

Cordinadora de Sector SECRETARÍA DE CULTURA

Naturaleza Jurídica: EMPRESAS DE PARTICIPACIÓN ESTATAL MAYORITARIA

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

Fecha de elaboración 11 de abril de 2024

Actividades Complementarias: NINGUNA

Razones para la Utilización de estos Medios: PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES QUE OFRECE LA INSTITUCIÓN

AUTORIZACIONES

Autorización de la Coordinadora Sectorial

MANUEL ZEPEDA MATA / DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Nombre y Firma

Autorización del Titular del Área de Comunicación Social

ROBERTO NOGAMI MONTEVERDE
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: COMPAÑIA OPERADORA DEL CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO DE TI
Fecha de elaboración: 11-abr-24

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

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Grupo editorial	Cobertura	Vigencia: Inicio	Vigencia: Término	No. total de inserciones	Costo unitario (en pesos / I.V.A. incluido)	TOTAL	FORMATO CONTRATADO
1	DEEDOS	FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	IMPRESORA Y EDITORIAL SA DE CV	IED551008NR2	GRUPO HEALY	BAJA CALIFORNIA	13/05/2024	31/12/2024	25	13,211.25	330.28	ROBAPLANA
2	DEEDOS	FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	IMPRESORA Y EDITORIAL SA DE CV	IED551008NR2	GRUPO HEALY	BAJA CALIFORNIA	13/05/2024	31/12/2024	16	6,192.77	99.08	1/4 PLANA
3	DEEDOS	FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	IMPRESORA Y EDITORIAL SA DE CV	IED551008NR2	GRUPO HEALY	BAJA CALIFORNIA	13/05/2024	31/12/2024	9	2,292.71	20.63	CINTILLO
4	DEEDOS	EL SOL DE TIJUANA	CIAS.PERIODISTICAS DEL SOL DEL PACÍFICO S.A DE C.V.	CPS7907264F9	CIAS PERIODISTICAS	BAJA CALIFORNIA	13/05/2024	31/12/2024	50	6,205.68	310.28	1/2 PLANA
5	DEEDOS	EL SOL DE TIJUANA	CIAS.PERIODISTICAS DEL SOL DEL PACÍFICO S.A DE C.V.	CPS7907264F9	CIAS PERIODISTICAS	BAJA CALIFORNIA	13/05/2024	31/12/2024	44	3,055.10	134.42	1/4 PLANA
6	DEEDOS	EL SOL DE TIJUANA	CIAS.PERIODISTICAS DEL SOL DEL PACÍFICO S.A DE C.V.	CPS7907264F9	CIAS PERIODISTICAS	BAJA CALIFORNIA	13/05/2024	31/12/2024	5	1,058.32	5.29	CINTILLO
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	13/05/2024	31/12/2024	1	3,897.01	3.90	1/8 PLANA
8	DEEDOS	ZETA EN BAJA CALIFORNIA LIBRE COMO EL VIENTO	PIEDRA ANGULAR REPRESENTACIONES EN MEDIOS, S.A DE C.V.	PAR0906183K9	PIEDRA ANGULAR	BAJA CALIFORNIA	13/05/2024	31/12/2024	17	11,535.47	196.10	1/4 PLANA
9											-	
10											-	
11											-	
12											-	

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: 11-abr-24

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	1,100.00	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	1,100.00	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.	SIM121108BV5	BAJA CALIFORNIA	13/05/2024	31/12/2024	4.12 X 1.77 MTS	17	32,352.94	550.00	ESPECTACULARES
2	ESP	GPO VALLAS	G.I.V.Y.G. S.A DE C.V.	GIV 100305 F47	BAJA CALIFORNIA	13/05/2024	31/12/2024	4 X 2 MTS	15	36,666.67	550.00	ESPECTACULARES
3											-	
4											-	
5											-	
6											-	
7											-	

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: 11-abr-24



Resumen de inversión publicitaria

Plataforma	Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)	%
BUSCADORES	-	0.00%
PORTALES	-	0.00%
SITIOS WEB	1,300.00	100.00%
REDES SOCIALES	-	0.00%
Total:	1,300.00	100.00%

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Cobertura	Vigencia: Inicio	Vigencia: 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)	Nota
1	SWEB	WWW.LATEMPESTAD.MX	PERISCOPIO MEDIA S.A DE C.V.	PME9811184X8	BAJA CALIFORNIA	13/05/2024	31/012/2024	OTRO FORMATO	COSTO POR REGISTRO	FIJO	300	1,166.67	350.00	
2	SWEB	WWW.JORNADABC.COM.MX	CALAFIA PUBLICACIONES S.A DE C.V.	CPU141014TW6	BAJA CALIFORNIA	13/05/2024	31/012/2024	OTRO FORMATO	COSTO POR REGISTRO	FIJO	300	1,166.67	350.00	
3	SWEB	WWW.ARISTEGUINOTICIAS.COM	SAIO SERVICIOS S.A DE C.V.	SSE070828NF3	BAJA CALIFORNIA	13/05/2024	31/012/2024	OTRO FORMATO	COSTO POR REGISTRO	FIJO	300	1,000.00	300.00	
4	SWEB	WWW.SANDIEGORED.COM	BUSCA TODO.COM	BTO060808123	BAJA CALIFORNIA	13/05/2024	31/012/2024	OTRO FORMATO	COSTO POR REGISTRO	FIJO	300	1,000.00	300.00	
5													-	
6													-	
7													-	
8													-	
9													-	
10													-	
11													-	
12													-	

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: 11-abr-24

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)	79.69	100.00%
PRODUCCIÓN	-	0.00%
POSTPRODUCCIÓN	-	0.00%
PREPRODUCCIÓN	-	0.00%
COPIADO	-	0.00%
Total:	**79.69**	**100.00%**

	Abreviatura	Nombre comercial	Nombre fiscal	RFC	Costo del Servicio (en pesos / I.V.A. incluido)	SERVICIO CONTRATADO
1	EST	IMERK	VIERA LIZDA RUIZ MALDONADO	RUMV700315R67	79,685.00	ESTUDIOS POST-CAMPAÑA
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Autorización

Inclusión de medios 1

Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación
Dirección General de Normatividad de Comunicación
Oficio núm. UNMC/DGNC/0632/2024
Ciudad de México, a 20 de mayo de 2024

Asunto:	Se autoriza la **inclusión de medios** para la campaña: **Promoción de Bienes y Servicios Culturales,** versión **Promoción Cultural 1**, de la **CECUT.**

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/071/2024 de fecha 16 de mayo de 2024, recibido el 17 del mismo mes y año, emitido por la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Cultura, por el que se solicita la autorización 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. (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 27 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 2024, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 2023 (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.**

CLAVE ASIGNADA
052/24-2002-TC03-48148

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 18 del Acuerdo. Asimismo, en su solicitud anexa la validación de los materiales a difundir con el folio **DGPP/MC044/2024.**

Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación
Dirección General de Normatividad de Comunicación
Oficio núm. UNMC/DGNC/0632/2024
Ciudad de México, a 20 de mayo de 2024

Cabe señalar que la campaña fue autorizada mediante oficio UNMC/DGNC/0550/2024 de fecha 14 de marzo de 2024 con clave 052/24-2001-MC19-48148.

Asimismo, le recuerdo que se deberá atender lo dispuesto en el artículo 89, fracción VII de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en el que se establece que los entes públicos federales destinarán "el uno por ciento del monto para servicios de comunicación social y publicidad autorizado en sus respectivos presupuestos al conjunto de concesiones de uso social comunitarias e indígenas del país, el cual se distribuirá de forma equitativa entre las concesiones existentes".

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 2024, 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, si requiere realizar alguna modificación de medios durante la vigencia de la inclusión, es conveniente consultar con el artículo 27 del Acuerdo.

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. Carolina Serrano Rocha, Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación, SEGOB. - Presente.

JZM/PSA
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 8 de mayo de 2024
Oficio: Inclusión de Medios 1
Folio: SCMDA/019//2024

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

De conformidad con lo dispuesto en el Artículo 15 y 27 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 2024 (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 la validación y autorización del formato de la **Inclusión de Medios a la Campaña de Promoción de Bienes y Servicios Culturales, versión Promoción Cultural 1** del Centro Cultural Tijuana (CECUT. Anexo para tal efecto, el formato correspondiente.

Quedo a sus órdenes para cualquier aclaración.
A t e n t a m e n t e

Roberto Nogami Monteverde
Subdirector de Comunicación, Memoria
y Documentación de las Artes

C.c.p.
Vianka Robles Santana-Directora general CECUT
Francisco Tapia Campos-Titular del Órgano Interno de Control CECUT
Archivo.

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Inclusión a Campaña de Promoción y Publicidad 2024

Cordinadora de Sector SECRETARÍA DE CULTURA

Naturaleza Jurídica: EMPRESAS DE PARTICIPACIÓN ESTATAL MAYORITARIA

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

Fecha de elaboración 8 de mayo de 2024

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: LOGRAR UNA ASISTENCIA AL CENTRO CULTURAL TIJUANA SUPERIOR A 1.3 MILLONES DE PERSONAS Y UN INGRESO PROPIO POR ENCIMA DE LOS 22 MILLONES DE PESOS

Objetivo de comunicación: DAR A CONOCER A LA POBLACIÓN DE BAJA CALIFORNIA Y SUR DE CALIFORNIA LOS BIENES Y SERVICIOS ARTISTICOS Y CULTURALES QUE OFRECE EL CENTRO CULTURAL TIJUUANA

Meta a alcanzar: CIEN MIL ASISTENTES

Cobertura ESTATAL / , BAJA CALIFORNIA

Vigencia general de la campaña FECHA DE INICIO: **23/05/2024** FECHA DE TÉRMINO: **31/12/2024**

	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.

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Inclusión a Campaña de Promoción y Publicidad 2024

Cordinadora de Sector SECRETARÍA DE CULTURA

Naturaleza Jurídica: EMPRESAS DE PARTICIPACIÓN ESTATAL MAYORITARIA

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

Fecha de elaboración 8 de mayo de 2024

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/	**250.00**	DEL 23 DE MAYO DE 2024 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2024	OTRO FORMATO , **Tipo de formato especificado:** MENCIÓN 30"
Radiodifusoras	TIEMPOS COMERCIALES/	**860.00**	DEL 23 DE MAYO DE 2024 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2024	OTRO FORMATO , **Tipo de formato especificado:** MENCIÓN 30"
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)		-		
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado		-		
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		**1,110.00**		

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Inclusión a Campaña de Promoción y Publicidad 2024

Cordinadora de Sector SECRETARÍA DE CULTURA

Naturaleza Jurídica: EMPRESAS DE PARTICIPACIÓN ESTATAL MAYORITARIA

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

Fecha de elaboración 8 de mayo de 2024

Actividades Complementarias: NINGUNA

Razones para la Utilización de estos Medios: PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES QUE OFRECE LA INSTITUCIÓN

AUTORIZACIONES

Autorización de la Coordinadora Sectorial

MANUEL ZEPEDA MATA / DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Nombre y Firma

Autorización del Titular del Área de Comunicación Social

ROBERTO NOGAMI MONTEVERDE
SUBDIRECTOR 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: 8-may-24

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	250.00	100.00%
TELEVISIÓN RESTRINGIDA	-	0.00%
TELEVISIÓN INTERNACIONAL	-	0.00%
Total	**250.00**	**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	23/05/2024	31/12/2024	NOTICIERO	7-11 PM	30	8,333.33	250.00	OTRO FORMATO
2															-	
3															-	
4															-	
5															-	
6															-	
7															-	
8															-	

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: 8-may-24

Resumen de inversión publicitaria

Tipo de Medio	Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)	%
CADENAS RADIOFÓNICAS	-	0.00%
RADIODIFUSORAS LOCALES	860.00	100.00%
RADIODIFUSORAS INTERNACIONALES	-	0.00%
Total	**860.00**	**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: Genero / programa	Espacio Programático: Horario	No. impactos totales	Costo unitario (en pesos / I.V.A. incluido)	TOTAL	FORMATO CONTRATADO
1	RADLOC	FUSION IMER	INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO	IMR630323RH1	IMER	BAJA CALIFORNIA	XHUAN	FM	23/05/2024	31/12/2024	INFORMATIVO	8AM-4PM	380	263.16	100.00	OTRO FORMATO
2	RADLOC	MVS RADIO	STEREOREY MÉXICO S.A	SME741219F83	MVS	BAJA CALIFORNIA	XHGLX	FM	23/05/2024	31/12/2024	MUSICAL	8AM-4PM	160	2,375.00	380.00	OTRO FORMATO
3	RADLOC	RADIO LATINA	IMAGEN RADIO COMERCIAL S.A DE C.V.	IRC151203F8A	IMAGEN RADIO	BAJA CALIFORNIA	XHLTN	FM	23/05/2024	31/12/2024	MUSICAL	8AM-4PM	117	3,247.86	380.00	OTRO FORMATO
4															-	
5															-	
6															-	
7															-	
8															-	
9															-	

Autorización

Inclusión de medios 2

Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación
Dirección General de Normatividad de Comunicación
Oficio núm. UNMC/DGNC/0714/2024
Ciudad de México, a 12 de junio de 2024

Asunto:	Se autoriza la **segunda inclusión de medios** para la campaña: **Promoción de Bienes y Servicios Culturales,** versión **Promoción Cultural 1**, de la **CECUT.**

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/088/2024 de fecha 11 de junio de 2024, emitido por la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Cultura, por el que se solicita la autorización a la segunda 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. (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 27 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 2024, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 2023 (en lo sucesivo el Acuerdo), **esta Dirección General autoriza la segunda inclusión de medios** para la campaña **Promoción de Bienes y Servicios Culturales**, versión **Promoción Cultural 1.**

CLAVE ASIGNADA
052/24-2003-TC01-48148

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 18 del Acuerdo. Asimismo, en su solicitud anexa la validación de los materiales a difundir con el folio **DGPP/MC084/2024.**

Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación
Dirección General de Normatividad de Comunicación
Oficio núm. UNMC/DGNC/0714/2024
Ciudad de México, a 12 de junio de 2024

Cabe señalar que la campaña fue autorizada mediante oficio UNMC/DGNC/0550/2024 de fecha 14 de marzo de 2024 con clave 052/24-2001-MC19-48148 y se autorizó la primera inclusión de medios mediante oficio UNMC/DGNC/0632/2024 de fecha 20 de mayo de 2024 con clave 052/24-2002-TC03-48148.

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 2024, 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, si requiere realizar alguna modificación de medios durante la vigencia de la inclusión, es conveniente consultar con el artículo 27 del Acuerdo.

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. Carolina Serrano Rocha, Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación, SEGOB. - Presente.

JZM/PSA
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 28 de mayo de 2024
Oficio: Inclusión de Medios 2
Folio: SCMDA/035/2024

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

De conformidad con lo dispuesto en el Artículo 15 y 27 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 2024 (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 la validación y autorización del formato de la **2ª Inclusión de Medios a la Campaña de Promoción de Bienes y Servicios Culturales, versión Promoción Cultural 1** del Centro Cultural Tijuana (CECUT. Anexo para tal efecto, el formato correspondiente.

Quedo a sus órdenes para cualquier aclaración.
A t e n t a m e n t e

Roberto Nogami Monteverde
Subdirector de Comunicación, Memoria
y Documentación de las Artes

C.c.p.
Vianka Robles Santana-Directora general CECUT
Francisco Tapia Campos-Titular del Órgano Interno de Control CECUT
Archivo.

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Inclusión a Campaña de Promoción y Publicidad 2024

Cordinadora de Sector SECRETARÍA DE CULTURA

Naturaleza Jurídica: EMPRESAS DE PARTICIPACIÓN ESTATAL MAYORITARIA

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

Fecha de elaboración 28 de mayo de 2024

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: LOGRAR UNA ASISTENCIA AL CENTRO CULTURAL TIJUANA SUPERIOR A 1.3 MILLONES DE PERSONAS Y UN INGRESO PROPIO POR ENCIMA DE LOS 22 MILLONES DE PESOS

Objetivo de comunicación: DAR A CONOCER A LA POBLACIÓN DE BAJA CALIFORNIA Y SUR DE CALIFORNIA LOS BIENES Y SERVICIOS ARTISTICOS Y CULTURALES QUE OFRECE EL CENTRO CULTURAL TIJUUANA

Meta a alcanzar: CIEN MIL ASISTENTES

Cobertura ESTATAL / , CHIAPAS, CHIHUAHUA, MICHOACAN, MORELOS, OAXACA, TABASCO, VERACRUZ

Vigencia general de la campaña FECHA DE INICIO: **14/06/2024** FECHA DE TÉRMINO: **31/07/2024**

	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.

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Inclusión a Campaña de Promoción y Publicidad 2024

Cordinadora de Sector SECRETARÍA DE CULTURA

Naturaleza Jurídica: EMPRESAS DE PARTICIPACIÓN ESTATAL MAYORITARIA

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

Fecha de elaboración 28 de mayo de 2024

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	TIEMPOS COMERCIALES/	**53.94**	DEL 14 DE JUNIO DE 2024 AL 31 DE JULIO DE 2024	OTRO FORMATO , **Tipo de formato especificado:** MENCIÓN 30"
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)		-		
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado		-		
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		**53.94**		

GOBERNACIÓN
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Inclusión a Campaña de Promoción y Publicidad 2024

Cordinadora de Sector SECRETARÍA DE CULTURA

Naturaleza Jurídica: EMPRESAS DE PARTICIPACIÓN ESTATAL MAYORITARIA

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

Fecha de elaboración 28 de mayo de 2024

Actividades Complementarias: NINGUNA

Razones para la Utilización de estos Medios: PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES QUE OFRECE LA INSTITUCIÓN

AUTORIZACIONES

Autorización de la Coordinadora Sectorial

MANUEL ZEPEDA MATA / DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Nombre y Firma

Autorización del Titular del Área de Comunicación Social

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

Nombre y Firma

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: 28-may-24

Resumen de inversión publicitaria

Tipo de Medio	Monto de la inversión (miles de pesos / I.V.A. incluido)	%
CADENAS RADIOFÓNICAS	-	0.00%
RADIODIFUSORAS LOCALES	53.94	100.00%
RADIODIFUSORAS INTERNACIONALES	-	0.00%
Total	**53.94**	**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	COMUNICACIÓN EDUCATIVA Y CULTURAL BATS'IL K'OP, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	CHIAPAS	XHBAK	FM	14/06/2024	31/07/2024	INFORMATIVO	8AM-4PM	10	490.33	4.90	OTRO FORMATO
2	RADLOC	UANDARHI, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	MICHOACAN	XHRHI	FM	14/06/2024	31/07/2024	INFORMATIVO	8AM-4PM	10	490.33	4.90	OTRO FORMATO
3	RADLOC	MIE NILLU MAZATECO, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	OAXACA	XHTFM	FM	14/06/2024	31/07/2024	INFORMATIVO	8AM-4PM	10	490.33	4.90	OTRO FORMATO
4	RADLOC	CULTURA Y COMUNICACIÓN DE ZAACHILA, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	OAXACA	XHZAA	FM	14/06/2024	31/07/2024	INFORMATIVO	8AM-4PM	10	490.33	4.90	OTRO FORMATO
5	RADLOC	RADIO CULTURAL DE TEPALCATEPEC, S.A.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	MICHOACAN	XHTM	FM	14/06/2024	31/07/2024	INFORMATIVO	8AM-4PM	10	490.33	4.90	OTRO FORMATO
6	RADLOC	TEPONAZTLE CULTURA Y COMUNICACIÓN, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	MORELOS	XHRTPZ	FM	14/06/2024	31/07/2024	INFORMATIVO	8AM-4PM	10	490.33	4.90	OTRO FORMATO
7	RADLOC	ASOCIACIÓN VERACRUZANA DE COMUNICADORES POPULARES, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	VERACRUZ	XEYTM	AM	14/06/2024	31/07/2024	INFORMATIVO	8AM-4PM	10	490.33	4.90	OTRO FORMATO
8	RADLOC	RADIO CALENDA LA VOZ DEL VALLE, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	OAXACA	XHRCV	FM	14/06/2024	31/07/2024	INFORMATIVO	8AM-4PM	10	490.33	4.90	OTRO FORMATO
9	RADLOC	SEMBRADORES DE FUTURO A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	TABASCO	XHSCBI	FM	14/06/2024	31/07/2024	INFORMATIVO	8AM-4PM	10	490.33	4.90	OTRO FORMATO
10	RADLOC	RADIO LOS COMPADRES, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	CHIHUAHUA	XHSCBC	FM	14/06/2024	31/07/2024	INFORMATIVO	8AM-4PM	10	490.33	4.90	OTRO FORMATO
11	RADLOC	KUKOJ, A.C.	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MEXICO, A.C.	RRC070125LI5	AMARC	OAXACA	XHJP	FM	14/06/2024	31/07/2024	INFORMATIVO	8AM-4PM	10	490.33	4.90	OTRO FORMATO
12															-	
13															-	
14															-	
15															-	