



Programación BASE 2023

| | | |
|------------------------------|--------|---|
| Unidad Responsable del Gasto | 31PDMP | SERVICIOS DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO |
|------------------------------|--------|---|

Planeación Estratégica Marco

| | |
|------------------------|--|
| Misión | Producir y transmitir contenidos de calidad en temas culturales, educativos, informativos y de entretenimiento que contribuyan al fortalecimiento de la identidad y sentido de pertenencia de la población de la Ciudad de México con respecto a la multiculturalidad y al ejercicio de los Derechos Humanos mediante la participación ciudadana y la libertad de expresión. |
| Visión | Consolidarse como un organismo público, democrático y popular líder en comunicaciones para la población de la ciudad de México con personal profesional y altamente capacitado, equipo y tecnología de punta, para cumplir con su objetivo con la mejor calidad, responsabilidad y compromiso social con cobertura total en la geografía de la ciudad; así como ampliar su presencia en el país y en el extranjero, mediante la producción de programas de excelencia creando el vínculo de interacción con la audiencia donde la población se identifique y exprese libremente su opinión; asimismo, coadyuvar a la democratización de los medios de comunicación y el respeto irrestricto a los Derechos Humanos. |
| Diagnóstico General | De acuerdo con el Censo Nacional de Población y Vivienda 2020, en la Ciudad de México habitan 9,209,944 personas (52.2 por ciento son mujeres y 47.8 por ciento son hombres), y con la encuesta nacional de consumo de contenidos audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones (2019), en localidades urbanas el 95 por ciento de los hogares cuentan con al menos un televisor, siendo la noticias, películas, telenovelas, deportes y series los programas que se ven con mayor frecuencia. Por otro lado, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Hábitos y Consumo Cultural de la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM (2020), el cuarto medio de información por el cual la población mexicana se entera de actividades culturales es la televisión (42.95 por ciento), de acuerdo con este instrumento los medios electrónicos tradicionales siguen brindando información cultural. Sin embargo, continua siendo importante la puesta en marcha de acciones para que los medios de comunicación logren constituirse como mecanismos efectivos, abiertos y autónomos de información y comunicación cultural, así como para fortalecer las tecnologías de la información en aras de consolidar estrategias efectivas para la divulgación cultural entre la población de la Ciudad de México. En este sentido, y contribuyendo al cumplimiento del Eje 4 Ciudad de México Capital Cultural de América del Programa General de Gobierno 2019-2024, cobra gran importancia la labor actual del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, para ofrecer contenidos audiovisuales críticos y veraces, que coadyuven en la promoción de hábitos, prácticas y consumos culturales basados en la diversidad de ideas, la libertad creativa y la pluralidad de expresiones artísticas. |
| Objetivos Estratégicos | 1. Transmitir y difundir como medio multiplataforma, contenidos audiovisuales que promueven los derechos de acceso a la información y la libertad de expresión sobre temas culturales, políticos, económicos y sociales que contribuyan a fortalecer la identidad de la población de la Ciudad de México. 2. Enriquecer la parrilla de programación, a través de acuerdos interinstitucionales, convenios y otros instrumentos que favorezcan la adquisición, intercambio o coproducción de materiales educativos, científicos, culturales, informativos nacionales e internacionales. 3. Promover el aumento del alcance y la fidelidad de las audiencias mediante estrategias multiplataforma que incentiven la difusión y promoción de la programación y contribuyan a generar una interacción pertinente y oportuna con las mismas. 4. Difundir las actividades y servicios del sector público, civil y comunitario que pudieran ser del interés de la población de la Ciudad de México, en virtud de un beneficio social y comunitario. 5. Incentivar la participación ciudadana de los diferentes sectores sociales, culturales y económicos de la población de la Ciudad de México en la creación y producción audiovisual. 6. Comercializar e intercambiar servicios de diseño, producción, transmisión y difusión que permitan optimizar la suficiencia y distribución de recursos materiales, financieros y capital humano propios de acuerdo con las capacidades institucionales. |

Programa Presupuestario y su Alineación

| | | | | | | | | | | | |
|--|------------|------------------------------------|--|------|---|------------|---|------------------------------------|-------------------------|-----|--|
| Programa Presupuestario | E048 | | PRODUCCIÓN DE CONTENIDO CULTURAL Y ARTÍSTICO | | | | | | | | |
| Alineación al Programa de Gobierno 2019- 2024 | EJE | 4 | Ciudad de México, capital cultural de América Latina | | | | | | | | |
| | SUB EJE | 5 | Promoción y Difusión de los Derechos Culturales | | | | | | | | |
| | SUBSUB EJE | 0 | Promoción y Difusión de los Derechos Culturales | | | | | | | | |
| Finalidad | 1 | Gobierno | Función | 8 | Otros Servicios Generales | Subfunción | 3 | Servicios De Comunicación Y Medios | Actividad Institucional | 061 | Preservación, producción y difusión de material de audio y audiovisual |
| Alineación al Objetivo del Desarrollo Sostenible | 11 | Ciudades y comunidades sostenibles | Metas del Objetivo del Desarrollo Sostenible | 11.3 | De aquí a 2030, aumentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para la planificación y la gestión participativas, integradas y sostenibles de los asentamientos humanos en todos los países | | | | | | |

Planeación Operativa

| | |
|--------------------------------------|---|
| Problema Definido | Insuficiente oferta de contenidos audiovisuales que promuevan el acceso a la cultura de la población de la Ciudad de México. |
| Objetivo del programa presupuestario | Suficiente oferta de contenidos audiovisuales que promuevan el acceso a la cultura de la población de la Ciudad de México. |
| Población Objetivo o de Enfoque | La población de la Ciudad de México que asciende a 9,209,944 personas. |
| Objetivos Operativos | Producir, gestionar y transmitir contenidos audiovisuales de opinión, comunitarios y entretenimiento propios y externos, que promuevan el acceso al arte y la cultura desde una visión plural, transformadora e incluyente. |


CIUDAD INNOVADORA Y DE DERECHOS

Programación
BASE 2023

| | | |
|------------------------------|--|---|
| Unidad Responsable del Gasto | 3IPDMP | SERVICIOS DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO |
| Valor Público Generado | Los habitantes de la Ciudad de México acceden a contenidos audiovisuales de caracter cultural y artístico que promueven los derechos culturales para mejorar la calidad de vida. | |

| Plan de Acción del Programa Presupuestario | | | | |
|---|---|--|---|---|
| Meta Física Proyectada | Definición de la Meta | Indicador de la Meta | Unidad de Medida | Medios de Verificación |
| 100% | Índice que mide el avance de programas producidos y coproducidos con contenido cultural, informativo y artístico. | ((Total de programas producidos y coproducidos / Total programas programados) * 50%) + (Total programas transmitidos por televisión / Total de programas de televisión programados para transmitir) * 50%) | Índice | Base de Registro de Catalogación de la Dirección de Programación, Producción y Vinculación. Página de transparencia del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México: https://www.transparencia.cdmx.gob.mx/sistema-de-radio-y-television-digital-del-gobierno-del-distrito-federal |
| Meta Programada al 1er Trimestre | | Meta Programada al 2do Trimestre | | Meta Programada al 3er Trimestre |
| 15% | | 50% | | 75% |
| Meta Programada al 4to Trimestre | | 100% | | |
| Meta Proyectada a Mediano y Largo Plazo | | | Valor Público previsto a mediano y largo plazo producto de la intervención gubernamental | |
| Al cierre del 2024, se espera tener un incremento del 10% en el cumplimiento de la producción y transmisión de contenidos audiovisuales que promueven el acceso a la cultura. | | | La población de la Ciudad de México recibe contenidos audiovisuales por señal radiodifundida que incentiva su acceso a la información y el entretenimiento cultural y educativo, promoviendo los derechos culturales para mejorar su calidad de vida. | |
| Número de Acciones a Desarrollar | | | 2 Acciones | |
| Acción 1 | | | Responsable(s) | |
| Programas de televisión producidos y coproducidos. | | | Nombre (s) | Maria Olimpia Velasco Mora |
| | | | Cargo | Directora de Programación, Producción y Vinculación |
| Acción 2 | | | Responsable(s) | |
| Transmisión de programas de televisión. | | | Nombre (s) | Alejandro Hércules Arellano Luján |
| | | | Cargo | Director de Operación Técnica |

ELABORÓ

BRENDA MÉRTHA OVIEDO VIZCAYA

JEFA DE UNIDAD DEPARTAMENTAL DE CAPITAL HUMANO Y FINANZAS

NANCY BALDERAS HURTADO

COORDINADORA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS



Programación BASE 2023

| | | |
|------------------------------|--------|---|
| Unidad Responsable del Gasto | 31PDMP | SERVICIOS DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO |
|------------------------------|--------|---|

| Planeación Estratégica Marco | |
|------------------------------|---|
| Misión | Producir y transmitir contenidos de calidad en temas culturales, educativos, informativos y de entretenimiento que contribuyan al fortalecimiento de la identidad y sentido de pertenencia de la población de la Ciudad de México con respecto a la multiculturalidad y al ejercicio de los Derechos Humanos mediante la participación ciudadana y la libertad de expresión. |
| Visión | Consolidarse como un organismo público, democrático y popular líder en comunicaciones para la población de la ciudad de México con personal profesional y altamente capacitado, equipo y tecnología de punta, para cumplir con su objetivo con la mejor calidad, responsabilidad y compromiso social con cobertura total en la geografía de la ciudad; así como ampliar su presencia en el país y en el extranjero, mediante la producción de programas de excelencia creando el vínculo de interacción con la audiencia donde la población se identifique y exprese libremente su opinión; asimismo, coadyuvar a la democratización de los medios de comunicación y el respeto irrestricto a los Derechos Humanos. |
| Diagnóstico General | De acuerdo con el Censo Nacional de Población y Vivienda 2020, en la Ciudad de México habitan 9,209,944 personas (52.2 por ciento son mujeres y 47.8 por ciento son hombres), y con la encuesta nacional de consumo de contenidos audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones (2019), en localidades urbanas el 95 por ciento de los hogares cuentan con al menos un televisor, siendo las noticias, películas, telenovelas, deportes y series los programas que se ven con mayor frecuencia. Por otro lado, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Hábitos y Consumo Cultural de la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM (2020), el cuarto medio de información por el cual la población mexicana se entera de actividades culturales es la televisión (42.95 por ciento), de acuerdo con este instrumento los medios electrónicos tradicionales siguen brindando información cultural. Sin embargo, continúa siendo importante la puesta en marcha de acciones para que los medios de comunicación logren constituirse como mecanismos efectivos, abiertos y autónomos de información y comunicación cultural, así como para fortalecer las tecnologías de la información en aras de consolidar estrategias efectivas para la divulgación cultural entre la población de la Ciudad de México. En este sentido, y contribuyendo al cumplimiento del Eje 4 Ciudad de México Capital Cultural de América del Programa General de Gobierno 2019-2024, cobra gran importancia la labor actual del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, para ofrecer contenidos audiovisuales críticos y veraces, que coadyuven en la promoción de hábitos, prácticas y consumos culturales basados en la diversidad de ideas, la libertad creativa y la pluralidad de expresiones artísticas. |
| Objetivos Estratégicos | 1. Transmitir y difundir como medio multiplataforma, contenidos audiovisuales que promueven los derechos de acceso a la información y la libertad de expresión sobre temas culturales, políticos, económicos y sociales que contribuyan a fortalecer la identidad de la población de la Ciudad de México. 2. Enriquecer la parrilla de programación, a través de acuerdos interinstitucionales, convenios y otros instrumentos que favorezcan la adquisición, intercambio o coproducción de materiales educativos, científicos, culturales, informativos nacionales e internacionales. 3. Promover el aumento del alcance y la fidelidad de las audiencias mediante estrategias multiplataforma que incentiven la difusión y promoción de la programación y contribuyan a generar una interacción pertinente y oportuna con las mismas. 4. Difundir las actividades y servicios del sector público, civil y comunitario que pudieran ser del interés de la población de la Ciudad de México, en virtud de un beneficio social y comunitario. 5. Incentivar la participación ciudadana de los diferentes sectores sociales, culturales y económicos de la población de la Ciudad de México en la creación y producción audiovisual. 6. Comercializar e intercambiar servicios de diseño, producción, transmisión y difusión que permitan optimizar la suficiencia y distribución de recursos materiales, financieros y capital humano propios de acuerdo con las capacidades institucionales. |

| Programa Presupuestario y su Alineación | | | | | | | | | | | |
|--|------------|------------------------------------|--|------|---|------------|---|------------------------------------|-------------------------|-----|---|
| Programa Presupuestario | M001 | | ACTIVIDADES DE APOYO ADMINISTRATIVO | | | | | | | | |
| Alineación al Programa de Gobierno 2019- 2024 | EJE | 4 | Ciudad de México, capital cultural de América Latina | | | | | | | | |
| | SUB EJE | 5 | Promoción y Difusión de los Derechos Culturales | | | | | | | | |
| | SUBSUB EJE | 0 | Promoción y Difusión de los Derechos Culturales | | | | | | | | |
| Finalidad | 1 | Gobierno | Función | 8 | Otros Servicios Generales | Subfunción | 3 | Servicios De Comunicación Y Medios | Actividad Institucional | 313 | Acciones para mejorar la eficiencia institucional |
| Alineación al Objetivo del Desarrollo Sostenible | 11 | Ciudades y comunidades sostenibles | Metas del Objetivo del Desarrollo Sostenible | 11.3 | De aquí a 2030, aumentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para la planificación y la gestión participativas, integradas y sostenibles de los asentamientos humanos en todos los países | | | | | | |

| Planeación Operativa | |
|--------------------------------------|---|
| Problema Definido | Deficiente programación para los gastos administrativos necesarios para la operación del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. |
| Objetivo del programa presupuestario | Eficiente programación para los gastos administrativos necesarios para la operación del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. |
| Población Objetivo o de Enfoque | Áreas administrativas y operativas del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México (Direcciones Generales, Direcciones Ejecutivas, Direcciones de área, Coordinaciones y Gerencias) |
| Objetivos Operativos | 1. Programar y presupuestar el recurso suficiente para cubrir los gastos de operación. 2. Dotar de los recursos materiales, tecnológicos e infraestructura adecuada para el desempeño de sus actividades. |
| Valor Público Generado | El Servicio de Medios Públicos cuenta con los recursos necesarios para el buen desarrollo de sus funciones. |



Programación
BASE | 2023

| Unidad Responsable del Gasto | | 31PDMP | SERVICIOS DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO | | |
|--|--|--|--|--|--|
| Plan de Acción del Programa Presupuestario | | | | | |
| Meta Física Proyectada | Definición de la Meta | Indicador de la Meta | Unidad de Medida | Medios de Verificación | |
| 10000% | Índice que mide el avance en la adquisición de materiales, insumos y suministros para el desempeño de las actividades administrativas y del pago de servicios generales, servicios profesionales, conservación y mantenimiento del inmueble, así como servicios de difusión. | ((Total de adquisiciones de materiales, insumos y suministros realizados/Total de adquisiciones de materiales, insumos y suministros programados) * 50%) + (Pago de servicios generales, profesionales, conservación y mantenimiento del inmueble y de difusión realizados/ Pago de servicios generales, profesionales, conservación y mantenimiento del inmueble, y de difusión programados) * 50%) | Índice | Acciones Administrativas de SMP. Página de transparencia del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México: https://www.transparencia.cdmx.gob.mx/sistema-de-radio-y-television-digital-del-gobierno-del-distrito-federal | |
| Meta Programada al 1er Trimestre | | Meta Programada al 2do Trimestre | Meta Programada al 3er Trimestre | Meta Programada al 4to Trimestre | |
| 25% | | 50% | 75% | 100% | |
| Meta Proyectada a Mediano y Largo Plazo | | | Valor Público previsto a mediano y largo plazo producto de la intervención gubernamental | | |
| Al cierre del 2024, se continuará con una eficiente programación de los gastos administrativos para la operación del Servicio de Medios Públicos lo que representará un incremento en el avance en el indicador del 10%. | | | Los Servicios de Medios Públicos administran los recursos financieros y materiales necesarios para que las Unidades Administrativas cumplan con la producción, transmisión y difusión de contenidos audiovisuales. | | |
| Número de Acciones a Desarrollar | | | 2 Acciones | | |
| Acción 1 | | | Responsable(s) | | |
| Adquisición de materiales, insumos y suministros requeridos para el desempeño de las actividades administrativas. | | | Nombre (s) | Nancy Balderas Hurtado | |
| | | | Cargo | Coordinadora de Administración y Finanzas | |
| Acción 2 | | | Responsable(s) | | |
| Pago de servicios generales, servicios profesionales, conservación y mantenimiento del inmueble, así como servicios de difusión. | | | Nombre (s) | Nancy Balderas Hurtado | |
| | | | Cargo | Coordinadora de Administración y Finanzas | |

ELABORÓ

BRENDA MARTHA OVIEDO VIZCAYA

JEFA DE UNIDAD DEPARTAMENTAL DE CAPITAL HUMANO Y FINANZAS

AUTORIZO

NANCY BALDERAS HURTADO

COORDINADORA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS



Programación
BASE | **2023**

| | | |
|------------------------------|--------|---|
| Unidad Responsable del Gasto | 31PDMP | SERVICIOS DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO |
|------------------------------|--------|---|

Planeación Estratégica Marco

| | |
|------------------------|--|
| Misión | Producir y transmitir contenidos de calidad en temas culturales, educativos, informativos y de entretenimiento que contribuyan al fortalecimiento de la identidad y sentido de pertenencia de la población de la Ciudad de México con respecto a la multiculturalidad y al ejercicio de los Derechos Humanos mediante la participación ciudadana y la libertad de expresión. |
| Visión | Consolidarse como un organismo público, democrático y popular líder en comunicaciones para la población de la ciudad de México con personal profesional y altamente capacitado, equipo y tecnología de punta, para cumplir con su objetivo con la mejor calidad, responsabilidad y compromiso social con cobertura total en la geografía de la ciudad; así como ampliar su presencia en el país y en el extranjero, mediante la producción de programas de excelencia creando el vínculo de interacción con la audiencia donde la población se identifique y exprese libremente su opinión; asimismo, coadyuvar a la democratización de los medios de comunicación y el respeto irrestricto a los Derechos Humanos. |
| Diagnóstico General | De acuerdo con el Censo Nacional de Población y Vivienda 2020, en la Ciudad de México habitan 9,209,944 personas (52.2 por ciento son mujeres y 47.8 por ciento son hombres), y con la encuesta nacional de consumo de contenidos audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones (2019), en localidades urbanas el 95 por ciento de los hogares cuentan con al menos un televisor, siendo la noticias, películas, telenovelas, deportes y series los programas que se ven con mayor frecuencia. Por otro lado, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Hábitos y Consumo Cultural de la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM (2020), el cuarto medio de información por el cual la población mexicana se entera de actividades culturales es la televisión (42.95 por ciento), de acuerdo con este instrumento los medios electrónicos tradicionales siguen brindando información cultural. Sin embargo, continua siendo importante la puesta en marcha de acciones para que los medios de comunicación logren constituirse como mecanismos efectivos, abiertos y autónomos de información y comunicación cultural, así como para fortalecer las tecnologías de la información en aras de consolidar estrategias efectivas para la divulgación cultural entre la población de la Ciudad de México. En este sentido, y contribuyendo al cumplimiento del Eje 4 Ciudad de México Capital Cultural de América del Programa General de Gobierno 2019-2024, cobra gran importancia la labor actual del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, para ofrecer contenidos audiovisuales críticos y veraces, que coadyuven en la promoción de hábitos, prácticas y consumos culturales basados en la diversidad de ideas, la libertad creativa y la pluralidad de expresiones artísticas. |
| Objetivos Estratégicos | 1. Transmitir y difundir como medio multiplataforma, contenidos audiovisuales que promueven los derechos de acceso a la información y la libertad de expresión sobre temas culturales, políticos, económicos y sociales que contribuyan a fortalecer la identidad de la población de la Ciudad de México. 2. Enriquecer la parrilla de programación, a través de acuerdos interinstitucionales, convenios y otros instrumentos que favorezcan la adquisición, intercambio o coproducción de materiales educativos, científicos, culturales, informativos nacionales e internacionales. 3. Promover el aumento del alcance y la fidelidad de las audiencias mediante estrategias multiplataforma que incentiven la difusión y promoción de la programación y contribuyan a generar una interacción pertinente y oportuna con las mismas. 4. Difundir las actividades y servicios del sector público, civil y comunitario que pudieran ser del interés de la población de la Ciudad de México, en virtud de un beneficio social y comunitario. 5. Incentivar la participación ciudadana de los diferentes sectores sociales, culturales y económicos de la población de la Ciudad de México en la creación y producción audiovisual. 6. Comercializar e intercambiar servicios de diseño, producción, transmisión y difusión que permitan optimizar la suficiencia y distribución de recursos materiales, financieros y capital humano propios de acuerdo con las capacidades institucionales. |

Programa Presupuestario y su Alineación

| Programa Presupuestario | M002 | | PROVISIONES PARA CONTINGENCIAS | | | | | | | | |
|--|------------|------------------------------------|--|------|---|------------|---|------------------------------------|-------------------------|-----|-----------------------------------|
| Alineación al Programa de Gobierno 2019- 2024 | EJE | 4 | Ciudad de México, capital cultural de América Latina | | | | | | | | |
| | SUB EJE | 5 | Promoción y Difusión de los Derechos Culturales | | | | | | | | |
| | SUBSUB EJE | 0 | Promoción y Difusión de los Derechos Culturales | | | | | | | | |
| Finalidad | 1 | Gobierno | Función | 8 | Otros Servicios Generales | Subfunción | 3 | Servicios De Comunicación Y Medios | Actividad Institucional | 298 | Eventos fortuitos administrativos |
| Alineación al Objetivo del Desarrollo Sostenible | 11 | Ciudades y comunidades sostenibles | Metas del Objetivo del Desarrollo Sostenible | 11.3 | De aquí a 2030, aumentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para la planificación y la gestión participativas, integradas y sostenibles de los asentamientos humanos en todos los países | | | | | | |

Planeación Operativa

| | |
|--------------------------------------|--|
| Problema Definido | Insuficientes recursos para el pago de los laudos laborales. |
| Objetivo del programa presupuestario | Suficiente recursos para el pago de los laudos laborales. |
| Población Objetivo o de Enfoque | El Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. |
| Objetivos Operativos | 1. Programar y presupuestar el recurso suficiente para cubrir los gastos de laudos. |
| Valor Público Generado | El Servicio de Medios Públicos cuenta con los recursos necesarios para cubrir con las obligaciones judiciales sin riesgos para su operación. |



Programación BASE 2023

| | | |
|------------------------------|--------|---|
| Unidad Responsable del Gasto | 31PDMP | SERVICIOS DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO |
|------------------------------|--------|---|

| Plan de Acción del Programa Presupuestario | | | | |
|--|---|--|---|--|
| Meta Física Proyectada | Definición de la Meta | Indicador de la Meta | Unidad de Medida | Medios de Verificación |
| 100% | Porcentaje de pagos de laudos efectuados. | (Total de laudos pagados/Total de laudos emitidos por la Junta de Conciliación y Arbitraje) * 100) | Porcentaje | Página de transparencia del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México: https://www.transparencia.cdmx.gob.mx/sistema-de-radio-y-television-digital-del-gobierno-del-distrito-federal |
| Meta Programada al 1er Trimestre | | Meta Programada al 2do Trimestre | | Meta Programada al 4to Trimestre |
| 0% | | 25% | | 100% |
| Meta Proyectada a Mediano y Largo Plazo | | | Valor Público previsto a mediano y largo plazo producto de la intervención gubernamental | |
| Al cierre del 2024, se espera tener un incremento en el avance del indicador del 10%, derivado de continuar con la atención oportuna para laudos y previsiones emergentes. | | | El Servicio de Medios Públicos cuenta con los recursos financieros para dar cumplimiento a las obligaciones del mismo, al cumplir debidamente con los procesos de programación y presupuestación. | |
| Número de Acciones a Desarrollar | | | 1 Acción | |
| Acción 1 | | | Responsable(s) | |
| Pago de laudos del SMPCDMX | | | Nombre (s) | Nancy Balderas Hurtado |
| | | | Cargo | Coordinadora de Administración y Finanzas |

ELABORÓ

BRENDA MARTHA OVIEDO VIZCAYA

JEFA DE UNIDAD DEPARTAMENTAL DE CAPITAL HUMANO Y FINANZAS

AUTORIZÓ

NANCY BALDERAS HURTADO

COORDINADORA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

M
B
H



Programación
BASE 2023

| | | |
|------------------------------|--------|--|
| Unidad Responsable del Gasto | 3IPDMP | SERVICIO DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO |
|------------------------------|--------|--|

Planeación Estratégica Marco

| | |
|------------------------|--|
| Misión | Producir y transmitir contenidos de calidad en temas culturales, educativos, informativos y de entretenimiento que contribuyan al fortalecimiento de la identidad y sentido de pertenencia de la población de la Ciudad de México con respecto a la multiculturalidad y al ejercicio de los Derechos Humanos mediante la participación ciudadana y la libertad de expresión. |
| Visión | Consolidarse como un organismo público, democrático y popular líder en comunicaciones para la población de la ciudad de México con personal profesional y altamente capacitado, equipo y tecnología de punta, para cumplir con su objetivo con la mejor calidad, responsabilidad y compromiso social con cobertura total en la geografía de la ciudad; así como ampliar su presencia en el país y en el extranjero, mediante la producción de programas de excelencia creando el vínculo de interacción con la audiencia donde la población se identifique y exprese libremente su opinión; asimismo, coadyuvar a la democratización de los medios de comunicación y el respeto irrestricto a los Derechos Humanos. |
| Diagnóstico General | De acuerdo con el Censo Nacional de Población y Vivienda 2020, en la Ciudad de México habitan 9,209,944 personas (52.2 por ciento son mujeres y 47.8 por ciento son hombres), y con la encuesta nacional de consumo de contenidos audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones (2019), en localidades urbanas el 95 por ciento de los hogares cuentan con al menos un televisor, siendo la noticias, películas, telenovelas, deportes y series los programas que se ven con mayor frecuencia. Por otro lado, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Hábitos y Consumo Cultural de la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM (2020), el cuarto medio de información por el cual la población mexicana se entera de actividades culturales es la televisión (42.95 por ciento), de acuerdo con este instrumento los medios electrónicos tradicionales siguen brindando información cultural. Sin embargo, continúa siendo importante la puesta en marcha de acciones para que los medios de comunicación logren constituirse como mecanismos efectivos, abiertos y autónomos de información y comunicación cultural, así como para fortalecer las tecnologías de la información en aras de consolidar estrategias efectivas para la divulgación cultural entre la población de la Ciudad de México. En este sentido, y contribuyendo al cumplimiento del Eje 4 Ciudad de México Capital Cultural de América del Programa General de Gobierno 2019-2024, cobra gran importancia la labor actual del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, para ofrecer contenidos audiovisuales críticos y veraces, que coadyuven en la promoción de hábitos, prácticas y consumos culturales basados en la diversidad de ideas, la libertad creativa y la pluralidad de expresiones artísticas. |
| Objetivos Estratégicos | 1. Transmitir y difundir como medio multiplataforma, contenidos audiovisuales que promueven los derechos de acceso a la información y la libertad de expresión sobre temas culturales, políticos, económicos y sociales que contribuyan a fortalecer la identidad de la población de la Ciudad de México. 2. Enriquecer la parrilla de programación, a través de acuerdos interinstitucionales, convenios y otros instrumentos que favorezcan la adquisición, intercambio o coproducción de materiales educativos, científicos, culturales, informativos nacionales e internacionales. 3. Promover el aumento del alcance y la fidelidad de las audiencias mediante estrategias multiplataforma que incentiven la difusión y promoción de la programación y contribuyan a generar una interacción pertinente y oportuna con las mismas. 4. Difundir las actividades y servicios del sector público, civil y comunitario que pudieran ser del interés de la población de la Ciudad de México, en virtud de un beneficio social y comunitario. 5. Incentivar la participación ciudadana de los diferentes sectores sociales, culturales y económicos de la población de la Ciudad de México en la creación y producción audiovisual. 6. Comercializar e intercambiar servicios de diseño, producción, transmisión y difusión que permitan optimizar la suficiencia y distribución de recursos materiales, financieros y capital humano propios de acuerdo con las capacidades institucionales. |

Programa Presupuestario y su Alineación

| Programa Presupuestario | N001 | | CUMPLIMIENTO DE LOS PROGRAMAS DE PROTECCIÓN CIVIL | | | | | | | | |
|--|------------|------------------------------------|---|------|--|------------|---|------------------|-------------------------|-----|--|
| Alineación al Programa de Gobierno 2019-2024 | EJE | 5 | Cero Agresión y Más Seguridad | | | | | | | | |
| | SUB EJE | 3 | Protección civil | | | | | | | | |
| | SUBSUB EJE | 3 | Evitar nuevos riesgos | | | | | | | | |
| Finalidad | 1 | Gobierno | Función | 7 | Asuntos De Orden Público Y De Seguridad Interior | Subfunción | 2 | Protección Civil | Actividad Institucional | 002 | Gestión integral de riesgos en materia de protección civil |
| Alineación al Objetivo del Desarrollo Sostenible | 11 | Ciudades y comunidades sostenibles | Metas del Objetivo del Desarrollo Sostenible | 11.5 | De aquí a 2030, reducir significativamente el número de muertes causadas por los desastres, incluidos los relacionados con el agua, y de personas afectadas por ellos, y reducir considerablemente las pérdidas económicas directas provocadas por los desastres en comparación con el producto interno bruto mundial, haciendo especial hincapié en la protección de los pobres y las personas en situaciones de vulnerabilidad | | | | | | |

Planeación Operativa

| | |
|--------------------------------------|--|
| Problema Definido | Insuficientes mecanismos de prevención y mitigación de riesgos naturales o antrópicos que afectan a las personas servidoras públicas del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. |
| Objetivo del programa presupuestario | Suficientes mecanismos de prevención y mitigación de riesgos naturales o antrópicos que afectan a las personas servidoras públicas del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. |
| Población Objetivo o de Enfoque | Personas servidoras públicas del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. |

(Handwritten signatures and initials)

Programación
BASE 2023

| | | |
|------------------------------|--|--|
| Unidad Responsable del Gasto | 31PDMP | SERVICIO DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO |
| Objetivos Operativos | Crear una cultura de protección civil en las personas servidoras públicas del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, para poder actuar ante un posible fenómeno natural y/o antropogénico para salvaguardar su integridad y la de sus visitantes. | |
| Valor Público Generado | El Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México cuenta con mecanismos institucionales pertinentes y personal sensibilizado para la gestión integral de riesgos y protección civil para salvaguardar su vida. | |

Plan de Acción del Programa Presupuestario

| Meta Física Proyectada | Definición de la Meta | Indicador de la Meta | Unidad de Medida | Medios de Verificación |
|--|---|---|---|--|
| 100% | Índice que mide el avance de acciones en materia de prevención, atención y mitigación de riesgos. | ((Total de labores de acondicionamiento de instalaciones de los Foros y de las áreas de producción realizadas en materia de protección civil/ Total de labores de acondicionamiento de instalaciones de los Foros y de las áreas de producción programadas en materia de protección civil) * 50%) + ((Total de insumos adquiridos/Total de insumos programados) * 50%)) | Índice | Página de transparencia del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México: https://www.transparencia.cdmx.gob.mx/sistema-de-radio-y-television-digital-del-gobierno-del-distrito-federal |
| Meta Programada al 1er Trimestre | | Meta Programada al 2do Trimestre | | Meta Programada al 3er Trimestre |
| 0% | | 25% | | 80% |
| Meta Programada al 4to Trimestre | | Meta Programada al 4to Trimestre | | |
| 100% | | 100% | | |
| Meta Proyectada a Mediano y Largo Plazo | | Valor Público previsto a mediano y largo plazo producto de la intervención gubernamental | | |
| Al cierre del 2024, se espera un incremento del 10% en el número instalaciones de los foros y áreas de producción acondicionadas y del abastecimiento de insumos en materia de protección civil. | | El SMPDCMX cuenta con mecanismos institucionales y una cultura organizacional para la gestión integral de riesgos y protección civil para salvaguardar su vida. | | |
| Número de Acciones a Desarrollar | | 2 Acciones | | |
| Acción 1 | | Responsable(s) | | |
| Acondicionamiento de instalaciones de los foros y de las áreas de producción para la prevención de riesgos. | | Nombre (s) | Nancy Balderas Hurtado | |
| | | Cargo | Coordinadora de Administración y Finanzas | |
| Acción 2 | | Responsable(s) | | |
| Abastecimiento de insumos para la prevención de riesgos. | | Nombre (s) | Nancy Balderas Hurtado | |
| | | Cargo | Coordinadora de Administración y Finanzas | |

ELABORÓ

BRENDA MARTHA OVIEDO VIZCAYA

JEFA DE UNIDAD DEPARTAMENTAL DE CAPITAL HUMANO Y FINANZAS

AUTORIZÓ

NANCY BALDERAS HURTADO

COORDINADORA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

P
X
M