

TELEVISIÓN METROPOLITANA, S.A. DE C.V.

INTRODUCCIÓN

Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. se constituyó el 16 de noviembre de 1990 de conformidad con la Ley General de Sociedades Mercantiles, según consta en el acta constitutiva núm. 54712 pasada ante la fe del Lic. Francisco Javier Arce Gargollo, notario público núm. 74 del Distrito Federal. El capital social de la Entidad está constituido en un 100% por las aportaciones del Gobierno Federal, lo que la ubica como una Empresa de Participación Estatal Mayoritaria, la cual se encuentra sectorizada en la Secretaría de Cultura.

El objeto social de la Entidad entre otros es el de operar como permisionaria y/o concesionaria de estaciones de radio y televisión, así como llevar a cabo todos los trámites y gestiones para obtener dichos permisos y/o concesiones y la producción, distribución, representación, compraventa y arrendamiento de programas de radio y televisión.

MISIÓN

Difundir la cultura de México y el mundo en su amplia diversidad de expresiones a la mayor audiencia posible, fomentando los valores de la democracia, libertad, pluralidad, independencia, inclusión, igualdad y transparencia, a través de la producción, adquisición y transmisión de contenidos audiovisuales de la más alta calidad.

VISIÓN

Ser un referente en la televisión pública cultural mexicana e internacional en materia de producción y difusión de contenidos artísticos, culturales y periodísticos de la más alta calidad, que propicien valores de inclusión, pluralidad, igualdad, independencia y visión crítica.

OBJETIVO GENERAL

Posicionar a Canal 22 como referente obligado entre los medios públicos del Estado Mexicano para la difusión del arte y la cultura de México y el mundo, capaz de fomentar la reflexión, el análisis y la discusión, con apego a los valores democráticos de inclusión, independencia, pluralidad, igualdad y respeto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Fortalecer la identidad de Canal 22 como medio público, mediante un concepto de cultura que abarque la amplitud de sus manifestaciones y consolide los valores de inclusión, diversidad, pluralidad, igualdad, independencia editorial y visión crítica.
2. Enriquecer la pantalla de Canal 22 con producciones propias de contenidos artísticos, culturales y periodísticos, para difundir la riqueza cultural de México entre una mayor audiencia.
3. Robustecer la oferta de Canal 22 través de la adquisición e intercambio de materiales audiovisuales, series, documentales y películas de la más alta calidad.
4. Promover el mantenimiento, actualización y renovación de la planta tecnológica de Canal 22, a fin de mejorar la calidad y alcance de sus señales.
5. Proyectar a Canal 22 en plataformas digitales alternativas para lograr su efectiva inserción en los nuevos hábitos de consumo de las audiencias y expandir su cobertura social y territorial.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DEL AÑO 2024

Canal 22 a través de sus 3 señales 22.1 22.2 y Señal Internacional mantiene el compromiso con su audiencia de ofrecer contenidos de calidad, manteniendo producciones emblemáticas, pero también produciendo contenido a la vanguardia.

Durante el cuarto trimestre, la señal abierta de Televisión Metropolitana S.A. de C.V. alcanzó a 79,810,064 televidentes potenciales, ofreciendo una televisión cultural completamente gratuita, lo que significa el 100 por ciento de nuestra meta programada. Este número corresponde a los datos registrados en el Sistema de Consultas y Preanálisis de Cobertura de Radiodifusión en línea del Instituto Federal de Telecomunicaciones para la cobertura de las siguientes localidades; Área Metropolitana de la Ciudad de México y en el interior de la República: Aguascalientes, Aguascalientes; San Francisco de Campeche, Campeche; Colima, Colima; Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas y Tapachula, Chiapas; Toluca de Lerdo, Edo de México; León de Los Aldama y Celaya, Guanajuato; Guadalajara, Jalisco; Morelia y Uruapan del Progreso, Michoacán; Tepic, Nayarit; Monterrey, Nuevo León; Oaxaca de Juárez, Oaxaca; Puebla de Zaragoza, Puebla; Santiago de Querétaro, Querétaro; Mazatlán, Culiacán Rosales y Los Mochis, Sinaloa; Hermosillo y Cd. Obregón, Sonora; Villahermosa, Tabasco; Tampico, Tamaulipas; Xalapa-Enriquez y Coatzacoalcos, Veracruz de Ignacio de la Llave; Mérida, Yucatán; Zacatecas, Zacatecas; que reporta el Sistema Público de Radiodifusión SPR, quien multiplexa nuestra señal.

Es importante hacer énfasis en que, de los 126 millones de mexicanos, de acuerdo con cifras del INEGI a 2020, el 63.33 por ciento de la población mexicana está siendo permeada con la señal televisiva de Canal 22, difundiendo las más diversas expresiones artísticas y culturales de nuestro país, coadyuvando al cumplimiento de la línea de acción 5.4.1. Producir contenidos artísticos, culturales y periodísticos, así como contenidos para grupos específicos e históricamente discriminados, para difundir la riqueza cultural de México entre un mayor número de personas.

CUENTA PÚBLICA 2024

En el cuarto trimestre de 2024 la producción alcanzó una cifra de 1,043 programas y piezas, por lo que se ha rebasado la meta de 913 estimada en el periodo. Continuaron las producciones que nutren la Señal 22.2 MX nuestro cine: Marquesina 22, Atrapasueños, Chamuco, Tratos y Retratos, además que se estrenaron las producciones Litio y Soberanía Nacional, Pantalla de cristal 2024, Armonía Comunitaria, entre otros; contando también con los programas informativos y de análisis: Noticias 22, Con la X en la frente y Por si las moscas.

Para el cuarto trimestre de 2024, se subieron un total de 904.33 horas a los canales de YouTube: Canal 22, Noticias 22 y ¡Clic Clac!, respecto a las 787 horas que se tenían planeadas. Lo que representa el 114.91 por ciento de la meta programada.

La meta se superó en un 14.91 por ciento debido a que se cerró el año con diversas transmisiones que corresponden a conferencias matutinas #MañaneraDelPueblo, el noticiario cultural de México Noticias 22 y la transmisión en vivo de los Premios TAL 2024; las primeras dos con transmisiones que se realizan todos los días, de lunes a viernes. Además, en diciembre se estrenaron dos programas especiales con Rosy Arango y la conversación Litio y soberanía nacional con los especialistas Pablo Taddei y Tonatiuh Martínez, así como el estreno de algunos programas de producción propia.

Durante el cuarto trimestre, Canal 22 alcanzó un total de 31,949 programas transmitidos, en la señal 22.1, 11,052 programas, en la señal 22.2, 8,178 programas y la Señal Internacional 12,719 programas; esta cifra representa 574 programas más respecto a la meta de 31,375 estimada para el periodo; esto representa el 101.83 por ciento de la meta programada.

Para el cuarto trimestre de 2024 se recibieron 5,991,227 interacciones en las diferentes redes sociales de Canal 22, respecto a las 6,264,925 interacciones planeadas para el ejercicio. Lo que representa el 95.63 por ciento de la meta programada.

La meta no fue superada debido a que se está trabajando en nuevas estrategias y dinámicas de trabajo para cada red social y plataforma digital, lo que provoca cambios en los indicadores. Estimamos que los resultados de las nuevas estrategias comenzarán a estabilizarse y así ser más asertivos en nuestro porcentaje de metas.

Para el cuarto trimestre de 2024, se obtuvieron 21,486,131 visualizaciones en los canales de YouTube respecto a las 20,796,981 visualizaciones planeadas. Lo que representó el 103.31 por ciento de la meta programada para el año.

Se superó la meta establecida debido a que el público ha consumido las producciones de la plataforma y las transmisiones en vivo han sido muy bien recibidas por la audiencia.

CUENTA PÚBLICA 2024

Adicionalmente a las metas reportadas en el portal aplicativo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (PASH) se reporta en el Sistema de Información del Sector Cultura (SISC) la siguiente meta.

Las cifras acumuladas por la facturación de enero a diciembre de 2024 alcanzaron el monto de 33 millones 761 mil 374 pesos, cifra mayor en 8 millones 761 mil 374 pesos, respecto de la meta anual programada, fijada en 25 millones de pesos. En términos porcentuales, el monto facturado representa un avance del 135.05 por ciento respecto de la meta anual.

Las cifras se derivan de la facturación al sector gobierno por 22 millones 410 mil 873 pesos, corresponden a las siguientes instituciones: Secretaría de la Defensa Nacional, Financiera para el Bienestar, Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes, Secretaría de Marina, Radio Educación, Secretaría de Cultura, Consejo Nacional de Fomento Educativo, Administración del Sistema Portuario Nacional Altamira, Tren Maya Instituto Mexicano del Seguro Social, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto Nacional de Antropología e Historia, Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, Secretaría de Educación Pública, Pemex, Colegio Nacional, Instituto Mexicano de Cinematografía, Grupo Aeroportuario, Ferroviario, de Servicios Auxiliares y Conexos Olmeca - Maya - Mexica, e Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura; 3 millones 842 mil 668 pesos facturados a los siguientes entes del sector privado: Televisión Digital, Ocesa, Teatro como en el Teatro, Vista Higher Learning, Inc., y la facturación de 7 millones 507 mil 833 pesos a Thema América Inc., por concepto de suscriptores y pauta en la Señal internacional.

Autorizó: LIC. MIGUEL ÁNGEL RANGEL GARAY
Subdirector General de Administración y Finanzas

Elaboró: LIC. FERNANDO COLÍN ALANIS
Director de Finanzas