

C. JUAN ESTRELLA CASILLAS.

P R E S E N T E.

En atención a la solicitud de información recibida mediante Sistema INFOMEX con número de folio 0007816 de fecha 11 de febrero de 2016, cuyo contenido es:

“Solicito información relacionada a la campaña de promoción y difusión del segundo informe de labores del Alcalde, Antonio Gali Fayad:

¿Cuál es el presupuesto destinado para la campaña?

¿Cuál es el número de espacios publicitarios contratados? (Desglosado por tipo de espacio: parabuses, espectaculares, autobús, medios de comunicación, etc.)

¿Cuál es la ubicación de dichos espacios?

¿Cuáles son las empresas contratadas y monto del contrato? (Desglosado por tipo de espacio publicitario)

¿Cuál fue el proceso de selección de las empresas contratadas?

¿Cuáles son los mensajes utilizados?

¿Cuál es la duración de la campaña? (fecha de inicio y de conclusión)”. (Sic).

Con fundamento en los artículos 1, 2 fracción V, 6, 10 fracción II, 44, 45, 46, 47, 52, 61, 62 y 63 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado; artículos 6 y 9 del Reglamento de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado, le informo lo siguiente:

SEGUNDO INFORME DE LABORES

Por lo que respecta a la promoción y difusión del Segundo Informe de Labores del Ex presidente Municipal de Puebla, es inviable saber el presupuesto destinado debido a que no hay específicamente un contrato para la difusión, sino que son contratos anuales de publicidad y difusión del quehacer gubernamental que incluyen diversos conceptos.

El reporte del desglose del gasto de promoción y publicidad en medios de comunicación es el siguiente:

EMPRESAS	TIPO DE MEDIO
Televisión de Puebla, S. A de C. V.	Televisión
Antena Azteca, S. A de C. V.	Televisión
Ultradigital, S. A de C. V.	Televisión
Telefonía por Cable, S. A de C. V.	Televisión

Ultradigital Puebla, S. A de C. V.	Radio
En Medios Bicentenarios, S. A de C. V.	Radio
Multimedios Grupo Oro, S. A de C. V.	Radio
Comercializadora de Medios Electrónicos de Puebla, S. A de C. V.	Radio
Radio Principal, S. A de C. V.	Radio
Cinco Radio, S. A de C. V.	Radio
Grupo Acir, S. A de C. V.	Radio
Imagen Soluciones Integrales, S. A de C. V.	Radio
Asociación Periodística Síntesis, S. A de C. V.	Impreso
Compañía Periodística El Sol de Puebla, S. A de C. V.	Impreso
Milenio Diario, S. A de C. V.	Impreso
Angélica Rosales Urrusquieta	Portal
Ang Noticias, S. A de C. V.	Portal
Consultoría Contracorriente, S. A de C. V.	Portal
Contraparte Informativa y Periodística, S. A de C. V.	Portal
Grupo Sexenio Comunicaciones, S. A de C. V.	Portal
María de los Ángeles Edith Vázquez Briseño	Portal
María Silvia de Julián Anguiano.	Portal
Publicidad y Promociones Empo S. A de C. V.	Portal
Puebla On Line, S. A de C. V.	Portal
Elsa Aimme Flores Vázquez	Portal
María Antonieta Severino Hernández	Portal
Servicios Integrales Dalra, S. A de C. V.	Portal
Intec Medios Com, S. de R.L.	Portal
Información Digital Poblana, S. A de C. V.	Portal
Prensa Gratuita, S. A de C. V.	Portal
Editorial 7 días, S. A de C. V.	Portal

Alberto Rocha Vázquez	Portal
Cermeño, S. A de C. V.	Portal
Jesús Armas González	Portal
Blanca Alicia Guzmán Paredes	Portal
Adso de México, S. A. de C. V.	Portal
María de los Ángeles López Rojas	Portal
Alejandra Cervantes de los Santos	Portal
José Luis Guzmán Zecua	Portal
Tania Yonuhén Damián Jiménez	Portal
Daniel Romero Gálvez	Portal

Por lo que respecta a los números desglosados en Televisión, Radio, Impresos y Portales es inviable conocerlo, debido a que no hay específicamente un documento o contrato para la difusión, sino que son contratos anuales de publicidad y difusión del quehacer gubernamental que incluyen diversos conceptos.

Por lo que respecta a otros medios en promoción, le informo lo siguiente:

Concepto	Número
Espectaculares	45

En parabuses (200 impresiones dentro del municipio de Puebla) y autobuses (200 impresiones que se ubicaron en las principales rutas de transporte del municipio de Puebla), no se gastó en difusión o promoción, ya que se dieron contraprestaciones derivadas de convenios y/o acuerdos no onerosos.

Por lo que respecta a “¿Cuál fue el proceso de selección de las empresas contratadas?”.

Le informo que los criterios para contratación se fundamenta en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público Estatal y Municipal, la cual podrá consultar en la siguiente dirección electrónica: <http://www.pueblacapital.gob.mx/i-marco-normativo-aplicable/marco-legal/normatividad-estatal>

Se dio preferencia a empresas que cuentan con prestigio, especialización y que cumplen con principios de racionalidad, eficiencia y eficacia.

En su pregunta "¿Cuáles son los mensajes utilizados?".

Fueron los siguientes: "Escucha lo que pide la Gente", "Jóvenes con más Oportunidades", "Centros de Salud en Juntas", "Rescate de Espacios Deportivos", "Uniformes Escolares Gratuitos".

Por lo que respecta "¿Cuál es la duración de la campaña?" (fecha de inicio y de conclusión)

Hago de su conocimiento que la campaña inició el 8 de febrero y concluyó el 20 de febrero de 2016.

Sin otro particular me reitero a sus órdenes.



CHRISTIAN CARRASCO LAGUNA

TITULAR DE LA UNIDAD ADMINISTRATIVA DE ACCESO A LA INFORMACIÓN