

TALLERES GRAFICOS DE MEXICO

PROGRAMA Institucional de Talleres Gráficos de México 2020-2024.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- GOBERNACIÓN.- Secretaría de Gobernación.- Talleres Gráficos de México.

ARIEL GARCÍA CONTRERAS, Titular en Funciones, en mi carácter de Director General de Talleres Gráficos de México, en términos del artículo 20, fracción II del Estatuto Orgánico de Talleres Gráficos de México, me permito expedir el:

PROGRAMA INSTITUCIONAL DE TALLERES GRÁFICOS DE MÉXICO 2020-2024

Índice

1. Fundamento normativo.
2. Siglas y acrónimos.
3. Origen de los recursos para la instrumentación del programa.
4. Análisis del estado actual.
5. Objetivos y estrategias prioritarias y acciones puntuales para su logro.
6. Metas para el bienestar.
7. Epílogo: visión del futuro.

1. Fundamento normativo.

El artículo 25 de la CPEUM, establece, entre otros aspectos, que corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que éste sea integral y sustentable, y que fortalezca la Soberanía de la Nación así como su régimen democrático.

Asimismo, asevera que el Estado planeará, conducirá, coordinará y orientará la actividad económica nacional, y llevará al cabo la regulación y fomento de las actividades que demande el interés general en el marco de libertades que otorga la Constitución.

En este sentido la Ley en su artículo 3, puntualiza que mediante la planeación se fijarán objetivos, metas, estrategias y prioridades, así como criterios basados en estudios de factibilidad cultural; se asignarán recursos, responsabilidades y tiempos de ejecución, se coordinarán acciones y se evaluarán resultados.

Por su parte, el artículo 14 de dicha Ley, establece, entre otras, que la Secretaría, coordinará las actividades de Planeación Nacional del Desarrollo, elaborar y someter al Presidente de la República, el proyecto de PND, asimismo, establecerá los criterios que deberán observar las entidades para la elaboración de los programas que deriven del plan.

De esta manera, el 12 de julio de 2019, fue publicado en el DOF, el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024. Por lo que, para dar cumplimiento a lo establecido, la SEGOB elaboró el Programa Sectorial de Gobernación el cual incluye objetivos, estrategias prioritarias y acciones puntuales para su logro.

De esta manera, en aras de cumplimentar lo establecido en la fracción II, de la Ley y con objeto de contribuir al cumplimiento de los objetivos, estrategias y acciones puntuales de la SEGOB, Talleres Gráficos de México elaboró su Programa Institucional.

2. Siglas y acrónimos.

APF.- Administración Pública Federal.

CPEUM.- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

CEPCI.- Comité de Ética y Prevención de Conflictos de Interés.

ECCO.- Encuesta de Clima y Cultura Organizacional.

ERP.- Sistema de Planificación de Recursos Empresariales.

DOF.- Diario Oficial de la Federación.

INAI.- Instituto Nacional de Acceso a la Información Pública Gubernamental.

INEGI.- Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Ley.- Ley de Planeación.

LAASSP.- Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

PND.- Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024.

PSG.- Programa Sectorial de Gobernación.

PNCCIMGP.-Programa Nación de Combate a la Corrupción y a la Impunidad, y de Mejora de la Gestión Pública.

SSECCOE.- Sistema de Seguimiento, Evaluación y Coordinación de las Actividades de los Comités de Ética y Prevención de Conflictos de Interés.

Secretaría.- Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

SEGOB.- Secretaría de Gobernación.

SIA.- Sistema Integral de Auditorías.

SFP.- Secretaría de la Función Pública.

TGM.-Talleres Gráficos de México.

OT.- Orden de Trabajo.

3. Origen de los recursos para la instrumentación del programa.

La totalidad de las acciones que se consideran en este Programa, incluyendo aquellas correspondientes a sus objetivos prioritarios, estrategias prioritarias y acciones puntuales, así como las labores de coordinación interinstitucional para la instrumentación u operación de dichas acciones y el seguimiento y reporte de las mismas, se realizarán con cargo al presupuesto autorizado de los ejecutores de gasto participantes en el Programa, mientras éste tenga vigencia.

4. Análisis del estado actual.

Talleres Gráficos de México es un organismo público descentralizado del Gobierno Federal con personalidad y patrimonio propios, creado por decreto presidencial del 8 de enero de 1999, sectorizado a la SEGOB, que tiene por objeto ofrecer y prestar servicios editoriales y en el campo de las artes gráficas a los sectores público, social y privado.

Antes de iniciar con el diagnóstico de la situación actual de TGM, es relevante definir qué es la Industria Gráfica y cuáles son sus componentes. De acuerdo al INEGI la delimitación de las artes gráficas se clasifica en nueve actividades económicas:

- Impresión de libros, periódicos y revistas;
- Impresión de formas continuas y otros impresos;
- Industrias conexas a la impresión;
- Edición de periódicos integrada con la impresión;
- Edición de revistas y otras publicaciones periódicas integradas con la impresión;
- Edición de libros integrada con la impresión;
- Edición de directorios y de listas de correo integrada con la impresión;
- Edición de otros materiales integrada con la impresión, y;
- Diseño gráfico.

De acuerdo a datos de los Censos Económicos 2014, destaca lo siguiente:

Existen aproximadamente 24,654 empresas en el país (respecto al censo 2009 se tuvo un crecimiento de \$14.9%) clasificadas en los nueve puntos anteriores, produciendo más de 1,000 billones de hojas A4 o equivalentes al año con un valor superior a los 20,000 millones de dólares.

Las pequeñas empresas de las artes gráficas representan 91.58% de estas unidades y su producción es de un aproximado del 13%. En el otro extremo, las grandes empresas, que representan 0.35%, generan más del 35% de la producción bruta. Estas unidades económicas se encuentran concentradas, principalmente, en la Ciudad de México, Estado de México, Jalisco, Guanajuato, Nuevo León, Puebla y Veracruz.

Según dichos censos económicos, la industria de las artes gráficas, dio empleo a 173,122 personas (respecto al censo 2009 se tuvo un decremento de \$5.3%), 65% son hombres y 35% son mujeres.

La industria de las artes gráficas representa un total del PIB nacional de 1.033%.

Al interior de las artes gráficas, la actividad económica está concentrada en la Impresión de formas continuas y otros impresos, al representar, según los Censos Económicos 2014, 53% de la producción bruta y 61% del personal ocupado.

En cuestión de aplicaciones, el periódico sigue siendo el que más contribuye al volumen total del país con 326.3 billones de impresiones A4 o equivalentes; sin embargo, en valor, el empaque contribuye en mayor proporción con 7,213 millones de dólares.

Un gran indicador son las exportaciones de nuestra producción, en su mayoría a Estados Unidos, que ascienden a 165 millones de dólares en tan solo 5 meses; sin embargo, las importaciones totales siguen rebasando ese número resultando en una balanza comercial deficitaria, razón principal por la cual México necesita promover sus servicios al interior.

Casi la tercera parte de las unidades económicas que se dedican principalmente a la Impresión y a las Industrias conexas obtuvieron financiamiento, lo que les permitió modernizar sus plantas.¹

Bajo el contexto anterior, TGM, se define como una empresa mayor, dando empleo a más de 251 trabajadores, con ingreso por venta de servicios superiores a los 50mdp.

No obstante, TGM, enfrenta diversas problemáticas que en su conjunto dificultan su desarrollo institucional, como son:

- La falta de competitividad respecto de las empresas del sector privado en el mercado de las artes gráficas;
- La disminución del tamaño del mercado de las impresiones como consecuencia de la digitalización y la utilización de las redes sociales que constriñen al mercado en un ambiente de alta competitividad;
- Los competidores con mayores y mejores capacidades de ofrecer soluciones tecnológicas al mercado;
- La tendencia a sustituir impresos de alta seguridad producidos por TGM para el sector público, por impresión bajo demanda vía web sin mayores elementos de seguridad (ej. Cédula profesional y actas de nacimiento);
- Las medidas de austeridad del Gobierno Federal que están ocasionando que no se ejerzan recursos para impresos;
- La capacidad instalada no responde al 100% a los requerimientos de impresos del sector público, con una fuerte limitación respecto de impresiones digitales, personalizadas y de dato variable;
- La producción de credenciales adolece de limitaciones por falta de equipamiento para la elaboración de credenciales en sustratos diferentes del Teslin, limitando su capacidad para atender los requerimientos de la demanda y con precios competitivos;
- La inflexibilidad del sistema informático para agilizar la operación y enlace entre las áreas comercial, productiva y de abastecimiento. Lo que genera falta de oportunidad en la atención de los requerimientos en entrega por parte de la demanda;
- La obsolescencia en equipamiento productivo y de oficina;
- Las contrataciones históricas bajo el artículo 1 de la LAASSP;
- La pérdida de crédito por parte de los proveedores por pagos fuera de tiempo, así como de las alianzas estratégicas que complementan los procesos productivos de TGM cuando se carece del equipamiento necesario para atender la demanda del mercado o de la capacidad instalada disponible;
- Los bajos niveles de rentabilidad en las operaciones comerciales a nivel de utilidad bruta, que resulta insuficiente para el financiamiento de los gastos administrativos y de comercialización;
- El apalancamiento financiero basado en proveedores;
- La insuficiencia financiera para la actualización tecnológica de la planta y de los procesos comercial y administrativo;
- Los altos costos de financiamiento por pago extemporáneo que los proveedores reflejan en sus precios;
- La centralización de los procesos de contratación de los bienes y servicios del Gobierno Federal en la Secretaría;
- La insolvencia financiera en el corto plazo para el cumplimiento de compromisos con proveedores y de tipo laboral;
- La falta de apoyo para financiar al organismo;
- Los pasivos contingentes derivados de demandas laborales y civiles que complican la solvencia financiera del organismo, y;
- El incremento muy alto de costos en papel e insumos, entre otros.

¹ *Censos Económicos*. (2014). Obtenido de INEGI: <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2014/default.html#Tabulados>

Con objeto de contribuir con los principios rectores del PND, los objetivos y estrategias prioritarias del PSG, TGM ha establecido su alineación estratégica de la siguiente manera:

Alineación del Programa Institucional al PND					
Eje del PND		Objetivo del Programa Sectorial	Estrategia prioritaria del Programa Sectorial	Acción puntual del Programa Sectorial	Objetivo del Programa Institucional de TGM
I.- Política y Gobierno.	Recuperar el estado de derecho	1. Coadyuvar a recuperar el Estado de Derecho para garantizar la gobernabilidad democrática a nivel nacional.	1.5 Robustecer el marco normativo y las herramientas digitales y documentales, que fortalezcan la transparencia en cuanto a procesos administrativos en materia de comunicación social del Gobierno y atender las necesidades gubernamentales en cuanto a medios y cinematografía.	1.5.2 Contribuir con el Estado mexicano con la oferta de los servicios de una institución de la más alta calidad para la impresión y digitalización de todo tipo de documentos de la APF y de organismos constitucionales autónomos.	Proporcionar productos y servicios relacionados con la impresión y digitalización de documentos, proporcionando soluciones integrales con seguridad, calidad y oportunidad a través de la mejora continua de nuestros procesos, la profesionalización del personal y de la innovación tecnológica.

5. Objetivos y estrategias prioritarias y acciones puntuales para su logro.

Objetivos prioritarios

TGM, ha definido su misión y visión de la siguiente manera:

Misión:

Proporcionar productos y servicios relacionados con la impresión y digitalización de documentos, proporcionando soluciones integrales con seguridad, calidad y oportunidad a través de la mejora continua de nuestros procesos, la profesionalización del personal y de la innovación tecnológica.

Visión:

Ser el instrumento del Gobierno Federal para atender y satisfacer las necesidades de la APF y organismos autónomos en materia de impresión y digitalización de documentos a través de procesos eficientes, asesoría técnica especializada, personal profesionalizado y tecnología de vanguardia; asimismo, instrumenta acciones para el combate a la corrupción y a la impunidad y recupera la solvencia financiera.

Para lograrlos se plantea los siguientes objetivos prioritarios:

Objetivos Prioritarios	
1.	Posicionarse, como líder en la impresión y digitalización de documentos por medio de la mejora continua de procesos y tecnología de vanguardia en la APF y organismos autónomos.
2.	Proveer de servicios integrales de impresión y digitalización, con calidad, seguridad y oportunidad en su entrega a nuestros clientes.
3.	Profesionalizar al personal.
4.	Estabilizar las finanzas de la entidad.
5.	Instrumentar acciones frontales para el combate a la corrupción y a la impunidad.

6.1 Relevancia del Objetivo prioritario 1.- Posicionarse, como líder en la impresión y digitalización de documentos por medio de la mejora continua de procesos y tecnología de vanguardia en la APF y organismos autónomos.

Históricamente TGM ha tenido el firme compromiso de apoyar los programas estratégicos de comunicación social del Gobierno Federal, por lo que ésta entidad se ha constituido como un importante instrumento de vinculación entre el Estado y la sociedad.

No obstante, en los últimos ejercicios, el organismo ha enfrentado diversas problemáticas que han obstaculizado la consolidación de TGM como líder en la impresión de y digitalización de documentos en la APF, destacándose la disminución de la partida presupuestales 33603 "Impresión de documentos oficiales para la prestación de servicios públicos" y 33604 "Impresión y elaboración de material informativo", situación que impacta en las ventas a la APF, tan solo en el primer semestre de 2019, se había ejercido el 51% del presupuesto autorizado.

Para recuperar el liderazgo, TGM se ha dado a la tarea de contactar por todos los medios digitales a las personas titulares de las Unidades de Administración y Finanzas (TUAF's) dentro de cada Secretaría de Estado ya que consideramos que la entidad puede ser una herramienta de gran valor para que la APF pueda apoyarse en la promoción y comunicación de los programas de gobierno.

6.2 Relevancia del Objetivo prioritario 2.- Proveer de servicios integrales de impresión y digitalización, con calidad, seguridad y oportunidad en su entrega a nuestros clientes.

A lo largo de su existencia, TGM se ha caracterizado por brindar servicios de impresión con la calidad, seguridad y oportunidad requerida por nuestros clientes, todo esto es posible al conjuntar tanto la gran experiencia de su personal, como la infraestructura física y tecnológica, lo cual ha permitido contar con una amplia capacidad de respuesta ante las necesidades de sus clientes, ofreciendo calidad y seguridad de sus procesos de producción, que coadyuvan a difundir los valores democráticos, así como ser un medio de colaboración para el éxito de los programas sociales y campañas que permitan a esta gran Nación arribar a estados que consolidan su gobernabilidad democrática.

Los avances tecnológicos en la industria de las artes gráficas han crecido a pasos agigantados, sin embargo, la situación financiera de TGM ha obstaculizado la actualización tecnológica, pues cuenta con maquinaria y equipos con una antigüedad mayor a 18 años, situación que impide ser más competitivo, se necesita actualizar el equipo de producción, destacándose la adquisición de máquina digital HP WS, equipo de micro suaje y dato variable, equipo para grabado de chip, sistemas de impresión DOD para rotativa, aditamentos para rotativa, prensas planas, entre otros, con relación al equipo informático necesario para incrementar la competitividad, se requiere la adquisición de equipos Mac, actualización de software (Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Adobe Illustrator, PitStop Profesional), Laptops, entre otros.

6.3 Relevancia del Objetivo prioritario 3.- Profesionalizar al personal.

Sin duda el elemento humano es el activo más valioso de TGM, es por ello que se ha procurado contar con una eficiente planeación de los recursos humanos; en la contratación de personal se ha asegurado que los aspirantes cuenten con las competencias necesarias, se ha promovido la capacitación continua, se ha considerado lo necesario para que el ambiente laboral tenga una influencia positiva en la motivación y desempeño del personal, cuidamos aspectos sociales, psicológicos y físicos, se continuará aplicando la ECCO para medir entre otros aspectos, la identidad con la Institución, la calidad de vida laboral, el enfoque a resultados y productividad, la disponibilidad y recursos, el nivel estrés laboral, la colaboración y trabajo en equipo, el balance trabajo-familia, la mejora y cambio, la igualdad y no discriminación, el liderazgo y participación, la capacitación, el reconocimiento laboral, comunicación y equidad y género.

En TGM se reconocerá el esfuerzo de los trabajadores del nivel operativo mediante el otorgamiento de estímulos y recompensas; se difundirán los programas de estímulos y recompensas que otorga el organismo para que los trabajadores se involucren con la empresa para mejorar los procesos de trabajo, logrando que el personal reconozca la importancia de comprometerse y contribuir al logro de objetivos y metas institucionales.

6.4 Relevancia del Objetivo prioritario 4.- Estabilizar las finanzas de la entidad.

En los últimos años TGM ha presentado pérdidas financieras, lo que hace urgente su pronta recuperación para hacer frente a sus obligaciones financieras (pago de sueldos y salarios, pago de impuestos, pago a proveedores, etc.).

Los niveles de ingresos alcanzados no han sido los esperados, el nivel de gasto de operación ha sido superior a los ingresos, existe déficit en la liquidez, margen de utilidad, rendimiento sobre inversiones, estabilidad financiera, índice de ventas, índice de ingresos, e índice en el gasto corriente.

TGM, como una entidad del Gobierno Federal que no recibe apoyos de recursos fiscales, tiene la necesidad de vender los servicios que ofrece en los niveles y con los márgenes de rendimiento que le permitan no solo su supervivencia, si no que le permitan su crecimiento y desarrollo que lo mantengan como una empresa que brinde soluciones a las necesidades de comunicación gráfica a sus clientes, con la calidad, seguridad, confidencialidad y oportunidad que coadyuve a lograr los objetivos y metas nacionales planteados en el PND.

6.5 Relevancia del Objetivo prioritario 5.- Instrumentar acciones frontales para el combate a la corrupción y a la impunidad.

El Gobierno Federal tiene el propósito de erradicar la corrupción, el dispendio y la frivolidad, así lo establece uno de los ejes del PND, para hacer frente a esta situación el gobierno ha planteado diversas acciones para erradicarla, entre las que se encuentran, la instrumentación de los códigos de ética, el diseño de programas y acciones encaminadas a combatir la corrupción, la prevención de la discrecionalidad y el fomento a la transparencia y a la rendición de cuentas.

Asimismo, uno de los principios rectores del PND tiene que ver con la honradez y honestidad, la cual establece que la característica más destructiva y perniciosa de los neoliberales mexicanos fue la corrupción extendida y convertida en práctica administrativa regular. También, señala que la corrupción ha sido el principal inhibidor del crecimiento económico, por eso el Gobierno Federal está empeñado, en primer lugar, en acabar con la corrupción en toda la APF, no sólo la corrupción monetaria sino la que con llevan la simulación y la mentira.

En este sentido TGM tiene el firme compromiso de instrumentar los programas que emita la SFP en el combate a la corrupción y está comprometido a cumplir todos los ordenamientos legales que rigen su actuación, "Al margen de la ley, nada; por encima de la ley, nadie".

El CEPCI de TGM será el encargado de instrumentar las políticas que dicte la SFP para la construcción de una nueva ética pública.

Estrategias prioritarias y acciones puntuales

Objetivo prioritario 1.- Posicionarse, como líder en la impresión y digitalización de documentos por medio de la mejora continua de procesos y tecnología de vanguardia en la APF y organismos autónomos.

Estrategia prioritaria 1.1.- Conocer y atender las necesidades y tendencias del mercado de las artes gráficas en la APF y Organismos Autónomos.

Acciones Puntuales
1.1.1 Realizar estudios de mercado para identificar la oferta y demanda de productos y servicios del mercado de las artes gráficas.
1.1.2 Promover la comercialización de productos y servicios con clientes actuales y potenciales.
1.1.3 Ofrecer soluciones integrales para satisfacer las necesidades de los clientes.

Estrategia prioritaria 1.2.- Eficientar los procesos de comercialización y producción.

Acciones Puntuales
1.2.1 Desarrollar y mantener ERP en los procesos de producción y comercialización.
1.2.2 Realizar el análisis y mejora continua de los procesos de producción y comercialización.

Estrategia prioritaria 1.3 Contar con maquinaria y equipo de producción en condiciones adecuadas de operación.

Acciones Puntuales
1.3.1. Elaborar y ejecutar el programa de inversión de maquinaria y equipo.
1.3.2 Mantener en óptimas condiciones de operación la maquinaria y equipo de producción.

Objetivo prioritario 2.- Proveer de servicios integrales de impresión y digitalización, con calidad, seguridad y oportunidad en su entrega a nuestros clientes.

Estrategia prioritaria 2.1.- Ofrecer a nuestros clientes soluciones integrales e innovadoras de impresión y digitalización.

Acciones Puntuales
2.1.1 Brindar asesoría técnica para satisfacer las necesidades de los clientes.
2.1.2 Incursionar en el mercado de ecología digital.

Estrategia prioritaria 2.2.- Mantener la certificación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015.

Acciones Puntuales
2.2.1 Cumplir con los requisitos de la norma de calidad ISO 9001.
2.2.2 Fomentar la cultura de la calidad y mejora continua

Estrategia prioritaria 2.3.- Garantizar a los clientes, seguridad, confiabilidad, calidad y oportunidad en la entrega de los productos y servicios que se ofrecen.

Acciones Puntuales
2.3.1 Contar con instrumentos de medición y seguimiento para proporcionar evidencia de la conformidad de los productos y servicios.
2.3.2. Fortalecer el proceso de aseguramiento de la calidad en la elaboración de OT.

Estrategia prioritaria 2.4.- Adquirir y suministrar bienes y servicios con oportunidad y con las mejores condiciones para la entidad.

Acciones Puntuales
2.4.1 Comprar bienes y servicios con apego a la normatividad y en las mejores condiciones de entrega, precio y calidad.
2.4.2 Registrar, resguardar y suministrar insumos a las áreas de la entidad.

Estrategia prioritaria 2.5.- Fortalecer el Sistema de Control Interno.

Acciones Puntuales
2.5.1 Evaluar y fortalecer el sistema de control interno institucional.
2.5.2 Llevar a cabo el proceso de administración de riesgos.

Estrategia prioritaria 2.6.- Mantener en óptimas condiciones la infraestructura y servicios de apoyo necesarios para la operación de procesos.

Acciones Puntuales
2.6.1 Mantener en óptimas condiciones de operación la infraestructura informática.
2.6.2 Brindar apoyo y asesoría técnica relacionados con incidentes de software y hardware.
2.6.3 Mantener en óptimas condiciones de operación el inmueble, vehículos y equipos de seguridad.
2.6.4 Administrar los servicios de seguridad, comedor, limpieza, fotocopiado, oficialía de partes, mensajería y traslado.
2.6.5 Administrar los bienes muebles de la institución.

Objetivo prioritario 3.- Profesionalizar al personal.

Estrategia prioritaria 3.1.- Dar cumplimiento al programa anual de capacitación.

Acciones Puntuales
3.1.1. Elaborar e implementar un programa de capacitación que responda a las necesidades de operación y del mercado.
3.1.2 Implementar acciones que fortalezcan el sentido de pertenencia.

Estrategia prioritaria 3.2.- Establecer un sistema de evaluación del desempeño.

Acciones Puntuales
3.2.1. Llevar a cabo la evaluación de los servidores públicos evaluables.

Estrategia prioritaria 3.3.- Mejorar el clima laboral.

Acciones Puntuales
3.3.1. Aplicar la ECCO.
3.3.2. Realizar y aplicar las Prácticas de Transformación de Clima y Cultura Organizacional.

Objetivo prioritario 4.- Estabilizar las finanzas de la entidad.**Estrategia prioritaria 4.1.- Alcanzar el monto anual de ingresos programados.**

Acciones Puntuales
4.1.1 Vender a precios competitivos y rentables.
4.1.2. Elaborar un plan de negocio que permita alcanzar las ventas programadas en el organismo.
4.1.3. Elaborar cotizaciones, confiables, oportunas y con base en costos reales.

Estrategia prioritaria 4.2.- Cobrar con oportunidad.

Acciones Puntuales
4.2.1 Replantear el proceso de cobranza, logrando que la cartera de clientes no tenga una antigüedad mayor a 70 días.

Estrategia prioritaria 4.3.- Realizar un análisis de los costos.

Acciones Puntuales
4.3.1 Elaborar un análisis de los costos de operación y de producción.

Estrategia prioritaria 4.4.- Contar con un sistema de información oportuno y veraz.

Acciones Puntuales
4.4.1 Desarrollar y mantener sistemas informáticos que permitan automatizar los procesos.
4.4.2 Contar con un adecuado sistema de información gerencial.

Objetivo prioritario 5.- Instrumentar acciones frontales para el combate a la corrupción y a la impunidad.**Estrategia prioritaria 5.1.- Implementar el PNCCIMGP 2019-2024.**

Acciones Puntuales
5.1.1 Instrumentar acciones de combate a la corrupción y a la impunidad.
5.1.2 Instrumentar acciones de mejora de la gestión pública.
5.1.3 Promover la observancia del Código de Ética y Prevención de Conflictos.

Estrategia prioritaria 5.2.- Fortalecer la transparencia y la rendición de cuentas.

Acciones Puntuales
5.2.1 Informar periódicamente a la Junta de Gobierno sobre el cumplimiento de metas y objetivos institucionales.
5.2.2 Proporcionar la información requerida por la Secretaría, SFP, SEGOB, INAI y demás organismos que así lo requieran.
5.2.3 Proporcionar la información requerida por las instancias fiscalizadoras.

Estrategia prioritaria 5.3.- Asesorar e intervenir en los asuntos de carácter legal.

Acciones Puntuales
5.3.1 Revisar y validar los contratos en que sea parte la entidad.
5.3.2 Intervenir en los asuntos de carácter civil, mercantil y laboral que competan al organismo.

6. Metas para el bienestar.**Meta del bienestar del Objetivo prioritario 1**

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	1.1. Porcentaje de posicionamiento que tiene TGM, respecto del valor del mercado de las artes gráficas en la APF y organismos autónomos.						
Objetivo prioritario	1. Posicionarse, como líder en la impresión y digitalización de documentos por medio de la mejora continua de procesos y tecnología de vanguardia en la APF y organismos autónomos.						
Definición o descripción	Mide el porcentaje de penetración de mercado de TGM en sector público, mediante el incremento gradual de los volúmenes de venta.						
Nivel de desagregación	Sector Público	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual				
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Acumulado				
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de datos	enero - diciembre				
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	Enero				
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad Responsable de reportar avance	Gerencia General Comercial				
Método de cálculo	Valor de la demanda de impresos de la APF con relación a las ventas obtenidas por TGM.						
Observaciones	El valor en el incremento de las ventas, no considera el valor de impresos de material electoral, corresponde solamente a las partidas presupuestales 33603 y 33604, las cifras presentadas están expresadas en millones de pesos.						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DEL INDICADOR PARA LA OBTENCIÓN DEL VALOR DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Ventas realizadas	Valor variable 1	498	Fuente de información variable 1	Estados Financieros		
Nombre variable 2	Presupuesto de la APF en impresos	Valor variable 2	1,695	Fuente de información variable 2			
Sustitución en método de cálculo	498/1695 = 29%						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	29%						
Año	2019						
META 2024			Nota sobre la meta 2024				
41%			La meta es incrementar la presencia de TGM en el mercado a razón de 3 % anual, durante el periodo de 2020-2024.				
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
							29%
METAS INTERMEDIAS							
2020		2021		2023		2024	
32%		35%		38%		41%	

Parámetro del Objetivo prioritario 1

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	1.2. Porcentaje de cumplimiento del programa de mantenimiento preventivo.						
Objetivo prioritario	1. Posicionarse, como líder en la impresión y digitalización de documentos por medio de la mejora continua de procesos y tecnología de vanguardia en la APF y organismos autónomos.						
Definición o descripción	Mide el cumplimiento del programa de mantenimiento preventivo a fin de mantener la maquinaria y equipo en óptimas condiciones de operación.						
Nivel de desagregación	Institucional	Periodicidad o frecuencia de medición	Semestral				
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Acumulado				
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de datos	enero - diciembre				
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	enero				
Tendencia esperada	Constante	Unidad Responsable de reportar avance	Gerencia General de Producción				
Método de cálculo	Mantenimiento acumulado realizado / Mantenimiento acumulado programado.						
Observaciones	Si el valor del indicador es menor al establecido, se considerará como desfavorable.						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DEL INDICADOR PARA LA OBTENCIÓN DEL VALOR DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Mantenimiento acumulado realizado	Valor variable 1	84	Fuente de información variable 1	70%		
Nombre variable 2	Mantenimiento acumulado programado	Valor variable 2	120	Fuente de información variable 2			
Sustitución en método de cálculo	(84 / 120) * 100 = 70 %						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	70%						
Año	2019						
META 2024			Nota sobre la meta 2024				
80%							
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
							70%
METAS INTERMEDIAS							
2020		2021		2023		2024	
80%		80%		80%		80%	

Meta del bienestar del Objetivo prioritario 2

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	2.1 Grado de cumplimiento en la satisfacción del cliente por órdenes de trabajo entregadas con calidad, seguridad y oportunidad.						
Objetivo prioritario	2. Proveer de servicios integrales de impresión y digitalización, con calidad, seguridad y oportunidad en su entrega a nuestros clientes.						
Definición o descripción	Mide el grado de satisfacción de los clientes respecto a la calidad, seguridad y oportunidad en la entrega de las órdenes de OT producidas.						
Nivel de desagregación	Sector Público	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual				
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Periódico				
Unidad de medida	Encuesta	Periodo de recolección de datos	enero - diciembre				
Dimensión	Calidad	Disponibilidad de la información	Enero				
Tendencia esperada	Constante	Unidad Responsable de reportar avance	Gerencia General Comercial				
Método de cálculo	El cálculo del indicador se basará en la aplicación de encuestas de satisfacción al cliente, cuyas variables a medir son, calidad del producto, tiempos de entrega y cumplimiento de especificaciones.						
Observaciones	La evaluaciones aplicará sobre una escala del 1 al 10, donde: 9-10 Excelente 7-8 Normal 5-6 Mala						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DEL INDICADOR PARA LA OBTENCIÓN DEL VALOR DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Calidad del producto	Valor variable 1	9	Fuente de información variable 1	Encuestas de satisfacción		
Nombre variable 2	Tiempo de Entrega	Valor variable 2	8	Fuente de información variable 1			
Nombre variable 3	Cumplimiento de las especificaciones del producto	Valor variable 3	9	Fuente de información variable 1			
Sustitución en método de cálculo	9+8+9/3 = 8.6						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	8.6						
Año	2019						
META 2024			Nota sobre la meta 2024				
8.6			La meta es mantener el grado de satisfacción constante, donde una disminución en el valor se considerará desfavorable y un incremento favorable.				
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
							8.6
METAS INTERMEDIAS							
2020		2021		2023		2024	
8.6		8.6		8.6		8.6	

Parámetro del Objetivo prioritario 2

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	2.2 Porcentaje de quejas recibidas por incumplimiento en especificaciones de OT entregadas.						
Objetivo prioritario	2.- Proveer de servicios integrales de impresión y digitalización, con calidad, seguridad y oportunidad en su entrega a nuestros clientes.						
Definición o descripción	Mide el grado de cumplimiento de las órdenes de trabajo entregadas con calidad, oportunidad, confiabilidad y seguridad de los productos y servicios entregados.						
Nivel de desagregación	Institucional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual				
Tipo	Gestión	Acumulado o periódico	Periódico				
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de datos	enero - diciembre				
Dimensión	Calidad	Disponibilidad de la información	Mensual				
Tendencia esperada	Descendente	Unidad Responsable de reportar avance	Gerencia General de Producción				
Método de cálculo	(Quejas recibidas por incumplimiento en especificaciones de OT / Total de OT procesadas) *100						
Observaciones							
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DEL INDICADOR PARA LA OBTENCIÓN DEL VALOR DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Quejas recibidas	Valor variable 1	0	Fuente de información variable 1	Sistema de recepción de quejas		
Nombre variable 2	OT procesadas	Valor variable 2	242	Fuente de información variable 2	Bitácora Gerencia General de Producción		
Sustitución en método de cálculo	(0/242= 0) * 100 = 0%						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	3%		No obstante, que en el ejercicio 2019 no se presentaron quejas por órdenes de trabajo mal procesadas, se considerará iniciar con una línea base de 3%.				
Año	2019						
META 2024			Nota sobre la meta 2024				
0%			La meta 2024 es reducir a 0 (cero) el índice de quejas.				
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
							0%
METAS INTERMEDIAS							
2020		2021		2023		2024	
3%		2%		1%		0%	

Meta del bienestar del Objetivo prioritario 3

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	3.1 Porcentaje de cumplimiento del Programa Anual de Capacitación.						
Objetivo prioritario	3.- Profesionalizar al personal.						
Definición o descripción	Mide el porcentaje de cumplimiento del programa anual de capacitación.						
Nivel de desagregación	Institucional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual				
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Periódico				
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de datos	enero - diciembre				
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	Enero				
Tendencia esperada	Constante	Unidad Responsable de reportar avance	Gerencia General de Administración y Finanzas				
Método de cálculo	(Número de cursos impartidos / total de cursos programados) * 100						
Observaciones	Si el valor de la meta resultara descendente, se considerara como resultado desfavorable en el cumplimiento de la meta.						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DEL INDICADOR PARA LA OBTENCIÓN DEL VALOR DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Cursos impartidos	Valor variable 1	3	Fuente de información variable 1	Programa anual de capacitación 2019		
Nombre variable 2	Cursos programados	Valor variable 2	8	Fuente de información variable 2			
Sustitución en método de cálculo	(3/8)* 100 = 37%						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	37%						
Año	2019						
META 2024			Nota sobre la meta 2024				
80%							
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
							37%
METAS INTERMEDIAS							
2020		2021		2023		2024	
80%		80%		80%		80%	

Parámetro del Objetivo prioritario 3

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	3.2 Porcentaje de cumplimiento de las Prácticas de Transformación en Cultura y Clima Organizacional.						
Objetivo prioritario	3.- Profesionalizar al personal.						
Definición o descripción	Mide el porcentaje de cumplimiento en la implementación de acciones de mejora que propicien la motivación y desempeño del personal.						
Nivel de desagregación	Institucional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual				
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Periódico				
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de datos	enero - diciembre				
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	Enero				
Tendencia esperada	Constante	Unidad Responsable de reportar avance	Gerencia General de Administración y Finanzas				
Método de cálculo	(Acciones de mejora implementadas / Total de acciones de mejora determinadas) * 100						
Observaciones	Si el valor de la meta resultara descendente, se considerara como resultado desfavorable en el cumplimiento de la meta.						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DEL INDICADOR PARA LA OBTENCIÓN DEL VALOR DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Acciones de mejora implementadas	Valor variable 1	9	Fuente de información variable 1	RHNET		
Nombre variable 2	Acciones de mejora determinadas	Valor variable 2	9	Fuente de información variable 2			
Sustitución en método de cálculo	(9/9))* 100 = 100%						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	100%						
Año	2019						
META 2024			Nota sobre la meta 2024				
100%			La meta es implementar al 100 % las acciones de mejora identificadas en la ECCO.				
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
							100%
METAS INTERMEDIAS							
2020		2021		2023		2024	
100%		100%		100%		100%	

Meta del bienestar del Objetivo prioritario 4

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	4.1 Porcentaje de cumplimiento del programa anual de ventas.						
Objetivo prioritario	4. Estabilizar las finanzas de la entidad.						
Definición o descripción	Mide el porcentaje de cumplimiento de la meta de ventas.						
Nivel de desagregación	Sector Público	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual				
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Periódico				
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de datos	enero - diciembre				
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	Enero				
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad Responsable de reportar avance	Gerencia General Comercial				
Método de cálculo	(Ventas facturadas/Ventas presupuestadas) * 100						
Observaciones	Las cifras están reportadas en miles de pesos.						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DEL INDICADOR PARA LA OBTENCIÓN DEL VALOR DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Ventas facturadas	Valor variable 1	137'053.22	Fuente de información variable 1	Estados Financieros		
Nombre variable 2	Ventas presupuestadas	Valor variable 2	498'282.33	Fuente de información variable 2			
Sustitución en método de cálculo	(137'053.22/498'282.33) * 100 = 27.5 %						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	28%						
Año	2019						
META 2024			Nota sobre la meta 2024				
100%			La meta es dar cumplimiento al programa de ventas, durante el periodo de 2020-2024.				
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
							28%
METAS INTERMEDIAS							
2020		2021		2023		2024	
60%		80%		90%		100%	

Parámetro del Objetivo prioritario 4

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	4.1 Índice de recuperación de la cartera de clientes.						
Objetivo prioritario	4. Estabilizar las finanzas de la entidad.						
Definición o descripción	El indicador mide el número de días en que TGM tarde en hacer efectivo los cobros por facturación.						
Nivel de desagregación	Sector Público	Periodicidad o frecuencia de medición	Mensual				
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Periódico				
Unidad de medida	Días	Periodo de recolección de datos	enero - diciembre				
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	enero				
Tendencia esperada	Descendente	Unidad Responsable de reportar avance	Gerencia General Comercial				
Método de cálculo	(Saldo de la cuenta de clientes * días de antigüedad) / Saldo total cartera de clientes						
Observaciones	Las cifras están reportadas en miles de pesos.						
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DEL INDICADOR PARA LA OBTENCIÓN DEL VALOR DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Saldo de la cuenta de clientes	Valor variable 1	3'451.51	Fuente de información variable 1	Estados Financieros		
Nombre variable 1	Días de antigüedad	Valor variable 2	722	Fuente de información variable 2			
Nombre variable 2	Saldo total cartera de clientes	Valor variable 3	29'061.17	Fuente de información variable 3			
Sustitución en método de cálculo	(3'451.51 * 722) / 29'061.17 = 85.7						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	86						
Año	2019						
META 2024			Nota sobre la meta 2024				
70							
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
							86
METAS INTERMEDIAS							
2020		2021		2023		2024	
85		80		75		70	

Meta del bienestar del Objetivo prioritario 5

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	Porcentaje de observaciones pendientes de solventar.						
Objetivo prioritario	5. Instrumentar acciones frontales para el combate a la corrupción y a la impunidad.						
Definición o descripción	Mide el grado de atención de observaciones determinadas por las instancias fiscalizadoras.						
Nivel de desagregación	Institucional	Periodicidad o frecuencia de medición	Trimestral				
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Periódico				
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de datos	abril, julio, octubre, enero				
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	enero				
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad Responsable de reportar avance	Gerencia General de Administración y Finanzas				
Método de cálculo	Número de observaciones pendientes de solventar / Número total de observaciones determinadas en la institución						
Observaciones							
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DEL INDICADOR PARA LA OBTENCIÓN DEL VALOR DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Observaciones pendientes de solventar	Valor variable 1	10	Fuente de información variable 1	SIA		
Nombre variable 2	Total de Observaciones determinadas	Valor variable 2	10	Fuente de información variable 2			
Sustitución en método de cálculo	(8/10) * 100 = 80%						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	80%		Indicador de nueva creación, por lo que se determina iniciar con una línea base del 80%.				
Año	2019						
META 2024			Nota sobre la meta 2024				
100%							
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
							80%
METAS INTERMEDIAS							
2020		2021		2023		2024	
85%		90%		95%		100%	

Parámetro del Objetivo prioritario 5

ELEMENTOS DE META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
Nombre	Eficiencia en asesorías y consultas brindadas en materia de conflicto de interés.						
Objetivo prioritario	5. Instrumentar acciones frontales para el combate a la corrupción y a la impunidad.						
Definición o descripción	Expresa el porcentaje de asesorías y consultas en materia de conflicto de interés brindadas por le CEPCI, respecto al total de asesorías y consultas solicitadas.						
Nivel de desagregación	Institucional	Periodicidad o frecuencia de medición	Trimestral				
Tipo	Estratégico	Acumulado o periódico	Periódico				
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de datos	enero-diciembre				
Dimensión	Eficacia	Disponibilidad de la información	abril, julio, octubre, enero				
Tendencia esperada	Constante	Unidad Responsable de reportar avance	CEPCI				
Método de cálculo	Número de asesorías y consultas atendidas por el CEPCI en un plazo no mayor a 10 días / Número de asesorías solicitadas al CEPCI						
Observaciones							
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO DEL INDICADOR PARA LA OBTENCIÓN DEL VALOR DE LA LÍNEA BASE							
Nombre variable 1	Núm. de asesorías atendidas	Valor variable 1	10	Fuente de información variable 1	SSECCOE		
Nombre variable 2	Núm. de asesorías solicitadas	Valor variable 2	10	Fuente de información variable 2			
Sustitución en método de cálculo	(10/10) * 100 = 100%						
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS							
Línea base			Nota sobre la línea base				
Valor	100%		Indicador de nueva creación, no obstante se determina iniciar con una línea base del 100%.				
Año	2019						
META 2024			Nota sobre la meta 2024				
100%							
SERIE HISTÓRICA DE LA META PARA EL BIENESTAR O PARÁMETRO							
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
							100%
METAS INTERMEDIAS							
2020		2021		2023		2024	
100%		100%		100%		100%	

7. Epílogo: visión del futuro.

Las nuevas tecnologías y los modelos presentes en el mercado de las artes gráficas están originando una evolución muy rápida de nuevos formatos, nuevas tecnologías e incluso modelos innovadores de negocio, por ello para 2024 y 2040 TGM debe mantenerse tecnológicamente a la vanguardia para seguir siendo competitivo.

Para 2024, TGM debe incorporar las principales novedades tecnológicas que están apareciendo con el fin de mejorar la relación con el consumidor, y mejorar su experiencia, entre las novedades existentes, se encuentran:

- Clickable paper: reconocimiento de imágenes impresas.
- Códigos QR (Quick Response code): un módulo para almacenar información en una matriz de puntos.
- Realidad Aumentada: la visión de un entorno físico del mundo real, a través de un dispositivo tecnológico.
- Impresión 3D: fabricación de objeto tridimensional mediante la superposición de capas sucesivas de material.
- Impresión de Dato Variable: permite la personalización uno a uno de todos los ejemplares impresos en solo tiro.
- Las tintas inteligentes y especiales.

En cuanto a los modelos de negocio que se están implantando en el mercado de las artes gráficas destacan los siguientes:

- Web to Print: es la solicitud de impresiones mediante servicios web, permitiendo el envío de ficheros a través de internet, el chequeo online (preflight) de los mismos e incluso la autocomposición por parte del usuario de piezas gráficas complejas mediante el uso de asistentes online, reduciendo costos de producción al automatizar los procesos de solicitud de impresos, evitando errores por intervención humana y mejorando la eficiencia y rapidez de la cadena productiva.
- Publicaciones Bajo Demanda: los libros no se van a producir a gran escala sino en pequeños tiros, debido al ahorro del papel. De igual manera se requiere apoyo en el diseño y diagramación con el fin de hacer e-books.
- Las estrategias multicanal: De nada sirve tener una tienda física si no existes en web. Del cómo sean capaces las empresas de integrar canales para ofrecer al cliente una experiencia de compra igual de satisfactoria dependerá el futuro de muchas pymes. Porque hay una cosa clara: hay muchos canales y pantallas pero el consumidor es sólo uno y puede estar en cualquier parte.
- La impresión 3D: Aparte de que es una tecnología, están saliendo multitud de empresas de todos los ámbitos que están produciendo cosas.

Ciudad de México, a 24 de septiembre de dos mil veinte.- El Director General de Talleres Gráficos de México, **Ariel García Contreras**.- Rúbrica.