

LINEAMIENTOS PARA LA CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DEL TRIBUNAL ESTATAL ELECTORAL DE GUANAJUATO 2021

Artículo 1.- Los presentes lineamientos tienen por objeto establecer los criterios para la contratación de publicidad institucional del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato en medios privados, así como su pago y control teniendo como principio fundamental la austeridad y máximo aprovechamiento del presupuesto destinado para este fin.

Artículo 2.- Son de observancia general y obligatoria para el Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato y personas físicas o morales que representen a medios de comunicación, agencias de publicidad o marketing que provean el servicio de publicidad.

La ejecución de lo establecido en estos lineamientos quedará a cargo de la Unidad de Comunicación Social, la Dirección General de Administración y el Pleno, cada uno en el ámbito de sus atribuciones.

Artículo 3.- Para efectos de estos lineamientos se entenderá por:

- Lineamientos: Los lineamientos para la contratación de publicidad institucional del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato;
- Medios de comunicación: Las agencias de publicidad o marketing, diarios, periódicos, o cualquier empresa que ofrezca sus servicios al Tribunal para la difusión y/o posicionamiento de sus fines;
- Pago: La remuneración económica que reciban las personas físicas o morales por la prestación de sus servicios en materia de publicidad institucional, producción de materiales audiovisuales y apoyo a la difusión de las actividades y fines propios del Tribunal;
- Pleno: El Pleno del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato;
- Publicidad institucional: La publicidad que se contrate con los medios de comunicación impresos o digitales ya sean locales o nacionales, para la difusión de mensajes, servicios y el quehacer propio del Tribunal, incluye la publicación y difusión masiva de los mismos a través de prensa e internet.
- Tribunal: Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato;

Artículo 4.- El Pleno será el responsable de vigilar la correcta aplicación de los presentes lineamientos, en el ámbito de sus facultades y atribuciones.

Artículo 5.- La Dirección General de Administración será la responsable de ejercer las partidas presupuestales debidamente autorizadas, dar trámite al proceso de contratación y facturación de quien provea los servicios aquí descritos.

Artículo 6.- La Unidad de Comunicación Social presentará al Pleno la propuesta de programa anual de publicidad institucional.

Artículo 7.- El Pleno será el responsable de aprobar al inicio de cada ejercicio fiscal, los montos y forma de contratación de los servicios aquí descritos, sin que se rebase el presupuesto autorizado, en términos de lo que establecen estos Lineamientos, salvo los casos de excepción aprobados por el Pleno.

De la Unidad de Comunicación Social

Artículo 8.- Al inicio de cada año y una vez que el presupuesto para la contratación de los servicios aquí descritos se haya determinado de manera definitiva, la Unidad de Comunicación Social, presentará al Pleno, un programa anual de publicidad institucional en el que se especifiquen, los medios o servicios a contratar, el monto propuesto que deberá destinarse a cada uno de ellos y la utilidad que tendrán considerando los parámetros estadísticos de impacto publicitario y de cobertura regional.

El documento de referencia será puesto a consideración de quienes integran el Pleno para su análisis y en su caso aprobación.

Artículo 9.- Aprobado el programa anual de publicidad institucional, se contratará a las personas proveedoras más calificadas, en función a las propuestas presentadas.

Artículo 10.- Una vez realizada la contratación por la Dirección General de Administración, la Unidad de Comunicación Social se encargará de supervisar el cumplimiento de los servicios contratados por el Tribunal, debiendo generar evidencia de esto.

De la Dirección General de Administración

Artículo 11.- La Dirección General de Administración recibirá el plan de publicidad institucional ya aprobado por el Pleno y se encargará del proceso de contratación y facturación de las personas proveedoras, a más tardar para el 31 de enero de cada año.

De la publicidad e información a difundir

Artículo 12.- La información que busca difundirse es toda aquella relacionada con la actividad electoral y servicios del Tribunal, derivada de eventos, noticias, resoluciones, sesiones y actividades académicas en materia electoral en que intervenga el Tribunal, así como la difusión de sus servicios y los medios para llevarlos a cabo.

En ningún caso podrá publicitarse actividades personales de ningún integrante del Tribunal.

Artículo 13.- La difusión solo comprenderá aquella información pública que no contenga datos personales o sensibles en cumplimiento de las leyes de la materia.

De las personas físicas y/o morales a contratar

Artículo 14.- Las personas físicas y/o morales que el Tribunal contrate para la prestación de los servicios que aquí se describen deberán estar legalmente constituidas, tener solvencia económica que respalde sus servicios y estar inscritas en el padrón de proveedores del Tribunal, así como cumplir con todos los requisitos previstos en la ley, privilegiando a las propuestas más sólidas, mejor argumentadas, con datos relevantes y contrastables.

Artículo 15.- En el caso de los medios locales deberá establecerse un contrato de publicidad en el que se especifique claramente el servicio contratado, el costo por plana o mes, la forma en que los espacios habrán de utilizarse, el monto total a contratar, la vigencia, los entregables del servicio y las cláusulas de rescisión.

Artículo 16.- Adicionalmente, las personas físicas y/o morales que presenten propuestas de servicios de publicidad por medios digitales deberán estar inscritos en *Google analytics* o una plataforma similar que permita la entrega de estadísticas de impacto ya sea a través de número de visitas mensuales a sus portales, tiempo de visitas o descargas de sus contenidos y de ser posible el tipo de público al que tienen mayor acceso.

En el caso de las personas físicas y/o morales que deseen proveer servicios de publicidad en medios impresos deberán entregar estadísticas de tirajes y zonas de distribución por lo menos del último trimestre.

Parámetros estadísticos de impacto publicitario y de cobertura regional

Artículo 17.- Con las estadísticas de los tirajes y su distribución de medios de comunicación impresos, así como las estadísticas de visitas, tiempo de visita y descargas de los medios de comunicación digitales entregadas por las personas físicas y/o morales, la Unidad de Comunicación en conjunto con la Unidad de Informática identificarán las zonas geográficas con mayor cobertura de cada medio de comunicación.


Lo anterior para evitar una sobre exposición en determinadas zonas y lograr mayor penetración entre la población.

Artículo 18.- La información deberá actualizarse al menos una vez al año, por la Unidad de Comunicación Social, con la finalidad de mantener servicios de publicidad que cumplan con su objetivo.

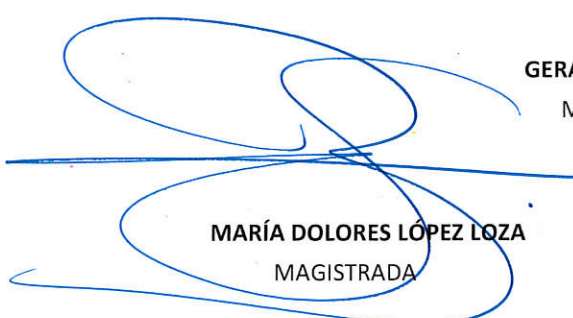
Transitorios

Artículo Único.- Los presentes Lineamientos estarán vigentes en el ejercicio fiscal de 2021.


Dado en la sede del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato, en la ciudad de Guanajuato, Gto., a los **26 días del mes de febrero del año 2021.**




GERARDO RAFAEL ARZOLA SILVA
MAGISTRADO PRESIDENTE



MARÍA DOLORES LÓPEZ LOZA
MAGISTRADA



YARI ZAPATA LÓPEZ
MAGISTRADA



ALEJANDRO JAVIER MARTÍNEZ MEJÍA
SECRETARIO GENERAL