



La suscrita, ciudadana, **Lcda. María Elena Sánchez Trejo, Secretaria del Ayuntamiento**, en uso de las facultades que me confiere el artículo 28 fracciones I y IV del Reglamento Orgánico Municipal de Corregidora, Querétaro, hago constar, y

### CERTIFICO

Que en Sesión Ordinaria de Cabildo de fecha 14 (catorce) de febrero de 2023 (dos mil veintitrés) el H. Ayuntamiento de Corregidora, Qro., aprobó el **Acuerdo que aprueba Lineamientos de Comunicación Social del Municipio de Corregidora, Qro., para el ejercicio 2023**, el cual se transcribe textualmente a continuación:

#### Miembros integrantes del H. Ayuntamiento:

Que en ejercicio de la facultad reglamentaria concedida al Ayuntamiento por los artículos 115 fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 35 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Querétaro; 30, 146, 147 y 148 de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Querétaro; 118 y 119 del Reglamento Interior del Ayuntamiento del Municipio de Corregidora, Qro., corresponde a este H. Ayuntamiento, conocer y resolver lo relativo a la aprobación de los **Lineamientos de Comunicación Social del Municipio de Corregidora, Qro., para el ejercicio 2023**, y

### CONSIDERANDO:

1. De conformidad con lo dispuesto por el artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 35 de la Constitución Política del Estado de Querétaro, los estados adoptan, para su régimen interior, la forma de gobierno republicano, representativo, democrático, laico y popular, teniendo como base de su división territorial y de su organización política y administrativa, el municipio libre.

2. En este sentido y atendiendo a lo previsto en la fracción I del artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los municipios serán gobernados por un Ayuntamiento, cuya competencia se ejercerá de manera exclusiva y no habrá autoridad intermedia alguna entre éste y el gobierno del Estado.

3. El artículo 5 del Reglamento Interior del Ayuntamiento de Corregidora, Qro., refiere que este H. Cuerpo Colegiado será el encargado de la administración y del gobierno municipal, para lo cual tiene las atribuciones de establecer y definir las acciones, criterios y políticas con que deban manejarse los asuntos y recursos del Municipio, así como para interpretar la legislación municipal y dictar las disposiciones generales o particulares que se requieran para el eficaz cumplimiento de sus fines.

4. Los artículos 115 fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 2, 30 fracción I, y 146 de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Querétaro; 88 del Bando de Buen Gobierno del Municipio de Corregidora, Querétaro, y 3 del Reglamento Interior del Ayuntamiento de Corregidora, Qro., facultan al Ayuntamiento de Corregidora, Qro., para organizar la administración pública municipal, contar con sus propias autoridades, funciones específicas y libre administración de su hacienda, así como para emitir y aprobar disposiciones que organicen la administración pública municipal para regular las materias, procedimientos, funciones y servicios públicos de su competencia y aseguren la participación ciudadana y vecinal, ello a través de instrumentos normativos que contengan disposiciones administrativas de observancia general y obligatoria en el municipio.

5. Que el artículo 1º del Bando de Buen Gobierno del Municipio de Corregidora, Querétaro, establece en el Municipio de Corregidora, Querétaro, todas las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en los Tratados Internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte y en la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Querétaro, destacando que todas las Autoridades Municipales, dentro del ámbito de su competencia, tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad, progresividad y perspectiva de género.



6. En términos de lo dispuesto por el artículo 117 del Reglamento Interior del Ayuntamiento de Corregidora, Qro., corresponde a este H. Cuerpo Colegiado la aprobación, reforma o abrogación de los Reglamentos, Decretos, Acuerdos y demás documentos que contengan disposiciones administrativas de observancia general.

7. Que la adecuación de la reglamentación municipal se encuentra prevista en los artículos 148 de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Querétaro y 118 del Reglamento Interior del Ayuntamiento de Corregidora, Qro., lo cual obedece entre otros aspectos, a la modificación de las condiciones políticas y múltiples aspectos de la vida comunitaria, buscando la preservación de la autoridad institucional y propiciar el desarrollo armónico de la sociedad.

8. Que los artículos 29 y 34 del Reglamento Interior del Ayuntamiento de Corregidora, Qro., otorgan a las Comisiones la facultad para llevar a cabo el estudio, examen y resolución del presente asunto para someterlo a la consideración del Ayuntamiento para su aprobación, por lo cual sus integrantes fueron convocados, en consecuencia y con los argumentos esgrimidos en este instrumento, los razonamientos vertidos y con base en la legislación señalada, aprueban y ratifican el contenido del presente instrumento.

9. Que los artículos 5 último párrafo y 20 de la Ley General de Comunicación Social respectivamente hacen mención que en materia de comunicación social los Entes Públicos deberán observar los principios rectores y que de conformidad a lo establecido en el Presupuesto de Egresos respectivos en las leyes competentes en la materia, se emitirán anualmente los Lineamientos que contengan las reglas relativas a la difusión de las campañas de carácter industrial, comercial, mercantil y de promoción y publicidad que promuevan o publiciten la venta de productos o servicios que generan algún ingreso para el Municipio.

10. Que en fecha 16 de enero de 2020, fueron aprobados los Lineamientos de Comunicación Social del Municipio de Corregidora para el ejercicio fiscal 2020, los cuales contienen las reglas de conformidad con lo establecido en el Presupuesto de Egresos respectivo y en las leyes competentes en la materia, tales como el Reglamento de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios del Municipio de Corregidora, Qro. y Ley de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios del Estado de Querétaro.

11. Que atendiendo a dichas leyes, el 12 de abril de 2019 se llevó a cabo una reforma en materia de Comunicación Social a la Ley que adiciona un artículo 22 bis, a la Ley de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios del Estado de Querétaro.

12. Que la reforma en mención, refiere que tratándose de la contratación de servicios de comunicación social, deberá atenderse a lo establecido en la Ley General de Comunicación Social, siendo competencia de la Secretaría Administradora o de la unidad administrativa de cada Ente Público responsable de regular el gasto en materia de comunicación social a que hace referencia dicho ordenamiento legal, realizar y firmar las contrataciones, bajo la modalidad de adjudicación directa, considerando criterios de eficacia, eficiencia, honradez y transparencia, en términos de las disposiciones legales y normativas aplicables.

13. En fecha 03 de junio del 2021, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el DECRETO por el que se expide la Ley para la Transparencia, Prevención y Combate de Prácticas Indevidas en Materia de Contratación de Publicidad, emitido por el C. ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, Ley que entró en vigor a los 90 días siguientes al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación, de conformidad con lo establecido en su artículo transitorio único.

En el artículo 1 y 9 del DECRETO en alusión, se desprende literalmente lo siguiente:

"Artículo 1. La presente Ley es de orden público, interés general y de aplicación en todo el territorio nacional. En atención a los objetivos establecidos en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, tiene por objeto promover la transparencia en el mercado de la publicidad, así como la prevención y el combate a prácticas comerciales que constituyen una ventaja indebida a favor de personas determinadas en perjuicio de los anunciantes y, en última instancia, de los consumidores.





Artículo 9. En caso de que la contratación se lleve a cabo por un ente público, sin perjuicio de las disposiciones de esta Ley, se deberá atender a los criterios, principios y disposiciones previstas en la Ley General de Comunicación Social y demás ordenamientos aplicables en la materia." (sic)

14. Que en fecha 30 de enero de 2023 se recibió por parte de la Dirección de Comunicación Social el oficio con número DCS/003/2023 signado por el Lic. Salvador Vázquez Solís, Director de Comunicación Social, en el cual se remitió la propuesta inicial de los "Lineamientos de Comunicación Social del Municipio de Corregidora para el ejercicio fiscal 2023", con la finalidad de que fuera sometido a consideración del H. Ayuntamiento de Corregidora para su aprobación.

Por lo anteriormente expuesto, fundado y motivado, se somete a la consideración de este H. Ayuntamiento, la aprobación del siguiente:

## ACUERDO



ÚNICO: Se aprueba los Lineamientos de Comunicación Social del Municipio de Corregidora para el Ejercicio 2023.  
Lineamientos de Comunicación Social del Municipio de Corregidora, Qro., para el ejercicio 2023.

### Título Primero Disposiciones Generales y Especiales

#### Capítulo Primero Disposiciones Generales

Artículo 1. Los presentes Lineamientos, son de observancia obligatoria en el Ejercicio Fiscal 2023 y tienen por objeto establecer las normas a que deberán sujetarse las Secretarías del Municipio de Corregidora, a fin de garantizar que el gasto en comunicación social respete las condiciones que establezcan la Ley General de Comunicación Social, Ley para el Manejo de los Recursos Públicos del Estado de Querétaro, Presupuesto de Egresos del Municipio de Corregidora, Qro., para el ejercicio fiscal 2023, y demás normatividad aplicable a la materia.

Artículo 2. Para efectos de los presentes Lineamientos, toda referencia incluyendo los cargos y puestos señalados al género masculino, lo es también para el femenino, por lo que en singular o plural, se deberá entender por:

- I. **Ajuste al programa:** Reasignación de recursos por tipo de medio y por campaña, y/o replanteamiento de vigencias que no afecten la estrategia o los presupuestos autorizados.
- II. **Campaña (s):** Campañas de comunicación social que difunden el quehacer, las acciones, estrategias o logros del Municipio de Corregidora, o propicien gestiones para que la sociedad acceda a los beneficios y servicios que brinda;
- III. **Campaña extraordinaria:** Información relevante que las Secretarías difunden a través de medios de comunicación respecto a una situación emergente o coyuntural, que, por no ser previsible, no fue incluida en el programa;
- IV. **Coemisión:** Difusión de una campaña en la que participan de manera coordinada, con cargo a sus respectivos recursos presupuestarios, dos o más Entes Públicos que tienen temas afines o líneas de acción compartidas en el Plan Municipal de Desarrollo de Corregidora 2021-2024;
- V. **Comité de Adquisiciones:** Comité de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios del Municipio de Corregidora;
- VI. **Dirección de Comunicación Social:** Área que fungirá como Secretaría Administradora conforme al artículo 4 fracción X de la Ley General de Comunicación Social y será la encargada de prestar asistencia técnica y evaluación de las estrategias, programas y campañas de comunicación social del Municipio de Corregidora, así como emitir la planeación, gestionar la contratación y evaluación de los programas anuales de comunicación social que se elaboren, así como regular el gasto en materia de comunicación social;
- VII. **Pago:** Recurso ejercido incluido el Impuesto al Valor Agregado y otros impuestos, erogados en materia de comunicación social y que deberá ser registrado en el Sistema de Comunicación Social;
- VIII. **Estrategia:** Instrumento de planeación que tiene como objeto expresar los temas prioritarios a ser difundidos de manera anual por el Municipio de Corregidora.
- IX. **Ley General:** Ley General de Comunicación Social;
- X. **Medios de comunicación:** Aquellos que pueden ser captados simultáneamente por gran cantidad de individuos, tales como:

Certificación de los Lineamientos de Comunicación Social del Municipio de Corregidora, Qro., para el ejercicio 2023. A-MEST/R-AMAVE-MCCV



- a) **Medio Complementario:** Cualquier medio diverso a los medios electrónicos, digitales, impresos y/o en espacios públicos y privados que impactan a sectores específicos de la población;
  - b) **Medio Digital:** Comunicación que puede crearse, visualizarse, distribuirse, modificarse y preservarse desde un dispositivo electrónico que cuente con la tecnología necesaria y acceso a internet;
  - c) **Medio Electrónico:** Aquel que difunde contenidos a través de impulsos radioeléctricos;
  - d) **Medio Impreso:** Contenidos en forma escrita o ilustrada, como son textos o imágenes fijas; y
  - e) **Medio Público:** Estaciones, canales o medios de difusión escrita que son emitidos o forman parte de la administración pública federal, estatal o municipal;
- XI. **Modificación al programa:** Variaciones al programa previamente autorizado por la Dirección de Comunicación Social que implican modificación, cancelación o inclusión de contenido;
- XII. **Orden (es) de inserción:** Requerimiento técnico de los bienes o servicios solicitados por las dependencias municipales para el cumplimiento de las campañas o programas a desarrollar;
- XIII. **Padrón Nacional:** Padrón Nacional de Medios de Comunicación;
- XIV. **Plan de medios:** Conjunto de medios de comunicación necesarios para alcanzar a la población objetivo, en cumplimiento a los objetivos o metas establecidas en la campaña;
- XV. **Presupuesto de Egresos:** Presupuesto de Egresos del Municipio de Corregidora, Querétaro para el ejercicio fiscal 2021;
- XVI. **Programa:** Al programa anual de comunicación social que comprende el conjunto de campañas derivadas de la estrategia, encaminadas al cumplimiento de las acciones establecidas por las Secretarías que coadyuvarán al logro de sus atribuciones dentro del ejercicio fiscal 2023;
- XVII. **Recursos presupuestarios:** Presupuesto autorizado para gasto en materia de comunicación social, de conformidad con la normatividad aplicable y disposiciones emitidas por la Secretaría de Tesorería y Finanzas o conforme a la disponibilidad financiera de las Secretarías.
- XVIII. **Secretaría de Control:** La Secretaría de Control y Evaluación del Municipio de Corregidora;
- XIX. **Secretarías:** Las Secretarías señaladas en el Reglamento Orgánico del Municipio de Corregidora, Querétaro;
- XX. **Sistema de Comunicación Social:** Se refiere a la aplicación tecnológica en materia de comunicación social que integrará la información de la Secretaría, relativo a la propuesta, autorización y erogación de las campañas y estrategias que se desarrollen en el Municipio de Corregidora;
- XXI. **Módulo Público:** Se refiere a la parte del Sistema de Comunicación Social que es visualizado por la Secretaría de Control, mediante el cual la Dirección de Comunicación Social realiza el registro y seguimiento del pago en materia de comunicación social;
- XXII. **Módulo de Información de Normatividad de Comunicación:** Se refiere a la parte del Sistema de Comunicación Social a cargo de la Dirección de Comunicación Social en donde se efectúa el registro de los programas anuales de comunicación social y que señala el artículo 4 fracción XII de la Ley General;
- XXIII. **Vale de entrada:** El documento por medio del cual se acredita la recepción de los servicios o bienes requeridos por el Municipio a los proveedores; y
- XXIV. **Vigencia:** El tiempo que dura la difusión de cada campaña autorizado por la Dirección de Comunicación Social.

**Artículo 3.** En la comunicación social del Municipio de Corregidora se deberán observar y privilegiar los siguientes principios rectores, valores del código de ética y conducta:

- I. Austeridad;
- II. Congruencia;
- III. Control y rendición de cuentas;
- IV. Economía y racionalidad presupuestaria;
- V. Eficacia;
- VI. Eficiencia;
- VII. Honradez;
- VIII. Imparcialidad;
- IX. Institucionalidad;
- X. Igualdad;
- XI. Inclusión;
- XII. Legalidad;
- XIII. Necesidad;



- XIV. Objetividad;
- XV. Transparencia y máxima publicidad, y
- XVI. Veracidad.

## Capítulo Segundo Disposiciones Especiales

Artículo 4. Los programas y campañas deberán elaborarse siempre preponderando lo siguiente:

- I. Fomentar el respeto de derechos humanos;
- II. Considerar un enfoque basado en perspectiva de género, incluyentes y plurales, buscando la equidad e igualdad entre mujeres y hombres;
- III. Erradicar roles y estereotipos que fomenten cualquier forma de discriminación, violencia de género, violencia familiar, motivadas por origen étnico, nacional, género, edad, discapacidades, condición social, condición de salud, religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas;
- IV. Promover la difusión y conocimiento de los valores, principios y derechos constitucionales;
- V. Promover campañas de turismo, educación, salud y protección civil, entre otras;
- VI. Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de los sujetos obligados, y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos;
- VII. Cumplir con las obligaciones que en materia electoral establezca la legislación aplicable;
- VIII. Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el equilibrio ecológico y protección al ambiente, así como en materia de protección civil;
- IX. Difundir las lenguas nacionales y el patrimonio histórico de la Nación; y
- X. Comunicar programas y actuaciones públicas.

Artículo 5. Cuando en los contenidos de las campañas aparezcan cuestiones relativas a menores o adolescentes o estén dirigidos a éstos, deberá observarse además de las reglas de comunicación social de la Ley General, la Ley de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes del Estado de Querétaro, los Lineamientos Generales sobre la información y materiales para la difusión entre niñas, niños y adolescentes del Sistema de Protección a Niñas, Niños y Adolescentes del Estado de Querétaro, y demás normatividad aplicable en la materia.

Artículo 6. En función de sus contenidos o áreas de cobertura, se deberá gestionar la emisión del mensaje haciendo uso de la Lengua de Señas Mexicanas, cuando se trate de campañas de televisión y subtítulos en material audiovisual.

Artículo 7. En la difusión de las campañas además deberá garantizarse lo siguiente:

- I. Verificar que la información que se difunde sea veraz y oportuna;
- II. Contar con coherencia entre el contenido del mensaje, el objetivo de la comunicación y la población objetivo;
- III. Difundir las campañas conforme la programación establecida, y
- IV. Evaluar los resultados de las campañas conforme los indicadores establecidos en materia de comunicación social.

Artículo 8. La comunicación social que difundan programas que otorguen subsidios o beneficios directos a la población, deberán incluir de manera visible o audible, la siguiente leyenda "Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa".

Para lo anterior, deberán considerarse las características de cada medio de comunicación.

En los casos de los programas de desarrollo social únicamente deberá incluirse la leyenda establecida en el artículo 28 de la Ley General de Desarrollo Social.

El informe anual de labores o gestión del Presidente Municipal en turno, así como los mensajes que para darlos a conocer que se difundan, no serán considerados como comunicación social, siempre que la difusión se limite a una vez al año con cobertura geográfica regional correspondiente al ámbito de responsabilidad del servidor público y no exceda de los 7 días anteriores y 5 posteriores a la fecha en que se rinda el informe.

En ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo electoral conforme a la normatividad aplicable para ese efecto.

## Título Segundo Estrategia y Programa

### Capítulo Primero Integración de la Estrategia y Programa



**Artículo 9.** En la planeación de la estrategia participarán las Secretarías, quienes deberán identificar las necesidades en el ámbito de sus respectivas competencias y proponer a la Dirección de Comunicación Social las acciones en materia de comunicación que contribuyan a alcanzar objetivos institucionales, debiendo esta última determinar la procedencia de las mismas.

**Artículo 10.** En la planeación en cuanto sea aplicable, las Secretarías deberán tomar en consideración lo siguiente:

- I. Los temas prioritarios y objetivos de comunicación que se pretenden alcanzar con las campañas;
- II. La vinculación directa de las campañas, con las atribuciones y funciones de la Dirección de Comunicación Social;
- III. La efectividad de los medios para la difusión de las campañas, de tal manera que lleguen al público al que van dirigidas;
- IV. Las metas de resultados y procedimientos de evaluación de las campañas;
- V. El carácter institucional y fines informativos;
- VI. La cronología de la difusión de las campañas que den cumplimiento a la estrategia, y
- VII. La proporcionalidad de los recursos que se pretende utilizar con los objetivos de las campañas.

**Artículo 11.** Las Secretarías al elaborar sus propuestas para integración de la estrategia, establecerán en los casos aplicables, lo siguiente:

- I. Objetivos institucionales;
- II. Ejes estratégicos o transversales relacionados con los objetivos institucionales;
- III. Temas prioritarios y específicos que se abordarán en las campañas con su justificación;
- IV. En caso de ser aplicable, programas sectoriales o especiales que opere la dependencia, y
- V. Partida presupuestaria con que se cuenta para tales fines, conforme al Presupuesto de Egresos.

**Artículo 12.** Para la integración del programa, éste deberá encontrarse alineado a las estrategias autorizadas, para lo cual las Secretarías deberán proponer en su integración lo siguiente:

- I. Nombre de las campañas;
- II. Tema prioritario y justificación de la campaña;
- III. Objetivo de la estrategia con el cual se encuentra relacionada;
- IV. Mensajes clave a comunicar;
- V. Población objetivo;
- VI. Versión de las campañas;
- VII. Tipo de medio o medios a utilizar;
- VIII. Vigencia;
- IX. Coemisión en caso de aplicar, y
- X. Recursos estimados para su ejecución.

**Artículo 13.** Las Secretarías deberán presentar su estrategia y programa correspondiente y enviarla por escrito a la Dirección de Comunicación Social, previo registro en el Sistema de Comunicación Social, a más tardar el veintidós de febrero de 2023.

**Artículo 14.** Una vez que las propuestas de las Secretarías sean entregadas a la Dirección de Comunicación Social, esta procederá a analizar si se encuentran o no alineadas a lo dispuesto por la Ley General, emitiendo las observaciones pertinentes o, en su caso, autorizando las estrategias y programas en el Sistema de Comunicación Social.

**Artículo 15.** La Dirección de Comunicación Social procederá a elaborar la estrategia y programa, con las propuestas de las Secretarías que hayan sido consideradas como viables, para lo cual se ajustará a lo previsto en el Capítulo V, del Título Segundo de la Ley General.

#### **Capítulo Segundo Modificación al Programa**

**Artículo 16.** En el caso de que las Secretarías requieran un ajuste o modificación del programa, previo al desarrollo de los mismos y, en el ámbito de sus competencias, deberán cargar dicha solicitud en el Módulo del Sistema de Información de Normatividad de Comunicación del Sistema de Comunicación Social, y posteriormente informarlo por escrito en el término de tres días hábiles a la Dirección de Comunicación Social.

**Artículo 17.** La Dirección de Comunicación Social deberá realizar la revisión, ajuste, modificación y otorgar el visto bueno de las propuestas del programa, a fin de evaluar que cumplan con la normatividad aplicable en materia de comunicación social.

**Artículo 18.** Si se trata de una inclusión de contenido o modificación de recursos presupuestarios destinados a una campaña, deberá presentarse una justificación de la necesidad, verificando los costos con la Dirección de Comunicación Social, y gestionando la autorización presupuestal ante la Secretaría de Tesorería y Finanzas de dicha propuesta de modificación.

En el supuesto de cancelación de una campaña, se deberá exhibir una justificación de las causas que motivan la cancelación ante la Dirección de Comunicación Social, a efecto de que esta realice la misma dentro del Sistema.

**Artículo 19.** La Dirección de Comunicación Social procederá a la revisión de las propuestas de modificación al programa; en su caso, emitirá observaciones en un plazo máximo de diez días hábiles contados a partir de la recepción de la propuesta; de no existir observaciones procederá a emitir el visto bueno.

**Artículo 20.** Si durante la vigencia de la campaña, resulta necesario incluir nuevos medios de comunicación o incrementar su vigencia, la Dirección de Comunicación Social será la encargada de autorizar los esquemas correspondientes.

#### **Capítulo Tercero**

Certificación de los Lineamientos de Comunicación Social del Municipio de Corregidora, Qro., para el ejercicio 2023. A-MEST/R-AMAE-MCCV





## Campañas Extraordinarias

**Artículo 21.** Las Secretarías al identificar la necesidad de emitir una Campaña extraordinaria, solicitarán de manera inmediata su difusión a la Dirección de Comunicación Social.

La solicitud deberá de realizarse en el Sistema de Información de Normatividad de Comunicación y por escrito, a más tardar el día de inicio de su difusión.

**Artículo 22.** La solicitud de registro de la Campaña extraordinaria, deberá justificarse con la siguiente información:

- I. Descripción de la situación considerada como emergente o coyuntural;
- II. Razonamientos y motivaciones que no permiten la planeación de la campaña;
- III. Propuesta de afectación mediante reducción del presupuesto a otras campañas, que permitan la publicación de la campaña extraordinaria, y
- IV. Material a difundir conforme a lo establecido en el artículo 12 de los Lineamientos.

**Artículo 23.** La Dirección de Comunicación Social recibirá la solicitud y justificación del registro de las Campañas extraordinarias de las Secretarías, y realizará el registro del gasto en el Módulo Público del Sistema de Comunicación Social.

**Artículo 24.** La difusión de las campañas extraordinarias solo podrá realizarse, mientras la situación emergente o coyuntural subsista, por lo que los medios de comunicación seleccionados deben ser los acordes a la temporalidad.

### Capítulo Cuarto Coemisión de las Campañas

**Artículo 25.** La Dirección de Comunicación Social podrá vincular las campañas con otros entes públicos que consideren temas afines o líneas de acción compartidas, señalando debidamente a quienes participen como coemisoras, los medios de difusión y servicios requeridos.

**Artículo 26.** La Dirección de Comunicación Social deberá de dar seguimiento puntual a la ejecución de las campañas en coemisión, cerciorándose que los medios de comunicación deberán ser los mismos para todas las coemisoras y estar registradas las campañas en sus programas Anuales.

### Título Tercero Contratación y Ejecución de las Campañas

#### Capítulo Primero Selección de medios de comunicación

**Artículo 27.** La contratación de medios de comunicación para implementación de campañas, se realizará en términos del artículo 22 bis de la Ley de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios del Estado de Querétaro por la Dirección de Comunicación Social bajo la modalidad de adjudicación directa y conforme a los principios de eficacia, eficiencia, honradez y transparencia.

La contratación de medios se realizará conforme a la designación que efectúe la Dirección de Comunicación Social previo conocimiento del medio de comunicación seleccionado al Comité de Adquisiciones, conforme a la normatividad y a las políticas emitidas por éste último.

Ningún medio de comunicación o proveedor podrá ser contratado, si no cumple con los criterios establecidos dentro de los Lineamientos.

**Artículo 28.** La Dirección de Comunicación Social y Secretarías, en el ámbito de sus respectivas competencias, son las responsables de gestionar los recursos presupuestarios para el gasto de comunicación social, conforme a sus necesidades y lo establecido en la estrategia y programa autorizado.

La ejecutora de los recursos correspondientes a los gastos de comunicación social será la propia Dirección; por lo que no se realizará contratación alguna de medios de comunicación en caso de no contar con la autorización presupuestal correspondiente.

**Artículo 29.** La Dirección de Comunicación Social deberá integrar un plan de medios que permita la correcta ejecución del gasto, planeación, estrategia y programa autorizado, considerándose para su selección lo siguiente:

- I. **Accesibilidad:** Grado o nivel de alcance del medio para llegar a la población objetivo;

Certificación de los Lineamientos de Comunicación Social del Municipio de Corregidora, Qro., para el ejercicio 2023. A-MEST/R-AMA/E-MCCV



- II. **Calidad:** Capacidad de satisfacer necesidades y expectativas del servicio, cumpliendo con la aceptación de la población objetivo, asegurando la congruencia del contenido y el mensaje, así como oferta programática;
- III. **Cobertura:** Alcance del medio de comunicación conforme a las zonas geográficas a las que se pretende llegue el servicio;
- IV. **Igualdad:** Otorgar a los medios de comunicación la oportunidad de competir entre sí, en condiciones semejantes y de imparcialidad;
- V. **Grado de especialidad:** Dominio y aplicación de conocimientos específicos, teóricos, técnicos y metodológicos en los contenidos a difundir;
- VI. **Frecuencia:** Periodicidad de difusión de los contenidos informativos, y
- VII. **Tarifas:** Costo del servicio.

**Artículo 30.** Los medios de comunicación seleccionados por la Dirección de Comunicación Social deberán encontrarse debidamente registrados en el Padrón Nacional y hasta en tanto se encuentre disponible, bastará con el registro en el Padrón de Proveedores del Municipio de Corregidora, Qro.

## Capítulo Segundo Contratación de medios de comunicación

**Artículo 31.** La Dirección de Comunicación Social con base en el plan de medios, será la encargada de realizar la gestión para la contratación de los medios de comunicación que sean necesarios para la ejecución de la estrategia y programa autorizado.

Sin perjuicio de lo anterior, las Secretarías podrán solicitar por escrito a la Dirección de Comunicación Social la necesidad de contratar un medio específico y que resulte indispensable para la ejecución de las campañas que les hayan sido autorizadas.

**Artículo 32.** Ninguna campaña podrá contratarse y difundirse sin apegarse al plan de medios, o en su caso, al ajuste o modificación debidamente autorizada por la Dirección de Comunicación Social.

**Artículo 33.** Para la contratación de algún medio de comunicación se deberá de integrar un expediente, el cual deberá de contar con los siguientes requisitos:

- I. Registro en el padrón de proveedores del Municipio de Corregidora, Querétaro;
- II. Opinión de cumplimiento de obligaciones fiscales con vigencia máxima de un mes o supeditarse su exhibición antes del primer pago;
- III. Oficio de confirmación presupuestal o requisición correspondiente;
- IV. Formato de conflicto de interés;
- V. Cotización del bien o servicio;
- VI. Identificación oficial de la persona física, apoderado o representante legal;
- VII. En caso de ser personas morales acta constitutiva o poder;
- VIII. Comprobante de domicilio actualizado;
- IX. Constancia de situación fiscal con RFC; y
- X. En su caso, documento con el cual se acredita la titularidad del medio de comunicación.

**Artículo 34.** Integrado el expediente, la Dirección de Comunicación Social elaborará una solicitud por escrito o requisición al Comité de Adquisiciones, según corresponda, y en la cual describirá el servicio a contratar, así como el medio de comunicación designado.

Correrá a cargo de la Dirección de Comunicación Social la justificación de la contratación, considerando los criterios de selección y características específicas de las campañas a ejecutar.

**Artículo 35.** Una vez hecho del conocimiento del Comité de Adquisiciones de las designaciones de contratación emitidas por la Dirección de Comunicación Social, la Dirección de Adquisiciones de la Secretaría de Administración solicitará a la Dirección Jurídica y Consultiva de la Secretaría del Ayuntamiento la elaboración del contrato respectivo y notificará al medio adjudicado para su firma y entrega de las garantías que en su caso correspondan.

**Artículo 36.** Formalizados los contratos, la Dirección de Comunicación Social será la encargada de corroborar que los servicios contratados a los medios de comunicación o bienes requeridos a los proveedores, se encuentren conforme a las órdenes de inserción y requerimientos de las dependencias, para efecto de proceder a emitir la orden de pago de las facturas correspondientes.

La Dirección de Comunicación Social entregará a las dependencias los materiales o insumos realizados conforme a las órdenes de inserción o requerimientos realizados por escrito.





En caso de que el medio de comunicación contratado derive de una solicitud en específico por alguna Secretaría, deberá contarse con el visto bueno del enlace de comunicación social que corresponda para la entrega de los servicios prestados.

### Capítulo Tercero Ejecución de Campañas

**Artículo 37.** Las Secretarías son los responsables de la ejecución y cumplimiento de la estrategia y programa, quienes contarán en todo momento con el apoyo y colaboración de la Dirección de Comunicación Social.

**Artículo 38.** Una vez autorizado el programa, las Secretarías podrán ejecutar las campañas con la anuencia de la Dirección de Comunicación Social en el Módulo de Información de Normatividad de Comunicación del Sistema de Comunicación Social e imprimir el formato correspondiente, el cual deberá incluir como mínimo:

- I. Nombre de la campaña;
- II. Medios de comunicación a utilizar;
- III. Requisitos o situaciones que se susciten y que sean adicionales a las consideraciones establecidas en el programa;
- IV. Nombre y firma del servidor público que solicita la campaña;
- V. Nombre y firma del servidor público adscrito a la Dirección de Comunicación Social que autoriza;
- VI. Observaciones a la campaña emitidas por la Dirección de Comunicación Social;
- VII. Sello de recibido de la petición por la Dirección de Comunicación Social; y
- VIII. Y cualquier otro que se requiera para la correcta identificación de la misma.

**Artículo 39.** La Dirección de Comunicación Social podrá incorporar las observaciones o consideraciones que estime convenientes en las autorizaciones de ejecución de campaña dentro del Módulo de Información de Normatividad de Comunicación del Sistema de Comunicación Social, las cuales serán de observancia obligatoria para las Secretarías.

**Artículo 40.** La Dirección de Comunicación Social podrá autorizar campañas o programas, debiendo garantizar que las mismas no se ejecuten hasta en tanto se cuente con la disponibilidad del recurso correspondiente.

**Artículo 41.** Los pagos deberán de registrarse en el Sistema de Comunicación Social y acreditarse únicamente con órdenes de inserción de forma impresa o digital que envíe la Dirección de Comunicación Social, especificando en todos los casos:

- I. Tarifa convenida;
- II. Concepto;
- III. Descripción del mensaje;
- IV. Población destinataria;
- V. Cobertura, y
- VI. Vigencia.

Las órdenes de inserción deberán de contar con el soporte fotográfico o digital de su cumplimiento, emitiéndose el acta de entrega recepción de los servicios por la Dirección de Comunicación Social y los medios de comunicación el respectivo vale de entrada de su aplicación por las Secretarías que corresponda su ejecución.

Las órdenes de inserción deberán de contar con el soporte fotográfico o digital de su cumplimiento, emitiéndose el acta de entrega recepción de los servicios por la Dirección de Comunicación Social y los medios de comunicación.

Las dependencias municipales deberán de contar con el soporte fotográfico o digital de su cumplimiento conforme al respectivo vale de entrada de los bienes o servicios, debiendo incorporarse en el Sistema de Comunicación Social, conforme a las órdenes de inserción realizadas.

Por cuanto a la validación de la prestación del servicio, la Dirección de Comunicación Social podrá contratar servicios de monitoreo que soporten dicha validación, a fin de certificar y corroborar la difusión realizada por los medios de comunicación.

### Título Cuarto Registros e informes

#### Capítulo Primero Módulo de Información de Normatividad de Comunicación

**Artículo 42.** Para la operación y registro en el Sistema de Comunicación Social, la Dirección de Comunicación Social contará con la colaboración y apoyo de las Secretarías, quienes designarán un enlace institucional para atender los asuntos que deriven en esta materia.

La persona designada será la encargada de administrar y resguardar las claves de acceso al Sistema de Comunicación Social y que permitan identificar al emisor de una campaña.



**Artículo 43.** La estrategia y programa se registrarán en el Módulo de Información de Normatividad de Comunicación, que estará a cargo de la Dirección de Comunicación Social.

El registro deberá realizarse de forma previa a la entrega física de la estrategia y programa.

**Artículo 44.** El Módulo de Información de Normatividad de Comunicación contendrá, además de la estrategia y programa, los datos relativos a:

I. Ajustes y modificaciones al programa, que abarca la inclusión de mensajes extraordinarios;

II. Cumplimiento de metas conforme el calendario o cronograma establecido;

III. Resultados de evaluación de las campañas de mayor difusión,

IV. Formatos de registro, modificación e inclusiones en los programas y estrategias;

**Artículo 45.** Será responsabilidad de las Secretarías y Dirección de Comunicación Social realizar el registro y seguimiento de los datos a contener en el Módulo de Información de Normatividad de Comunicación.

#### Capítulo Segundo Módulo Público

**Artículo 46.** En el Módulo Público, se verificarán los pagos que se realicen en materia de Comunicación Social, en términos los artículos 33 y 34 de la Ley General.

El registro de la información será trimestral, y deberá realizarse por la Dirección de Comunicación Social dentro de los cinco días hábiles siguientes al término de cada mes.

#### Capítulo Tercero Obligaciones de Transparencia y Rendición de Cuentas

**Artículo 47.** La Dirección de Comunicación Social, garantizará la máxima publicidad de la información relacionada con la contratación y manejo de recursos públicos destinados a la contratación de medios.

**Artículo 48.** Trimestralmente la Dirección de Comunicación Social, deberá publicar en la sección de Transparencia de la página oficial del Municipio, un informe sobre el gasto en publicidad oficial, que contenga por lo menos la información prevista en el artículo 41 de la Ley General.

**Artículo 49.** Bimestralmente la Dirección de Comunicación Social, deberá emitir un informe al Congreso Local y a la Entidad Superior de Fiscalización del Estado de Querétaro, sobre la ejecución de los programas y actividades de la Dirección de Comunicación Social, debiendo contener dicho informe los preceptos señalados en el artículo 42 de la Ley General.

#### Capítulo Cuarto Evaluación de Resultados de las campañas

**Artículo 50.** Para garantizar el uso adecuado de los recursos públicos, invertidos en las campañas, la Dirección de Comunicación Social, realizará reportes de evaluación al finalizar cada una de ellas.

**Artículo 51.** Los reportes de evaluación deberán incluir el alcance de las publicaciones realizadas, tomando en cuenta las métricas proporcionadas por los medios seleccionados en el programa.

#### Transitorios

**PRIMERO.** Los presentes Lineamientos entrarán en vigor a partir de su aprobación y se publicarán en el medio de difusión oficial del Municipio de Corregidora, Querétaro la Gaceta Municipal "La Pirámide".

**SEGUNDO.** En el ámbito de su competencia, los órganos descentralizados municipales deberán de emitir sus propios lineamientos en materia de comunicación social, pudiendo continuar con el uso del Sistema de Certificación de los Lineamientos de Comunicación Social del Municipio de Corregidora, Qro., para el ejercicio 2023. A-MEST/R-AMA/E-MCCV



Comunicación Social del Municipio, únicamente para registro y control de sus estrategias, programas y campañas que para tal efecto emitan.

**TERCERO.** Se derogan todas las disposiciones de igual o menor jerarquía que se opongan a los presentes Lineamientos.

**CUARTO.** Notifíquese a todas y cada una de las Secretarías y entidades de la Administración Pública Municipal, de la aprobación del presente ordenamiento a fin de que éstas lo observen dentro del ámbito de competencia administrativa que a cada una corresponda.

**LO TENDRÁ ENTENDIDO EL CIUDADANO PRESIDENTE MUNICIPAL Y MANDARÁ SE PUBLIQUE Y OBSERVE.**

M. en A. P. Roberto Sosa Pichardo, Presidente Constitucional de Corregidora, Querétaro, con fundamento en los artículos 30 segundo párrafo y 149 de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Querétaro, expido y promulgo los presentes Lineamientos de Comunicación Social del Municipio de Corregidora, Qro., para el ejercicio 2023.

**EL PUEBLITO CORREGIDORA, QRO., A LOS 14 (CATORCE) DIAS DEL MES DE FEBRERO DEL 2023 (DOS MIL VEINTITRÉS): COMISIONES UNIDAS DE GOBERNACIÓN, TRANSPARENCIA, RENDICIÓN DE CUENTAS Y COMBATE A LA CORRUPCIÓN; M. EN A.P. ROBERTO SOSA PICHARDO, PRESIDENTE MUNICIPAL. - RÚBRICA. LIC. SANDRA RIVERA DELGADO, SÍNDICO MUNICIPAL INTEGRANTE. - RÚBRICA. M. EN A.P. GERMÁN BORJA GARDUÑO, REGIDOR INTEGRANTE. - RÚBRICA. LIC. ADOLFO COLÍN SÁNCHEZ, SÍNDICO MUNICIPAL INTEGRANTE. - RÚBRICA. LIC. CARLOS JIMÉNEZ RÓDRÍGUEZ, REGIDOR INTEGRANTE. - RÚBRICA. M. EN C. RODOLFO GÓMEZ RAMÍREZ, REGIDOR INTEGRANTE. - RÚBRICA.**

**SE EXPIDE LA PRESENTE CERTIFICACIÓN, PARA LOS EFECTOS LEGALES Y/O ADMINISTRATIVOS A LOS QUE HAYA LUGAR, EN EL PUEBLITO, CORREGIDORA, QRO A LOS 14 (CATORCE) DIAS DEL MES DE FEBRERO DEL 2023 (DOS MIL VEINTITRÉS).**

**DOY FE**

**ATENTAMENTE**

**LCDA. MARÍA ELENA SÁNCHEZ TREJO.  
SECRETARÍA DEL AYUNTAMIENTO  
MUNICIPIO DE CORREGIDORA**



*Handwritten signature/initials*