



# PERIÓDICO OFICIAL



ÓRGANO DEL GOBIERNO DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE ZACATECAS, SON OBLIGATORIAS LAS LEYES Y DEMÁS DISPOSICIONES DEL GOBIERNO POR EL SOLO HECHO DE PUBLICARSE EN ESTE PERIÓDICO.

**TOMO CXXXIV**

**Núm. 22**

**Zacatecas, Zac., sábado 16 de marzo de 2024**

## SUPLEMENTO

3 AL No. 22 DEL PERIÓDICO OFICIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO  
CORRESPONDIENTE AL DÍA 16 DE MARZO DE 2024

ACUERDO.- Administrativo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social y Gubernamental de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública del Estado de Zacatecas para el Ejercicio Fiscal 2024.



Zacatecas

## DIRECTORIO

DAVID MONREAL ÁVILA  
**GOBERNADOR DEL ESTADO**

ANGEL MANUEL MUÑOZ MURO  
**COORDINADOR GENERAL JURÍDICO**

ANDRÉS ARCE PANTOJA  
**DIRECTOR DEL PERIÓDICO OFICIAL**

El Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Zacatecas se publica de manera ordinaria los días miércoles y sábados, su edición es únicamente en versión electrónica y tiene validez oficial, según lo establece el decreto 271, publicado el 18 de marzo del año 2023, contiene **Sello Digital**, **Firma Electrónica** y **Código QR** para su verificación.

Para la publicación en el Periódico Oficial se deben de cubrir los siguientes requisitos:

- El documento debe ser original.
- Debe contener sello y firma de quien lo expide.
- Que la última publicación que indica el texto a publicar, debe tener un margen mínimo de dos días hábiles a la fecha de la audiencia, cuando esta exista.
- Efectuar el pago correspondiente de la publicación en la oficina recaudadora de la Secretaría de Finanzas.

La recepción de documentos a publicar se realiza de 8:30 a 15:30 Hrs. En días hábiles.

Para mejor servicio se recomienda presentar su documento en original impreso y digital formato Word.

Domicilio:  
Circuito Cerro del Gato, Edificio I Primer Piso  
Col. Cd. Administrativa CP. 98160  
Zacatecas, Zac.  
Tel. 492 4915000 Ext. 25191

**LIC. DAVID MONREAL ÁVILA, GOBERNADOR DEL ESTADO DE ZACATECAS, EN EJERCICIO DE LAS FACULTADES QUE ME CONFIEREN LOS ARTÍCULOS 82 FRACCIONES I, 84 Y 85 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE ZACATECAS; 2, 4, 6, 8 Y 9 DE LA LEY ORGÁNICA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL ESTADO DE ZACATECAS, Y:**

**CONSIDERANDO**

La comunicación social, es un proceso cuyo objeto de estudio lo constituyen las formas de expresión y la construcción de la información, esta, tiene el carácter de interdisciplinaria, al abarcar diversos campos del conocimiento tales como la sociología, la psicología y el periodismo, es una disciplina encargada del estudio de diversos fenómenos sociales que intervienen en la comunicación.

En la actualidad, la comunicación social resulta ser un eje de suma importancia dentro de la Administración Pública; las acciones emprendidas por el Estado, deben ser informadas a la sociedad, siempre, en el marco de lo establecido en el artículo 134 de nuestra Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, es decir, con fines institucionales, informativos, educativos o de orientación social.

Dentro de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Zacatecas, en específico el párrafo segundo del artículo 43, se establecieron los parámetros sobre los cuales debería desarrollarse toda propaganda bajo la modalidad de comunicación social, mismos que se encuentran íntimamente ligados a la Constitución General.

Es así que, con el objeto de cumplir con la obligación conferida en el artículo noveno transitorio en su fracción IV de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Zacatecas y sus Municipios, en fecha 17 de agosto del 2019 en el Suplemento 5 al 66, se publicó el Acuerdo Administrativo por el que se crea el Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de la Secretaría de Administración (SAD) del Gobierno del Estado de Zacatecas, y que establece que será la Secretaría antes citada, quien de forma general lleve a cabo las contrataciones y la ejecución de adquisiciones, arrendamientos y servicios que se necesiten para el funcionamiento de las Dependencias que integran la administración Pública centralizada, según lo establece además la fracción V del artículo 29 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Zacatecas.

Por otro lado, la Ley de Adquisiciones, establece que los Entes Públicos deberán implementar las medidas reglamentarias y administrativas necesarias para la operación interna y especializada de cada uno, respetando los principios de legalidad, economía, eficacia, eficiencia, imparcialidad y honradez establecidos en el artículo 134 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Zacatecas.

El Plan Estatal de Desarrollo 2022-2027, está diseñado para exterminar las viejas prácticas gubernamentales, se busca implementar una nueva forma de Gobernar, por eso es que se consolidó dentro de este instrumento, el *Principio Rector 1 Hacia una Nueva Gobernanza*, y en específico, la política pública *1.2 Administración Pública Eficiente y con Sentido Social*, aquí, claramente se establece la necesidad de *implementar cambios fundamentales a la dimensión institucional y técnica en la administración [pública], que permita la interacción efectiva y continua con la sociedad, en una forma efectiva de cogobierno, es decir, el gobierno asociado en red, con su sociedad.*

Bajo estos parámetros, es que deben modificarse la forma en que, hasta ahora, se había llevado la Comunicación Social en nuestra Entidad Federativa; ya no cabe en Zacatecas, el uso desmedido de recursos públicos para este rubro. Debe transitarse hacia la austeridad republicana optimizando los recursos públicos materiales, humanos, y sobre todo financieros; la Comunicación Social, ya no será una partida discrecional que beneficie a una parte selecta de proveedores, bajo pretexto de informar el trabajo cotidiano de la Administración Pública.

Los presentes Lineamientos, tienen como eje rector, la austeridad, disciplina y dirección a población objetivo a través de los Programas y Campañas de Comunicación Social y Gubernamental; ahora, la Coordinación de Comunicación Social dejará de ser una Unidad Administrativa con limitadas acciones respecto al contenido difundido por cada una de las Dependencias y Entidades que conforman la Administración Pública.

Ahora, las Campañas y Programas de Comunicación Social, tendrán una planeación estratégica, con parámetros perfectamente definidos, bajo los cuales, cada una de las Dependencias y Entidades que conforman la Administración Estatal, deberán alinearse. Consolidar a la Coordinación de Comunicación Social como ente rector, es solo la columna vertebral de una serie de medidas implementadas por esta Nueva Gobernanza.

Asimismo, se realizarán Programas o Campañas de Comunicación Social basadas en una planeación estratégica, con objetivos institucionales, metas y programación anticipada.

El presente instrumento legal establece las facultades y obligaciones de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública en materia de Comunicación Social, de tal forma que sea factible la eficiencia del gasto público y medir el impacto de los programas y campañas de comunicación.

En congruencia; se consolidan los requisitos de contratación para los medios de Comunicación, los cuales serán integrados, administrados y actualizados por la Coordinación de Comunicación Social, con la finalidad de tener certeza de cada uno de los proveedores con los cuales Gobierno del Estado contrate servicios de Comunicación Social; quienes, deberán cumplir una serie de requisitos para su debida contratación, los cuales estarán bajo un escrutinio constante.

Por último, las Dependencias y Entidades deberán incluir en sus Programas y Campañas de Comunicación Social, contenidos que promuevan la igualdad, paridad de género, así como contenido tendiente a erradicar cualquier forma de discriminación o violencia.

Por lo anterior, he tenido a bien expedir el siguiente:

**ACUERDO ADMINISTRATIVO POR EL QUE SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS GENERALES PARA LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y GUBERNAMENTAL DE LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL ESTADO DE ZACATECAS PARA EL EJERCICIO FISCAL 2024.**

## CAPÍTULO I

### DISPOSICIONES GENERALES

**Artículo 1.** Los presentes Lineamientos tienen por objeto establecer las bases para la planeación, autorización, coordinación, ejecución, supervisión y evaluación de estrategias, programas y campañas de Comunicación Social y Gubernamental, así como de la publicidad realizada por las Dependencias y Entidades del Poder Ejecutivo del Estado de Zacatecas, para el Ejercicio Fiscal 2024.

**Artículo 2.** Para efectos de los presentes Lineamientos se entenderá por:

- I. **Análíticos Web:** Al conjunto de métricas que determinan el volumen de tráfico de los medios digitales;
- II. **Campañas:** A los mecanismos de difusión de mensajes de Comunicación Social, Gubernamental, o de promoción y publicidad, a través de medios masivos de comunicación;
- III. **Cobertura:** A las regiones o localidades específicas en las cuales se pretende difundir una Campaña;
- IV. **Coemisoras:** A las Dependencias o Entidades que son corresponsables de la difusión de Campañas Ordinarias, Extraordinarias o Mensajes Extraordinarios;
- V. **Coordinación:** A la Coordinación de Comunicación Social, perteneciente a la Jefatura de Oficina del Gobernador;

- VI. **Coordinación Administrativa:** Unidad Administrativa, perteneciente a la Jefatura de Oficina del Gobernador;
- VII. **Constitución:** A la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos;
- VIII. **Constitución Local:** A la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Zacatecas;
- IX. **Dependencias:** A las Dependencias que conforman la Administración Pública Centralizada, en términos de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Zacatecas;
- X. **Entidades:** A las Instituciones Públicas que conforman la Administración Pública Paraestatal, en términos de la Ley Orgánica de la Administración Pública;
- XI. **Estrategia General:** A la Estrategia General de Comunicación Social y Gubernamental de la Administración Pública del Estado de Zacatecas 2021-2027;
- XII. **Estudios de efectividad:** A la evaluación cuantitativa encaminada a medir el cumplimiento de las metas y objetivos de las Campañas;
- XIII. **Estudios de pertinencia:** Al análisis metodológico realizado con anterioridad a la ejecución de las Campañas, con la finalidad de conocer el impacto, y grado de aceptación de la sociedad;
- XIV. **FUSA:** Al Formato Único para la Solicitud de Adquisición de Bienes y/o Contratación de Servicios;
- XV. **Jefatura:** A la Jefatura de Oficina del Gobernador del Estado de Zacatecas;
- XVI. **Lineamientos:** A los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social y Gubernamental de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública del Estado de Zacatecas para el Ejercicio Fiscal 2023;
- XVII. **Medios complementarios:** A los medios que agrupan el mobiliario urbano, espectaculares, audios, videos, folletos de publicidad y publicidad exterior;
- XVIII. **Medios digitales:** A los sistemas de transmisión y recepción de información en formato digital, los cuales pueden ser consultados a través de un dispositivo electrónico, con el uso de conexión a internet;
- XIX. **Medios Electrónicos:** A los sistemas de transmisión y recepción de información en formatos de radiodifusión, televisión o televisión satelital;
- XX. **Medios Impresos:** A los medios de comunicación o publicaciones de carácter documental o impreso;
- XXI. **Página de Transparencia:** Al sitio web del Portal de Transparencia de Gobierno del Estado, sito en <http://transparencia.zacatecas.gob.mx/>
- XXII. **Perfil de audiencias:** Perfil sociodemográfico y psicográfico de las personas usuarias de los medios;
- XXIII. **Plan de Medios:** A la definición de las plataformas en las que se debe publicar, establece la mejor combinación de medios posible para lograr los objetivos de la campaña de Gobierno;

- XXIV. **Programas:** A los Programas Anuales de Comunicación Social y Gubernamental que elaboren cada una las Dependencias y Entidades;
- XXV. **SAD:** A la Secretaría de Administración de Gobierno del Estado de zacatecas;
- XXVI. **Secretaría:** A la Secretaría de Finanzas de Gobierno del Estado de Zacatecas;
- XXVII. **SIIF:** Al Sistema Integral de Información Financiera;
- XXVIII. **Sitio oficial de Gobierno:** Al portal web del Gobierno del Estado de Zacatecas, sito en: <https://www.zacatecas.gob.mx/>

**Artículo 3.** Las campañas tendrán el carácter de institucionales, informativas, educativas, de orientación social y serán desarrolladas con perspectiva de género, de conformidad con lo que disponen los artículos 134 de la Constitución y el párrafo segundo, del artículo 43 de la Constitución Local.

En ningún caso las campañas incluirán nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

**Artículo 4.** Las campañas se regirán por los principios de austeridad, disciplina financiera y responsabilidad financiera de conformidad con los parámetros establecidos en la Ley de Austeridad, Disciplina y Responsabilidad Financiera del Estado de Zacatecas y sus Municipios.

**Artículo 5.** Los programas y campañas que lleven a cabo las Dependencias y Entidades deberán realizarse conforme a las directrices siguientes:

- I. Deberán ser acordes a la estrategia general y objetivo de comunicación social perseguido, ponderando el uso adecuado de los medios complementarios, digitales, electrónicos o impresos que resulten adecuados para alcanzar a la población objetivo;
- II. El uso de los medios complementarios, digitales, electrónicos o impresos deberá ser bajo criterios de objetividad, tomando en consideración las características, destinatarios, cobertura y especialidades que cada uno presenta;
- III. Los medios complementarios, digitales, electrónicos o impresos, utilizados en las campañas deberán tener estrecha relación con el nivel de penetración cuantitativa en la población objetivo;
- IV. En el proceso de contratación debe garantizarse la transparencia y fácil acceso a toda información relacionada con los recursos destinados a la implementación en los gastos de comunicación social;
- V. Las erogaciones de recursos para medios de comunicación, digitales, electrónicos, impresos y complementarios deben justificar la contratación sujetándose a los criterios de calidad que aseguren congruencia con el contenido del mensaje, la población objetivo y la oferta programática, y
- VI. Las erogaciones realizadas en las materias de Comunicación Gubernamental y Social, deben acreditarse con órdenes de transmisión para medios electrónicos, inserción para medios impresos y servicio para otros medios, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 136 del Manual de Normas y Políticas del Ejercicio del Presupuesto de Egresos 2020.

**Artículo 6.** Para el desarrollo de las campañas, las Dependencias y Entidades, tendrán prohibido:

- I. Contratar o erogar recursos públicos para la ejecución de los Programas y Campañas, sin autorización de la Coordinación;
- II. Convenir la prestación de servicios de comunicación, publicidad o análogos, con cargo al Erario a través de créditos fiscales o cualquier otra obligación que comprometa a futuro su Presupuesto asignado;
- III. Realizar erogaciones por concepto de notas, entrevistas o imágenes con fines periodísticos. Las publicaciones que se realicen con cargo a recursos públicos deben estar directamente vinculadas con las funciones de la Administración Pública y de las Campañas autorizadas;
- IV. Contratar con un particular, el desarrollo de las campañas, a través de redes sociales, ya sea de servidores públicos o de particulares;
- V. Contratar páginas de internet, para la difusión de las campañas, que sean propiedad o estén administradas por servidores públicos;

**Artículo 7.** La Coordinación, con anuencia de la Jefatura, es la instancia responsable de ejecutar la Estrategia General, así como de analizar y validar los Programas y Campañas de las Dependencias y Entidades.

**Artículo 8.** La Coordinación, en el ámbito de su respectiva competencia, será la instancia encargada de solicitar la contratación general de servicios de Comunicación Social y Gubernamental, previa autorización de la Secretaría y Jefatura.

Dichas contrataciones deberán llevarse a cabo en las modalidades señaladas por el artículo 52 de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Estado de Zacatecas y sus Municipios.

**Artículo 9.** La Secretaría, previo a la autorización a que se refiere el párrafo anterior, deberá constatar la suficiencia presupuestal, conforme a las partidas que para el efecto correspondan.

La Secretaría será la encargada llevar los registros contables y financieros de los recursos públicos aplicados en los Programas o las Campañas, de conformidad con las leyes de la materia.

## CAPÍTULO II

### DE LA ESTRATEGIA GENERAL, PROGRAMAS Y CAMPAÑAS

**Artículo 10.** La Coordinación, conformará los Programas y Campañas Ordinarias de las Dependencias y Entidades, que deberán estar basados en la Estrategia General; esta integración, se publicará en el sitio oficial de internet de la Coordinación.

**Artículo 11.** Los Programas y Campañas elaborados por las Dependencias y Entidades, estarán alineados a los objetivos generales de comunicación de la Administración Pública y deberán contar con los siguientes elementos:

- I. Objetivo Institucional;
- II. Población Objetivo;
- III. Metas, y

- IV. Programación donde se especifique: justificación, nombre, temas, duración, vigencia, frecuencia, objetivos de comunicación y prioridades.

Todos los Programas y Campañas deberán ser conformados con perspectiva de género, inclusión social y privilegiando la difusión de las diversas medidas.

**Artículo 12.** Para los efectos del artículo 10, cada Dependencia y Entidad, enviará mediante oficio dirigido a la Coordinación, sus Programas.

**Artículo 13.** Una vez aprobados los Programas y las Campañas de las Dependencias y Entidades, solicitará a la Secretaría de Administración (SAD), las contrataciones pertinentes, vigilando que éstos se apeguen al perfil y público objetivo presentado en las Campañas, siempre y cuando cumpla con los requisitos establecidos en el marco normativo aplicable.

**Artículo 14.** Durante el proceso de planeación, se procurará la vinculación de las Campañas de las Dependencias y Entidades que consideren temas afines o líneas de acción compartidas, señalando debidamente aquellas que actúen en calidad de Coemisoras.

La Coordinación será la encargada del seguimiento a la vinculación de esfuerzos comunicacionales con base en los Programas y Campañas recibidas, quien estará facultada para realizar exhortos o estrategias conjuntas, cuando lo considere necesario.

**Artículo 15.** Las Dependencias y Entidades que lleven a cabo Campañas de forma conjunta, deberán precisar en los formatos respectivos:

- I. Las instituciones que aquellas que intervienen en calidad de Coemisoras;
- II. La participación específica en cada uno de los medios complementarios, digitales, electrónicos o impresos a utilizar;
- III. El nombre de la Campaña;
- IV. El nombre de las versiones, y
- V. El objetivo de la comunicación, el que deberá ser coincidente entre las Coemisoras, especificándose el tema afín.

Las Campañas a que se refiere este artículo, deberán estar registradas en los Programas correspondientes.

### CAPÍTULO III

#### ESTUDIOS DE PERTINENCIA Y EFECTIVIDAD

**Artículo 16.** La Coordinación estará facultada para llevar a cabo los Estudios de Pertinencia y Efectividad, bajo criterios metodológicos específicos, que tendrán como finalidad conocer el impacto, comprensión y grado de aceptación del Ente Público objetivo las Campañas, y en su caso, para medir el grado de cumplimiento de los objetivos y metas de comunicación alcanzados.

**Artículo 17.** La Coordinación, podrá solicitar la contratación de proveedores para llevar a cabo los estudios a que se refiere el artículo anterior, quienes deberán contar con los conocimientos teóricos y capacidades técnicas para el desarrollo de la encomienda; deberán estar inscritos en el Registro Único de Proveedores y Contratistas Validados de Gobierno del Estado y contar con la cédula vigente.

Los proveedores contratados para la elaboración de los Estudios de Pertinencia y Efectividad, no podrán ser contratados para la elaboración del diseño o producción de las Campañas.



## CAPÍTULO IV

### DE LAS CONTRATACIONES

**Artículo 18.** Todas las contrataciones que requiera la Coordinación, se realizarán a través de la SAD, previa solicitud, de conformidad con la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Zacatecas y su reglamento.

Cualquier compra o contratación solicitada por la Dirección de Imagen Institucional y Dirección de Comunicación Digital, deberá contar con el visto bueno de la Coordinación.

**Artículo 19.** La SAD, será la encargada de contratar lo relacionado con la prestación de servicios de promoción, publicidad y herramientas de medición; con el objetivo de difundir Campañas de Comunicación Gubernamental sobre las acciones de la Administración Pública, asimismo medir su desempeño y efectividad.

**Artículo 20.** Los contratos y convenios que en materia de promoción turística del Estado lleve a cabo la Secretaría de Turismo, serán celebrados por el titular de la propia Dependencia, en cuyo caso, los trámites de ejecución, ejercicio de su gasto y pago de los mismos, serán responsabilidad de la misma.

Previo a la celebración de tales contratos o convenios, la Secretaría de Turismo deberá contar con la validación del Programa Anual y Campañas Ordinarias por parte de la Coordinación, a través de sus Direcciones de Comunicación Social y de Imagen Institucional, según corresponda, en lo que respecta a cada una de las Campañas.

**Artículo 21.-** La Dirección de Imagen Institucional, perteneciente a la Coordinación, en su respectiva competencia, será la encargada de solicitar la contratación de todo lo relacionado sobre la difusión en medios complementarios.

**Artículo 22-** La Dirección de Comunicación Digital, perteneciente a la Coordinación, en su respectiva competencia, será la encargada de solicitar la contratación de todo lo relacionado con la prestación de servicios de promoción, publicidad y herramientas de medición; con el objetivo de difundir Campañas de Comunicación Gubernamental sobre las acciones de la Administración Pública, asimismo medir su desempeño y efectividad.

## CAPITULO V

### REQUISITOS DE CONTRATACIÓN PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**Artículo 23.** La Coordinación, será la responsable de establecer los requisitos para la contratación de los servicios de comunicación social, y en su caso, motivar y/o justificar aquellas contrataciones que por su especialidad o naturaleza requieran dictamen de excepción, de conformidad con lo previsto en el marco normativo; así mismo deberá conformar, administrar, actualizar y resguardar los expedientes.

**Artículo 24.** Las personas físicas o morales para ser contratadas deberán presentar los siguientes requisitos:

- I. Cedula de Proveedor Vigente (RUPCOVA);
- II. Copia de credencial de elector del Representante legal;
- III. Comprobante de domicilio (no mayor a tres meses);
- IV. Constancia de situación fiscal actualizada, (no mayor a tres meses);
- V. Acta Constitutiva;(aplica para personas morales)
- VI. Poder Notarial; (aplica para personas morales)
- VII. Constancia de cumplimiento de obligaciones fiscales estatales;
- VIII. Opinión de cumplimiento de obligaciones fiscales (Formato 32D);

- IX. Dirección de página electrónica, en su caso;
- X. Perfil de Audiencia actualizado;
- XI. Tarifario vigente de los espacios publicitarios, que establece cada medio conforme a su cobertura, formato, tamaño, posición y periodicidad;
- XII. Tipo de medio que maneja, y
- XIII. Copia de la concesión en caso de los medios de radio. (aplica para personas morales)

**Artículo 25.** Tratándose de medios impresos además de lo señalado en el artículo anterior deberán exhibir lo siguiente:

- I. Circulación vigente y actualizada, misma que deberá ser acompañada por la información y documentación correspondiente;
- II. Cobertura geográfica vigente y actualizada, misma que deberá incluir el proceso a través del cual se recaba información y documentación para validar los municipios y regiones específicas donde circula el medio impreso en un periodo determinado, conforme a las cifras de circulación;
- III. Certificado o copia de concesión en el que se especifique la cantidad de suscriptores que tienen datos de alta en su servicio, y;
- IV. Las certificaciones a que se refiere el presente artículo deben ser expedidas por persona moral distinta al medio que se contrate;

**Artículo 26.** Tratándose de medios digitales, además de lo establecido en el artículo 24, deberán satisfacer:

- I. Analíticos web y datos de alcance geolocalizado;
- II. Herramientas de hipersegmentación;
- III. Espacios publicitarios con medidas y estándares;
- IV. Tarifas vigentes acordes a su alcance o ventaja competitiva;
- V. Titularidad del dominio de la página web, y
- VI. Hosting de la página web;

**Artículo 27.** Para el caso de las empresas de televisión por cable, además de satisfacer los requisitos establecidos en el artículo 24, deberán entregar certificado o copia de concesión en el que se especifique la cantidad de suscriptores que tienen datos de alta en su servicio.

La certificación a que se refiere el presente artículo, deberá ser expedida por persona moral distinta a quien se contrate.

**Artículo 28.** Los medios de comunicación estarán obligados a cumplir todos los requisitos y proporcionar la información adicional que la Coordinación considere necesaria.

Sólo los Medios de Comunicación que cumplan con los requisitos arriba señalados, podrán ser contratados para la prestación de servicios de Comunicación Social y Gubernamental del Gobierno del Estado.

**Artículo 29.** Los Medios de Comunicación que cumplan con los requisitos para ser contratados, estarán obligados a actualizar la información integrada por la Coordinación, y en caso de que exista alguna modificación en la documentación entregada, deberán hacerlo del conocimiento de la

Coordinación, dentro del término de cuarenta y cinco días hábiles contados a partir de que surta efectos tal modificación.

Formalizada la contratación con el Medio de Comunicación, el proveedor deberá entregar de manera mensual, la factura generada con motivo del pago de servicios, la cual deberá estar acompañada de la evidencia documental, del 100% del servicio contratado, que permita demostrar que se ha dado cumplimiento a la unidad de medida pactada.

## CAPITULO VI

### PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN

**Artículo 30.-** Para el procedimiento de contratación de servicios requeridos dentro de los Programas y Campañas de las Dependencias de las Entidades, la Coordinación deberá realizar lo siguiente:

- I. Capturar en la plataforma FUSA, la solicitud del servicio requerido, incluyendo requisitos técnicos, legales, económicos, fiscales periodo de contratación, monto a contratar, cantidad, unidad de medida y descripción detallada, con la anticipación necesaria para la prestación del servicio, el oficio que se genere de esta solicitud se deberá enviar a la Coordinación Administrativa para firma de la persona titular, mismo que se entregará en la SAD;
- II. En caso de que la Coordinación, requiera la contratación de algún prestador de servicio en específico, deberá anexar a su solicitud en la plataforma FUSA, el dictamen de excepción debidamente integrado por los requisitos establecidos en el artículo 92 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Zacatecas y sus Municipios; de igual manera en el dictamen de excepción se plasmará la firma de la persona titular de la Coordinación;
- III. Una vez que se realice la contratación y entre en vigencia el servicio, la Coordinación solicitará a los prestadores de servicio la documentación correspondiente (factura, xlm, validación, acta entrega y testigos) para realizar el trámite de pago a través del sistema SIIF;
- IV. La Coordinación, será la responsable de llevar los registros contables y financieros de los recursos públicos aplicados en los Programas y las Campañas, de conformidad con las leyes de la materia;
- V. La Coordinación, conciliará con la Coordinación Administrativa, los montos asignados, modificados, comprometidos, devengados, ejercidos, pagados, y disponibles para la realización de las contrataciones del ejercicio fiscal vigente, y
- VI. La Coordinación, tendrá bajo su resguardo los expedientes que se generen de las contrataciones requeridas y serán los responsables de proporcionar la información a los entes fiscalizadores, además de lo referente al acceso a la información pública y la transparencia.

## CAPÍTULO VII

### MENSAJES Y CAMPAÑAS EXTRAORDINARIAS

**Artículo 31.** El Mensaje o Campaña Extraordinaria será toda información relevante que se difunda a través de medios de comunicación para atender una situación de carácter emergente o coyuntural y hasta en tanto subsista la contingencia, que, por no ser previsible, no está incluido en el Programa Anual.

El Mensaje Extraordinario no debe considerarse como Campaña.

**Artículo 32.** El Mensaje o Campaña Extraordinaria debe ser remitido a la Coordinación, por medio de una solicitud en la que se justifiquen las razones de su emisión, una muestra de los materiales a difundir o una propuesta de plan de medios, para ello.

**Artículo 33.** Para la emisión o difusión de los Mensajes o Campañas Extraordinarias que surjan de las Dependencias o Entidades durante el transcurso del año, se realizarán a través de solicitud remitida a la Coordinación, en la que deberán expresarse las razones de su emisión, una muestra de los materiales a difundir y el plan de medios para ello.

La Coordinación deberá resolver sobre la autorización o no de la solicitud planteada, precisando las consideraciones de la decisión, misma que deberá ser notificada a las Dependencia o Entidad en un plazo no mayor a tres días hábiles.

En el caso que el Mensaje o Campaña Extraordinaria, sea instruida directamente por el Titular del Poder Ejecutivo, la Coordinación deberá atender en tiempo y forma los requerimientos.

## CAPÍTULO VIII DISPOSICIONES ESPECIALES

**Artículo 34.** Las Dependencias y Entidades deberán incluir en sus Programas y Campañas, contenidos que promuevan la igualdad, paridad de género, así como contenido tendiente a erradicar cualquier forma de discriminación o violencia.

**Artículo 35.** Las Dependencias deberán elaborar sus Programas y Campañas bajo una perspectiva incluyente y plural, que fomente la participación ciudadana y cuyos contenidos contribuyan a promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos.

**Artículo 36.** Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales y locales, y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspender la difusión de toda propaganda gubernamental cuyos contenidos no sean de conformidad con lo señalado en la Constitución, la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, la Constitución Local y la Ley Electoral del Estado de Zacatecas.

Para los efectos del párrafo anterior, en el caso de los procedimientos electorales locales, deberán suspenderse la difusión de las campañas de comunicación social en los medios de comunicación con cobertura geográfica y ubicación exclusivamente en la entidad federativa que se trate

Se exceptúa de lo anterior:

- I. Las campañas de información de las autoridades electorales.
- II. Las relativas a servicios educativos y de salud.
- III. Las necesarias para la protección civil en casos de emergencia, y
- IV. Cualquier otra que autorice el Consejo General del Instituto Nacional Electoral, de manera específica durante los procesos electorales, sin que ello implique que sólo las campañas aprobadas por la referida autoridad administrativa son las que podrán difundirse.

Cuando existan procesos electorales, las dependencias y entidades de la administración pública deben acatar la normatividad aplicable que ordene la suspensión de las campañas gubernamentales.

**TRANSITORIOS**

**ARTÍCULO PRIMERO.** El presente Acuerdo Administrativo entrará en vigor al día siguiente de su publicación y tendrá vigencia hasta el 31 de diciembre de 2024.

**ARTÍCULO SEGUNDO.** A los 10 días siguientes de la entrada en vigor del presente Acuerdo, las Dependencias y Entidades deberán enviar a la Coordinación, sin que medie requerimiento, los programas y campañas ordinarias necesarios para el cumplimiento del mismo.

**ARTÍCULO TERCERO.** En un término de 20 días a partir de la publicación del Presente Acuerdo la Coordinación deberá conformar los programas y campañas ordinarias de las Dependencias y Entidades para el cumplimiento del mismo.

**EN CUMPLIMIENTO A LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 85 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO Y PARA SU DEBIDA PUBLICACIÓN Y OBSERVANCIA, EXPIDO EL PRESENTE ACUERDO ADMINISTRATIVO. DADO EN EL DESPACHO DEL PODER EJECUTIVO DEL ESTADO, CIUDAD DE ZACATECAS A LOS TRES (03) DÍAS DEL MES DE ENERO DE DOS MIL VEINTICUATRO (2024). GOBERNADOR DEL ESTADO DE ZACATECAS.- LIC. DAVID MONREAL ÁVILA. EL SECRETARIO GENERAL DE GOBIERNO.- MTRO. RODRÍGO REYES MUGUERZA. EL SECRETARIO DE FINANZAS.- DR. RICARDO OLIVARES SÁNCHEZ. SECRETARIA DE ADMINISTRACIÓN.- MTRA. VERÓNICA IVETTE HERNÁNDEZ LOPEZ DE LARA. JEFE DE OFICINA DEL GOBERNADOR.- CARLOS ALBERTO ZÚNIGA RIVERA. Rúbricas.**

**Evidencia Criptográfica - Transacción SeguriSign**  
**Archivo Firmado: CGJ\_SUPLEMENTO 3 AL PERIODICO 22\_2024.pdf**  
**Secuencia: 3850735**

Autoridad Certificadora: AUTORIDAD CERTIFICADORA DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE ZACATECAS

<b>Firmante</b>	<b>Nombre:</b>	CIPRIANO ANDRES ARCE PANTOJA	<b>Validez:</b>	OK	Vigente
	<b>CURP:</b>	AEPC630210HDGRNP16			
<b>Firma</b>	<b># Serie:</b>	00000000000000000071	<b>Revocación:</b>	OK	No Revocado
	<b>Fecha: (UTC / Local)</b>	2024-03-16T14:48:49Z / 2024-03-16T08:48:49-06:00	<b>Status:</b>	OK	Valida
	<b>Algoritmo:</b>	SHA1/RSA_ENCRYPTION			
	<b>Cadena de firma:</b>	97 2c a7 aa 15 c8 9f 0f 78 a4 68 cb 5b 26 66 db fd 3b a4 38 1f 2c 01 69 86 47 b4 97 ac 6a 97 c9 3d 20 5d d8 c6 a0 30 35 9c 5b b3 cf 42 49 dc 1e 9b 4f 57 f2 64 2b be 2b 74 36 a7 89 f1 ee f5 b1 97 90 d2 82 2a 87 9e 2f 00 6f d5 6e 5b 97 3c 17 3e f0 6f aa 11 0d 8f 82 82 03 7c 87 6e 18 de 86 f2 6a 96 8e a8 ad f3 68 9a 1e 0f 88 13 b8 58 1f 29 0f fa 78 ed aa 61 a2 e2 d9 04 7f df 7b 61 7c 35 24 74 59 d3 aa 16 8e 38 4a 84 28 69 78 14 4c 39 32 b5 ae 57 bb a3 55 24 01 aa e1 6a ed 5a 02 94 9e 92 76 ec 58 3d c5 d8 aa 0f 9d 85 3e 80 77 a6 9c fe f3 60 3d 29 0c bd 48 03 a6 30 64 6d bd 0e f7 48 20 ef 6f 95 f5 db 8c 1e 1e 20 71 b6 98 cb 78 5b bb 66 ae 62 1a 91 b6 29 28 a6 ca d7 b5 73 2c 59 d1 cd e8 b3 d2 c8 11 a9 ff f5 92 19 cc c3 33 4b 85 e3 f0 07 58 a9 7d 91 28 30 86 c8 d7			
<b>OCSP</b>	<b>Fecha: (UTC / Local)</b>	2024-03-16T14:48:49Z / 2024-03-16T08:48:49-06:00			
	<b>Nombre del respondedor:</b>	OCSP			
	<b>Emisor del respondedor:</b>	AUTORIDAD CERTIFICADORA DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE ZACATECAS			
	<b>Número de serie:</b>	00000000000000000071			
<b>TSP</b>	<b>Fecha : (UTC / Local)</b>	2024-03-16T14:48:49Z / 2024-03-16T08:48:49-06:00			
	<b>Nombre del respondedor:</b>	TSP			
	<b>Emisor del respondedor:</b>	AUTORIDAD CERTIFICADORA DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE ZACATECAS			
	<b>Secuencia:</b>	519415			
	<b>Datos estampillados:</b>	0CB67B3480BD82B4BB708F7F8F70E64DE6F3F2E576D83882C5541CB7277BE9F4			