

VICENTE DE JESÚS ESQUEDA MÉNDEZ, Procurador de los Derechos Humanos del Estado de Guanajuato, en ejercicio de las facultades que me confieren los artículos 16, fracciones II y XVI de la Ley para la Protección de los Derechos Humanos en el Estado de Guanajuato; 4 fracción II y 10, del Reglamento interior de la Procuraduría de los Derechos Humanos del Estado de Guanajuato; así como con fundamento en los artículos 102 apartado B y 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, relativo a la propaganda, bajo cualquier modalidad de Comunicación Social y el artículo 3 de la Ley General de Comunicación Social.

CONSIDERANDO

La Procuraduría de los Derechos Humanos del Estado de Guanajuato, es un Organismo Constitucional Autónomo que tiene como atribuciones la protección y defensa de los Derechos Humanos en Guanajuato, frente a actos u omisiones de cualquier autoridad o servidor público de carácter estatal o municipal.

El mandato de esta Institución también comprende la implementación de estrategias de prevención y promoción de los derechos humanos, a través de diversos mecanismos de intervención social, entre los cuales se encuentra la difusión y divulgación de los valores, principios y derechos humanos; así como campañas publicitarias de educación en la materia.

Una de las herramientas características del sistema constitucional de protección no jurisdiccional de los derechos humanos en México, es precisamente la promoción de los derechos humanos, como una forma de reconocer a la persona como centro de toda actividad pública; informando a cada persona guanajuatense sobre sus derechos humanos y los mecanismos para hacerlos efectivos, empoderando a la población en general, y abonando a la construcción de una sociedad democrática.

Así, la Procuraduría en cumplimiento de su mandato constitucional busca ampliar la socialización y posicionamiento del quehacer preventivo que se ha fijado como meta.

Para alcanzar tales objetivos, se requiere de una estrategia anual de contratación de espacios publicitarios con medios de comunicación externos en distintas plataformas: desde publicaciones impresas, radio, televisión, plataformas digitales, entre otras.

El objetivo de la contratación de dichos espacios publicitarios incluye a todas y cada una de las personas que interactúan en el territorio de Guanajuato; públicos de una complejidad diversa en cuanto al lugar de residencia, estrato social,





económico, entre otros; haciendo necesario que los proveedores de los servicios de publicidad a contratar, tengan la capacidad técnica, circulación y aceptación para transmitir eficientemente los productos generados por la Procuraduría.

La Procuraduría deberá buscar siempre las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, financiamiento, calidad, oportunidad y demás circunstancias que contribuyan a preservar su patrimonio.

El párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que la propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

Así, para aprovechar los espacios y servicios de difusión y proyección institucional, de manera conjunta con la Coordinación de Promoción y la Coordinación de Educación, se desarrollarán estrategias y proyectos específicos de comunicación, tales como la implementación de campañas institucionales de prevención y educación, entre otros.

Por lo antes expuesto y debidamente fundado, el Procurador, emite los siguientes:

LINEAMIENTOS QUE REGULAN EL GASTO PÚBLICO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Capítulo I Disposiciones generales

Objeto
Artículo 1. Los presentes Lineamientos tienen por objeto regular los procedimientos de contratación de servicios de comunicación y publicidad que realice la Procuraduría de los Derechos Humanos del Estado de Guanajuato.

Principios
ARTÍCULO 2. Los procedimientos objeto de los presentes Lineamientos se regirán por los principios de legalidad, eficacia, eficiencia, economía, honradez, concurrencia, igualdad, publicidad, oposición y transparencia; buscando siempre la oferta, cotización o postura que sea la mejor para la Procuraduría de los Derechos Humanos del Estado de Guanajuato, en cuanto a precio, calidad, financiamiento y oportunidad.



Glosario

ARTÍCULO 3. Para efectos de los presentes Lineamientos, se entenderá por:

- I. Adjudicación directa:** El procedimiento administrativo a través del cual, la Procuraduría, a través de su titular, asigna libremente a una persona un contrato para la prestación de servicios de comunicación y/o publicidad.
- II. Coordinación:** La Coordinación de Promoción de Procuraduría de los Derechos Humanos Estado de Guanajuato.
- III. Investigación de mercado:** La verificación de la existencia de servicios de comunicación y/o publicidad en el espacio geográfico en el que sea necesaria su contratación, así como su precio estimado, tomando en cuenta la información que obtenga la Procuraduría, ya sea de organismos públicos o privados, de prestadores del servicio, o una combinación de dichas fuentes de información.
- IV. Plan Anual de Medios:** documento en donde se establece el objetivo general, los objetivos particulares, el público meta, y el período en que se difundirán los contenidos en los espacios publicitarios a contratar.
- V. Procuraduría:** La Procuraduría de los Derechos Humanos del Estado de Guanajuato.

Capítulo II Planeación

Evaluación de contratos

ARTÍCULO 4. La Coordinación analizará los resultados de los contratos formalizados el año inmediato anterior, emitiendo una evaluación respecto del cumplimiento de los prestadores de servicios contratados, los precios contratados, así como los precios al público, vigentes.

Investigación de mercado

ARTÍCULO 5. Previo al inicio del procedimiento de contratación, la Coordinación deberá realizar una investigación de mercado de la cual se desprendan las condiciones que imperan en el mismo, respecto del servicio objeto de la contratación, a efecto de buscar las mejores condiciones para la Procuraduría.

La investigación de mercado deberá proporcionar en su caso la siguiente información:



- I. La verificación de la existencia de prestadores de servicios de comunicación y publicidad con las características requeridas conforme al Plan Anual de Medios.
- II. El precio de referencia basado en la información que se obtenga de organismos públicos o privados, prestadores del servicio, o una combinación de dichas fuentes.

Integración del Plan Anual de Medios

ARTÍCULO 6. La Coordinación integrará la propuesta del Plan Anual de Medios, para lo cual considerará los objetivos y metas de la Procuraduría, la asignación presupuestal existente, la evaluación a que se refiere el artículo 4 y la investigación de mercado señalada en el artículo anterior.

Una vez integrada la propuesta del Plan Anual de Medios, lo presentará a más tardar el 28 veintiocho de febrero de cada año, ante el Procurador para su análisis, adecuación y aprobación.

Los servicios de comunicación y publicidad contenidos en el Plan Anual de Medios podrán ser adicionados, modificados, suspendidos o cancelados, por el Procurador en cualquier momento.

Capítulo III Procedimiento de contratación

Procedencia del procedimiento de adjudicación directa

ARTÍCULO 7. Si como resultado de la investigación de mercado se identifican dos o más prestadores de servicios con las características requeridas conforme al Plan Anual de Medios, la Coordinación procurará invitar a cotizar los servicios requeridos, a tres proveedores si los hubiere.

ARTÍCULO 8. Si como resultado de la investigación de mercado se identifica un solo proveedor potencial, se requerirá presentar el comparativo de los precios actuales cotizados por dicho proveedor y los ofrecidos en la última contratación registrada en el histórico de la Procuraduría. Cuando no existan referencias de compras anteriores la Coordinación solicitará al proveedor potencial la entrega de alguno de los siguientes documentos:

- I. Carta de mejor precio;
- II. Cotizaciones similares si las tuviera, o
- III. Información relativa de precios al público.



Integración de propuesta

ARTÍCULO 9. Una vez recabadas la o las cotizaciones según corresponda, la Coordinación integrará la propuesta de contrataciones a realizar.

Presentación de propuestas y adjudicación de contrato

ARTÍCULO 10. La Coordinación presentará ante el Procurador, la propuesta de contrataciones para su análisis. El Procurador emitirá el fallo que corresponda.

Formalización de contrato

ARTÍCULO 11. Una vez adjudicado el contrato, la Procuraduría a través de la Coordinación notificará el fallo al prestador de servicios adjudicado y suscribirá el contrato correspondiente en un plazo no mayor de cinco días hábiles a la fecha en que se notifique el fallo o determinación de adjudicación correspondiente.

Dado en León, Guanajuato, a los 19 diecinueve días del mes de febrero del 2021 dos mil veintiuno, por el Procurador de los Derechos Humanos del Estado de Guanajuato.

Procurador de los Derechos Humanos del Estado de Guanajuato

Maestro Vicente de Jesús Esqueda Méndez