



El Pleno del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato, en ejercicio de las facultades establecidas por los artículos 31 de la Constitución Política para el Estado de Guanajuato; 150, 163, fracción VIII, 164, fracción XX y 165, fracciones X, XI, XII y XVII de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Guanajuato; 6, 9 y 10, fracciones IV, V, VI, X, XIV y XX del Reglamento Interior del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato, emite los siguientes:

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

Artículo 1. Los presentes lineamientos tienen por objeto regular los criterios para la contratación de publicidad institucional del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato en medios de comunicación, 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 personal del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato y personas físicas o morales que representen a medios de comunicación, agencias de publicidad o marketing con las que se contrate la proveeduría del servicio.

La ejecución de lo establecido en estos lineamientos es responsabilidad de la Unidad de Comunicación Social y la Dirección General de Administración, en el ámbito de sus atribuciones, con autorización del Pleno, quien determinara todo lo no previsto.

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

- I. **Dirección:** la Dirección General de Administración del Tribunal;
- II. **Género periodístico informativo:** su propósito es dar a conocer los hechos de interés colectivo mediante noticia, nota informativa, entrevista, reportaje, etc.;
- III. **Géneros periodísticos:** formas de expresión ejercidas en el periodismo, se distinguen entre sí por su carácter informativo, interpretativo o híbrido en sus contenidos;
- IV. **Media kit:** documento que funciona como una tarjeta de presentación detallada



- de la marca o empresa. Resume su identidad, público, servicios, tarifas, paquetes, etcétera;
- V. **Medios:** medios de comunicación, entendidos como periódicos, revistas, semanarios y todo aquel suplemento impreso; radio y televisión; portales web; así como agencias de publicidad o marketing que ofrezcan el servicio de publicidad;
 - VI. **Pago:** es el momento contable que refleja la cancelación total o parcial de las obligaciones de pago, que se concreta mediante vía transferencia bancaria a las personas físicas o morales por la prestación de sus servicios en materia de publicidad institucional, producción de materiales audiovisuales y de pauta en redes sociales, así como aquella de apoyo a la difusión de las actividades y fines propios del Tribunal;
 - VII. **PAP:** Programa Anual de Publicidad Institucional;
 - VIII. **Parámetros:** Parámetros estadísticos de impacto publicitario y de cobertura regional;
 - IX. **Pleno:** el Pleno del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato;
 - X. **Publicidad exterior:** aquella que se muestra en espacios públicos y al aire libre para captar la atención de transeúntes y personas conductoras, usando soportes como vallas, marquesinas, espectaculares, etcétera;
 - XI. **Publicidad institucional:** la que se contrate con los medios de comunicación impresos o digitales de cobertura local o nacional, para la transmisión de mensajes, servicios y el quehacer del Tribunal, incluye su publicación y difusión masiva a través de prensa e internet;
 - XII. **Redes sociales:** plataformas digitales en internet que permiten a personas, marcas e instituciones crear comunidades, interactuar y compartir contenido (fotos, videos, textos) en tiempo real;
 - XIII. **Tribunal:** Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato; y,
 - XIV. **UCS:** Unidad de Comunicación Social.



Artículo 4. El Pleno vigilará la correcta aplicación de estos lineamientos, en el ámbito de sus facultades y atribuciones, así como de aprobar al inicio de cada ejercicio fiscal, los montos y forma de contratación de los servicios, de conformidad con el presupuesto autorizado, salvo los casos de excepción aprobados.

Unidad de Comunicación Social

Artículo 5. La UCS, en el primer día hábil del mes de enero del ejercicio fiscal que corresponda, remitirá por correo electrónico a los medios que se encuentren inscritos en el padrón de proveedores del Tribunal la invitación y formatos o formularios a fin de recabar la información necesaria respecto del último semestre del año anterior para el proceso de contratación; la cual puede ser consultada en la dirección electrónica: https://teegto.org.mx/documentos/2026/normativa/Formatos_medios.pdf para que éstos la remitan dentro del plazo de cinco días hábiles posteriores a la recepción de la comunicación. En caso de que el medio tenga cobertura nacional, deberá remitir su información únicamente en lo que corresponde al estado de Guanajuato.

Adicionalmente, cualquier medio no inscrito en el referido padrón podrá participar, inscribiéndose en el mismo y remitiendo al correo electrónico comunicacionsocial@teegto.org.mx la información y formatos o formularios debidamente requisitados, dentro de los primeros seis días hábiles del ejercicio fiscal que corresponda.

En caso de que la información y/o documentación remitida a la UCS presente inconsistencias, ésta les requerirá por correo electrónico para que dentro del plazo de tres días hábiles posteriores la subsanen o complementen.

La información recabada servirá de base a la UCS para la elaboración de la propuesta de Parámetros y PAP que será presentada al Pleno, sin que el envío o llenado de los formatos o formularios implique un compromiso de contratación por parte del Tribunal, quien se reserva la facultad de hacerlo para aquellos casos que resulten de interés publicitario.

Artículo 6. Adicionalmente, los medios que presenten propuestas de servicios de publicidad digital deberán estar inscritos en Google Analytics o una plataforma similar que permita la entrega de estadísticas y evidencias de impacto, tales como número de



usuarios únicos, seguidores y métricas en redes sociales, tipo de público que les sigue y tipo de información que manejan.

En el caso de medios de comunicación que deseen proveer servicios de publicidad impresa, deberán entregar estadísticas de tiraje y zonas de distribución en el estado, mismas que servirán como referencia para la elaboración de los parámetros.

Lo anterior tiene como finalidad evitar una sobreexposición en determinadas zonas y lograr mayor difusión entre la población.

Tanto los medios digitales como los impresos deberán entregar sus estadísticas correspondientes al estado de Guanajuato y al último semestre del año inmediato anterior, mediakit, así como especificar los géneros periodísticos que manejan y cuáles predominan en su contenido.

Artículo 7. La información referida en el numeral anterior deberá solicitarse una vez al año por la UCS, con la finalidad de mantener servicios de publicidad que cumplan con su objetivo.

Artículo 8. Con la información referida en el artículo 5, la UCS elaborará un documento denominado Parámetros con corte al último semestre del año anterior. Para su elaboración, deberán considerarse los siguientes datos correspondientes al estado de Guanajuato:

a) Medios digitales

- Usuarios únicos de su página web;
- Métricas en sus redes sociales;
- Audiencia;
- Género periodístico que manejan;
- Géneros periodísticos predominantes en su contenido; y
- Tipo de información que manejan.

b) Medios impresos



- Tirajes.

c) Publicidad exterior

- Tipo de servicio.

En todos los casos se analizará su zona geográfica de principal cobertura y si el medio es de interés publicitario para el Tribunal.

Este documento deberá entregarse al Pleno en la primera semana de febrero del ejercicio que corresponda.

Artículo 9. Aprobados los Parámetros por el Pleno, la UCS elaborará el PAP en el que se especifiquen los medios y servicios a contratar, considerando:

- a) La distribución del presupuesto conforme al porcentaje de población de cada zona del Estado;
- b) La cifra mínima de referencia, determinada a partir del promedio de los medios que tuvieron las métricas más bajas por región de los contratados en los últimos tres años. Dicha estadística será desarrollada por la UCS;
- c) Las propuestas más sólidas, mejor calificadas, argumentadas, con datos relevantes y contrastables;
- d) Aquellas cuyo género periodístico sea el informativo predominantemente, por ser el idóneo para la difusión de las actividades del Tribunal;
- e) Para el caso de los medios digitales, la relación entre sus usuarios únicos a sus portales, estadísticas en redes sociales y el precio de sus servicios;
- f) Aquellos medios que sean de interés publicitario para el Tribunal; y
- g) Aquellos medios que estén inscritos en el padrón de proveedores del Tribunal.

El PAP deberá especificar además de lo ya señalado, el costo de los servicios por medio, el monto propuesto que deberá destinarse a cada uno de ellos y la utilidad que tendrán.



El documento deberá someterse a consideración del Pleno para su análisis y en su caso, aprobación, diez días hábiles posteriores a partir de la aprobación de los Parámetros.

Artículo 10. Realizados los trámites de contratación de los medios de comunicación por parte de la Dirección, la UCS se encargará de supervisar el cumplimiento de sus servicios, debiendo recabar los entregables respectivos.

Dirección General de Administración

Artículo 11. La Dirección será la responsable de ejercer las partidas presupuestales debidamente autorizadas y dar trámite al proceso de contratación y solicitar la facturación de quien provea los servicios descritos en el PAP aprobado por el Pleno.

Artículo 12. Los medios de comunicación y proveedurías que se contraten para la prestación de los servicios deberán estar legalmente constituidas, tener solvencia económica que respalde sus servicios y estar inscritas previamente en el padrón de proveedores del Tribunal, así como cumplir con todos los requisitos previstos en la normativa aplicable.

Artículo 13. En todos los casos deberá celebrarse un contrato en el que se especifique el servicio contratado, el costo, la forma en que los espacios habrán de utilizarse, el monto total a contratar, la vigencia, los entregables y las cláusulas de rescisión y penalización.

Características del contenido de la publicidad

Artículo 14. La información que debe divulgarse a través de la publicidad institucional a contratar es toda aquella relacionada con la actividad del Tribunal, derivada de eventos, noticias, resoluciones, sesiones y cuestiones académicas en la materia en que intervenga este organismo, así como la promoción de sus servicios y los medios para tener acceso a éstos.

En ningún caso podrán publicitarse actividades personales de ninguna persona integrante del Tribunal.



Artículo 15. La información que se hará pública para este fin no deberá contener datos personales o sensibles en cumplimiento a la normativa aplicable.

Transitorios

Único. Los presentes lineamientos entrarán en vigor a partir de su publicación en la página web del Tribunal.

Dado en la sede del Tribunal Estatal Electoral de Guanajuato, en la ciudad de Guanajuato, Gto., a los 7 días de enero de 2026.


YARI ZAPATA LÓPEZ
MAGISTRADA PRESIDENTA


PABLO ROBERTO SHARPE CALZADA
MAGISTRADO


JUAN ANTONIO MACÍAS PÉREZ
MAGISTRADO


ALEJANDRO JAWIER MARTÍNEZ MEJÍA
SECRETARIO GENERAL