

Oficio: U.A.I.P. 0723/2021
Asunto: Se remite respuesta
Guanajuato, Gto; a 24 de febrero de 2021

**C. Sebastián J
Presente**

En atención a su solicitud de información ingresada en esta Unidad de Transparencia, bajo el número de folio **00402321**, el día **17 de febrero del año 2021**, misma que a la letra dice:

- "1 - ¿Cuánto recurso económico ha sido invertido por el municipio por el concepto de pautas publicitarias (pagar publicidad) en redes sociales? Favor de especificar cuánto se pagó en 2020 por publicidad, dividido de manera mensual y en qué red social, así como cuáles fueron los resultados o beneficios de dicha pauta publicitaria (cuántos seguidores se ganaron, cuánto impacto se generó, etcétera). 2 - ¿Cuál fue el recurso económico invertido por el municipio en pautas publicitarias de redes sociales durante los años de 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019? ¿Y cuáles fueron los resultados marcados por dichas pautas publicitarias? 3 - Favor de especificar qué cuentas municipales (Dependencias, secretarías, etcétera) recibieron un aporte económico con el fin de publicitarse en redes sociales, así como qué monto económico recibieron y erogaron por este concepto. 4 - ¿Cuántas redes sociales de facebook, twitter e instagram, están vinculadas al manejo administrativo del municipio a través de sus diferentes dependencias o secretarías (por ejemplo, el DIF, COMUDE, Policía, Movilidad, Desarrollo Social, etcétera) y cuántos seguidores tiene cada una de estas cuentas en cada una de las redes sociales antes mencionadas?". (sic).

Se remite copia simple de los siguientes: **Oficio TMG/22022021-0184** suscrito por la **C.P. Juan Antonio Valdés Fonseca, Tesorero Municipal**; **Oficio SMDIF/DG/0135/2021** suscrito por la **Lic. Patricia Elain Sánchez Stevenson, Directora General del Sistema Municipal DIF**; **Oficio DUCS-M/044/2021** suscrito por el **Mtro. David Cristian Cantero López, Director General de la Unidad de Comunicación Social**; así como **Oficio, IMPLAN-O/052/2021**, suscrito por el **Arq. Ramon González Flores, Director General del Instituto Municipal de Planeación**, mismos que le brindan respuesta a su solicitud.

De conformidad con lo dispuesto por los artículos 6, apartado A, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 14, apartado B, de la Constitución Política para el Estado de Guanajuato; 1, 24, fracción V, 25, 47, 48, fracciones III, VI y XIV, y 99 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública para el Estado de Guanajuato.

Quedo a sus órdenes para cualquier duda o aclaración en el correo electrónico de esta Unidad de Acceso: uaip@guanajuatocapital.gob.mx, o en el teléfono 73 2 1488.



00MJ

Atentamente
Lic. Víctor Cristóbal Enrique Colunga Jasso
Titular de la Unidad de Transparencia y Acceso
a la información pública del Municipio de Guanajuato





Guanajuato
Somos Capital

“Bicentenario de la Consumación
de la Independencia Nacional 1821-2021”

TESORERIA MUNICIPAL
COORDINACION GENERAL DE FINANZAS

Oficio: TMG/22022021-0184

Asunto: Sobre solicitud UAIP 0609/2021

Guanajuato, Gto., 22 de Febrero de 2021

Ayuntamiento 2018 - 2021

Lic. Víctor Cristóbal Enrique Colunga Jasso
Titular de la Unidad de Acceso a la Información
Pública del Municipio de Guanajuato.
Presente

En seguimiento al oficio número **UAIP. 0609/2021** correspondiente a la solicitud presentada por el **C. Sebastián J** con número de folio **00402321**, en fecha **17 de febrero del año 2021**, en la que requiere lo siguiente:

- “1- ¿Cuánto recurso económico ha sido invertido por el municipio por el concepto de pautas publicitarias (pagar publicidad) en redes sociales? Favor de especificar cuánto se pagó en 2020 por publicidad, dividido de manera mensual y en qué red social, así como cuáles fueron los resultados o beneficios de dicha pauta publicitaria (cuántos seguidores se ganaron, cuánto impacto se generó, etcétera). 2- ¿Cuál fue el recurso económico invertido por el municipio en pautas publicitarias de redes sociales durante los años de 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019? ¿Y cuáles fueron los resultados marcados por dichas pautas publicitarias? 3- Favor de especificar qué cuentas municipales (Dependencias, secretarías, etcétera) recibieron un aporte económico con el fin de publicitarse en redes sociales, así como qué monto económico recibieron y erogaron por este concepto. 4- ¿Cuántas redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram, están vinculadas al manejo administrativo del municipio a través de sus diferentes dependencias o secretarías (por ejemplo, el DIF, COMUDE, Policía, Movilidad, Desarrollo Social, etcétera) y cuántos seguidores tiene cada una de estas cuentas en cada una de las redes sociales antes mencionadas?”.(sic).

Atendiendo a su solicitud y teniendo como fuente de información los Registros del Sistema Integral de Hacienda Pública (SIHP), al respecto le informo que no se tiene registro de pagos efectuados por concepto de pautas publicitarias en redes sociales, correspondiente a los años de 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 y 2020.

Respecto al punto 4, la información es competencia de la Unidad de Comunicación Social.

Sin otro en particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

Atentamente
“Guanajuato, Somos Capital”

C.P. Juan Antonio Valdés Fonseca
Tesorero Municipal
PRESIDENCIA MUNICIPAL





"Ejecutoria de la Constitución de la Independencia Nacional 1821-2021"

Oficio: SMDIF/DG/0135/2021

Asunto: Se atiende solicitud U.A.I.P. 0611/2021
Guanajuato, Gto., 22 de febrero de 2021

Lic. Víctor Cristóbal Enrique Colunga Jasso
Titular de la Unidad de Transparencia y Acceso a la
Información Pública del Municipio de Guanajuato.
Presente.

En atención al oficio U.A.I.P. 0611/2021, relativo a la solicitud de información presentada a través de la Plataforma Nacional de Transparencia, con número de folio 00402321, por parte del C. Sebastián J.; mediante el cual solicita lo siguiente:

"1 - ¿Cuánto recurso económico ha sido invertido por el municipio por el concepto de pautas publicitarias (pagar publicidad) en redes sociales? Favor de especificar cuánto se pagó en 2020 por publicidad, dividido de manera mensual y en qué red social, así como cuáles fueron los resultados o beneficios de dicha pauta publicitaria (cuántos seguidores se ganaron, cuánto impacto se generó, etcétera). 2 - ¿Cuál fue el recurso económico invertido por el municipio en pautas publicitarias de redes sociales durante los años de 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019? ¿Y cuáles fueron los resultados marcados por dichas pautas publicitarias? 3 - Favor de especificar qué cuentas municipales (Dependencias, secretarías, etcétera) recibieron un aporte económico con el fin de publicitarse en redes sociales, así como qué monto económico recibieron y erogaron por este concepto. 4 - ¿Cuántas redes sociales de facebook, twitter e instagram, están vinculadas al manejo administrativo del municipio a través de sus diferentes dependencias o secretarías (por ejemplo, el DIF, COMUDE, Policía, Movilidad, Desarrollo Social, etcétera) y cuántos seguidores tiene cada una de estas cuentas en cada una de las redes sociales antes mencionadas?". (sic).

Por cuanto a los puntos identificados como 1,2 y 3, este Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Guanajuato, no invirtió o recibió recurso por concepto de pautas publicitarias en los periodos solicitados. Por cuanto al punto 4, en la tabla siguiente se presentan los datos relacionados con el manejo administrativo del SMDIF.

| Red Social | Usuario | Número de seguidores* |
|------------|--------------------------|-----------------------|
| Facebook | DIF Municipal Guanajuato | 8924 |
| Instagram | DIF Municipal Guanajuato | 607 |
| Twitter | @DIFGtoCapital | 40 |

*Esta información es con corte al 19 de febrero de 2021.

Sin otro en particular, le envío un cordial saludo.

ATENTAMENTE
Somos Capital
Capital que trasciende

Lic. Patricia Elaine Sánchez Stevenson
Directora General del Sistema Municipal DIF

RECIBIDO
22 FEB. 2021 4:38 pm
UNIDAD DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A
LA INFORMACIÓN PÚBLICA DEL
MUNICIPIO DE GUANAJUATO



Lic. Víctor Cristóbal Enrique Colunga Jasso.
Titular de la Unidad de Transparencia y Acceso a la información del
municipio de Guanajuato.
Presente.

*"Año conmemorativo del bicentenario de la consumación
de la independencia nacional 1821-2021"*

NO. DE OFICIO DUCS-M/044/2021
Guanajuato, Guanajuato
22 de febrero de 2021

En relación a su oficio U.A.I.P 0610/2020, en la cual se nos solicita atender la solicitud presentada a la unidad de Transparencia, con numero de folio 00402321, le informo:

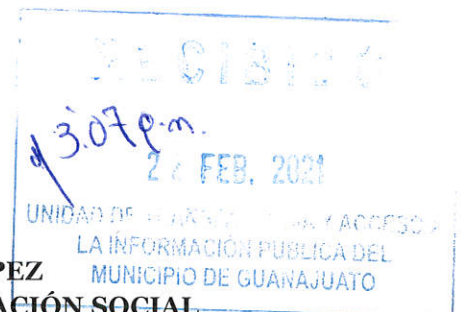
Hago de su conocimiento que, dentro de los archivos y expedientes de la Unidad de Comunicación Social, no se ha celebrado ningún tipo de contrato o convenio con el concepto que solicita el C. Sebastián J durante el año 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019.

Por otro lado, hago de su conocimiento que la red social Facebook del Gobierno Municipal Guanajuato cuenta con 42,642 seguidores, Instagram 2,014 y twitter 5,228.

Sin otro en particular me despido de usted, enviando un cordial saludo.

ATENTAMENTE

MTRO. DAVID CRISTIAN CANTERO LOPEZ
DIRETOR GENERAL DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL



"Bicentenario de la Consumación de la Independencia Nacional 1821- 2021"

Oficio: IMPLAN-O/052/2021.

Asunto: Se atiende solicitud del C. Sebastián J
Folio 00402321

Guanajuato, Gto. 22 de febrero del 2021

Lic. Víctor Cristóbal Enrique Colunga Jasso
Titular de la Unidad de Transparencia y Acceso a la
Información Pública del Municipio de Guanajuato
Presente

En atención a su similar **U.A.I.P. 0613/2021**, de fecha 18 de febrero del presente y recibido en este Instituto el mismo día, en el cual remite la solicitud presentada a la Unidad de Transparencia a su cargo con número de folio **00402321** signada por el **C. Sebastián J** en la que requiere: "... 1.- ¿Cuánto recurso económico ha sido invertido por el municipio por el concepto de pautas publicitarias (pagar publicidad) en redes sociales? Favor de especificar cuánto se pagó en 2020 por publicidad, dividido de manera mensual y en qué red social, así como cuáles fueron los resultados o beneficios de dicha pauta publicitaria (cuántos seguidores se ganaron, cuánto impacto generó, etcétera) 2.- ¿Cuál fue el recurso económico invertido por el municipio en pautas publicitarias de redes sociales durante los años de 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019? ¿Y cuáles fueron los resultados marcados por dichas pautas publicitarias? 3.- Favor de especificar qué cuentas municipales (Dependencia, secretarías, etcétera) recibieron un aporte económico con el fin de publicitarse en redes sociales así como qué monto económico recibieron y erogaron por este concepto. 4.- ¿Cuántas redes sociales de Facebook, twitter e Instagram, están vinculadas al manejo administrativo del municipio a través de sus diferentes dependencias o secretarías (por ejemplo, el DIF, COMUDE, Policía, Movilidad, Desarrollo Social, etcétera) y cuántos seguidores tiene cada una de estas cuentas en cada una de las redes sociales antes mencionadas?..." (sic).

En respuesta a lo anterior, le comunico que:

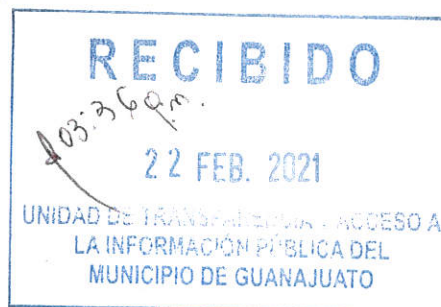
- En relación a la pregunta 1 y 2, este Instituto no generó gastos por concepto de pautas publicitarias en redes sociales durante el periodo señalado.
- Respecto a la pregunta 3, el IMPLAN no recibió aporte económico para publicidad en redes sociales.
- Y con relación a la pregunta 4, este Instituto administra una página en Facebook denominada **Implan Guanajuato**, vinculada al perfil **Planeación Guanajuato Capital**; las cuales cuentan con 637 seguidores y 577 amigos respectivamente.

Sin otro particular, quedo a sus órdenes para cualquier aclaración y le envío saludos cordiales.

Atentamente



Ramón González Flores
Director General



C.c.p. Archivo
Minutario
RGF/ecgc



Lic. Víctor Cristóbal Enrique Colunga Jasso
Titular de la Unidad de Transparencia y Acceso
a la Información Pública del Municipio de Guanajuato.
Presente.

En atención a su oficio N° U.A.I.P 0612/2021, mediante el cual solicita información para dar respuesta a la petición 00402321, presentada a la Unidad a su cargo, por parte del C. Sebastián J., en la que por parte de esta paramunicipal se requiere lo siguiente:

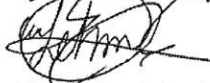
- "1- ¿Cuánto recurso económico ha sido invertido por el municipio por el concepto de pautas publicitarias (pagar publicidad) en redes sociales? Favor de especificar cuánto se pagó en 2020 por publicidad, dividido de manera mensual y en que red social, así como cuáles fueron los resultados o beneficios de dicha pauta publicitaria (cuántos seguidores se ganaron, cuánto impacto se generó, etcétera). 2. ¿Cuál fue el recurso económico invertido por el municipio en pautas publicitarias de redes sociales durante los años de 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019? ¿Y cuáles fueron los resultados marcados por dichas pautas publicitarias? 3. Favor de especificar que cuentas municipales (Dependencias, secretarías, etcétera) recibieron un aporte económico con el fin de publicitarse en redes sociales, así como que monto económico recibieron y erogaron por este concepto. 4. ¿Cuántas redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram, están vinculadas al manejo administrativo del municipio a través de sus diferentes dependencias o secretarías (por ejemplo, el DIF, COMUDE, Policía, Movilidad, Desarrollo Social, etcétera) y cuántos seguidores tiene cada una de estas cuentas en cada una de las redes sociales antes mencionadas?" (sic).

Con base en lo anterior me permito extender los siguientes comentarios:

1. La Comisión Municipal del Deporte y Atención a la Juventud, a la fecha, no ha realizado inversión por concepto de pautas publicitarias en redes sociales.
2. La Comisión Municipal del Deporte y Atención a la Juventud, en los años 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019 no invirtió recursos económicos en pautas publicitarias en redes sociales.
3. La Comisión Municipal del Deporte y Atención a la Juventud no ha recibido aporte económico con el fin de publicitarse en redes sociales.
4. La Comisión Municipal del Deporte y Atención a la Juventud tiene las siguientes cuentas en redes sociales:
 - Facebook 3,568 seguidores
 - Instagram 35 seguidores

Sin otro particular por el momento y quedando a su disposición, me es grato enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE
"Guanajuato Somos Capital"



Profr. Efraín García Ledesma
Director General