

GACETA



OFICIAL

ÓRGANO DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE

DIRECTORA DE LA GACETA OFICIAL

JOYCE DÍAZ ORDAZ CASTRO

Gutiérrez Zamora s/n Esq. Diego Leño, Col. Centro

Tel. 22 88 17 81 54

Xalapa-Enríquez, Ver.

Tomo CCIII

Xalapa-Enríquez, Ver., lunes 15 de marzo de 2021

Núm. Ext. 104

SUMARIO

GOBIERNO DEL ESTADO

PODER EJECUTIVO

Oficina del Gobernador

LEY NÚMERO 841 DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL ESTADO DE VERACRUZ.

folio 0279

MONTOS PARA LICITACIÓN PÚBLICA, INVITACIÓN CUANDO MENOS A TRES PERSONAS O ADJUDICACIÓN DIRECTA DE TODA LA OBRA PÚBLICA QUE REALICE EL AYUNTAMIENTO.

folio 0276

H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL DE FORTÍN, VER.

ACUERDO EMITIDO POR EL COMITÉ DE LICITACIONES DE OBRAS PÚBLICAS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON ELLAS, SOBRE LOS MONTOS MÁXIMOS DE ADJUDICACIÓN DE TODA LA OBRA PÚBLICA QUE REALICE EL AYUNTAMIENTO DURANTE EL EJERCICIO 2021.

folio 0278

H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL DE SAN ANDRÉS TUXTLA, VER.

TABLA DE MONTOS PARA LA CONTRATACIÓN DE OBRAS PÚBLICAS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LA OBRA PÚBLICA (PEF 2021).

folio 0275

H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL DE ORIZABA, VER.

ACUERDO EMITIDO POR EL COMITÉ DE OBRAS PÚBLICAS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON ELLAS, SOBRE LOS

H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL DE VERACRUZ, VER.

REFORMA AL REGLAMENTO DE DESARROLLO URBANO, FRACCIONAMIENTO Y VIVIENDA PARA EL MUNICIPIO.

folio 0277

**NÚMERO EXTRAORDINARIO
TOMO I**

GOBIERNO DEL ESTADO

PODER EJECUTIVO

Oficina del Gobernador

Al margen un sello que dice: Veracruz.—Gobierno del Estado.—Oficina del Gobernador.

Xalapa – Enríquez, Febrero 19 de 2021
Oficio número 29/2021

Cuitláhuac García Jiménez, Gobernador del Estado Libre y Soberano de Veracruz de Ignacio de la Llave, a sus habitantes sabed:

Que la Sexagésima Quinta Legislatura del Honorable Congreso del Estado se ha servido dirigirme la siguiente Ley para su promulgación y publicación:

Al margen un sello que dice: Estados Unidos Mexicanos.—Poder Legislativo.—Estado Libre y Soberano de Veracruz de Ignacio de la Llave.

LA SEXAGÉSIMA QUINTA LEGISLATURA DEL HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE, EN USO DE LA FACULTAD QUE LE CONFIEREN LOS ARTÍCULOS 33 FRACCIÓN I Y 38 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA LOCAL; 18 FRACCIÓN I Y 47 SEGUNDO PÁRRAFO DE LA LEY ORGÁNICA DEL PODER LEGISLATIVO; 75 Y 76 DEL REGLAMENTO PARA EL GOBIERNO INTERIOR DEL PODER LEGISLATIVO; Y EN NOMBRE DEL PUEBLO, EXPIDE LA SIGUIENTE:

LEY NÚMERO 841

DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL ESTADO DE VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE

Título I Disposiciones Generales

Capítulo Único

Artículo 1. La presente Ley es de orden público e interés social, de observancia general en el Estado de Veracruz Ignacio de la Llave y reglamentaria del párrafo segundo del artículo 79 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, relativo a la propaganda bajo cualquier modalidad de comunicación social.

Artículo 2. Esta Ley tiene por objeto establecer las normas a las que deberán sujetarse los entes públicos a fin de garantizar que el gasto en comunicación social cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez, a la vez que respete los topes

presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que establezcan los presupuestos de egresos respectivos.

Artículo 3. Son sujetos obligados al cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley los poderes públicos, los órganos establecidos en el artículo 67 de la Constitución Política del Estado y cualquier otro ente público de orden estatal o municipal.

Artículo 4. Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:

I. **Campañas de comunicación social:** Aquellas que difunden el quehacer gubernamental, acciones o logros de Gobierno o estimulan acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público;

II. **Comisión de campaña:** Es la difusión de una campaña de comunicación social 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;

III. **Entes públicos:** En singular o plural, los poderes del Estado, los municipios, así como los órganos constitucionales autónomos y cualquier otra dependencia o entidad de carácter público;

IV. **Estado:** El Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave;

V. **Estrategia anual de comunicación social:** Instrumento de planeación que expresa los temas gubernamentales prioritarios a ser difundidos durante el ejercicio fiscal por los entes públicos;

VI. **Informe anual de labores o de gestión:** Aquel a que se refieren los artículos 32, 49 fracción XXI y 67 párrafo segundo de la Constitución Política del Estado; 19 fracción V de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado, y 33 de la Ley Orgánica del Municipio Libre;

VII. **Ley de Transparencia:** La Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública para el Estado;

VIII. **Medios de comunicación:** Son los que pueden ser captados simultáneamente por gran cantidad de individuos. Se entenderán como tales a los medios electrónicos, impresos, complementarios, digitales y públicos;

IX. **Padrón:** El Padrón Nacional de Medios de Comunicación;

X. **Padrón Estatal:** El Padrón Estatal de Medios de Comunicación;

XI. **Programa anual de comunicación social:** Conjunto de campañas de comunicación social, derivadas de la estrategia anual de comunicación social, encaminadas al cumplimiento de las acciones establecidas por el ente público que coadyuvarán al logro de sus atribuciones, y que se costean con cargo a sus recursos presupuestarios;

XII. **Recursos presupuestarios:** Presupuesto autorizado para gasto en materia de comunicación social para el ente público de conformidad con lo previsto en el presupuesto de egresos para el ejercicio fiscal o presupuesto correspondiente;

XIII. **Sistema público:** En singular o plural, se refiere al sistema que es administrado por la Contraloría General del Estado, así como los órganos internos de control de los municipios y demás entes públicos, mediante el cual se registra y se da seguimiento a las erogaciones que realizan las dependencias y entidades en materia de comunicación social;

XIV. **Sistema de información de normatividad de comunicación:** Sistema a cargo de la Unidad administradora mediante el cual se registran los programas anuales de comunicación social, a través de formatos preestablecidos y contraseñas de acceso; y

XV. **Unidad administradora:** La Coordinación General de Comunicación Social del Estado, así como las áreas o unidades administrativas con funciones o atribuciones equivalentes o similares que determinen el resto de los entes públicos, o encargadas de regular el gasto en comunicación social.

Artículo 5. En el ejercicio del gasto público en materia de comunicación social, los entes públicos deberán observar los siguientes principios rectores:

- I. Eficacia en el uso de los recursos públicos;
- II. Eficiencia de los recursos públicos destinados a la contratación o gasto de comunicación social;
- III. Economía y racionalidad presupuestaria, que comprende la administración prudente de los recursos destinados a la comunicación social;
- IV. Transparencia y máxima publicidad, garantizándose el acceso a toda información relacionada con la contratación y manejo de recursos públicos destinados a la comunicación social de los entes públicos, conforme a lo dispuesto en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la Ley de Transparencia y otras disposiciones aplicables;
- V. Honradez en el manejo de recursos públicos conforme a las leyes y otras disposiciones aplicables, sujetándose a criterios de calidad y cumpliendo los propósitos de la comunicación social;
- VI. Objetividad e imparcialidad, que implica que la comunicación social en los procesos electorales no debe estar dirigida a influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos, precandidatos y candidatos;
- VII. Institucionalidad en los fines informativos, educativos o de orientación social;
- VIII. Necesidad de comunicar los asuntos públicos a la sociedad para su información o atención;
- IX. Congruencia entre el contenido del mensaje, el objetivo de comunicación y la población objetivo; y
- X. Veracidad de la información que se difunde.

Adicionalmente, el ejercicio del gasto público en materia de comunicación social deberá atender al respeto a la libertad de expresión y al fomento del acceso ciudadano a la información y contribuir a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, así como respetar la diversidad social y cultural del Estado.

La unidad administradora deberá incluir en los lineamientos que emita los criterios de selección del medio de comunicación correspondiente, a fin de garantizar el cumplimiento de los principios previstos en el presente artículo.

Artículo 6. Serán aplicables de manera supletoria, en lo conducente, las disposiciones contenidas en el Código de Procedimientos Administrativos, el Código Electoral, la Ley de Responsabilidades Administrativas, la Ley de Fiscalización Superior y Rendición de Cuentas y la Ley de Acceso a la Información Pública, todos estos ordenamientos para el Estado.

Los medios de comunicación tienen garantizado el ejercicio del desarrollo a la libertad de expresión en la contratación y difusión de propaganda gubernamental, en términos de lo dispuesto por los artículos 6º y 7º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Artículo 7. Se exceptúan de la aplicación de esta Ley los casos de aquellas disposiciones, resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás información sobre las actuaciones gubernamentales que deban publicarse o difundirse por mandato legal.

Título II De la Comunicación Social de los Entes Públicos

Capítulo I De las Reglas de la Comunicación Social

Artículo 8. Las campañas de comunicación social deberán:

- I. Promover la difusión y conocimiento de valores, principios y derechos constitucionales;
- II. Impulsar turismo, educación, salud y protección civil, entre otros;
- III. Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones, de aspectos relevantes del funcionamiento de los sujetos obligados y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos;
- IV. Cumplir con las obligaciones que en materia electoral establezca la legislación aplicable;
- V. 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;
- VI. Difundir las lenguas originarias y el patrimonio histórico del Estado;
- VII. Comunicar programas y actuaciones públicas; y
- VIII. Otros establecidos en las leyes.

Artículo 9. Las campañas de comunicación social evitarán, además de lo previsto en el artículo 16 de esta Ley, difundir contenidos que:

- I. Tengan por finalidad destacar, de manera personalizada, nombres, imágenes, voces o símbolos de cualquier servidor público, con excepción de lo previsto en el artículo 13 de esta Ley;
- II. Incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a valores, principios y derechos constitucionales;
- III. Inciten a la violencia o a comportamientos contrarios al orden jurídico; y
- IV. Induzcan a la confusión mediante símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes utilizados por cualquier organización política o social.

Artículo 10. La comunicación social que difundan los entes públicos no podrá incluir mensajes que impliquen ataques a la moral, vida privada o derechos de terceros, provoquen algún delito o perturben el orden público.

Artículo 11. La comunicación social que difunda programas que otorguen subsidios o beneficios directos a la población deberá 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 dar cumplimiento a 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 18 de la Ley de Desarrollo Social y Humano para el Estado.

Los partidos políticos no podrán utilizar o referir estos programas en su propaganda o comunicación social.

Artículo 12. La propaganda electoral se sujetará a las disposiciones legales y normativas en materia electoral, por lo que su revisión y fiscalización no se sujeta a la presente Ley.

Artículo 13. El informe anual de labores o gestión de los servidores públicos, así como los mensajes que para darlos a conocer se difundan en canales de televisión y estaciones de radio, 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 siete días anteriores y cinco 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 de campaña electoral.

La unidad administradora podrá vincular las campañas de comunicación social de los entes públicos que consideren temas afines o líneas de acción compartidas en el marco de sus respectivas competencias, con precisión de los entes públicos que participen en la comisión de campaña.

Para lo anterior, la unidad administradora autorizará y dará seguimiento a dicha vinculación con base en las estrategias y programas anuales recibidos.

Capítulo II Del Gasto en Comunicación Social

Artículo 14. Para la difusión de campañas de comunicación social y de mensajes para atender situaciones de carácter contingente, los entes públicos deberán sujetarse a las disposiciones del presupuesto de egresos del Estado o a sus presupuestos de egresos respectivos, así como a su programa anual de comunicación social.

Los entes públicos no podrán convenir el pago de créditos fiscales, ni de cualquier otra obligación de pago a favor de la autoridad, a través de la prestación de servicios de publicidad, impresiones, inserciones y demás actividades en materia de comunicación social.

Los medios de difusión del sector público podrán convenir con los del sector privado la prestación recíproca de servicios de publicidad.

Artículo 15. La unidad administradora emitirá, de conformidad con lo establecido en el presupuesto de egresos respectivo y en las leyes competentes en la materia, 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 generen algún ingreso para el Estado.

Capítulo III De la Difusión de la Comunicación Social durante los Procesos Electorales

Artículo 16. Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales, y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión de toda campaña de comunicación social en los medios de comunicación.

Se exceptúan 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 autoricen los órganos electorales competentes, de manera específica durante los procesos electorales.

Capítulo IV De la Estrategia, Programa Anual y Campañas de Comunicación Social

Artículo 17. La unidad administradora será la encargada, en el ámbito de su competencia, de prestar asistencia técnica y evaluación de las estrategias, programas y campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la administración pública, así como a los demás entes públicos que se lo soliciten, a fin de que se lleven a cabo bajo los principios a los que se hace referencia en esta Ley.

Artículo 18. Los entes públicos deben elaborar una estrategia anual de comunicación social, para efecto de la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales.

La estrategia anual deberá contener, cuando sea aplicable:

- I. Misión y visión oficiales del ente público;
- II. Objetivos institucionales y objetivo de la estrategia anual de comunicación social;
- III. Metas estatales o estrategias transversales relacionadas con los objetivos señalados en la fracción anterior, establecidas en el Plan Veracruzano de Desarrollo;
- IV. Programas sectoriales o especiales correspondientes al ente público;
- V. Objetivo estratégico o transversal, según corresponda, alineado y vinculado al Plan Veracruzano de Desarrollo; y
- VI. Temas específicos derivados de los objetivos estratégicos o transversales que abordarán en las campañas del programa anual de comunicación social.

Artículo 19. Los Entes Públicos deberán elaborar un programa anual de comunicación social, que comprenderá el conjunto de campañas de comunicación social a difundirse en el ejercicio fiscal respectivo, mismas que estarán encaminadas al cumplimiento del objetivo institucional y de los principios rectores, y que podrán incluir:

- I. Mensajes sobre programas y actividades;
- II. Acciones o logros; y
- III. Mensajes tendientes a estimular acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público.

Artículo 20. Las dependencias y entidades de la administración pública deberán formular su estrategia y programa anual correspondiente y publicarlos en la primera quincena de enero de cada año en términos de la Ley de Transparencia, previa autorización de la unidad administradora.

Artículo 21. Los entes públicos elaborarán el programa anual considerando la prioridad temática y cronología de la difusión de las campañas a efecto de dar cumplimiento a la estrategia anual.

En la ejecución de sus programas anuales de comunicación social, los entes públicos deberán atender que:

- I. Las campañas de comunicación social tengan relación directa con las atribuciones y facultades de los sujetos obligados;
- II. Los recursos a utilizar sean proporcionales a los objetivos de la campaña;
- III. Las herramientas y medios utilizados para la difusión de la campaña sean seleccionados de manera efectiva a fin de que la hagan llegar al público al que vaya dirigida;
- IV. Haya objetivos claros y precisos para comunicar;
- V. Se establezcan metas de resultados y procedimientos de evaluación de las campañas; y
- VI. Tengan un carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social.

Artículo 22. Las dependencias y entidades remitirán sus propuestas de estrategias, programas anuales y respectivas campañas de comunicación social a la unidad administradora, observando los lineamientos que ésta emita.

Artículo 23. La unidad administradora tendrá el registro de las campañas que cada dependencia y entidad prevé realizar, las vigencias generales, los montos del techo presupuestal y la inversión que representarán en el marco de su programación.

Artículo 24. Una vez autorizada la estrategia y el programa anual conforme al artículo 20 y de acuerdo a las vigencias establecidas en el mismo, las dependencias y entidades deberán presentar, ante la unidad administradora, la solicitud de autorización por cada campaña registrada en el programa.

Salvo los mensajes extraordinarios previstos en el Capítulo V del Título II de esta Ley, la unidad administradora no autorizará solicitudes de campañas que hayan iniciado su difusión, por lo que las dependencias y entidades deben considerar los tiempos del procedimiento de autorización para llevar a cabo la planeación de sus campañas, mismos que se establecerán en los lineamientos respectivos.

Cada solicitud de campaña registrada deberá contener, por lo menos:

- I. Los medios de comunicación a utilizar;
- II. Los recursos a erogar; y

III. Los requisitos adicionales que establezcan las autoridades correspondientes de conformidad con las disposiciones que para tal efecto emitan en el marco de sus respectivas competencias.

Artículo 25. Los entes públicos preverán en su Reglamento Interior u ordenamiento equivalente el mecanismo para la elaboración, aprobación y registro de sus estrategias y programas anuales, de conformidad con lo establecido en el presente capítulo.

Capítulo V Del Mensaje Extraordinario

Artículo 26. Los entes públicos podrán difundir, a través de medios de comunicación, mensajes extraordinarios que comprendan información relevante para atender una situación de carácter emergente o coyuntural y que, por no ser previsible, no estén incluidos en el programa anual de comunicación social, justificando las razones de su emisión en términos de la normativa aplicable.

Una vez autorizado el mensaje extraordinario, deben integrar dicho mensaje en el programa anual.

Capítulo VI De la Vigilancia y Control de la Contratación de la Comunicación Social

Artículo 27. Las dependencias y entidades de la administración pública registrarán en términos de la Ley de Transparencia la información de las erogaciones referidas a gasto en comunicación social.

Cada informe deberá contener lo siguiente:

- I. Partida de gasto afectada;
- II. Fecha de la erogación;
- III. Descripción del servicio contratado;
- IV. Unidad de medida;
- V. Cantidad (número de unidades de medida contratadas);
- VI. Costo, tarifa o cuota unitaria contratada;
- VII. Monto total erogado (incluido el Impuesto al Valor Agregado); y
- VIII. Nombre de la persona física o moral contratada y su Registro Federal de Contribuyentes.

La responsabilidad del cumplimiento en lo referente al contenido de las campañas y a su debida autorización recaerá en cada ente público.

Artículo 28. La Contraloría General del Estado establecerá un sistema público de gastos de comunicación social que deberá registrar la información prevista en el artículo anterior para las dependencias y entidades de la administración pública.

Capítulo VII Del Padrón Estatal de Medios de Comunicación

Artículo 29. Los medios de comunicación que pretendan participar en la contratación de comunicación social a que se refiere la presente Ley deberán inscribirse en el padrón estatal.

La información contenida en el padrón estatal de medios de comunicación será pública y accesible a distancia.

Artículo 30. El empadronamiento de los medios de comunicación en ningún caso, por ese solo hecho, implicará la obligación de contratación por parte de los entes públicos.

Artículo 31. La Coordinación General de Comunicación Social del Estado se encargará de integrar el padrón estatal de medios de comunicación, para lo que emitirá los lineamientos a que deberán sujetarse los medios que pretendan inscribirse en éste.

Título III De la Revisión, Fiscalización, Transparencia y Rendición de Cuentas de los Recursos Públicos en materia de Comunicación Social

Capítulo I Del Órgano de Fiscalización Superior del Estado

Artículo 32. La revisión y fiscalización de los recursos públicos en materia de comunicación social se realizará a través del Órgano de Fiscalización Superior del Estado.

Capítulo II De los Informes

Artículo 33. Los entes públicos deberán poner a disposición del público y mantener actualizada, en los respectivos sitios de Internet, de acuerdo con sus facultades, atribuciones, funciones u objeto social, según corresponda, la información sobre los montos destinados a gastos relativos a campañas de comunicación social desglosada por tipo de medio, proveedores, número de contrato y concepto o campaña, de conformidad con la legislación aplicable.

Artículo 34. Los entes públicos incorporarán un informe semestral sobre el gasto en publicidad oficial en sus sitios de Internet, que por lo menos contenga:

- I. Recursos presupuestarios para campañas de comunicación social;
- II. Proveedores;
- III. Contratación concertada hasta el momento, con número de contrato; y
- IV. Pago realizado a los medios de comunicación.

Artículo 35. La unidad administradora proporcionará al Ejecutivo del Estado, para su incorporación al informe sobre el estado que guarda la administración pública, la información sobre la ejecución de los programas y actividades gubernamentales.

Dicha información deberá contener, al menos, lo siguiente:

- I. Monto total erogado por dependencia y entidad;
- II. Empresas prestadoras de los servicios; y
- III. Propaganda contratada.

Título IV De las Infracciones y Sanciones

Capítulo Único

Artículo 36. Constituyen infracciones a la presente Ley por parte de los entes y servidores públicos, según sea el caso:

- I. Difundir campañas de comunicación social violatorias de los principios establecidos en el artículo 5 de la presente Ley;
- II. Exceder los límites y condiciones establecidas para los informes anuales de labores de los servidores públicos; y
- III. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en esta Ley.

Artículo 37. Cuando autoridades estatales o municipales cometan alguna infracción prevista en esta Ley, se dará vista al superior jerárquico y, en su caso, a la autoridad competente.

T R A N S I T O R I O S

PRIMERO. La presente Ley entrará en vigor al día siguiente de su publicación en la Gaceta Oficial del Estado.

SEGUNDO. Los entes públicos contarán con un plazo de noventa días naturales a partir de la vigencia de esta Ley, para realizar las adecuaciones necesarias a su normatividad.

TERCERO. La Coordinación General de Comunicación Social contará con un término de treinta días naturales para emitir los lineamientos y de noventa días naturales para integrar el Padrón Estatal de Medios de Comunicación conforme a esta Ley.

CUARTO. Se difiere el plazo a que se refiere el artículo 20 de la presente Ley hasta treinta días naturales posteriores a la integración del Padrón Estatal de Medios de Comunicación.

QUINTO. Las erogaciones que, en su caso, deban realizar los entes públicos con motivo de la entrada en vigor de la presente Ley deberán cubrirse con cargo a su presupuesto aprobado para el ejercicio fiscal 2021.

SEXTO. El Decreto del Presupuesto de Egresos del Gobierno del Estado a partir del ejercicio fiscal del año 2022 preverá para cada ente público una partida especial que se destinará al gasto de comunicación social.

SÉPTIMO. Se derogan las disposiciones que se opongan a lo dispuesto en la presente Ley.

DADA EN EL SALÓN DE SESIONES DE LA LXV LEGISLATURA DEL HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO, EN LA CIUDAD DE XALAPA-ENRÍQUEZ, VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE, A LOS DIECIOCHO DÍAS DEL MES DE FEBRERO DEL AÑO DOS MIL VEINTIUNO.

ADRIANA PAOLA LINARES CAPITANACHI
DIPUTADA PRESIDENTA
RÚBRICA.

JORGE MORENO SALINAS
DIPUTADO SECRETARIO
RÚBRICA.

Por lo tanto, en atención a lo dispuesto por el artículo 49 fracción II de la Constitución Política del Estado, y en cumplimiento del oficio SG/000170 de los diputados Presidenta y Secretario de la Sexagésima Quinta Legislatura del Honorable Congreso del Estado, mando se publique y se le dé cumplimiento.

Residencia del Poder Ejecutivo Estatal, a los diecinueve días del mes de febrero del año dos mil veintiuno.

A t e n t a m e n t e

Cuitláhuac García Jiménez
Gobernador del Estado
Rúbrica.

GOBIERNO DEL ESTADO

H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL DE FORTÍN, VER.

EL SUSCRITO LICENCIADO NAHUM GERARDO ROMERO MUÑOZ, SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO DE FORTIN, VERACRUZ-LLAVE EN EL **ACTA DE CABILDO NO. 148, LEVANTADA EN EL DIA 26 DE FEBRERO DE 2021** EN LOS QUE ESTUVIERON PRESENTES LOS C.C. ANTONIO MANSUR OVIEDO, ROSA ANA MARAÑÓN REYES, SERGIO JIMÉNEZ SOTO, FRANCISCA MARTÍNEZ MÉNDEZ, FIDEL FABIÁN GARCÍA SÁNCHEZ, ALFONSO CORONA ANTONIO, CLAUDIA ANDREA HERNÁNDEZ ROMERO, EN SU CARÁCTER DE PRESIDENTE MUNICIPAL, SÍNDICA Y REGIDORES.

SIETE: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS Y EN SU CASO APROBACIÓN PARA PUBLICAR EN LA GACETA OFICIAL DEL ESTADO EL ACUERDO EMITIDO POR EL COMITÉ DE LICITACIONES DE OBRAS PÚBLICAS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON ELLAS, SOBRE LOS MONTOS MÁXIMOS DE ADJUDICACIÓN DE TODA LA OBRA PÚBLICA QUE REALICE EL H. AYUNTAMIENTO DE FORTÍN, VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE; DURANTE EL EJERCICIO 2021.

EN USO DE LA VOZ EL C. LIC. ANTONIO MANSUR OVIEDO EN CARÁCTER DE PRESIDENTE MUNICIPAL, SOLICITA AL H. AYUNTAMIENTO SU APROBACIÓN PARA PUBLICAR EN LA GACETA OFICIAL DEL ESTADO EL ACUERDO EMITIDO POR EL COMITÉ DE LICITACIONES DE OBRAS PÚBLICAS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON ELLAS, SOBRE LOS MONTOS MÁXIMOS DE ADJUDICACIÓN DE TODA LA OBRA PÚBLICA QUE REALICE EL H. AYUNTAMIENTO DE FORTÍN, VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE; DURANTE EL EJERCICIO 2021.

A EFECTO DE CUMPLIR CON LAS DISPOSICIONES EMITIDAS POR EL ARTÍCULO 34 DE LA LEY NÚMERO 825 DE OBRAS PÚBLICAS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON ELLAS DEL ESTADO DE VERACRUZ. EL PRESUPUESTO AUTORIZADO PARA REALIZAR OBRAS PÚBLICAS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LAS MISMAS DEL MUNICIPIO DE FORTÍN PARA EL EJERCICIO FISCAL 2021; DE ACUERDO CON LOS MONTOS ASIGNADOS EN EL PRESUPUESTO AUTORIZADO DE LOS FONDOS FISMDF Y FORTAMUNDF. EL MUNICIPIO SE ENCUENTRA DENTRO DEL RANGO MAYOR 30 Y HASTA 50 MILLONES DE PESOS; Y DE CONFORMIDAD CON EL ANEXO 9 DEL PRESUPUESTO DE EGRESOS DE LA FEDERACIÓN 2021 LOS MONTOS QUE LE CORRESPONDEN AL MUNICIPIO DE FORTÍN SON LOS SIGUIENTES:

- I. MONTO MÁXIMO TOTAL DE CADA OBRA PÚBLICA QUE PODRÁ ADJUDICARSE DIRECTAMENTE SIN CONSIDERAR EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (I.V.A.): \$509,000.00 (QUINIENTOS NUEVE MIL PESOS 00/100 M.N.) (\$ 590,440.00 (QUINIENTOS NOVENTA MIL CUATROCIENTOS CUARENTA PESOS 00/100 M.N.) CON I.V.A.).
- II. MONTO MÁXIMO TOTAL DE CADA OBRA PÚBLICA QUE PODRÁ ADJUDICARSE MEDIANTE INVITACIÓN A CUANDO MENOS TRES PERSONAS SIN CONSIDERAR EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO: \$ 3,895,000.00 (TRES MILLONES OCHOCIENTOS NOVENTA Y CINCO MIL PESOS 00/100 M.N.) (\$4,518,200.00 (CUATRO MILLONES QUINIENTOS DIECIOCHO MIL DOSCIENTOS PESOS 00/100 M.N.) CON I.V.A.).
- III. LA OBRA PÚBLICA CUYO MONTO DE INVERSIÓN SEA SUPERIOR A \$ 3,895,000.00 (TRES MILLONES OCHOCIENTOS NOVENTA Y CINCO MIL PESOS 00/100 M.N.) (\$4,518,200.00 (CUATRO MILLONES QUINIENTOS DIECIOCHO MIL DOSCIENTOS PESOS 00/100 M.N.) CON I.V.A.) DEBERÁ SUJETARSE AL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN PÚBLICA.

EN RELACIÓN A LO PROPUESTO SE SOLICITA A LOS INTEGRANTES DEL H. CABILDO QUE QUIENES ESTÉN POR LA AFIRMATIVA SÍRVANSE A MANIFESTARLO LEVANTANDO LA MANO.

ACUERDO: SE APRUEBA POR UNANIMIDAD PUBLICAR EN LA GACETA OFICIAL DEL ESTADO EL ACUERDO EMITIDO POR EL COMITÉ DE LICITACIONES DE OBRAS PÚBLICAS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON ELLAS, SOBRE LOS MONTOS MÁXIMOS DE ADJUDICACIÓN DE TODA LA OBRA PÚBLICA QUE REALICE EL H. AYUNTAMIENTO DE FORTÍN, VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE; DURANTE EL EJERCICIO 2021.

CON FECHA 2 DE MARZO DE 2021, SE REALIZA CERTIFICACIÓN DE LA PRESENTE POR CONSTAR EL PUNTO SIETE EN EL ACTA DE CABILDO NÚMERO 148. LO ANTERIOR DE CONFORMIDAD CON EL ARTÍCULO 70, FRACCIÓN V, DE LA LEY NUMERO 9 ORGÁNICA DEL ESTADO DE VERACRUZ-LLAVE. FIRMA Y DA FÉ LIC. NAHUM GERARDO ROMERO MUÑOZ, SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO DE FORTÍN, VERACRUZ-LLAVE.

Rúbrica.

GOBIERNO DEL ESTADO

H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL DE ORIZABA, VER.

A QUIEN CORRESPONDA:

EL C. LICENCIADO ALFREDO HERNÁNDEZ ÁVILA, SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL DE ORIZABA, VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE, PERIODO DOS MIL DIECIOCHO - DOS MIL VEINTIUNO, HACE CONSTAR Y CERTIFICA QUE:

EN LA SESIÓN ORDINARIA DE CABILDO CELEBRADA A LAS DIEZ HORAS CON DIECIOCHO MINUTOS DEL DÍA VIERNES DOCE DE FEBRERO DEL AÑO DOS MIL VEINTIUNO ENTRE OTROS ACUERDOS SE TOMÓ EL SIGUIENTE:

“...POR UNANIMIDAD DE VOTOS SE APRUEBA PUBLICAR EN LA GACETA OFICIAL DEL ESTADO, EL ACUERDO EMITIDO POR EL COMITÉ DE OBRAS PÚBLICAS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON ELLAS DEL H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL DE ORIZABA, VER., SOBRE LOS MONTOS PARA LICITACIÓN PÚBLICA, INVITACIÓN A CUANDO MENOS TRES PERSONAS O ADJUDICACIÓN DIRECTA DE TODA LA OBRA PÚBLICA QUE REALICE EL H. AYUNTAMIENTO DE ORIZABA, VER., A EFECTO DE CUMPLIR LO QUE ORDENA EN EL ARTÍCULO 34 DE LA LEY NO 825 DE OBRAS PÚBLICAS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON ELLAS DEL ESTADO DE VERACRUZ.

TOMANDO EN CONSIDERACIÓN QUE EL RANGO DE MONTOS POR OBRA PÚBLICA PARA EL EJERCICIO 2021 ESTÁ ENTRE 100 Y 150 MILLONES DE PESOS Y DE CONFORMIDAD CON EL ANEXO 9 DEL PRESUPUESTO DE EGRESOS DE LA FEDERACIÓN PARA EL EJERCICIO FISCAL 2021 PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 30 DE NOVIEMBRE DE 2020, MONTOS QUE CORRESPONDEN A ESE RANGO Y POR LO TANTO AL MUNICIPIO DE ORIZABA, SON LOS SIGUIENTES:

- MONTO MÁXIMO TOTAL DE CADA OBRA QUE PODRÁ ADJUDICARSE DIRECTAMENTE: **\$678,000.00 (\$786,480.00 CON IVA)**
- MONTO MÁXIMO TOTAL DE CADA OBRA QUE PODRÁ ADJUDICARSE MEDIANTE INVITACIÓN A CUANDO MENOS 3 PERSONAS: **\$5,586,000.00 (\$6,479,760.00 CON IVA)**
- TODAS LAS OBRAS CUYO MONTO SEA SUPERIOR A **\$5,586,000.00 (\$6,479,760.00 CON IVA)**, SERÁN ADJUDICADAS POR LICITACIÓN PÚBLICA.
- MONTO MÁXIMO TOTAL DE CADA SERVICIO RELACIONADO QUE PODRÁ ADJUDICARSE DIRECTAMENTE: **\$342,000.00 (\$396,720.00 CON IVA)**
- MONTO MÁXIMO TOTAL DE CADA SERVICIO RELACIONADO QUE PODRÁ ADJUDICARSE MEDIANTE INVITACIÓN A CUANDO MENOS 3 PERSONAS: **\$4,231,000.00 (\$4,907,960.00 CON IVA)**
- TODO SERVICIO RELACIONADO CUYO MONTO SEA SUPERIOR A **\$4,231,000.00 (\$4,907,960.00 CON IVA)**, SERÁ ADJUDICADO POR LICITACIÓN PÚBLICA.

Y PARA LOS FINES A QUE MEJOR HAYA LUGAR EN DERECHO, EXTIENDO LA PRESENTE EN LA CIUDAD DE ORIZABA, VERACRUZ, A LOS DOCE DÍAS DEL MES DE FEBRERO DEL AÑO DOS MIL VEINTIUNO.

EL SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO
LIC. ALFREDO HERNÁNDEZ ÁVILA
RÚBRICA.

GOBIERNO DEL ESTADO

H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL DE SAN ANDRÉS TUXTLA, VER.

Ramo 033

2021

TABLA DE MONTOS PARA CONTRATACION DE OBRAS PÚBLICAS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LA OBRA PÚBLICA (PEF 2021)					
MONTOS MAXIMOS PARA ADJUDICAR					
MONTOS DE INVERSION AUTORIZADO PARA OBRA (MILES DE PESOS)		MONTO MAXIMO TOTAL DE CADA OBRA PUBLICA QUE PODRA ADJUDICARSE DIRECTAMENTE	MONTO MAXIMO TOTAL DE CADA OBRA PUBLICA QUE PODRA ADJUDICARSE MEDIANTE INVITACION A CUANDO MENOS TRES PERSONAS	ADJUDICACIÓN DE SERVICIOS DIRECTAMENTE	ADJUDICACIÓN DE SERVICIOS MEDIANTE TRES INVITACIONES
	15,000	342	3,050	169	2,368
15,000	30,000	424	3,384	215	2,538
30,000	50,000	509	3,895	254	3,050
50,000	100,000	590	4,741	293	3,551
100,000	150,000	678	5,586	342	4,231
150,000	250,000	765	6,434	382	5,076
250,000	350,000	931	7,454	464	5,586
350,000	450,000	1,013	8,126	509	6,077
450,000	600,000	1,189	9,659	590	7,278
600,000	750,000	1,356	10,997	678	8,298
750,000	1,000,000	1,518	12,355	765	9,307
1,000,000		1,611	13,869	847	10,487

Nota.- Los anteriores montos se establecen sin perjuicio de los umbrales derivados de los tratados de libre comercio suscritos por México, para la determinación del carácter de los procedimientos de contratación. DOF: 30/11/2020

RANGOS DE ADJUDICACION PARA SAN ANDRÉS TUXTLA EN BASE A LOS RECURSOS PARA INFRAESTRUCTURA	CIFRAS EN MILLONES DE \$	CIFRAS EN MILES DE \$

MONTOS MÁXIMOS PARA ADJUDICACIÓN		2021	
OBRA PÚBLICA	1.- ADJUDICACION DIRECTA Con IVA.	\$ 887.40	\$ 887,400.00
	2.- INVITACION A CUANDO MENOS TRES PERSONAS Con IVA.	\$ 7,463.44	\$ 7,463,440.00
	3.- LICITACION PÚBLICA NACIONAL.	Hacia arriba	Hacia arriba

SERVICIOS RELACIONADOS CON LA OBRA PÚBLICA	3.- MONTO QUE PODRAN ADJUDICARSE DE MANERA DIRECTA INCLUYENDO IVA.	\$ 443.12	\$ 443,120.00
	4.- MONTOS QUE PODRAN ADJUDICARSE MEDIANTE INVITACION ATRES PERSONAS FISICAS O MORALES INCLUYENDO IVA	\$ 5,888.16	\$ 5,888,160.00

PRESUPUESTO ASIGNADO AL MUNICIPIO DE SAN ANDRÉS TUXTLA PARA OBRA PUBLICA		INVERSIÓN EN OBRA PÚBLICA
FONDO	GACETA OFICIAL	POR EJERCER
FISMDF	\$ 242,294,852.00	\$ 186,923,821.60
FORTAMUNDF	\$ 111,500,012.00	\$ 6,000,000.00
MARITIMOS	\$ 10,742,741.05	\$ 9,607,519.00
HIDROCARBUROS TERRESTRES	\$ 289,769.00	\$ 1,246,581.00
HIDROCARBUROS REM2020	\$ 1,010,852.26	\$ 1,010,852.26
REC. FISCALES		\$ 4,000,000.00
TOTAL	353,794,864.00	208,788,773.86

GOBIERNO DEL ESTADO

H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL DE VERACRUZ, VER.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El desarrollo de las sociedades en el mundo, sin duda alguna ha sido gracias a la participación activa de personajes que, a través de la historia, realizaron diversos aportes que contribuyeron al avance en elementos como ciencia, tecnología, educación, artes, política, entre otros.

Sin embargo, en el contexto del análisis del principio de igualdad, la historia reconoce la proeza de los hombres, excluyendo en muchas ocasiones las acciones de las mujeres que también dejaron su huella en el avance de la humanidad como actualmente la conocemos.

El reconocimiento de sus logros y acciones es parte fundamental de la reivindicación de su legado y por ello, debe ser no solamente reconocido, sino también preservado en aras de generar una cultura de la igualdad y no discriminación en nuestra sociedad.

Desde el inicio de la actual administración pública gubernamental, el Ayuntamiento de Veracruz ha trabajado arduamente en implementar acciones para prevenir, atender, sancionar y erradicar la violencia de género que sufren las mujeres en el municipio.

Las acciones siempre van encaminadas a promover la conciencia sobre la importancia del reconocimiento y respeto de los derechos humanos de las mujeres, entre ellos, a vivir a una vida libre de violencia, y para ello, fomentar la igualdad de género, también es parte de esa contribución institucional.

Reconociendo el mensaje de la filósofa feminista Amelia Valcárcel que ha señalado que “lo que no se nombra no existe”, se considera como una premisa para reconocer que en el contexto histórico injustamente ha existido una falta de reconocimiento al aporte de las mujeres en el mundo.

Uno de los casos más emblemáticos es el que ocurre en los espacios públicos, es decir, las calles, parques, jardines, entre otros, en dónde los nombres que más abundan son el de hombres sobre las mujeres, lo que representa una falta de representatividad y un equilibrio en el reconocimiento histórico de las personas.

Recordando que la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, en su artículo 16 define la “Violencia en la Comunidad” como los actos individuales o colectivos que propician la exclusión de las mujeres en el ámbito público, el Ayuntamiento de Veracruz busca revertir dicha situación.

En el municipio de Veracruz en la actualidad, a través de un diagnóstico sobre la información de 5,556 nomenclaturas de calles, se ubican 826 con nombres de hombres y sólo 210 de mujeres, lo cual representan una enorme brecha de desigualdad.

Aceptando que la perspectiva de género nos permite visualizar aquellos espacios de representación cotidianos que no consideramos como desiguales pero sí lo son y reconociendo que la representación de las mujeres contribuye significativamente en la lucha contra la discriminación y la violencia, el presente proyecto busca consolidar una acción afirmativa en el ámbito urbano, para que el espacio público sea igualitario y con ello reconocer a las mujeres por los logros realizados en beneficio de la humanidad.

En ese sentido, con el fin de nivelar la situación antes planteada y cumplir con las acciones establecidas en el Eje Te Quiero Creciendo del Plan Municipal de Desarrollo, para asumir el compromiso de trabajar en el empoderamiento y reconocimiento de los derechos de las mujeres (Programa 5, estrategia 5.1) y el Plan de Igualdad de Género para el Municipio de Veracruz, se tiene a bien a realizar la siguiente:

**REFORMA AL REGLAMENTO DE
DESARROLLO URBANO, FRACCIONAMIENTO Y VIVIENDA PARA
EL MUNICIPIO DE VERACRUZ**

Texto vigente	Propuesta de reforma
<p>Artículo 1. El presente Reglamento tiene por objeto regular el Desarrollo Urbano y Vivienda para el Municipio de Veracruz, Veracruz, su aplicación corresponde al Municipio a través del Presidente Municipal y la Dirección de Obras Públicas y Desarrollo Urbano, sin perjuicio de las atribuciones que les correspondan a otras Dependencias y Entidades de la Administración Pública Municipal.</p>	<p>Artículo 1. El presente Reglamento tiene por objeto regular el Desarrollo Urbano y Vivienda para el Municipio de Veracruz, Veracruz, su aplicación corresponde al Municipio a través del Presidente Municipal y la Dirección de Obras Públicas y Desarrollo Urbano, sin perjuicio de las atribuciones que les correspondan a otras Dependencias y Entidades de la Administración Pública Municipal.</p>

<p>Para los efectos del presente Reglamento, se entenderá por:</p> <p>I a la XLIII.</p>	<p>Para los efectos del presente Reglamento, se entenderá por:</p> <p>I a la XV...</p> <p>XVI. Igualdad de género: Situación en la cual mujeres y hombres acceden con las mismas posibilidades y oportunidades al uso, control y beneficio de bienes, servicios y recursos de la sociedad, así como a la toma de decisiones en todos los ámbitos de la vida social, económica, política, cultural y familiar;</p> <p>XVII al XXXI.</p> <p>XXXII. Perspectiva de Género. Concepto que se refiere a la metodología y los mecanismos que permiten identificar, cuestionar y valorar la discriminación, desigualdad y exclusión de las mujeres, que se pretende justificar con base en las diferencias biológicas entre mujeres y hombres, así como las acciones que deben emprenderse para actuar sobre los factores de género y crear las condiciones de cambio que permitan avanzar en la construcción de la igualdad de género;</p> <p>XXXIII a la LIV.</p>
<p>Artículo 66. La Asignación de Nombres de Calles se debe registrar para las vialidades en las colonias o en los fraccionamientos nuevos, que no tengan nombre oficial y se deben considerar los criterios siguientes:</p> <p>I. Sólo se aceptan nombres que se refieren a</p>	<p>Artículo 66. La Asignación de Nombres de Calles se debe registrar para las vialidades en las colonias o en los fraccionamientos nuevos, que no tengan nombre oficial y se deben considerar los criterios siguientes:</p> <p>I. Sólo se aceptan nombres que se refieren a</p>

<p>valores culturales o universales (lemas, personajes, fechas o hechos históricos, científicos, técnicos o artísticos, nacionales o internacionales).</p> <p>II. No se permite la autorización de nombres de personas vivas, salvo acuerdo expreso del Cabildo del H. Ayuntamiento de Veracruz.</p> <p>III. No se antepondrá ningún título o grado al nombre cuando éste se refiera a personas.</p> <p>IV. No se autorizarán nombres relacionados con credos religiosos, salvo los de personajes cuya acción merezca reconocimiento social.</p> <p>V. No se autorizará el cambio de nombre de las vialidades promovidas por los particulares.</p>	<p>valores culturales o universales (lemas, personajes, fechas o hechos históricos, científicos, técnicos o artísticos, municipales, estatales, nacionales o internacionales);</p> <p>II. La asignación de nomenclaturas, se efectuará mediante la designación de tres nombres de mujeres por cada cuatro nuevas calles, considerando la perspectiva e igualdad de género.</p> <p>III. No se permite la autorización de nombres de personas vivas, salvo acuerdo expreso del Cabildo del H. Ayuntamiento de Veracruz.</p> <p>IV. No se antepondrá ningún título o grado al nombre cuando éste se refiera a personas.</p> <p>V. No se autorizarán nombres relacionados con credos religiosos, salvo los de personajes cuya acción merezca reconocimiento social.</p> <p>VI. No se autorizará el cambio de nombre de las vialidades promovidas por los particulares.</p>
--	--

Dado en sala de Cabildo del Honorable Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz de Ignacio de la Llave a los diecinueve días del mes de febrero del año dos mil veintiuno.

Mtro. Fernando Yunes Márquez
 Presidente Municipal
 Rúbrica.

Lic. María Rebeca González Silva
 Secretaria del H. Ayuntamiento
 Rúbrica.

Tarifa autorizada de acuerdo al Decreto número 599 que reforma el Código de Derechos para el Estado, publicado en la Gaceta Oficial de fecha 26 de diciembre de 2017

PUBLICACIONES	U.M.A.	COSTO EN PESOS INCLUIDO EL 15% PARA EL FOMENTO A LA EDUCACIÓN
a) Edictos de interés pecuniario, como: Prescripciones positivas, denuncias de juicio sucesorio, aceptación de herencia, remates, convocatorias para fraccionamientos, palabra por inserción;	0.0360	\$3.71
b) Edictos de interés social como: Cambio de nombre, póliza de defunción, palabra por inserción;	0.0244	\$ 2.51
c) Cortes de caja, balances o cualquier documento de formación especial por plana tamaño Gaceta Oficial;	7.2417	\$ 746.35
d) Sentencias, resoluciones, deslinde de carácter agrario y convocatorias de licitación pública, una plana tamaño Gaceta Oficial.	2.2266	\$ 229.48
V E N T A S	U.M.A.	COSTO EN PESOS INCLUIDO EL 15% PARA EL FOMENTO A LA EDUCACIÓN
a) Gaceta Oficial de una a veinticuatro planas;	2.1205	\$ 218.55
b) Gaceta Oficial de veinticinco a setenta y dos planas;	5.3014	\$ 546.38
c) Gaceta Oficial de setenta y tres a doscientas dieciséis planas;	6.3616	\$ 655.65
d) Número Extraordinario;	4.2411	\$ 437.10
e) Por hoja certificada de Gaceta Oficial;	0.6044	\$ 62.29
f) Por un año de suscripción local pasando a recogerla;	15.9041	\$ 1,639.12
g) Por un año de suscripción foránea;	21.2055	\$ 2,185.50
h) Por un semestre de suscripción local pasando a recogerla;	8.4822	\$ 874.20
i) Por un semestre de suscripción foránea;	11.6630	\$ 1,202.02
j) Por un ejemplar normal atrasado.	1.5904	\$ 163.91

UNIDAD DE MEDIDA Y ACTUALIZACIÓN VIGENTE \$ 89.62

<p>EDITORA DE GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ</p> <p>DIRECTORA DE LA GACETA OFICIAL: JOYCE DÍAZ ORDAZ CASTRO</p> <p>Módulo de atención: Calle Gutiérrez Zamora s/n, Esq. Diego Leño, Col. Centro Xalapa, Ver. C.P. 91000</p> <p>Oficinas centrales: Km. 16.5 Carretera Federal Xalapa-Veracruz Emiliano Zapata, Ver. C.P. 91639</p> <p>Suscripciones, sugerencias y quejas a los teléfonos: 279 834 2020 al 23</p> <p>www.editoraveracruz.gob.mx</p> <p>gacetaoficialveracruz@hotmail.com</p>
