



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN
Oficio Núm. INE/UTF/DRN/4163/2021
Asunto.- Se responde consulta.

Ciudad de México, 28 de enero de 2021.

C. MARÍA OLIVIA CEBALLOS PÉREZ
“PUBLICIDAD SIN FIN”.

Av. Benito Juárez 1305, Centro, 73800 Teziutlán,
Puebla, Puebla

P R E S E N T E

Con fundamento en el artículo 192, numeral 1, inciso j) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales y 16, numeral 4 del Reglamento de Fiscalización, se da respuesta a su consulta recibida con fecha veintidós de enero de dos mil veintiuno por la Unidad Técnica de Fiscalización.

I. Planteamiento de la consulta

Mediante escrito sin número de fecha dieciocho de enero de dos mil veintiuno, signado por usted, realiza una consulta a la Unidad Técnica de Fiscalización, cuya parte conducente se transcribe a continuación:

“El que suscribe C. MARIA OLIVIA CEBALLOS PÉREZ, con número de proveedor INE 201703142211849 me dirijo a uds de manera respetuosa para que me puedan proporcionar la lista de artículos publicitarios autorizados para esta contienda electoral 2021, con el fin de no cometer irregularidades y apegarme a la normativa de este honorable instituto.”

Al respecto, de la lectura integral al escrito en comentario, esta Unidad Técnica de Fiscalización advierte que la referida consulta consiste en que le sean informados los artículos publicitarios susceptibles de comercializarse en la actual contienda electoral.

II. Marco Normativo Aplicable

El artículo 41, párrafo segundo, Base II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos señala que la ley garantizará que los Partidos Políticos Nacionales cuenten de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades y señalará las reglas a que se sujetará el financiamiento de los propios partidos y sus campañas electorales, debiendo garantizar que los recursos públicos prevalezcan sobre los de origen privado.

Asimismo, los artículos 195, numeral 1 y 199 numeral 4 del Reglamento de Fiscalización establecen los conceptos que se entenderán como gastos de precampaña y campaña.

Por otro lado el artículo 199, numeral 1, incisos c) y e) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales estipula la facultades que corresponden a la Unidad Técnica de Fiscalización, encontrándose, entre otras, la de vigilar que los recursos de los partidos políticos tengan origen lícito y se apliquen exclusivamente para el cumplimiento de los objetivos de los partidos políticos; así como requerir información complementaria respecto de los apartados de los informes de ingresos y gastos o documentación comprobatoria de cualquier otro aspecto vinculado a los mismos.



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN
Oficio Núm. INE/UTF/DRN/4163/2021
Asunto. - Se responde consulta.

Al respecto, el Consejo General de este Instituto Nacional Electoral, con fecha veintiocho de octubre de dos mil veinte, aprobó el acuerdo INE/CG518/2020 por el que se determinan las reglas para la contabilidad, rendición de cuentas y fiscalización, así como los gastos que se consideran como de apoyo ciudadano y precampaña correspondientes al Proceso Electoral Federal Ordinario y Locales concurrentes 2020 - 2021.

En coincidencia con los conceptos puntualizados en el citado Acuerdo INE/CG518/2020, el artículo 76, numeral 1, de la citada Ley General, transcrito a continuación para pronta referencia, describe específicamente en los incisos a), c), d) y g) qué conceptos se consideran gastos de campaña:

“Artículo 76.

1. Para los efectos de este Capítulo se entienden como gastos de campaña:

a) Gastos de propaganda: *Comprenden los realizados en bardas, mantas, volantes, pancartas, equipos de sonido, eventos políticos realizados en lugares alquilados, propaganda utilitaria y otros similares;*

(...)

c) Gastos de propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos: *Comprenden los realizados en cualquiera de esos medios, tales como inserciones pagadas, anuncios publicitarios y sus similares, tendentes a la obtención del voto. En todo caso, tanto el partido y candidato contratante, como el medio impreso, deberán identificar con toda claridad que se trata de propaganda o inserción pagada;*

d) Gastos de producción de los mensajes para radio y televisión: *Comprenden los realizados para el pago de servicios profesionales; uso de equipo técnico, locaciones o estudios de grabación y producción, así como los demás inherentes al mismo objetivo;*

(...)

g) Cualquier gasto que difunda la imagen, nombre o plataforma de gobierno de algún candidato o de un partido político en el periodo que transita de la conclusión de la precampaña y hasta el inicio de la campaña electoral, y (...)

Robustece lo anterior lo señalado en los artículos 226 a 228 del Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla, en los cuales se establece el concepto de la propaganda electoral; asimismo conceptualiza qué se entiende por propaganda, señalando incluso que la propaganda que difundan los partidos políticos o las coaliciones, en su caso, y los candidatos en el curso de una campaña electoral por medios gráficos, no tendrá más límite que el establecido en el artículo 7 de la Constitución Federal.

Cabe señalar que se considera imperioso dar cabal cumplimiento a la legislación local, es decir, atender en sus términos lo establecido en el Código de Instituciones y Procesos Electorales del



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN
Oficio Núm. INE/UTF/DRN/4163/2021
Asunto. - Se responde consulta.

Estado de Puebla y es que, con motivo de las reformas hechas al citado ordenamiento legal, aprobadas el pasado 24 de julio de 2020 por la LX Legislatura del H. Congreso del Estado de Puebla, se precisaron diversas reglas en su artículo 232, lo que deberá tomarse en consideración al celebrar contratos con los sujetos obligados, a efecto de no incurrir en alguna conducta irregular o contraria a la ley aplicable.

En adición a lo asentado, no se omite hacer mención que el artículo 3 del Reglamento de Fiscalización lista quiénes son considerados como sujetos obligados, determinando en el numeral 1, inciso h), que se considerarán como tal a las personas físicas y morales inscritas en el Registro Nacional de Proveedores.

En ese sentido, el artículo 356 del aludido Reglamento, en su numeral 2, establece textualmente lo que se transcribe a continuación:

“Artículo 356.
Disposiciones Generales
(...)

2. Para efectos de la obligación contenida en el párrafo anterior, será un proveedor o prestador de servicios se encuentra obligado a inscribirse en el Registro Nacional de Proveedores de personas físicas o morales nacionales que vendan, enajenen, arrenden o proporcionen bienes o servicios de manera onerosa a los partidos, coaliciones, precandidatos, candidatos, aspirantes o candidatos independientes, destinados para su operación ordinaria, precampañas o campañas, cuando se trate de los bienes y servicios siguientes:

- a) Contratación de todo tipo de propaganda incluyendo utilitaria y publicidad, así como espectáculos, cantantes y grupos musicales, sin importar el monto de la contratación.*
- b) Cuando el monto de lo contratado supere las 1,500 UMA en bienes y servicios contratados en la realización de eventos (distintos a los descritos en el inciso a).*

Para determinar el monto superior a mil quinientas UMA se considerarán todas las operaciones realizadas en el mismo periodo, con uno o más sujetos obligados, para estos efectos se considera como inicio de periodo el momento en que comenzó a realizar operaciones con los sujetos obligados y como fin del mismo el 31 de diciembre de ese año.

(...)”

Esto es, cualquier persona física o moral que celebre operaciones onerosas con un sujeto obligado deberá darse de alta en el sistema referido y registrar las características del bien o servicio prestado, así como categoría, tipo, subtipo, descripción y código interno, estatus, unidad de medida para precio, precio unitario e impuestos.

En ese tenor, el artículo 359 establece las obligaciones que deben cumplir los proveedores inscritos en el Registro Nacional de Proveedores (en adelante RNP), de las que se destaca específicamente la contenida en el inciso e), consistente en refrendar su registro en el mes de febrero de cada año, en términos del artículo 359 Bis del Reglamento o, de lo contrario, se tendrá



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN
Oficio Núm. INE/UTF/DRN/4163/2021
Asunto. - Se responde consulta.

por cancelado su registro en el RNP en términos del artículo 360, numeral 1, inciso d) de dicha legislación.

III. Caso concreto

Ahora bien, atendiendo a la normatividad antes citada, así como a la consulta materia de análisis en el presente curso, es importante señalar que no pasa inadvertido para esta autoridad que la consultante no cuenta con registro vigente para ostentarse como proveedora, pues tal y como se desprende de los archivos que obran dentro del RNP, dicho registro fue cancelado en el ejercicio dos mil diecinueve, al no haberse refrendado, como se observa en el cuadro siguiente:

ID RNP	Nombre/Razón Social	Fecha de Registro	Entidad	Tipo de persona	Estatus	Fecha del estatus
201703142211849	MARIA OLIVIA CEBALLOS PEREZ	14/03/2017	PUEBLA	Física	Cancelación por no Refrendo	01/03/2019
					Activo (Refrendo)	19/02/2018
					Activo	14/03/2017

No obstante lo anterior, a efecto de atender el planteamiento puesto a consideración de esta autoridad, se brinda respuesta de manera enunciativa, más no limitativa, de los gastos por concepto de propaganda publicitaria.

Por ello, resulta necesario acotar la definición de propaganda electoral, en términos de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, entendiéndose como el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante el periodo establecido por la propia Ley, difunden los sujetos obligados con el propósito de dar a conocer sus propuestas a la ciudadanía en general para obtener el voto del electorado o bien, desalentar la preferencia hacia un candidato, coalición o partido político. En ese sentido, es dable dilucidar que la propaganda se divide en:

a) Propaganda: comprende a la que es exhibida en bardas, mantas, volantes, pancartas, equipos de sonido, eventos políticos realizados en lugares alquilados, propaganda utilitaria y otros similares.

b) Propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos: comprende la realizada en cualquiera de esos medios, tales como inserciones pagadas, anuncios publicitarios y sus similares. En todo caso, tanto el partido y candidato contratante, como el medio impreso, deberán identificar con toda claridad que se trata de propaganda o de una inserción pagada.

c) Producción de los mensajes para radio y televisión: son aquellos realizados para el pago de servicios profesionales, como lo son el uso de equipo técnico, locaciones o estudios de grabación y producción, así como los demás inherentes que realice el partido en el proceso de producción y post-producción de los anuncios que vayan a ser exhibidos en los tiempos de radio y televisión que le correspondan.



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN

Oficio Núm. INE/UTF/DRN/4163/2021

Asunto. - Se responde consulta.

d) Anuncios pagados en internet: se entienden como los realizados en inserciones, banners, tweets, anuncios, cuentas de redes sociales, páginas de Internet, así como otros similares, por lo que se haya efectuado un gasto y tengan como finalidad promover la campaña de un partido político o candidato dentro de la web.

Adicional a lo descrito, se destaca que de igual manera puede tratarse de cualquier otro concepto similar o análogo a los antes señalados, cuya finalidad sea influir en las preferencias del electorado, siempre que no sean conceptos contrarios a la legislación.

IV. Conclusiones

Por lo anteriormente expuesto, es válido concluir lo siguiente:

- Que la consultante no cuenta con registro vigente para ostentarse como proveedora, pues tal y como se desprende de los archivos que obran dentro del Registro Nacional de Proveedores, dicho registro fue cancelado en el ejercicio dos mil diecinueve, de acuerdo a lo señalado en el artículo 360, numeral 1, inciso d) del Reglamento de Fiscalización. Esto resulta relevante en el sentido de que, para poder formular consulta, es indispensable contar con la legitimación atinente, la cual se actualiza al momento de que las personas físicas o morales, se encuentran inscritas en el Registro Nacional de Proveedores.
- No obstante, ante el precedente de haber sido proveedor inscrito y ante la eventualidad de un nuevo registro, se informa que los conceptos publicitarios susceptibles de comercializarse con los actores políticos son todos aquellos que constituyan medios de comunicación, que al ser exhibidos tengan por objeto influir en la preferencia del electorado, mencionados de manera enunciativa más no limitativa dentro del cuerpo de la presente.

Sin otro particular, reciba usted un cordial saludo.

ATENTAMENTE

JACQUELINE VARGAS ARELLANES

TITULAR DE LA UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN

<i>Responsable de la validación de la información:</i>	Rodrigo Aníbal Pérez Ocampo Encargado de Despacho de la Dirección de Resoluciones y Normatividad Unidad Técnica de Fiscalización
<i>Responsable de la revisión de la información:</i>	Lorena Villarreal Villarreal Coordinadora de Resoluciones Unidad Técnica de Fiscalización
<i>Responsable de la redacción del documento:</i>	Karyn Griselda Zapien Ramírez Líder de Proyecto de Resoluciones Unidad Técnica de Fiscalización
<i>Responsable de la información</i>	Carolina Ramírez Padilla Abogada Resolutora Senior Unidad Técnica de Fiscalización

CONTAMOS TODAS TODOS



