



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

**UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN**  
**Oficio Núm. INE/UTF/DRN/9621/2021**  
**Asunto. - Se responde consulta.**

Ciudad de México, 03 de marzo de 2021.

**MTRA. SHARON MADELEINE MONTIEL SÁNCHEZ**  
**PRESIDENTA DEL COMITÉ DIRECTIVO ESTATAL**  
**DEL PARTIDO ENCUENTRO SOCIAL HIDALGO.**

Blvd. Santa Catarina Número 111, Fracc. La herradura,  
2do Piso, Pachuca de Soto, Hidalgo. C.P. 42082

**PRESENTE**

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, el diecinueve de febrero de dos mil veintiuno, por esta Unidad Técnica de Fiscalización.

**I. Planteamiento de la consulta**

Mediante oficio identificado con el número ESHP/2021/056, de fecha dieciséis de febrero de dos mil veintiuno, signado por usted, se realiza una consulta a la Unidad Técnica de Fiscalización, cuya parte conducente se transcribe a continuación:

**“III. CUESTIONAMIENTOS**

- *De conformidad con la normatividad electoral vigente en materia de fiscalización, ¿qué requisitos debe cubrir la acreditación de erogaciones en concepto de publicidad pagada a través de redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram o similares, correspondiente al gasto ordinario?*
- *De conformidad con la normatividad electoral vigente en materia de fiscalización, ¿qué requisitos debe cubrir la acreditación de erogaciones en concepto de publicidad pagada a través de redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram o similares, correspondiente al gasto programado?*
- *De conformidad con la normatividad electoral vigente en materia de fiscalización, ¿qué requisitos debe cubrir la acreditación de erogaciones en concepto de propaganda electoral pagada a través de redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram o similares, durante los periodos de campaña?*
- *¿En todos los casos tiene que ser mediante un intermediario o puede hacerlo directamente el partido político a través de su estructura? ¿Pueden hacerlo militantes o simpatizantes? ¿Es necesario que en la comprobación se acompañe algún documento que vincule respecto de dicha publicidad, como un contrato de adhesión, la descripción de términos y condiciones o alguno similar? ¿Se tienen que hacer avisos de contratación?”*

Al respecto, de la lectura integral del escrito de consulta, esta Unidad Técnica de Fiscalización advierte que su representada, solicita orientación y asesoría respecto a la comprobación de gastos por publicidad o propaganda en redes sociales tales como, Facebook, Twitter, Instagram o similares,



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN  
Oficio Núm. INE/UTF/DRN/9621/2021  
Asunto. - Se responde consulta.

durante el periodo de actividades ordinarias permanentes, las tendentes a la obtención del voto durante los procesos electorales y las de carácter específico.

## II. Marco normativo aplicable

El carácter de interés público de los partidos políticos implica ser un conducto para hacer posible la participación de los ciudadanos en la vida democrática del país, por lo que reconocerlo deriva en el consecuente otorgamiento de prerrogativas, como lo es el uso de recursos públicos, el cual se encuentra limitado en cuanto al destino de los mismos, en tanto que, por definición, **el financiamiento de los partidos políticos, constituye un elemento cuyo empleo sólo puede corresponder con los fines señalados por la ley.**

En virtud de lo anterior, tales fines se constriñen a promover la participación del pueblo en la vida democrática, fomentar el principio de paridad de género, contribuir a la integración de la representación nacional y hacer posible el acceso de los ciudadanos al ejercicio del poder público.

Ahora bien, el artículo 25, numeral 1, inciso n) de la Ley General de Partidos Políticos, establece como una de las múltiples obligaciones de los partidos políticos, la de aplicar el financiamiento de que dispongan exclusivamente para los fines que les hayan sido entregados. Lo que es coincidente con lo determinado en el artículo 24, fracción II, de la Constitución Política del estado de Hidalgo y el artículo 29 del Código Electoral del estado de Hidalgo.

En la misma lógica, el artículo 127 del código electoral de la entidad en cita, establece que la propaganda electoral es el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que produzcan y difundan los partidos políticos en lo individual o a través de candidaturas comunes y las coaliciones, sus candidatos, fórmulas, planillas, y los Candidatos Independientes; así como sus simpatizantes.

Por su parte, el artículo 46, numeral 2 del Reglamento de Fiscalización, establece los requisitos de los comprobantes de operaciones, los cuales se deberán identificar a través del complemento INE CFDI, cuando se trate de la adquisición o contratación de cualquier tipo de propaganda sin importar el monto erogado.

De igual manera, el artículo 46 Bis, numerales 1 y 2 del Reglamento de Fiscalización, establecen que los comprobantes de las operaciones contratadas en línea con proveedores o prestadores de servicios con domicilio fiscal fuera del país, ya sea de forma directa por el sujeto obligado o de forma indirecta a través de un intermediario, se realizará por medio del recibo expedido por el proveedor o prestador de servicios en el formato proporcionado por el sitio en línea. Adicionalmente, se deberá anexar una captura de pantalla de la transacción en línea, donde se pueda verificar el portal en el cual fue realizada, el método de pago, tipo de bien o servicio adquirido, identidad, denominación legal y datos de ubicación física.

Por ello, el artículo 83 numerales 1 y 3 del Reglamento de Fiscalización, establece los requisitos que se deben cumplir para acreditar los gastos por concepto de propaganda, el cual en su parte conducente menciona:



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

**UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN**  
**Oficio Núm. INE/UTF/DRN/9621/2021**  
**Asunto. - Se responde consulta.**

*“1. El responsable de finanzas del sujeto obligado, deberá formular una relación de los proveedores y prestadores de servicios con los cuales realicen operaciones durante el periodo de precampaña, campaña o ejercicio objeto de revisión, y la coalición exclusivamente durante el periodo de campaña, que superen las cinco mil UMA, para lo cual deberá conformar y conservar un expediente por cada uno de ellos, en hoja de cálculo, de forma impresa y en medio magnético; dicha relación deberá ser presentada a la Unidad Técnica cuando le sea solicitado.*

*a) Nombre o denominación social, RFC, domicilio completo y número de teléfono.*

*b) Los montos de las operaciones realizadas y los bienes o servicios obtenidos.*

*c) Copia de documento expedido por el SAT, en el que conste el RFC.*

*d) Copia fotostática del acta constitutiva en caso de tratarse de una persona moral, que cuente con el sello y folio de inscripción en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio que corresponda.*

*e) Nombre del o de los representantes o apoderados legales, en su caso.*

*3. Para el caso de proveedores en el extranjero, en lugar del RFC, así como los requisitos contemplados en los incisos c) y d), los sujetos obligados deberán proporcionar, en su caso, el número de identificación tributaria o documento equivalente al RFC expedido por la autoridad competente en el país de origen, así como la evidencia fotográfica del bien o servicio prestado y copia de la factura o del documento que emplee el proveedor como comprobante fiscal en el país de residencia.*

*En caso de que dicha documentación se encuentre en otro idioma, se deberá acompañar con traducción al idioma español.”*

En tales consideraciones, los artículos 126 y 127 del Reglamento de Fiscalización señalan por una parte que aquellos pagos que rebasen la cantidad equivalente a noventa unidades de medida y actualización, deberán realizarse mediante cheque nominativo librado a nombre del prestador del bien o servicio, que contenga la leyenda “para abono en cuenta del beneficiario” o a través de transferencia electrónica y que el gasto deberá estar registrado contablemente y estar soportado con la documentación original que cumpla con los requisitos fiscales.

De conformidad con lo dispuesto en el numeral 4, inciso e) del artículo 199 del Reglamento de Fiscalización, se contemplan las redes sociales, como conceptos y actos de campaña: e) Gastos de anuncios pagados en internet: comprenden los realizados en inserciones, banners, tweets, anuncios, cuentas de redes sociales, páginas de Internet, así como otros similares por los que se haya efectuado un gasto y tengan como finalidad promover la campaña de un partido político o candidato.

En ese entendido, el artículo 261 numeral 5 del Reglamento de Fiscalización, prevé que si la contratación se realizó con un proveedor en el extranjero mediante contrato en modalidad electrónica, se deberá adjuntar el documento suscrito por esa vía, así como impresiones de pantalla de los distintos documentos electrónicos involucrados en los que se detallen reglas de pago, términos y condiciones, políticas de privacidad y todos aquellos datos de los que se desprenda con claridad objeto del contrato y el monto pagado por el servicio o bien.

### **III. Caso concreto**



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN

Oficio Núm. INE/UTF/DRN/9621/2021

Asunto. - Se responde consulta.

De conformidad con la normatividad antes citada, es importante resaltar que los partidos políticos para lograr sus cometidos, pueden y deben desarrollar, en lo general, básicamente dos tipos de actividades: ordinarias permanentes y específicas:

**a) Las actividades ordinarias permanentes**, que a su vez se clasifican en las destinadas a sostener en funcionamiento efectivo a sus órganos estatutarios; las tendentes, mediante propaganda política (relativa a la divulgación de su ideología y de su plataforma política), a promover la participación del pueblo en la vida democrática del país, a contribuir a la integración de la representación nacional, así como a incrementar constantemente el número de sus afiliados, todas las cuales deben ser realizadas de manera permanente y las destinadas a actividades específicas, relativas a la educación, capacitación, investigación socioeconómica y política, así como a las tareas editoriales, pues precisamente contribuyen a que la ciudadanía se involucre y participe en la vida democrática del país.

**b) Las actividades específicas de carácter político electoral**, consideradas aquéllas que se desarrollan durante los procesos electorales a través de las precampañas y las campañas electorales, mediante propaganda electoral y actos de precampaña y de campaña y que, tienen como objetivo básico la selección de las personas que serán postuladas a un cargo de elección popular, la presentación de su Plataforma Electoral y la obtención del voto de la ciudadanía, para que sus candidatos registrados obtengan los sufragios necesarios para acceder a los cargos de elección popular.

Ahora bien, respecto de los planteamientos hechos en la consulta, consistentes en la orientación y asesoría respecto a la comprobación de gastos por publicidad o propaganda en redes sociales denominadas Facebook, Twitter, Instagram o similares, durante el periodo de actividades ordinarias permanentes, campaña y las de carácter específico, esta Unidad Técnica informa lo siguiente:

Para la comprobación del gasto relacionado con publicidad en redes sociales se deberá reportar en el Sistema Integral de Fiscalización (SIF), acompañando de la documentación soporte consistente en comprobante fiscal, evidencia del pago, contrato de prestación de servicios, aviso de contratación, relación detallada de la publicidad contratada y muestras fotográficas y de video de las mismas, conforme al plazo establecido en el Reglamento de Fiscalización.

Por ello, todo pago que efectúen los sujetos obligados que en una sola exhibición rebase la cantidad equivalente a noventa unidades de medida y actualización, deberá realizarse mediante cheque nominativo librado a nombre del prestador del bien o servicio, que contenga la leyenda "*para abono en cuenta del beneficiario*" o a través de transferencia electrónica, así como deberán registrarse contablemente y estar soportados con la documentación original expedida a nombre del sujeto obligado. Dicha documentación deberá cumplir con requisitos fiscales.

Adicionalmente, los comprobantes de las operaciones de comercio en línea realizados con proveedores o prestadores de servicios con domicilio fiscal en el país deberán seguir lo señalado en los artículos 46 y 46 Bis del Reglamento de Fiscalización, así como los requisitos establecidos en los artículos 29 y 29-A del Código Fiscal de la Federación



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN

Oficio Núm. INE/UTF/DRN/9621/2021

Asunto. - Se responde consulta.

Así mismo, en caso de que la contratación con proveedores o prestadores de servicios que tengan su domicilio fiscal fuera del país, ya sea de forma directa por el sujeto obligado, o de forma indirecta a través de un intermediario, se deberá de cumplir con el número de identificación tributaria o documento equivalente al RFC expedido por la autoridad competente en el país de origen, así como la evidencia fotográfica del bien o servicio prestado y copia de la factura o del documento que emplee el proveedor como comprobante fiscal en el país de residencia.

Por lo que refiere a las **actividades relacionadas con el gasto programado**, se deberán observar los mismos requisitos para comprobar un gasto ordinario; considerando las directrices del gasto que se programa, esto es cumplir con el objetivo de los porcentajes destinados para actividades específicas o capacitación, promoción y desarrollo del liderazgo político de las mujeres, adicionalmente a los requisitos que se deben cumplir con el objeto de acreditar los egresos por concepto de propaganda que ya se han mencionado, es necesario observar el contenido del artículo 83 numerales 1 y 3 del Reglamento de Fiscalización.

Ahora bien, **por cuanto hace a los anuncios pagados en internet** que tengan como finalidad promover la campaña de un partido o candidato; se deberán reportar los gastos relacionados a la colocación de publicidad o propaganda que implique beneficio a los candidatos, así como el diseño de su publicidad, producción de videos o contratación de la página web.

En ese entendido, en caso de contratación de publicidad con las redes sociales de Facebook e Instagram se deberá:

- I. Indicar el perfil
- II. Página o cuenta
- III. Fecha de creación
- IV. Datos de identificación
- V. Creador o administrador
- VI. Tipo de anuncio
- VII. Gasto total,
- VIII. Si fue con moneda nacional,
- IX. Fechas del anuncio consistentes en inició y terminó,
- X. Datos de identificación del creador de la cuenta y
- XI. Método de pago asociado a la misma.

Durante campañas los sujetos obligados contarán con un plazo máximo de tres días posteriores a la suscripción de los contratos, para la presentación del aviso de contratación, previa entrega de los bienes o a la prestación del servicio de que se trate, en términos del artículo 261 del Reglamento de Fiscalización.

Cabe precisar, que los bienes y servicios contratados que tengan como finalidad la precampaña o campaña y sean contratados antes del inicio de los periodos de precampaña o campaña y por los cuales deba presentarse un aviso de contratación, deberán comunicarse en un plazo máximo de seis días naturales siguientes al inicio del periodo que corresponda a cada cargo de elección.



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN

Oficio Núm. INE/UTF/DRN/9621/2021

Asunto. - Se responde consulta.

Dicha contratación puede ser realizada directamente por el partido político, en caso de que la contratación de los servicios de publicidad o propaganda se realice por militantes o simpatizantes deberá estarse a lo establecido en los artículos 54 y 55 de la Ley General de Partidos Políticos.

IV. Conclusiones

De conformidad con los argumentos señalados anteriormente, es válido concluir lo siguiente:

- Respecto a la comprobación del gasto relacionado con publicidad en redes sociales para los rubros de gasto ordinario y gasto programado, los gastos se deberán reportar en el Sistema Integral de Fiscalización (SIF), acompañando de la documentación soporte consistente en: comprobante fiscal, evidencia del pago, contrato de prestación de servicios, aviso de contratación, relación detallada de la publicidad contratada y muestras fotográficas y de video, conforme a los artículos 46, 46 Bis, 83, 126 y 127 del Reglamento de Fiscalización, considerando las directrices del recurso destinado para actividades específicas o capacitación, promoción y desarrollo del liderazgo político de las mujeres.
Por cuanto hace a los anuncios pagados en internet que tengan como finalidad promover la campaña de un partido o candidato; se deberán reportar los gastos relacionados a la colocación de publicidad o propaganda que implique beneficio a los candidatos, así como el diseño de su publicidad, producción de videos o contratación de la página web.
En caso de que la contratación de publicidad se realice en las redes sociales denominadas Facebook e Instagram deberán indicar el perfil, la página o cuenta de Instagram, fecha de creación, datos de identificación el creador o administrador, el tipo de anuncio, el gasto total, si fue con moneda nacional, fechas del anuncio consistentes en inició y terminó, datos de identificación del creador de la cuenta y el método de pago asociado a la misma.
La contratación puede ser realizada directamente por el partido político; en caso de que se realice por militantes o simpatizantes deberá estarse a lo establecido en los artículos 54 y 55 de la Ley General de Partidos Políticos.

Sin otro particular, reciba usted un cordial saludo.

ATENTAMENTE

JACQUELINE VARGAS ARELLANES

TITULAR DE LA UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN

Table with 2 columns: Role and Name/Position. Rows include: Responsable de la validación de la información (Rodrigo Aníbal Pérez Ocampo), Responsable de la revisión de la información (Lorena Villarreal Villarreal), Responsable de la redacción del documento (Luis Ángel Peña Reyes), and Responsable de la información (Liliana Chávez Mora).

