



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

Unidad Técnica de Fiscalización

Oficio Núm. INE/UTF/DRN/1840/2023

Asunto.- Se responde consulta.

Ciudad de México, 13 de febrero de 2023.

DR. OMAR FRANCISCO GUDIÑO MAGAÑA
TESORERO NACIONAL DEL PARTIDO ACCIÓN
NACIONAL

Av. Coyoacán No. 1546. Col. Del Valle, Alcaldía Benito
Juarez, C.P. 03100, Ciudad de México

PRESENTE

Con fundamento en los artículos 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 tres de febrero de dos mil veintitrés, por la Unidad Técnica de Fiscalización.

I. Planteamiento de la consulta

Mediante escrito con número de oficio TESO/024/2023, de fecha uno de febrero de dos mil veintitrés, realiza una consulta a la Unidad Técnica de Fiscalización, cuya parte conducente se transcribe a continuación:

“(…)

II. CUESTIONAMIENTOS.

- a) ***La propaganda genérica que difunden los partidos políticos durante el periodo de intercampana puede segmentarse por entidad federativa de conformidad con lo previsto en la tesis VII/2022 de rubro "PAUTA ORDINARIA. ¿LOS PARTIDOS POLÍTICOS NACIONALES PUEDEN TRANSMITIR PROMOCIONALES DE CARÁCTER GENÉRICO DE MANERA REGIONALIZADA O SEGMENTADA"?, es decir ¿Se puede poner en la propaganda genérica en el periodo de intercampana segmentada el nombre de la entidad federativa?***
- b) ***¿Los gastos que se generen por la difusión de propaganda genérica en un periodo de intercampana por parte de un partido político deberá ser reportada en la operación ordinaria? O, ¿Cuál es el tratamiento de registro que el partido político debe observar?***
- c) ***En caso que una misma propaganda genérica sea difundida en periodo de precampana, intercampana y campana, en materia de fiscalización ¿Qué tratamiento de registro debe de observar el partido político? y ¿qué consideraciones debe tomar en cuenta de acuerdo a la materia electoral aplicable?***
- d) ***¿En qué momento una propaganda genérica causa un beneficio en periodo de precampana, intercampana y campana?***

(…)”



Unidad Técnica de Fiscalización

Oficio Núm. INE/UTF/DRN/1840/2022

Asunto.- Se responde consulta.

INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

De la lectura integral al escrito de consulta, esta Unidad Técnica de Fiscalización (en adelante UTF), advierte que el consultante solicita conocer si en el período de intercampaña se puede colocar en la propaganda genérica segmentada, el nombre de la entidad federativa de su difusión, asimismo, solicita conocer cómo se deben registrar los gastos que se generen por la difusión de propaganda genérica en dicho período, y de ser difundida también en período de precampaña y campaña, cuál es será su tratamiento y, finalmente, consulta en qué período la propaganda genérica causa un beneficio.

II. Marco normativo aplicable

El artículo 41, párrafo tercero, Base III, Apartado A, inciso g), de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (en adelante CPEUM) señala que los partidos políticos nacionales tendrán derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social y el Instituto Nacional Electoral (en adelante INE) será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales.

En los periodos fuera de precampañas y campañas electorales federales, al INE le será asignado hasta el doce por ciento del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad; del total asignado, el INE distribuirá entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria un cincuenta por ciento; el tiempo restante lo utilizará para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas y cada partido político nacional utilizará el tiempo que por este concepto le corresponda en los formatos que establezca la ley.

Asi bien, en los artículos 55, numeral 1 incisos g) y o) y 160, numerales 1 y 2 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (en adelante LGIPE) se establece que la Dirección de Prerrogativas y Partidos Políticos tiene la atribución para realizar lo necesario a efecto de que los Partidos Políticos y candidatos ejerzan sus prerrogativas de acceso a los tiempos de radio y televisión, estableciendo pautas para la asignación de los mensajes y programas que tengan derecho a difundir, durante los procesos electorales que comprendan, atendiendo siempre a lo establecido en el artículo 41, Base III de la Carta Magna.

Asimismo, el artículo 160, párrafos 1 y 2 de LGIPE, prevé que el INE es la única autoridad para llevar a cabo la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas y derechos que la CPEUM y esa ley otorgan a los partidos políticos en materia electoral y garantizará a los partidos políticos el uso de sus prerrogativas constitucionales en radio y televisión; establecerá las pautas para la asignación de los mensajes y programas que tengan derecho a difundir, tanto durante los periodos que comprendan los procesos electorales, como fuera de ellos; atenderá las quejas y denuncias por la violación a las normas aplicables y determinará, en su caso, las sanciones.

Por su parte el artículo 181 de la LGIPE dispone que fuera de los periodos de precampaña y campaña electorales federales, del tiempo a que se refiere el inciso g) del apartado A de la Base III del artículo 41 de la CPEUM, los partidos políticos nacionales tendrán derecho a que sea



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

Unidad Técnica de Fiscalización

Oficio Núm. INE/UTF/DRN/1840/2022

Asunto.- Se responde consulta.

utilizado para la transmisión de mensajes con duración de 30 segundos cada uno, en todas las estaciones de radio y canales de televisión y el total de mensajes se distribuirá en forma igualitaria entre los partidos políticos nacionales y, serán transmitidos en el horario comprendido entre las seis y las veinticuatro horas.

El Comité de Radio y Televisión del Instituto aprobará, en forma semestral, las pautas respectivas.

Ahora bien, el artículo 5, párrafo 1, fracción III, incisos g) del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, señala en su terminología el concepto de intercampaña, el cual se transcribe a la letra:

**Artículo 5.
Del glosario**

1. *Para los efectos del presente Reglamento, se entenderá*

(...)

III. Por lo que hace a la terminología:

(...)

g) Intercampañas: *El periodo que transcurre del día siguiente al que terminan las precampañas relativas a un cargo de elección popular, al día anterior al inicio de las campañas correspondientes;*

(...)

De igual manera, la jurisprudencia 16/2018 aprobada en sesión pública celebrada el veintisiete de junio de dos mil dieciocho por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (en adelante TEPJF), cuyo rubro señala “*PROPAGANDA GENÉRICA. LOS GASTOS REALIZADOS DURANTE LAS PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS SON SUSCEPTIBLES DE PRORRATEO*” establece que, la propaganda genérica es aquella en la que se publique o difunda el emblema o la mención de lemas del partido político correspondiente, sin que se identifique algún precandidato o candidato en particular.

Adicionalmente debe señalarse que en el artículo 25, numeral 1, incisos a) y n) de la Ley General de Partidos Políticos (en adelante LGPP), se establece que los partidos políticos tienen la obligación de conducir sus actividades dentro de los cauces legales y ajustar su conducta a los principios del Estado democrático; así como, de aplicar el financiamiento de que dispongan exclusivamente para los fines que les haya sido entregado.

El artículo 59, numeral 1 de la LGPP, establece que cada partido político será responsable de su contabilidad y de la operación del sistema de contabilidad, así como del cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley y las decisiones que en la materia emita el Consejo General del INE y la Comisión de Fiscalización.

El artículo 61 de la LGPP, señala las obligaciones que deberán cumplir los partidos políticos en cuanto a su régimen financiero, asimismo, el artículo 62 establece los requisitos que deberán



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

Unidad Técnica de Fiscalización

Oficio Núm. INE/UTF/DRN/1840/2022

Asunto.- Se responde consulta.

reunir los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos, respecto de los gastos que realicen.

Por su parte, el artículo 33, numeral 1, inciso d) del Reglamento de Fiscalización (en adelante RF) señala los requisitos de la contabilidad, por lo que los sujetos obligados deberán utilizar el Manual General de Contabilidad que incluye la Guía Contabilizadora y el Catálogo de Cuentas que emita la Comisión de Fiscalización.

Adicionalmente, el artículo 41, numeral 1 del RF establece que todas las operaciones deberán registrarse en el Sistema Integral de Fiscalización y sujetarse al propio RF, al Manual General de Contabilidad, a la Guía Contabilizadora y al Catálogo de Cuentas.

Por último, se deberá de observar lo establecido en el Acuerdo **INE/CG853/2022** del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, por el que se determinan las reglas para la contabilidad, rendición de cuentas y fiscalización, así como los gastos que se consideran para los periodos de obtención del apoyo de la ciudadanía y precampaña, correspondientes a los Procesos Electorales Locales Ordinarios 2022-2023 en los estados de Coahuila de Zaragoza y México, así como a los procesos extraordinarios que pudieran derivar de dicho proceso.

III. Caso concreto

En concordancia con el marco normativo aplicable, y en atención al **cuestionamiento señalado en el inciso a)** del escrito de consulta, se hace de su conocimiento que la Sala Regional Especializada del TEPJF, en sesión pública celebrada el cinco de octubre de dos mil veintidós, mediante la **Tesis VII/2022**, resolvió lo siguiente:

“(...)

Criterio jurídico: Los partidos políticos nacionales pueden pautar promocionales de pauta ordinaria para su transmisión a nivel nacional, o bien, de forma regionalizada en una entidad federativa o municipio, dependiendo de la estrategia política de comunicación que los defina, ya que, durante el periodo ordinario, a diferencia de los procesos electorales, no existen dos tipos de pautas (federal y local).

(...)”

Por lo anterior, la propaganda institucional que difunden los partidos políticos durante el periodo de intercampaña puede segmentarse identificándose por entidad federativa, de conformidad con la Tesis de mérito.

Por lo que hace al **cuestionamiento descrito en el inciso b)**, se informa que los gastos que se generen por la difusión de propaganda genérica institucional en el periodo de intercampaña deberán ser reportados en la operación ordinaria, de conformidad con lo señalado en el artículo 78, numeral 1, inciso b), fracción II de la LGPP.

En ese sentido los registros contables deberán realizarse en apego a lo establecido en el RF y el Manual General de Contabilidad, de acuerdo con el tipo de gasto que se realice.



Unidad Técnica de Fiscalización

Oficio Núm. INE/UTF/DRN/1840/2022

Asunto.- Se responde consulta.

INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

Se precisa que el artículo 76 numeral 2 de la LGPP establece que no se considerarán dentro de los gastos de campaña, los gastos que realicen los partidos para su operación ordinaria, para el cumplimiento de sus obligaciones estatutarias y para el sostenimiento de sus órganos directivos.

En relación con el **cuestionamiento previsto en el inciso c)**, se advierte que **si una misma propaganda genérica se difunde en los periodos de precampaña, intercampaña y campaña, deberán aplicarse a los respectivos informes**, de conformidad con lo previsto en los artículos 230 y 243 de la LGIPE, los cuales disponen lo siguiente:

Artículo 230.

1. *Quedarán comprendidos dentro de los topes de gasto de precampaña los conceptos señalados en los incisos a), b), c) y d) del párrafo 2 del artículo 243 de esta Ley.*

Artículo 243.

1. *Los gastos que realicen los partidos políticos, las coaliciones y sus candidatos, en la propaganda electoral y las actividades de campaña, no podrán rebasar los topes que para cada elección acuerde el Consejo General.*
2. *Para los efectos de este artículo quedarán comprendidos dentro de los topes de gasto los siguientes conceptos:*
 - a) *Gastos de propaganda:*
 - I. *Comprenden los realizados en bardas, mantas, volantes, pancartas, equipos de sonido, eventos políticos realizados en lugares alquilados, propaganda utilitaria y otros similares;*
 - b) *Gastos operativos de la campaña:*
 - I. *Comprenden los sueldos y salarios del personal eventual, arrendamiento eventual de bienes muebles e inmuebles, gastos de transporte de material y personal, viáticos y otros similares;*
 - c) *Gastos de propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos:*
 - I. *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, y*
 - d) *Gastos de producción de los mensajes para radio y televisión:*
 - I. *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.*
3. *No se considerarán dentro de los topes de campaña los gastos que realicen los partidos para su operación ordinaria y para el sostenimiento de sus órganos directivos y de sus organizaciones.*
4. *El Consejo General, en la determinación de los topes de gastos de campaña, aplicará las siguientes reglas:*
 - a) *Para la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a más tardar el día último de octubre del año anterior al de la elección, procederá en los siguientes términos:*
 - I. *El tope máximo de gastos de campaña será equivalente al veinte por ciento del financiamiento público de campaña establecido para todos los partidos en el año de la elección presidencial, y*



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

Unidad Técnica de Fiscalización

Oficio Núm. INE/UTF/DRN/1840/2022

Asunto.- Se responde consulta.

b) Para la elección de diputados y senadores, a más tardar el día último de diciembre del año de la elección, procederá en los siguientes términos:

I. El tope máximo de gastos de campaña para la elección de diputados por el principio de mayoría relativa será la cantidad que resulte de dividir el tope de gasto de campaña establecido para la elección presidencial entre trescientos. Para el año en que solamente se renueve la Cámara de Diputados, la cantidad a que se refiere esta fracción será actualizada con el valor de la Unidad de Medida y Actualización, y

II. Para cada fórmula en la elección de senadores por el principio de mayoría relativa, el tope máximo para gastos de campaña será la cantidad que resulte de multiplicar la suma del tope de gasto de campaña para la elección de diputados por el número de distritos que comprenda la entidad de que se trate. En ningún caso el número de distritos que se considerará será mayor de veinte.

Respecto del **cuestionamiento correspondiente al inciso d)**, el **beneficio de gasto de la propaganda genérica será de conformidad con los periodos en que se difunda** y en los que se establezcan para la precampaña, intercampaña y campaña, a que refiere el artículo 210 de la LGIPE, el cual se transcribe para mejor proveer:

Artículo 210.

- 1. La distribución o colocación de la propaganda electoral deberá respetar los tiempos legales que se establezcan para cada caso, su retiro o fin de su distribución deberá efectuarse tres días antes de la jornada electoral.*
- 2. En el caso de la propaganda colocada en vía pública, deberá retirarse durante los siete días posteriores a la conclusión de la jornada electoral.*
- 3. La omisión en el retiro o fin de distribución de la propaganda, serán sancionados conforme a esta Ley.*

Por lo que hace a los criterios para la identificación del beneficio, así como el tratamiento de la propaganda institucional o genérica, se deberá observar lo previsto en los artículos 32 y 32 bis del RF, mientras que el artículo 127 del mismo ordenamiento describe cómo deberán registrarse los egresos, así como su documentación soporte.

Finalmente, para la aplicación del prorrateo se deberá observar lo señalado en los artículos 218 y 218 Bis del RF, los cuales prevén el procedimiento que los partidos políticos deberán seguir en el período que corresponda.

IV. Conclusiones

Por lo anteriormente expuesto, es válido concluir lo siguiente:

- Que la propaganda institucional que difunden los partidos políticos durante el periodo de intercampaña **puede segmentarse identificándose por entidad federativa, de conformidad con la Tesis VII/2022**, aprobada por Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Que **los gastos que se generen por la difusión de propaganda genérica institucional en el periodo de intercampaña por parte de un partido político deberán ser**



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

Unidad Técnica de Fiscalización

Oficio Núm. INE/UTF/DRN/1840/2022

Asunto.- Se responde consulta.

reportados en la operación ordinaria, de conformidad con lo señalado en el artículo 78, numeral 1, inciso b), fracción II de la LGPP.

- Que si una misma propaganda genérica se difunde en los periodos de precampaña, intercampaña y campaña, deberá aplicarse a los respectivos informes de cada etapa del proceso electoral, de conformidad con lo previsto en los artículos 230 y 243 de la LGIPE.
- Que el beneficio de gasto de la propaganda genérica será de conformidad con los periodos en que se difunda y en los que se establezcan para la precampaña, intercampaña y campaña correspondientes.

Sin otro particular, reciba usted un cordial saludo.

ATENTAMENTE
TITULAR DE LA UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN
JACQUELINE VARGAS ARELLANES

<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>	Luis Ángel Peña Reyes Líder de Proyecto de Resoluciones Unidad Técnica de Fiscalización
<i>Responsable de la información:</i>	Sandra Sánchez Martínez Abogado Resolutor Unidad Técnica de Fiscalización

CONTAMOS TODAS
TODOS



