

## **INE/CG593/2016**

# **DICTAMEN CONSOLIDADO QUE PRESENTA LA COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN AL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL RESPECTO DE LA REVISIÓN DE LOS INFORMES DE CAMPAÑA DE LOS INGRESOS Y GASTOS DE LOS CANDIDATOS A LOS CARGOS DE GOBERNADOR, DIPUTADOS LOCALES Y AYUNTAMIENTOS, CORRESPONDIENTE AL PROCESO ELECTORAL LOCAL ORDINARIO 2015-2016, EN EL ESTADO DE CHIHUAHUA**

## **Índice**

### **1 Marco Legal**

### **2 Metodología de la revisión**

#### **2.1 Procedimiento de revisión de los Informes de Ingresos y Gastos de Campañas.**

##### **2.1.1. Sistemas utilizados para la fiscalización**

##### **2.1.2 Determinación de las pruebas de auditoría**

##### **2.1.3 Monitoreo de campaña.**

###### **2.2.3.1 Monitoreo a Espectaculares y propaganda en la vía pública**

###### **2.2.3.2 Monitoreo de Medios Impresos**

###### **2.2.3.3 Monitoreo en Páginas de Internet y Redes Sociales**

##### **2.1.4 Determinación de Costos**

##### **2.1.5 Confirmación de operaciones con instancias externas**

##### **2.1.6 Preparación y elaboración del Dictamen Consolidado**

##### **2.1.7 Información relevante de la fiscalización**

### **3. Informe de la revisión de Partidos Políticos, Coaliciones, Candidatos y Candidatos Independientes**

#### **3.1 Partido Acción Nacional**

##### **3.1.1 Gobernador**

##### **3.1.2 Diputado Local**

##### **3.1.3 Ayuntamiento**

##### **3.1.4 Síndicos**

##### **Conclusiones**

#### **3.2 Partido Revolucionario Institucional**

##### **3.2.1 Gobernador (Coaligado)**

##### **3.2.2 Diputados Local**

##### **3.2.3 Ayuntamientos**

##### **3.2.4 Síndicos**

- Conclusiones
- 3.3 Partido de la Revolución Democrática
  - 3.3.1 Gobernador
  - 3.3.2 Diputado Local
  - 3.3.3 Ayuntamientos
  - 3.3.4 Síndicos
- Conclusiones
- 3.4 Partido del Trabajo
  - 3.4.1 Gobernador (Coaligado)
  - 3.4.2 Diputado Local
  - 3.4.3 Ayuntamientos
  - 3.4.4 Síndicos
- Conclusiones
- 3.5 Partido Verde Ecologista de México
  - 3.5.1 Gobernador (Coaligado)
  - 3.5.2 Diputado Local
  - 3.5.3 Ayuntamientos
  - 3.5.4 Síndicos
- Conclusiones
- 3.6 Movimiento Ciudadano
  - 3.6.1 Gobernador
  - 3.6.2 Diputado Local
  - 3.6.3 Ayuntamientos
  - 3.6.4 Síndicos
- Conclusiones
- 3.7 Nueva Alianza
  - 3.7.1 Gobernador (Coaligado)
  - 3.7.2 Diputado Local
  - 3.7.3 Ayuntamientos
  - 3.7.4 Síndicos
- Conclusiones
- 3.8 MORENA
  - 3.8.1 Gobernador
  - 3.8.2 Diputado Local
  - 3.8.3 Ayuntamientos
  - 3.8.4 Síndicos
- Conclusiones
- 3.9 Encuentro Social
  - 3.9.1 Gobernador
  - 3.9.2 Diputado Local
  - 3.9.3 Ayuntamientos
  - 3.9.4 Síndicos
- Conclusiones

- 3.10 Coalición PRI-PT-PVEM-NUAL
  - 3.10.1 Gobernador
  - 3.10.2 Diputado Local
  - 3.10.3 Ayuntamientos
  - 3.10.4 Síndicos
    - Conclusiones
- 3.11.1.1 Ci José Luis Barraza González
  - Conclusiones
- 3.11.3.1 Ci Mayra Adriana Aguirre Maciel
  - Conclusiones
- 3.11.3.2 Ci Héctor Armando Cabada Alvidrez
  - Conclusiones
- 3.11.3.3 Ci Manuel Antonio Cano Villalobos
  - Conclusiones
- 3.11.3.4 Ci Jorge Alfredo Daniel González
  - Conclusiones
- 3.11.3.5 Ci José Gerardo Gallardo Molina
  - Conclusiones
- 3.11.3.6 Ci Roberto Antonio González García
  - Conclusiones
- 3.11.3.7 Ci Jorge Alfredo Lozoya Santillán
  - Conclusiones
- 3.11.3.8 Ci Jesús Gerardo Mariscal Vargas
  - Conclusiones
- 3.11.3.9 Ci Javier Mesta Delgada
  - Conclusiones
- 3.11.3.10 Ci Luis Nevárez Guillén
  - Conclusiones
- 3.11.3.11 Ci Noé Sotelo Casillas
  - Conclusiones
- 3.11.3.12 Ci Carlos Tena Nevárez
  - Conclusiones
- 3.11.3.13 Ci Luis Enrique Terrazas Seyffert
  - Conclusiones

#### 4 Glosario de Siglas y Acrónimos

## **1 Marco Legal**

El presente dictamen está sustentado en el marco jurídico vigente y es resultado de la revisión a los Informes de Campaña presentados por los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes.

### Disposiciones Generales en materia de Fiscalización

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), artículo 41, Base V, Apartado B, inciso a), numeral 6 y penúltimo párrafo.

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE), artículos 32, fracción VI, 190, 191, 192, 196 numeral 1 y 199.

Ley General de Partidos Políticos (LGPP), artículos 7, inciso d) y 25 fracción k).

Reglamento de Fiscalización (RF), artículo 287.

### Del financiamiento público a partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes

CPEUM, artículo 116, fracción IV, incisos g) y h).

LGIPE, artículos 426, numeral 1, 428 y 431, numeral 1.

LGPP, artículos 50, 52, 53, numeral 1 inciso a), b), c) y d).

### De la verificación de las operaciones financieras

LGIPE, Artículo 426, numeral 2.

LGPP, Artículo 58.

### Informes de campañas

LGIPE, artículo 431, numerales 1, 3.

LGPP, artículos 72, 79 numeral, 1 inciso b) y 80 fracción d).

RF, Artículo 243.

### De la operación, registro contable e informes de los ingresos y gastos de los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes

LGIPE, artículos 377, numeral 1, 403, 428, numeral 1 y 430.

LGPP, artículos 59, 60 y 61, fracciones I, II, III.

RF, artículos 244 y 245.

De la Revisión y confronta

LGPE, artículo 429, numerales 1, 2.

LGPP, artículo 80, inciso d), fracciones I, II, III y IV.

RF, artículos 289, numeral 1 inciso d), 290, 291, numerales 1, 3, 4 y 295.

Además, considera el contenido de los acuerdos que se enuncian a continuación:

Consejo General del INE

Acuerdo INE/CG93/2014 por el cual se determinan normas de transición en materia de fiscalización (9-jul-2014).

Acuerdo INE/CG1047/2015, por el que se modificaron y adicionaron diversas disposiciones del Reglamento de Fiscalización. (16-dic-2015)

Acuerdo INE/CG1069/2015, por el que se aprueban el plan y calendario integral de los Procesos Electorales Locales. (16-dic-2015)

Acuerdo INE/CG160/2016 por el que se determinan los límites del financiamiento privado que podrán recibir los partidos políticos por sus militantes y simpatizantes, así como el límite individual de las aportaciones de simpatizantes, durante el ejercicio 2016. (30-mar-2016).

Acuerdo INE/CG261/2016 por el que se aprobaron los ajustes a los plazos para la presentación de los informes de campañas locales, revisión, elaboración y aprobación del dictamen consolidado y resolución derivados de la revisión de los informes de ingresos y gastos de los candidatos correspondientes al Proceso Electoral Local Ordinario 2015-2016. (20-abril-2016)

Acuerdo INE/CG399/2016 por el que se establecen las reglas para comunicar a los candidatos postulados por partidos políticos y coaliciones los errores y omisiones detectados por la UTF, en la revisión de los informes de campaña presentados con motivo del Proceso Electoral Local Ordinario 2015-2016.

Acuerdo INE/CG418/2016 por el que se aprueba el procedimiento para el envío de los avisos de contratación, a que se refiere el artículo 61, numeral 1, inciso f), fracciones II y III de la Ley General de Partidos Políticos (25-mayo-2016).

Acuerdo INE/CG471/2016, por el cual se emiten los lineamientos para reintegrar el remanente no ejercido del financiamiento público otorgado para gastos de campaña en los Procesos Electorales Federales y Locales, en acatamiento a la sentencia SUP-RAP647/2015 de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

### Comisión de Fiscalización del INE

Acuerdo CF/001/2016, respecto del manual de usuario que deberán observar los partidos políticos coaliciones, precandidatos, aspirantes, candidatos y candidatos independientes y candidatos de representación proporcional para la operación del sistema integral de fiscalización. (13-enero-2016)

Acuerdo CF/002/2016, respecto de los lineamientos para inscripción de proveedores en el Registro Nacional de Proveedores. (13-enero-2016)

Acuerdo CF/004/2016, respecto de los Lineamientos para la realización de las visitas de verificación, monitoreo de anuncios espectaculares y demás propaganda colocada en la vía pública, así como en diarios, revistas y otros medios impresos que promuevan a precandidatos, aspirantes a candidatos independientes, candidatos, candidatos independientes, partidos políticos y coaliciones, durante la precampañas y campañas locales del Proceso Electoral Ordinario 2015-2016, así como para los Procesos Extraordinarios que se pudieran derivar, de las elecciones a celebrarse en los estados de Aguascalientes, Baja California, Chihuahua, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Sinaloa, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz y Zacatecas. (26-ene-2016)

Acuerdo CF/008/2016, respecto de los lineamientos para reinscripción de proveedores en el Registro Nacional de Proveedores. (9-marzo-2016)

## **2. Metodología de la revisión**

### **2.1 Procedimiento de revisión de los Informes de Ingresos y Gastos de Campañas**

#### **2.1.1 Sistemas utilizados para la fiscalización**

##### **Registro Nacional de Proveedores (RNP)**

Mediante el presente, se permite que registren sus datos las personas físicas o morales que vendan, enajenen, arrienden o proporcionen bienes o servicios de manera onerosa a los partidos políticos, coaliciones, precandidatos, candidatos, y candidatos independientes, para su operación ordinaria o la realización de sus precampañas y campañas.

El objetivo del RNP es contar con un sistema que permita identificar a los proveedores que enajenan bienes o prestan servicios a los sujetos obligados, por importes mayores a los 1500

salarios mínimos (en una o más operaciones en un mismo periodo), por vía de un registro totalmente en línea, que valida la información existente en el RFC y reportes de la UIF.

Al cierre del periodo de campaña por el Proceso Electoral 2015-2016, se tiene un registro total de 2016 proveedores inscritos y refrendados.

Lo anterior con fundamento en lo previsto en los artículos 41, Base I, segundo párrafo; II, penúltimo párrafo; y Base V, apartados A, párrafos primero y segundo y B, penúltimo párrafo de la CPEUM; artículo 6, numeral, 199 numeral 1 inciso h de la LGIPE; artículo 7 fracción XXI de la Ley General en Materia de Delitos Fiscales; Artículos 82, 356, 357, 358, 359, 360 y 361 del Reglamento de Fiscalización; así como a los acuerdos CF/002/2016 y CF/008/2016 que establecen el procedimiento, funcionamiento y en su caso reinscripción en el RNP.

### **Sistema Integral de Fiscalización (SIF)**

Para dar cumplimiento a lo establecido en el Artículo 191, incisos a) y b) de la LGIPE, y por corresponder a sus atribuciones, la UTF desarrolló el SIF. El objetivo de este sistema es contar con una aplicación informática basada en criterios estandarizados, para que la captación, clasificación, valuación y registro de los ingresos y gastos relativos a las campañas locales de los Procesos Electorales 2015-2016, se realice conforme a lo dispuesto en el RF, la información que se integra al sistema contribuye al cumplimiento de las obligaciones de los sujetos obligados. El SIF integra la información de diversas fuentes, permite la creación de repositorios de información, documentos y datos explotables por la autoridad y es un apoyo para las atribuciones que en materia de fiscalización competen al INE, de conformidad con lo establecido en la normativa electoral vigente.

El SIF se integra por tres módulos:

- Captura y registro de ingresos y gastos. Módulo que brinda la posibilidad para que los partidos políticos asienten y presenten los informes correspondientes a sus ingresos y gastos, den de alta a cada uno de sus candidatos y adjunten a cada registro la documentación soporte o evidencia correspondiente.
- Administración de fuentes de información. Para el registro de la información proporcionada por el SAT, la UIF y la generada por el propio Instituto con motivo de la fiscalización.
- Reportes para la fiscalización. Mediante el cual se generan los reportes para dar seguimiento a los gastos de campaña (que incluyen gasto directo y gasto centralizado), permite la consulta de operaciones, evidencia e informes presentados por los partidos políticos, coaliciones, candidatos y candidatos independientes, así como la captura de los ingresos o gastos determinados por la autoridad.

De conformidad con lo dispuesto en el Artículo 39, numeral 5 del RF y el acuerdo CF/001/2016 respecto del manual de usuario que deberán observar los partidos políticos coaliciones, precandidatos, aspirantes, candidatos y candidatos independientes y candidatos de representación proporcional para la operación del sistema integral de fiscalización, la UTF mediante los Comités Ejecutivos Nacionales, proporcionó vía correo electrónico y oficio al Representante de Finanzas de los partidos políticos y coaliciones, la cuenta y contraseña de acceso al SIF; así como las cuentas y contraseñas de los administradores de cuentas, candidatos, capturistas y capturistas de cuenta concentradora, conforme al detalle siguiente:

9	Responsable de Finanzas a nivel nacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar, modificar y consultar cuentas del Responsable de Finanzas Local, Administradores de sujetos obligados, y capturistas.</li> <li>- Asignar contabilidades a los capturistas.</li> <li>- Presentar y consultar informes.</li> <li>- Consultar pólizas y evidencias.</li> <li>- Generar reportes contables y de prorratio.</li> <li>- Generar reportes de los candidatos a nivel local.</li> </ul>
141 PP 307 CI	Representante de Finanzas a nivel local (uno por cada Entidad con elección local)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar, modificar y consultar cuentas de los administradores de sujetos obligados, y capturistas a nivel local.</li> <li>- Asignar contabilidades a los capturistas.</li> <li>- Presentar y consultar informes a nivel local.</li> <li>- Consultar pólizas y evidencias a nivel local.</li> <li>- Generar reportes de los candidatos a nivel local.</li> </ul>
8294 <sup>1</sup>	Por cada cargo de elección en el ámbito local y federal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consultar su información de candidatura.</li> <li>- Consultar sus informes.</li> <li>- Consultar sus pólizas y evidencias.</li> <li>- Generar sus reportes contables y de prorratio.</li> <li>- Cargar operaciones contables de forma masiva.</li> </ul>
184 PP	Administradores de sujeto obligado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar, modificar y consultar cuentas de los administradores de sujetos obligados, y capturistas a nivel local.</li> <li>- Asignar contabilidades a los capturistas.</li> </ul>
1503 PP 232 CI	Capturistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registrar operaciones y adjuntar evidencias de los candidatos asignados.</li> <li>- Enviar a firma los informes de los candidatos asignados.</li> <li>- Consultar sus pólizas y evidencias de los candidatos asignados.</li> <li>- Generar sus reportes contables y de prorratio de los candidatos asignados.</li> <li>- Cargar operaciones contables de forma masiva de los candidatos asignados.</li> </ul>

**PP = Partido Político.**

**CI = Candidato Independiente.**

<sup>1</sup> Dentro de los 8294 están 23 registros que fueron modificados por el OPLE con el estatus de cancelado.



18 <sup>2</sup>	Representante de Finanzas a nivel local (para coalición Local)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar, modificar y consultar cuentas de administradores de sujetos obligados, y capturistas a nivel local.</li> <li>- Asignar contabilidades a los capturistas.</li> <li>- Presentar y consultar informes a nivel local.</li> <li>- Consultar pólizas y evidencias a nivel local.</li> <li>- Generar reportes de los candidatos a nivel local.</li> </ul>

Asimismo, se proporcionó a los candidatos independientes, las cuentas y contraseñas de acceso al SIF, así como las cuentas y contraseñas de administrador de sujetos obligados y capturistas.

Las cuentas del candidato y sujetos obligados se entregan habilitadas para su ingreso al SIF.

### **Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Impresos (SIMEI)**

El objetivo del SIMEI es contar con un sistema que contribuya a la detección de anuncios espectaculares colocados en la vía pública y facilitar la búsqueda de información en medios impresos de circulación nacional y local, respecto de toda publicidad y propaganda, para cotejarla con lo reportado por los partidos políticos, coaliciones, candidatos y candidatos independientes bajo este rubro. Asimismo, facilitar la coordinación y comunicación con las instancias nacionales (Juntas locales y distritales o auditores designados), en lo relacionado con los temas mencionados.

El SIMEI registra información sobre:

- Anuncios espectaculares y otra propaganda colocada en la vía pública, detectada por la autoridad en los recorridos realizados en campo, aplicando la metodología establecida en el acuerdo CF/004/2016, de fecha 26 de enero de 2016.

Para este caso, se utilizan dispositivos móviles GPS, con sistema operativo ANDROID y pantalla táctil, para enviar en tiempo real la imagen de la propaganda detectada, su localización y otros datos útiles que permitan contar con la información suficiente de referencia para la fiscalización. Una vez capturada y enviada la información, no puede ser modificada.

---

<sup>2</sup>Es importante mencionar que los Responsables de Finanzas Locales (Partidos Políticos con representación a nivel nacional) también fungen como Responsables de Finanzas de la Coalición, por lo que estos 18 Responsables de Finanzas ya se encuentran contabilizados dentro de los Responsables de Finanzas Locales.

- Inserciones en medios impresos de circulación nacional.

Para alimentar esta parte del sistema, la CNCS registra información sobre la propaganda encontrada en medios impresos de mayor circulación nacional y local, de conformidad con el acuerdo CF/004/2016, de fecha 26 de enero de 2016.

Lo anterior con fundamento en lo previsto en los artículos 41, Base V, Apartado B, penúltimo y último párrafos de la CPEUM; 199, numeral 1, incisos c), d) y g); 426, numeral 1 de la LGIPE; 319 y 320 del RF; en concordancia con el acuerdo CF/004/2015, de fecha 12 de abril de 2016, así como con el oficio INE/SE/0542/2016 por la Secretaría Ejecutiva, dirigida a los Vocales Ejecutivos Locales del INE, mediante el cual los instruyó para que en el ámbito de su competencia atendieran y coadyuvaran con la UTF en el marco del Proceso Electoral 2015-2016, en el desempeño de las actividades de monitoreo de anuncios espectaculares y demás propaganda colocada en la vía pública.

### **2.1.2 Determinación de las pruebas de auditoría**

Los procedimientos de auditoría se basan en las disposiciones normativas establecidas en la LGIPE, la LGPP y el RF; en el presente apartado se describen los principales procedimientos aplicados en el Proceso de Campaña Electoral Federal 2015-2016.

#### **a) Revisión de Gabinete**

El objetivo de estos procedimientos es llevar a cabo la revisión de la información registrada por los sujetos obligados en el SIF, la disponible derivada de otras fuentes.

- Comprobar que los Informes de campaña hayan sido presentados dentro de los plazos señalados en la normativa aplicable.
- Verificar que el partido político, asociación civil o partido político responsable de la administración de la coalición, haya presentado junto con los informes de campaña, la documentación siguiente:
  - Estados de cuenta bancarios CEN, CDE'S, campaña y concentradora o centralizada.
  - Conciliaciones bancarias.
  - Contratos de apertura y escritos de cancelación de las cuentas bancarias relativos a la campaña y concentradora o centralizada.
  - Balanzas de Comprobación del CEN y CDE's de los meses que hayan durado las campañas.
  - Balanzas de comprobación consolidada por el periodo de campaña.
  - Informe de la propaganda aún no pagada por el partido político, asociación civil o partido político responsable de la administración de la coalición, al momento de la presentación de sus informes en los formatos "REL-PROM.
  - Controles de Folios (RM, RSES, REPAP).
  - Inventario de Activo Fijo por las adquisiciones durante el periodo de revisión (en medio impreso y en medio magnético).

- Verificar que los candidatos y candidatos independientes no hayan rebasado el tope de gastos de campaña.
- Revisar para la campaña que el registro de las operaciones en los informes se apeguen a lo establecido en el SIF y en el RF.
- Verificar que el partido político, candidatos, asociación civil o partido político responsable de la administración de la coalición, haya presentado la totalidad de:
  - Estados de Cuenta Bancarios.
  - Conciliaciones bancarias con base en los Estados de Cuenta presentados.
  - Contratos de apertura de las cuentas bancarias de campaña y concentradora.
  - Documentos donde conste la cancelación de las cuentas de Campaña dentro del periodo que establece el Reglamento de la materia.

Asimismo, deberá verificarse que los saldos de las conciliaciones bancarias concuerden con los estados de cuenta bancarios.

b) Informes de campaña

El objetivo de estos procedimientos es verificar el cumplimiento por parte de los sujetos obligados, de registrar su información en el SIF.

- Constatar que el partido político, asociación civil o partido político responsable de la administración de la coalición, presente los informes de campaña, respecto al origen y monto de los ingresos por cualquier modalidad de financiamiento.
- Revisar que se especifiquen los gastos que el partido, asociación civil o partido político responsable de la coalición, candidatos y candidatos independientes, haya ejercido en el ámbito territorial correspondiente.

c) Bancos

El objetivo de estos procedimientos es comprobar la existencia del efectivo, ya sea que esté en poder de los partidos políticos, responsables de las coaliciones, candidatos o candidatos independientes o en custodia de terceros, que se incluyan todas las cuentas bancarias a su nombre; verificar su correcta valuación y determinar su disponibilidad o la existencia de restricciones.

Estados de Cuenta

- Verificar que se hayan aperturado cuentas bancarias en forma mancomunada.
- Constatar que en caso de que se hayan invertido recursos líquidos, se hayan presentado los avisos correspondientes al INE.
- Verificar que la cancelación de las cuentas bancarias se haya realizado dentro de los límites establecidos y en su caso, los remanentes hayan sido reintegrados a alguna cuenta CBCEN o CBE.

- Verificar de las conciliaciones bancarias, que se hayan elaborado en forma mensual, que se encuentren debidamente depuradas y que en el caso de partidas en conciliación ajustadas, estas hayan sido investigadas, aclaradas y autorizadas.

d) Origen de los recursos

El objetivo de estos procedimientos es identificar las fuentes de los recursos, verificar los límites de financiamiento privado, comprobar la veracidad en el registro de las operaciones de ingreso y el reporte de la totalidad de las operaciones.

Aportaciones del CEN

- Ingresos en efectivo
  - Verificar de los ingresos bancarios, que la cuenta de bancos no reciba transferencias o cheques provenientes de cuentas bancarias que no estén a nombre del partido político, coalición y candidatos independientes, exceptuando las cuotas voluntarias y personales que los candidatos aporten para sus campañas.
  - Comprobar que los ingresos en efectivo que reciba el partido, se registren contablemente y que el comprobante de transferencia interna o la ficha de depósito estén anexos a su respectiva póliza contable, además de que se haya emitido el recibo interno foliado, firmado por el responsable de las finanzas del candidato.
  - Verificar que el partido político, coalición y candidato independiente acredite que los recursos que ingresen por vía de transferencia a la cuenta bancaria, se apeguen a lo establecido en la normativa aplicable.
- Ingresos en especie
  - Verificar que la aportación en especie provenga directamente del CEN o CDE y que no rebase los topes establecidos en el Reglamento.
  - Confirmar que el bien transferido esté debidamente registrado en la contabilidad y soportado con facturas en las que se detallen los bienes, los precios unitarios y la campaña a la que serán transferidos.
  - Verificar de los ingresos por donaciones de bienes muebles la información siguiente:
    - El bien aportado,
    - El criterio de valuación utilizado,
    - El registro contable,
    - La existencia de los contratos de comodato
    - Cotizaciones y personas que realizaron donaciones.
    - Si se trata de equipo de transporte, se deberá contar con el contrato y la factura de la operación por la que se haya transferido al donante la propiedad de dicho bien.
  - Revisar en el caso de que el bien aportado sea considerado gasto de campaña, el aportante haya proporcionado la factura que ampare la compra de los bienes o

contratación y el valor de registro será invariablemente el consignado en dicho documento.

- Constatar los ingresos por donaciones de bienes inmuebles que se hayan registrado a valor comercial de mercado y que cuenten con escritura pública si el valor del avalúo del inmueble excede a 365 UMAS (inscrita ante el Registro Público de la Propiedad).
- Comprobar las aportaciones otorgadas en comodato tanto de bienes muebles como inmuebles lo siguiente:
  - Que se haya tomado el valor de uso promedio, cuando menos 2 cotizaciones solicitadas por el partido.
  - En caso de contrato constatar que contenga la clave de elector de la persona que otorga el bien en comodato.
  - Se cuente con la póliza la propiedad o dominio del bien otorgado en comodato por parte del aportante.
- Cerciorarse que los comprobantes de la aportación se expidan dentro del periodo de campaña. y los gastos que amparen cumplan con los fines exclusivos de la campaña.
- Verificar que las aportaciones en especie que beneficien a una o más campañas por gastos centralizados, se hayan registrado conforme a la normatividad aplicable y sean computados en los informes de campaña correspondientes.

#### Aportaciones del Candidato

- Ingresos en efectivo
- Validar el correcto registro contable de los ingresos.
- Verificar que las fichas de depósito o comprobantes de transferencia y recibos “RM” estén anexos a su respectiva póliza contable y que los ingresos se hayan depositado en cuentas a nombre del sujeto obligado.
- Confirmar que la aportación que se efectúe a la campaña, provenga del CEN u órgano equivalente con excepción de las aportaciones del candidato y éstas sean depositadas en las cuentas bancarias.
- En caso de que el candidato realice una aportación y la aportación por si sola o acumulada en el mes exceda las 90 UMAS, asegurarse que se haya realizado con cheque nominativo a nombre del sujeto obligado y provengan de una cuenta personal del aportante, o bien, mediante una transferencia bancaria, a partir del excedente de esta cantidad.
- Cotejar que los recibos “RM” detallados en el control de folios, coincidan con los recibos adjuntos a su póliza contable y que los recibos no utilizados al terminar el proceso de campaña se hayan cancelado.
- Ingresos en especie

- Verificar que las aportaciones del precandidato no excedan los topes de aportaciones de militantes establecido por el partido político.
- Validar el correcto registro contable de las aportaciones realizadas por los militantes y comprobar que se encuentre soportado con la documentación original correspondiente.
- Revisar que las aportaciones recibidas consideradas en especie estén documentadas con contratos escritos.
- Validar que las aportaciones en especie que beneficien a una o más campañas por gastos centralizados, se hayan registrado conforme al prorrateo señalado en la normativa aplicable y que se hayan computado en los informes de campaña correspondientes.

#### Aportaciones de militantes y de simpatizantes

- Ingresos en especie
- Validar el correcto registro contable de las aportaciones realizadas.
- Revisar que las aportaciones estén documentadas con contratos.
- Verificar de los ingresos por donaciones de bienes muebles la información siguiente:
  - El bien aportado.
  - El criterio de valuación utilizado.
  - Su registro contable.
  - La existencia de los contratos de comodato.
  - Cotizaciones y personas que realizaron donaciones.
  - Si se trata de equipo de transporte verificar que se cuente con el contrato y la factura correspondiente a la operación por la que se haya transferido al donante la propiedad previa de dicho bien.
- Constatar que los ingresos por donaciones de bienes inmuebles cumplan con lo siguiente.
  - Se registre a valor comercial de mercado.
  - Conste en escritura pública si el valor del avalúo del inmueble excede 365 UMAS y esté inscrita ante el Registro Público de la Propiedad.
- Revisar que para determinar el valor de registro de las aportaciones de los servicios profesionales, prestados a título gratuito al partido, se tomó el valor promedio de dos cotizaciones.
- Verificar que el órgano de finanzas presente en medio impreso y magnético, el registro centralizado y el registro individual del financiamiento de su militancia.
- Revisar que las aportaciones en especie que beneficien a una o más campañas por gastos centralizados se hayan registrado conforme al prorrateo señalado en la Ley y el Reglamento y sean computados en los informes de campaña correspondientes.

- Verificar en la relación de a portantes los nombres de las personas a las que se les expidieron recibos de aportación, verificando que coincidan los bienes aportados y montos.

#### Rendimientos Financieros

- Confirmar que los recursos estén debidamente identificados, soportados y registrados en contabilidad.
- Revisar que los rendimientos, fondos y fideicomisos se hayan destinado a los objetivos del partido.
- En el caso de que el sujeto obligado haya reportado fondos y fideicomisos, revisar:
  - Que hayan sido registrados ante la UTF y que se haya entregado copia fiel del contrato correspondiente dentro de los cinco días posteriores a su firma.
  - Que se hayan sujetado a las reglas establecidas en el Reglamento de la materia.
- Verificar que los créditos bancarios contratados por el partido se hayan sujetado a lo establecido en el reglamento en la materia.
- Constatar que el informe sobre el contrato de apertura de crédito del partido político se haya presentado en tiempo y forma.

#### e) Aplicación y destino de los recursos

El objetivo de estos procedimientos es verificar que las erogaciones se destinen a los gastos relativos a las campañas, comprobar si se ajustaron a los límites de gastos de campañas y para los actos tendentes a recabar el apoyo ciudadano; la veracidad en el registro de las erogaciones y el reporte de la totalidad de las erogaciones

#### Gastos de Propaganda

- Gasto de artículos promocionales utilitarios
- Confirmar que los gastos de artículos promocionales utilitarios estén comprendidos dentro de los topes de gastos de campaña y de los actos tendentes para contender como candidato o candidata independientes a Gobernador y Ayuntamientos por el principio de mayoría relativa en el Proceso Electoral Local Ordinario 2015-2016.
- Verificar que la documentación soporte reúna lo siguiente:
  - Requisitos fiscales.
  - La póliza contenga la documentación soporte.
  - Comprobante a nombre del Partido o Asociación Civil para el caso de los candidatos independientes;
  - Contabilización correcta.
  - Si el gasto es mayor a 90 UMAS, se realizará mediante cheque nominativo a nombre del proveedor, con la leyenda “para abono en cuenta del beneficiario”.
  - Verificar el cobro del cheque o el registro de la contra cuenta respectiva.

- Verificar que en los gastos de propaganda susceptible de inventariarse, amparados con facturas en las que no se precisó a un candidato en específico, se haya utilizado la cuenta 105 “Gastos por Amortizar”, llevando un control físico adecuado a través de kárdex, notas de entrada y salida de almacén.
  - Verificar que para el control y registro contable de la propaganda electoral de artículos promocionales utilitarios que rebasaron los 500 UMAS, se utilizó la cuenta “gastos por amortizar” como cuenta de almacén, abriendo las subcuentas que requieran.
  - Páginas de internet
- Verificar en las facturas por pago de páginas de internet lo siguiente:
  - Cumplan con los requisitos fiscales.
  - Estén a nombre del Partido u organización civil para el caso de los candidatos independientes.
  - Estén soportadas con la documentación original.
  - Estén registradas contablemente de forma adecuada.
- Verificar que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 UMAS se haya realizado con cheque nominativo a nombre del proveedor y que contenga la leyenda “Para abono en cuenta del beneficiario”.
- Verificar que la póliza contable contenga la documentación comprobatoria original y se anexe copia fotostática del cheque.
- Validar que el registro contable sea correcto.
- Cotejar que los informes de campaña incluyan las pólizas contables soportadas con la siguiente documentación:
  - Contratos
  - Facturas
- Validar que el Partido o candidato independiente, haya presentado un informe de la propaganda que haya sido publicada, colocada o exhibida durante el periodo de campaña y que aún no haya sido pagada al momento de la presentación de sus informes, el cual debe especificar lo siguiente:
  - Número de Póliza de diario con la que se registro la deuda.
  - Orden de servicio o documento expedido por el proveedor en el que se especifique el importe del servicio prestado.
- Confirmar que los informes contengan los siguientes datos, con base en los formatos “REL-PROM” anexos:
  - La empresa con la que se contrató la colocación.
  - Las fechas en las que se colocó la propaganda.
  - Las direcciones electrónicas en las que se colocó la propaganda.
  - El número de póliza de diario con la que se creó el pasivo correspondiente.
  - El valor unitario de cada tipo de propaganda colocada.
  - El candidato y campaña beneficiada.



- Cotejar que la propaganda en páginas de internet publicada o colocada durante las campañas electorales, se dirija a la obtención del voto, independientemente de la fecha de contratación y pago, cuando presenten al menos una de las características señaladas en el Reglamento.
  - Cine
- Revisar que las facturas:
  - Cumplan con los requisitos fiscales.,
  - Estén a nombre del Partido o Asociación civil para el caso de candidatos independientes.
  - Estén soportadas con lo documentación original.
  - Registradas contablemente de forma adecuada.
- Cerciorarse que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 UMAS se haya realizado con cheque nominativo a nombre del proveedor y que contenga la leyenda “Para abono en cuenta del beneficiario”.
- Verificar que los informes de campaña incluyan las pólizas contables soportadas con la siguiente documentación:
  - Contratos.
  - Facturas.
- Validar que el Partido o aspirante haya presentado una relación impresa y en medios magnético que detalle lo siguiente:
  - La empresa con la que se contrató la exhibición.
  - Las fechas en las que se exhibió la propaganda.
  - La ubicación de las salas de cine en las que se exhibió la propaganda.
  - El valor unitario de cada tipo de propaganda exhibida, así como el Impuesto al Valor Agregado de cada uno de ellos.
  - El candidato y la campaña beneficiada con la propaganda exhibida.
- Verificar que el Partido o candidato independiente, conserve y presente muestra del contenido de la propaganda proyectada en las salas de cine.
- Revisar que el Partido o candidato independiente, presente un informe de la propaganda que haya sido publicada, colocada o exhibida durante el periodo de campaña y que aún no haya sido pagada al momento de la presentación de sus informes, el cual debe especificar lo siguiente:
  - Número de Póliza de diario con la que se registró la deuda.
  - Orden de servicio o documento expedido por el proveedor en el que se especifique el importe del servicio prestado.
- Asegurarse que los informes contengan los siguientes datos, con base en los formatos “REL-PROM” anexos:
  - La empresa con la que se contrató la exhibición.
  - Las fechas en las que se exhibió la propaganda.

- La ubicación de las salas de cine en las que se exhibió la propaganda.
- El número de póliza de diario con la que se creó el pasivo correspondiente.
- El valor unitario de cada tipo de propaganda exhibida.
- El candidato y campaña beneficiada.
- Verificar que el registro contable sea correcto.
  - Espectaculares
- Comprobar que las facturas cumplan con los requisitos fiscales.
- Confirmar que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 UMAS se haya realizado con cheque nominativo a nombre del proveedor y que contenga la leyenda “Para abono en cuenta del beneficiario”.
- Revisar que el Partido o candidato independiente, integre dentro del concepto de anuncios espectaculares en la vía pública para sus campañas, los siguientes conceptos:
  - Difusión en buzones, cajas de luz, carteleras, columnas, mantas, marquesinas, muebles urbanos de publicidad con o sin movimiento, muros, panorámicos, parabuses, puentes, vallas, vehículos de transporte público o de transporte privado de pasajeros; así como la que se coloque en cualquier espacio físico en lugares donde se celebren eventos públicos, de espectáculos o deportivos.
- Verificar que el Partido o candidatos, haya entregado un informe detallado de todas las contrataciones efectuadas, anexando copia de los contratos y las facturas originales.
- Cerciorarse que el Partido o candidatos, haya anexado a cada factura, en hojas membretadas de la empresa, la relación de cada uno de los anuncios espectaculares.
- Cerciorarse de que el Partido o candidatos, presenten la información impresa y en medio magnético y conserve y presente muestras y/o fotografías de la publicidad utilizada en anuncios de espectaculares en la vía pública.
- Verificar que el Partido o candidatos, presente un informe de la propaganda que haya sido publicada, colocada o exhibida durante el periodo de campaña y que aún no haya sido pagada al momento de la presentación de sus informes.
- Cotejar que los informes contengan los siguientes datos, con base en los formatos “REL-PROM” anexos:
  - La empresa con la que se contrató la producción, diseño y manufactura, así como la renta del espacio y colocación de cada anuncio espectacular.
  - Las fechas en las que permanecieron los anuncios espectaculares en la vía pública.
  - La ubicación de cada anuncio espectacular.
  - El número de póliza de diario con la que se creó el pasivo correspondiente.
  - Las dimensiones de cada anuncio espectacular.
  - El valor unitario de cada anuncio espectacular y el IVA.

- El candidato y campaña beneficiada.
- Cerciorarse de que el registro contable sea correcto y verificar que las facturas cumplan con los requisitos fiscales.
  - Bardas
- Cotejar que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 UMAS se haya realizado con cheque nominativo a nombre del proveedor y que contenga la leyenda “Para abono en cuenta del beneficiario”.
- Comprobar que el partido o candidatos, hayan entregado una relación que detalle la ubicación y las medidas exactas de las bardas utilizadas en cada campaña para la pinta de propaganda electoral.
- Verificar que el partido o candidatos, conserven y presenten la relación anexa a las pólizas y con su documentación soporte correspondiente.
- Verificar que el partido o candidatos, conserven y presenten fotografías de la publicidad utilizada en bardas, indicando su ubicación exacta.
- Asegurarse que los gastos que haya reportado el partido en el informe de campaña, o los candidatos en el Informe respectivo, sean los ejercidos dentro del período comprendido entre la fecha de registro de los candidatos en la elección de que se trate y hasta el fin de las campañas electorales.
- Revisar que los bienes y servicios que haya contratado, utilizado o aplicado el Partido, cumplan con dos o más de los siguientes criterios:
  - Durante el periodo de campaña.
  - Con fines tendientes a la obtención del voto en las elecciones locales.
  - Con el propósito de presentar a la ciudadanía las candidaturas registradas del Partido y su respectiva promoción.
  - Con la finalidad de propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el público de los programas y acciones de los candidatos registrados, así como la plataforma electoral.
  - Cuyo provecho sea exclusivamente para la campaña electoral, aunque la justificación de los gastos se realice posteriormente.
- Cotejar que no se hayan incluido en los informes los gastos que realicen los partidos para su operación ordinaria y para el sostenimiento de sus órganos directivos y organizaciones, ni aquellos respecto a los que exista prohibición legal expresa para ser considerados dentro de los topes de gasto de campaña.
- Validar que al contratar los partidos políticos o candidatos, la compra de bienes o la prestación de servicios, éstos deberán hacerlo a través de la celebración de contratos.

#### Gastos Operativos

- Rentas, teléfono, luz, artículos de oficina, entre otros.

- Analizar si el registro contable, así como la documentación original está a nombre del partido, candidatos y candidatos independientes, expedida por la persona a quien se efectuó el pago.
  - Sueldos
- Comprobar que el Partido o candidatos, presenten las pólizas con su respectivo soporte documental. En original a nombre del partido, candidatos e independientes.
- Verificar que los recibos estén debidamente elaborados conforme al reglamento de la materia.
  - Honorarios
- Asegurarse que el Partido o candidatos, presenten las pólizas con su respectivo soporte documental.
- Cotejar que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 UMAS se haya realizado con cheque nominativo a nombre del proveedor con la leyenda "Para abono en cuenta del beneficiario"
- Revisar que el partido o asociación civil en el caso de los candidatos independientes, hayan celebrado contratos de prestación de servicios.
- Verificar que los recibos estén debidamente elaborados conforme al reglamento de la materia.
  - Viáticos y pasajes
- Revisar que los egresos en campaña electoral, excepto los de viáticos y pasajes, registrados dentro de las bitácoras de gastos menores no exceden del diez por ciento del total.

#### Gastos en diarios revistas y medios impresos

- Diarios, revistas y medios impresos
- Validar que el partido político o candidatos, presenten las pólizas con su respectivo soporte documental a nombre del partido o candidatos.
- Cerciorarse de que el comprobante reúna requisitos fiscales y corresponda al período de campaña.
- Revisar que los gastos se encuentren registrados e identificados en las cuentas contables del Partido, de conformidad con el catálogo de cuentas previsto en el reglamento.
- Si el pago excede de 90 UMAS, verificar que se haya expedido cheque nominativo a nombre del proveedor con la leyenda "Para Abono en Cuenta del Beneficiario".

- Confirmar que junto con los comprobantes de los gastos efectuados en propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos, el Partido o aspirante, haya incluido una relación de cada una de las inserciones que ampara la factura.
  - Viáticos y pasajes
- Revisar que el Partido o aspirante, presenten un informe de la propaganda que haya sido publicada, colocada o exhibida durante el periodo de campaña y que aún no haya sido pagada al momento de la presentación de sus informes, el cual debe especificar lo siguiente:
  - Número de Póliza de diario;
  - Orden de servicio o documento expedido por el proveedor en el que se especifique el importe del servicio prestado.

#### Gastos de Producción de Mensajes de Radio y Televisión

- Gastos de producción
- Cerciorarse de que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 UMAS, se haya realizado con cheque nominativo a nombre del proveedor y que contenga la leyenda “Para abono en cuenta del beneficiario”.
- Revisar que los comprobantes de los gastos efectuados se encuentren a nombre del Partido, conforme al Reglamento y que especifiquen el concepto del servicio prestado, ya sea pagos de servicios profesionales, uso de equipo técnico, locaciones o estudios de grabación y producción, así como los demás inherentes al mismo objetivo.
- Revisar que se haya presentado la documentación comprobatoria correspondiente a las muestras de las distintas versiones de promocionales en radio y televisión.

#### Cuentas por cobrar y por pagar

- Examinar si al término de las campañas electorales existen saldos en las cuentas por cobrar y pagar, y si estos fueron registrados en la contabilidad del Comité Ejecutivo Nacional u órgano equivalente conforme al Reglamento.
- Revisar que el Partido o candidatos, presenten en medio impreso y magnético la integración de los Pasivos.
- Validar el correcto registro de los Pasivos y que se encuentren debidamente soportados y autorizados.
- Solicitar confirmación de operaciones y saldos con las personas que hayan extendido comprobantes de ingresos o gastos.
- De las verificaciones efectuadas a los diferentes distritos seleccionados realizar lo siguiente:
  - Correlacionar la documentación proporcionada en la visita de verificación vs la documentación entregada con el informe.

- En su caso, verificar que la propaganda detectada mediante observación directa se encuentre registrada en los gastos campaña.
- Dar seguimiento a circunstancias especiales detectadas en la verificación.

#### Visitas de verificación

- De las verificaciones efectuadas a los diferentes distritos seleccionados realizar lo siguiente:
  - Correlacionar la documentación proporcionada en la visita de verificación vs la documentación entregada con el informe.
  - En su caso, verificar que la propaganda detectada mediante observación directa se encuentre registrada en los gastos campaña.
  - Dar seguimiento a circunstancias especiales detectadas en la verificación.

#### **Determinación de observaciones**

Cuando de la aplicación de los anteriores procedimientos se deriven incumplimientos de las obligaciones de los sujetos obligados que no hayan sido aclarados, se incorporan en el Dictamen Consolidado observaciones que pueden tener las características siguientes:

- a) Vinculadas directamente con la identificación del origen y destino de los recursos.

Estas observaciones derivan de la revisión de las operaciones que integran el universo de ingresos y gastos reportados por los partidos políticos, coaliciones, candidatos y candidatos independientes, conforme a las disposiciones normativas aplicables.

Las observaciones vinculadas al origen y destino de los recursos, tienen un impacto directo en el cumplimiento de los principios fundamentales de la normativa electoral por parte de los sujetos obligados; por tanto, invariablemente se considerarán como *No Atendidos* aquellos casos en los que no haya sido aclarada fehacientemente la situación observada y por tanto será materia del Proyecto de Resolución.

- b) Faltante de documentación en la que no está en riesgo la identificación del origen y destino de los recursos.

Este tipo de observaciones se determinan también como consecuencia de la revisión de las operaciones que integran el universo de ingresos y gastos reportados por los partidos políticos, coaliciones, candidatos y candidatos independientes, conforme a las disposiciones normativas aplicables, pero no ponen en riesgo la aplicación de los principios esenciales que deben respetar los sujetos obligados, relacionados con el origen y destino de los recursos.

### **2.1.3 Monitoreo de Campaña**

La fiscalización incluyó el monitoreo de la propaganda en espectaculares y vía pública, medios impresos, internet y promocionales, con el objetivo de aportar elementos adicionales a la revisión de los egresos que en este rubro realizaron los partidos, coaliciones, candidatos y candidatos independientes y la fuente de financiamiento utilizada, para cotejar esta información con la reportada en los respectivos informes presentados por los sujetos obligados, durante el periodo de campaña.

Este proceso considera la utilización del SIMEI, en el cual se registran los testigos que mediante recorridos programados, realiza la autoridad y la información que las áreas de comunicación social obtienen de la revisión de la información en medios masivos de comunicación.

Para complementar el trabajo del monitoreo, se determinó el costo de la propaganda en espectaculares y vía pública, medios impresos e internet, para determinar los gastos no reportados, subvaluados o sobrevalorados por los sujetos obligados, conforme a lo establecido en el Artículo 27 del Reglamento de Fiscalización. Lo anterior con la finalidad de acumular lo que resultara aplicable a los gastos de campaña.

#### **2.1.3.1 Monitoreo a Espectaculares y propaganda en vía pública**

La Comisión de Fiscalización en sesión extraordinaria del 26 de enero de 2016, aprobó el acuerdo CF/004/2016 que establece los *“LINEAMIENTOS PARA LA REALIZACIÓN DE LAS VISITAS DE VERIFICACIÓN, MONITOREO DE ANUNCIOS ESPECTACULARES Y DEMÁS PROPAGANDA COLOCADA EN LA VÍA PÚBLICA, ASÍ COMO EN DIARIOS, REVISTAS Y OTROS MEDIOS IMPRESOS QUE PROMUEVAN A PRECANDIDATOS, ASPIRANTES A CANDIDATOS INDEPENDIENTES, CANDIDATOS, CANDIDATOS INDEPENDIENTES, PARTIDOS POLÍTICOS Y COALICIONES, DURANTE LA PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS LOCALES DEL PROCESO ELECTORAL ORDINARIO 2015-2016, ASÍ COMO PARA LOS PROCESOS EXTRAORDINARIOS QUE SE PUDIERAN DERIVAR, DE LAS ELECCIONES A CELEBRARSE EN LOS ESTADOS DE AGUASCALIENTES, BAJA CALIFORNIA, CHIHUAHUA, DURANGO, HIDALGO, OAXACA, PUEBLA, QUINTANA ROO, SINALOA, TAMAULIPAS, TLAXCALA, VERACRUZ Y ZACATECAS”*.

En cumplimiento de este acuerdo, de lo dispuesto en los artículos 319 y 320 del Reglamento de Fiscalización; así como lo señalado en el del Plan y Calendario Integral del Proceso Electoral 2015-2016, la UTF realizó el monitoreo de anuncios espectaculares y demás propaganda colocada en la vía pública, durante el periodo del 3 de abril al 1 de junio de 2016. En el monitoreo participaron funcionarios de las Juntas Ejecutivas Locales y Distritales del INE, así como personal contratado en las entidades con elecciones locales.

Para la campaña del Proceso Electoral Local Ordinario 2015-2016, se realizó un monitoreo de la forma siguiente:

- a) Se monitorearon de tres veces la totalidad de los distritos electorales en aquellas entidades donde se celebraron elecciones para el cargo de Gobernador:
  - i. Aguascalientes
  - ii. Chihuahua
  - iii. Durango
  - iv. Hidalgo
  - v. Oaxaca
  - vi. Puebla
  - vii. Quintana Roo
  - viii. Sinaloa
  - ix. Tamaulipas
  - x. Tlaxcala
  - xi. Veracruz
  - xii. Zacatecas
  
- b) Se monitorearon de tres veces la totalidad de los distritos del resto de las entidades federativas.

El calendario autorizado para llevar a cabo el monitoreo fue el siguiente:

Para entidades con Proceso Electoral Local Ordinario 2015-2016:

(1) Entidades con cargos de elección a Gobernador, las cuales tuvieron su primer monitoreo de espectaculares y demás propaganda en vía pública en el periodo de intercampana de las no concurrentes.

Entidad	Monitoreo		
	Primer monitoreo	Segundo monitoreo	Tercer monitoreo
Chihuahua	18 al 25 de abril de 2016	28 de abril al 03 de mayo de 2016	17 al 28 de mayo 2016

Lo anterior para detectar anuncios espectaculares colocados en la vía pública y cotejar esta información con la reportada en los informes presentados por los sujetos obligados durante el periodo de campaña.

El monitoreo se documentó con actas circunstanciadas y con testigos recopilados en el sitio de la colocación de la propaganda, los cuales se almacenaron en el SIMEI. Los principales datos sobre espectaculares que maneja el sistema son:

- a) ID de registro o número consecutivo de captura
- b) Periodo Electoral (Precampaña, Intercampaña o Campaña)
- c) Ámbito (federal, local o ambos)
- d) Partido (federal o local)



- e) En su caso, cargos a los que va dirigido
- f) Nombre del o los candidatos
- g) Entidad, municipio
- h) Dirección de ubicación (calle, número, colonia, código postal)
- i) Distrito
- j) Características de los anuncios
- k) Geolocalización

Durante el periodo de campaña 2015-2016, se obtuvieron 625 testigos conforme a lo siguiente:

**Por entidad federativa**

Entidad	Ámbito			Total
	Federal	Ambos	Local	
Chihuahua	0		625	625

**2.2.3.2 Monitoreo de Medios Impresos**

En sesión extraordinaria del 26 de enero de 2016, mediante Acuerdo CF/004/2016, la Comisión de Fiscalización aprobó los lineamientos que establecen la metodología para la realización de los monitoreos en diarios, revistas y otros medios impresos, que promuevan a candidatos postulados por los partidos políticos y coaliciones; así como a los candidatos independientes o promocionen genéricamente a un partido o coalición durante el Proceso Electoral Local Ordinario 2015-2016.

El monitoreo tiene como propósito transparentar los ingresos y gastos de los sujetos obligados, mediante la revisión y cotejo de los gastos reportados, de conformidad con lo establecido en el artículo 318 del Reglamento de Fiscalización. En el proceso de Elección Federal, este monitoreo se realizó por vía de la CNCS del INE y las Juntas Locales, mediante el registro, clasificación y revisión de la propaganda en medios impresos locales y de circulación nacional, de lo cual se obtuvieron datos sobre la cantidad y las características de la propaganda.

El monitoreo se realizó de acuerdo con el Plan y Calendario Integral del Proceso Federal aprobado por la Comisión de Fiscalización el 8 de abril de 2016, conforme a lo siguiente:

<b>ALCANCE</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>FECHA DE INICIO</b>	<b>FECHA DE TERMINO</b>
13 estados y la Ciudad de México	Comunicación Social Juntas Locales	A partir del inicio de las campañas, conforme al calendario aprobado.	1 de junio 2016

Los testigos y propaganda detectados fueron concentrados por la CNCS para su revisión, validación, sistematización y clasificación; esta información se incorporó a una base de datos del SIMEI, la cual contiene la información que se enuncia a continuación:

- a) ID de registro o número consecutivo de captura
- b) Periodo Electoral
- c) Fecha de publicación
- d) Entidad federativa
- e) Nombre del Medio (Listado de medios a monitorear)
- f) Tipo de candidatura
- g) Sección
- h) Página
- i) Medidas
- j) Partido o Coalición
- k) Candidato
- l) Grupo/organización/asociación
- m) Inserción pagada
- n) Nombre del responsable del pago
- o) Imagen digitalizada del testigo

### **2.2.3.3 Monitoreo en Páginas de Internet y Redes Sociales**

Con la finalidad de que la autoridad electoral contara con mayores elementos de convicción que le permitan tener certeza respecto de los ingresos y egresos reportados en los informes presentados por los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes, en términos del artículo 195 del Reglamento de Fiscalización, se realizó el monitoreo en internet de la propaganda y actos de campaña publicados en las principales páginas web, redes sociales, periódicos digitales y noticias, durante el periodo de campaña del Proceso Electoral 2015-2016.

El objetivo del monitoreo es identificar la propaganda, actos de campaña o cualquier otra actividad que beneficie las campañas electorales y cotejar esta información con la reportada en los informes presentados por los sujetos obligados durante el periodo de campaña.

La fiscalización se realizó del 1 de abril al 3 de junio de 2015, e involucró la búsqueda en internet, páginas oficiales y no oficiales de partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes, a efecto de identificar:

- Eventos públicos para difundir las propuestas de campaña, lugares y número de asistentes,
- Casas de campaña de candidatos,
- Propaganda exhibida en páginas de internet tendente a obtener el voto o promover a los candidatos.

Las principales páginas que se consultaron para el monitoreo fueron los buscadores de yahoo y google, las redes sociales de youtube, facebook y twitter; así como prensa digital y noticieros en internet.

En el proceso se asistió a los actos públicos identificados, se levantó razón y constancia de los hallazgos detectados, se elaboraron bitácoras de visitas, tanto de hallazgos como de aquellos resultados que no procedió levantar la citada razón y constancia.

#### **2.1.4 Determinación de Costos**

Para efectos de cuantificar el costo de los ingresos y egresos que no reporten los partidos políticos en beneficio de sus campañas, se utiliza la metodología en términos del artículo 27 del Reglamento de Fiscalización, como se describe a continuación:

- ❖ Se identifica el tipo de bien o servicio recibido y sus condiciones de uso y beneficio para determinar un valor razonable, considerando además, la información recabada durante el proceso de fiscalización, la información recabada de las cámaras o asociaciones del ramo y Lista Nacional de Proveedores para elaborar una matriz de precios.
- ❖ Una vez identificados los gastos no reportados, se utiliza el valor más alto de la matriz de precios para aplicarlo a los ingresos y egresos que no reporten
- ❖ Se anexa matriz de precios, mediante la cual se determinaron los costos de los gastos no reportados.

#### **2.1.5. Confirmación de operaciones con instancias externas**

De conformidad con lo establecido en el artículo 190, numeral 3, de la LGIPE, y el Artículo 57 de la LGPP, para el proceso de fiscalización el Consejo General no está limitado por los secretos bancario, fiduciario y fiscal, por lo cual para contar con información directa y oficial

que complementara la evidencia obtenida en el proceso de fiscalización y ejercer las facultades de investigación de los procedimientos administrativos sancionadores, se aplicó el procedimiento de confirmación con las autoridades siguientes: SAT, CNBV y UIF, ya que son las instancias que controlan la información oficial fiscal, financiera, bancaria y de prevención de lavado de dinero.

De conformidad con los alcances de la revisión, se obtiene la información que se relaciona a continuación, la cual se envía para confirmación de operaciones y datos a las autoridades antes mencionadas:

- Situación fiscal de los sujetos obligados y principales proveedores; Registros Federales de Contribuyentes y Cumplimiento de Obligaciones Fiscales.
- Cuentas Bancarias a nombre de los partidos políticos y estados de cuenta.
- Cuentas Bancarias aperturadas a nombre de candidatos, candidatos independientes y aportantes a los sujetos obligados, por ser personas políticamente expuestas.

### 2.1.6 Preparación y elaboración del Dictamen Consolidado

En cumplimiento de sus funciones y en apego a los plazos establecidos en la normativa para el Proceso Electoral 2015-2016, la UTF verificó la veracidad de lo reportado por los sujetos obligados y el cumplimiento de las obligaciones en materia de financiamiento y gasto. Derivado de los trabajos de fiscalización, notificó sus observaciones mediante oficios de errores y omisiones, realizó reuniones de confronta y analizó las respuestas e información complementaria que proporcionaron los partidos, coaliciones, candidatos y candidatos independientes para determinar la situación final de las observaciones determinadas.

Una vez concluidas las actividades mencionadas y con fundamento en lo dispuesto en los artículos 334 y 335 del RF, la UTF emitió el presente Dictamen Consolidado.

De esta forma, el proceso se realizó conforme al calendario siguiente:

ETAPAS DEL PROCESO ELECTORAL 2015-2016							
Informes de Campaña de Gobernador	Periodo 60 días (Art. 251, numeral 2, LGIPE)	Entrega de los Informes	Notificación de Oficios de Errores y Omisiones	Respuesta a Oficios de Errores y Omisiones	Dictamen y Resolución	Aprobación de la Comisión de Fiscalización	Aprobación del Consejo General
	Del 3 de abril al 1 de junio de 2016 (periodos de 30 días, Art. 79, 1, b), III LGPP)	3 días	10 días	5 días	10 días	6 días	6 días
Primero	Del 3 de abril al 2 de mayo	05-may-15	15-may-15	20-may-15	29 junio-16	5-jul-15	11-jul-15

Segundo	Del 3 de mayo al 1 de junio	04-jun-15	14-jun-15	19-jun-15			
---------	-----------------------------	-----------	-----------	-----------	--	--	--

ETAPAS DEL PROCESO ELECTORAL 2015-2016							
Informes de Campaña de Diputados Locales, Ayuntamientos y Síndicos	Periodo 30 días (Art. 251, numeral 2, LGIPE)	Entrega de los Informes	Notificación de Oficios de Errores y Omisiones	Respuesta a Oficios de Errores y Omisiones	Dictamen y Resolución	Aprobación de la Comisión de	Aprobación del Consejo
	Del 28 de abril al 1 de junio de 2016	3 días	10 días	5 días	10 días	6 días	6 días
Primero	Del 28 de abril al 01 de junio	04-junio-16	14-junio-16	19-junio-16	29-junio-16	5-jul-15	11-jul-15

### 2.1.7 Información Relevante de la Fiscalización

#### Periodo de campaña

El Consejo Estatal del Instituto Estatal Electoral de Chihuahua, en sesión del 01 de diciembre de 2015, mediante Acuerdo número IEE/CE/01/2015 aprobó el calendario de actividades del Proceso Electoral Ordinario 2016, el cual contiene el plazo de las campañas:

ELECCIÓN	INICIO	CONCLUSIÓN
Gobernador	03-abril-2016	01-junio-2016
Diputados Locales y Ayuntamientos	28-abril-2016	01-junio-2016
Síndicos	28-abril-2016	01-junio-2016

#### Topes de Gastos de Campaña

El Consejo Estatal del Instituto Estatal Electoral de Chihuahua, mediante Acuerdo núm. IEE/CE33/2016 aprobado en sesión extraordinaria del 02 de marzo de 2016, determinó los topes máximos de gastos de la manera siguiente:

### Gobernador

CAMPAÑA	TOPE MÁXIMO DE GASTOS DE CAMPAÑA POR CANDIDATO
Gobernador	\$48,393,692.00

### Diputado Local

DISTRITO	TOPE MÁXIMO DE GASTOS DE CAMPAÑA POR CANDIDATO
1 Nuevo Casas Grandes	2,216,326
2 Juárez	1,852,094
3 Juárez	2,122,889
4 Juárez	2,438,751
5 Juárez	2,295,337
6 Juárez	2,264,642
7 Juárez	2,161,400
8 Juárez	2,051,493
9 Juárez	1,840,736
10 Juárez	1,679,719
11 Meoqui	2,400,040
12 Chihuahua	2,150,572
13 Guerrero	2,146,061
14 Cuauhtémoc	2,352,545
15 Chihuahua	2,489,568
16 Chihuahua	2,608,478
17 Chihuahua	2,266,066
18 Chihuahua	2,407,544
19 Delicias	2,234,805
20 Camargo	2,005,386
21 Hidalgo Del Parral	2,381,798
22 Guachochi	2,027,444

## Ayuntamientos

NÚMERO	MUNICIPIO	TOPES DE GASTOS DE CAMPAÑAS
1	1 Ahumada	163,482
2	2 Almada	343,197
3	3 Allende	146,080
4	4 Aquiles Serdán	187,421
5	5 Ascensión	313,469
6	6 Bachiniva	146,080
7	7 Balleza	235,280
8	8 Batopilas	154,626
9	9 Bocoyna	375,773
10	10 Buenaventura	324,608
11	11 Camargo	680,112
12	12 Carichi	146,080
13	13 Casas Grandes	177,798
14	14 Coronado	146,080
15	15 Coyame Del Sotol	146,080
16	16 La Cruz	146,080
17	17 Cuauhtémoc	2,218,006
18	18 Cusihuriachi	146,080
19	19 Chihuahua	11,922,228
20	20 Chinipas	146,080
21	21 Delicias	1,993,901
22	22 Dr. Belisario Domínguez	146,080
23	23 Galeana	146,080
24	24 Santa Isabel	146,080
25	25 Gómez Farías	146,080
26	26 Gran Morelos	146,080
27	27 Guachochi	617,151
28	28 Guadalupe	146,080
29	29 Guadalupe Y Calvo	545,499
30	30 Guazápares	146,080
31	31 Guerrero	550,649

NÚMERO	MUNICIPIO	TOPES DE GASTOS DE CAMPAÑAS
32	32 Hidalgo Del Parral	1,533,676
33	33 Huejotitán	146,080
34	34 Ignacio Zaragoza	146,080
35	35 Janos	146,080
36	36 Jiménez	538,980
37	37 Juárez	18,707,060
38	38 Julimes	146,080
39	39 López	146,080
40	40 Madera	410,960
41	41 Maguarichi	146,080
42	42 Manuel Benavides	146,080
43	43 Macachí	146,080
44	44 Matamoros	146,080
45	45 Meoqui	619,288
46	46 Morelos	146,080
47	47 Moris	146,080
48	48 Namiquipa	347,196
49	49 Nonoava	146,080
50	50 Nuevo Casas Grandes	860,722
51	51 Ocampo	146,080
52	52 Ojinaga	391,860
53	53 Praxedis G. Guerrero	146,080
54	54 Riva Palacio	146,080
55	55 Rosales	240,904
56	56 Rosario	146,080
57	57 San Francisco De Borja	146,080
58	58 San Francisco De Conchos	146,080
59	59 San Francisco Del Oro	146,080
60	60 Santa Bárbara	156,780
61	61 Satevó	146,080
62	62 Saucillo	445,069
63	63 Temosachic	146,080



NÚMERO	MUNICIPIO	TOPES DE GASTOS DE CAMPAÑAS
64	64 El Tule	146,080
65	65 Urique	245,086
66	66 Uruachi	146,080
67	67 Valle De Zaragoza	146,080

### Síndicos

NÚMERO	MUNICIPIO	TOPES DE GASTOS DE CAMPAÑAS
1	1 Ahumada	98,089
2	2 Almada	205,918
3	3 Allende	79,902
4	4 Aquiles Serdán	112,452
5	5 Ascensión	188,082
6	6 Bachíniva	73,040
7	7 Balleza	141,168
8	8 Batopilas	92,775
9	9 Bocoyna	225,464
10	10 Buenaventura	194,765
11	11 Camargo	408,067
12	12 Carichi	78,587
13	13 Casas Grandes	106,679
14	14 Coronado	73,040
15	15 Coyame Del Sotol	73,040
16	16 La Cruz	73,040
17	17 Cuauhtémoc	1,330,803
18	18 Cusihuriachi	73,040
19	19 Chihuahua	7,153,337
20	20 Chinipas	73,040
21	21 Delicias	1,196,340
22	22 Dr. Belisario Domínguez	73,040
23	23 Galeana	73,040
24	24 Santa Isabel	73,040

25	25 Gómez Farías	80,329
26	26 Gran Morelos	73,040
27	27 Guachochi	370,291
28	28 Guadalupe	73,040
29	29 Guadalupe Y Calvo	327,300
30	30 Guazápare	75,125
31	31 Guerrero	330,389
2	32 Hidalgo Del Parral	920,205
33	33 Huejotitán	73,040
34	34 Ignacio Zaragoza	73,040
35	35 Janos	80,844
36	36 Jiménez	323,388
37	37 Juárez	11,224,236
38	38 Julimes	73,040
39	39 López	73,040
40	40 Madera	246,576
41	41 Maguarichi	73,040
42	42 Manuel Benavides	73,040
43	43 Matachí	73,040
44	44 Matamoros	73,040
45	45 Meoqui	371,573
46	46 Morelos	73,040
47	47 Moris	73,040
48	48 NamiQUIpa	208,317
49	49 Nonoava	73,040
50	50 Nuevo Casas Grandes	516,433
51	51 Ocampo	73,040
52	52 Ojinaga	235,116
53	53 Praxedis G. Guerrero	73,040
54	54 Riva Palacio	80,724
55	55 Rosales	144,543
56	56 Rosario	73,040
57	57 San Francisco De Borja	73,040
58	58 San Francisco De Conchos	73,040

59	59 San Francisco Del Oro	73,040
60	60 Santa Bárbara	94,068
61	61 Satevó	73,040
62	62 Saucillo	267,042
63	63 Temosachic	73,040
64	64 El Tule	73,040
65	65 Urique	147,051
66	66 Uruachi	73,040
67	67 Valle De Zaragoza	73,040

### Quejas de campaña en el ámbito local del Estado de Chihuahua

En el marco de la revisión de los Informes de Campaña correspondientes al proceso electoral local 2015-2016 en el estado de Chihuahua, se presentaron los procedimientos administrativos sancionadores en materia de fiscalización, siguientes:

Número	Quejoso	Denunciado	Tipo de procedimiento	Número de Expediente
1	PRI CHIHUAHUA	C. Javier Mendoza candidato a Presidente Municipal de Nuevo Casas Grandes Chihuahua por el PRD	Queja	INE/Q-COF-UTF/38/2016/CHIH
2	PRI CHIHUAHUA	PAN y su entonces candidato a Gobernador de Chihuahua el C. Javier Corral Jurado	Queja	INE/Q-COF-UTF/69/2016/CHIH
3	PRD Chihuahua	SNTE y NUAL CHIHUAHUA	Queja	INE/Q-COF-UTF/85/2016/CHIH
4	PRI CHIHUAHUA	PAN	Queja	INE/Q-COF-UTF/33/2016/CHIH
5	Autoridad	PAN y su candidato a Gobernador Javier Corral Jurado	Queja	INE/P-COF-UTF/28/2016/CHI
6	PRI CHIHUAHUA	PAN y su candidato a Gobernador Javier Corral Jurado	Queja	INE/Q-COF-UTF/29/2016/CHIH
7	PRI CHIHUAHUA	PAN y Enrique Terrazas Seyffert candidato Independiente a Presidente Municipal de Chihuahua	Queja	INE/Q-COF-UTF/40/2016/CHIH

El pronunciamiento del resultado obtenido en los procedimientos referidos, se realizará en el dictamen relativo a cada uno de los partidos políticos, o candidatos independientes involucrados.

#### 4 Glosario de Siglas y Acrónimos

CDE	Comités Directivos Estatales u órganos equivalentes de los partidos políticos nacionales
CEN	Comité Ejecutivo Nacional u órgano equivalente de los partidos políticos nacionales
CFDI's	Comprobantes Fiscales Digitales
CG	Consejo General
CNCS	Coordinación Nacional de Comunicación Social
CNBV	Comisión Nacional Bancaria y de Valores
COA PRI-PVEM	Coalición Parcial integrada por el Partido Revolucionario Institucional y Partido Verde Ecologista de México
CPEUM	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
ENSO	Partido Encuentro Social
IEECH	Instituto Estatal Electoral del estado de Chihuahua
INE	Instituto Nacional Electoral
IVA	Impuesto al Valor Agregado
LGIFE	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales
LGPP	Ley General de Partidos Políticos
MC	Movimiento Ciudadano
NUAL	Partido Nueva Alianza
MORENA	Movimiento Regeneración Nacional
PAN	Partido Acción Nacional
PH	Partido Humanista
PRD	Partido de la Revolución Democrática
PRI	Partido Revolucionario Institucional
PT	Partido del Trabajo
PVEM	Partido Verde Ecologista de México
REPAP	Reconocimiento por Actividades Políticas de Campaña
RFC	Registro Federal de Contribuyentes
RNP	Registro Nacional de Proveedores
SAT	Sistema de Administración Tributaria
SIF	Sistema Integral de Fiscalización

SIMEI	Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Impresos
UIF	Unidad de Inteligencia Financiera
UMA	Unidad de Medida y Actualización
UTF	Unidad Técnica de Fiscalización