

INE/CG148/2017

DICTAMEN CONSOLIDADO QUE PRESENTA LA COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN AL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL RESPECTO DE LA REVISIÓN DE LOS INFORMES DE INGRESOS Y GASTOS DE LOS PRECANDIDATOS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS AL CARGO DE AYUNTAMIENTO, CORRESPONDIENTE AL PROCESO ELECTORAL LOCAL ORDINARIO 2016-2017, EN EL ESTADO DE VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE

Índice

1. Marco Legal
2. Metodología de la revisión
 - 2.1 Procedimiento de revisión de los Informes de Ingresos y Gastos de Precampañas.
 - 2.1.1. Sistemas utilizados para la fiscalización
 - 2.1.2. Determinación de las pruebas de auditoría
 - 2.1.3. Monitoreo de precampaña.
 - 2.1.3.1 Monitoreo a Espectaculares y propaganda en vía pública
 - 2.1.3.2 Monitoreo de Medios Impresos
 - 2.1.3.3 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
 - 2.2 Información relevante de la fiscalización
3. Informe y conclusiones de la revisión de partidos políticos en el estado de Veracruz.
 - 3.1 Partido Acción Nacional.
Conclusiones
 - 3.2 Partido Revolucionario Institucional
Conclusiones

3.3 Partido de la Revolución Democrática

Conclusiones

3.4 Movimiento Ciudadano

Conclusiones

3.5. Partido del Trabajo

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 Precampaña presentados por los partidos políticos.

Disposiciones Generales en materia de Fiscalización

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

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

Ley General de Partidos Políticos (LGPP), artículos 7, numeral 1, inciso d); y 25, numeral 1, inciso k).

Reglamento de Fiscalización (RF), Artículo 287.

Del financiamiento público a partidos políticos.

CPEUM, Artículos 41, fracción II; y 116, fracción IV, incisos g) y h).

LGIPE, Artículos 426, numeral 1.

LGPP, Artículos 50; 51, numeral 1, inciso b); 52; y 53, numeral 1 incisos a), b), c) y d).

De la verificación de las operaciones financieras

LGIFE, Artículo 190.

LGPP, Artículo 58.

Informes de Precampaña

LGIFE, Artículo 196 numeral 1.

LGPP, Artículo 80, numeral 1, fracción c).

RF, Artículo 238.

De la operación, registro contable e informes de los ingresos y gastos de los partidos políticos.

LGIFE, Artículos 199 incisos c), d) y e).

LGPP, Artículos 59; 60; y 61, numeral 1, inciso f), fracciones I, II, III.

RF, Artículos 239; 240; 241; y 242.

De la Revisión y confronta

LGIFE, Artículo 442

LGPP, Artículo 80, numeral 1, inciso c), fracciones I, II, III, IV y V.

RF, Artículos 289, numeral 1, inciso b); 291, numeral, 2; 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/CG279/2016 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.

Acuerdo INE/CG10/2017 por el que se aprueba el ajuste a los plazos para la elaboración y aprobación del Dictamen Consolidado y resolución, derivado de la revisión de los informes de ingresos y gastos de los precandidatos y aspirantes a candidatos independientes, correspondiente al Proceso Electoral Local Ordinario 2016-2017, en los estados de Coahuila de Zaragoza, México, Nayarit y Veracruz de Ignacio de La Llave.

Acuerdo INE/CG875/2016 por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones del Reglamento de Fiscalización, aprobado mediante Acuerdo INE/CG263/2014, modificado a través de los acuerdos INE/CG350/2014 E INE/CG1047/2015.

Comisión de Fiscalización del INE

Acuerdo CF/016/2016 por el que se determinan los alcances de revisión y se establecen los Lineamientos para la realización de las visitas de verificación, monitoreo de anuncios espectaculares y demás propaganda colocada en la vía pública, diarios, revistas, medios impresos, derivado de la revisión de informes de precampaña, apoyo ciudadano y campaña del Proceso Electoral Local Ordinario 2016-2017, a celebrarse en los en los estados de Coahuila de Zaragoza, México, Nayarit y Veracruz de Ignacio de La Llave, así como de los procesos extraordinarios que pudieran derivar de dicho proceso.

Acuerdo CF/001/2017 por el que se aprueban los Lineamientos por el que se aprueban los Lineamientos para la operación del módulo de notificaciones del sistema integral de fiscalización para los oficios de errores y omisiones, observaciones y aclaraciones de resulten derivados de la fiscalización a los procesos electorales y al ejercicio ordinario.

Consejo General del OPLE Veracruz

Acuerdo OPLEV/CG238/2016, por el que se aprueba el Plan y el Calendario Integral del Proceso Electoral Ordinario 2016-2017.

Acuerdo OPLEV/CG301/2016, por el que se determinan los topes de gastos que pueden erogar en conjunto los Precandidatos de un Partido Político, durante las

Precampañas Electorales de las elecciones en las que se renovarán los Ediles de los 212 Ayuntamientos del estado, en el Proceso Electoral Ordinario 2016-2017.

2. Metodología de la revisión

2.1 Procedimiento de revisión de los Informes de Ingresos y Gastos de Precampañas

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 lo siguientes concepto:

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

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 2016-2017, 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 Pre7 (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.

Las cuentas del precandidato 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/016/2016, de fecha 29 de septiembre 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.

- 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/016/2016, de fecha 29 de septiembre de 2016, así como con el oficio de 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 2016-2017, 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 Reglamento de Fiscalización; en el presente apartado se describen los principales procedimientos aplicados en el Proceso de Precampaña Electoral Local 2016-2017.

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, y la disponible derivada de otras fuentes.

- Comprobar que los Informes de precampaña hayan sido presentados dentro de los plazos señalados en la normativa aplicable.
- Verificar que el partido político, asociación civil responsable de la administración de la coalición, haya presentado junto con los informes de precampaña, la documentación siguiente:
 - Estados de cuenta bancarios CEN, CDE'S, precampaña y concentradora o centralizada.
 - Conciliaciones bancarias.
 - Contratos de apertura y escritos de cancelación de las cuentas bancarias relativos a la precampaña y concentradora o centralizada.
 - Balanzas de Comprobación del CEN y CDE's de los meses que hayan durado la precampaña.
 - Balanzas de comprobación consolidada por el periodo de precampaña.
 - 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.
 - Controles de Folios

- Inventario de Activo Fijo por las adquisiciones durante el periodo de revisión (en medio impreso y en medio magnético).
- Verificar que los precandidatos no hayan rebasado el tope de gastos de precampaña.
- Revisar para la precampaña que los registros de las operaciones en los informes se apeguen a lo establecido en la aplicación informática que apruebe el Consejo General y en el Reglamento.
- Verificar que el partido político, 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 precampaña y concentradora.
 - Documentos donde conste la cancelación de las cuentas de precampaña dentro del periodo que establece el Reglamento en materia.

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

b) Informes de precampaña

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, presente los informes de precampaña, respecto al origen y monto de los ingresos por cualquier modalidad de financiamiento.
- Revisar que se especifiquen los gastos que el partido, 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, 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 en la normatividad 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, éstas 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 precampañas.
- 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 aspirante a candidato independiente acredite que los recursos que ingresen por vía de transferencia a la cuenta bancaria, se apeguen a lo establecido en la normatividad aplicable.

Ingresos en especie

- Verificar que la aportación en especie provenga directamente del CEN o CEE 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 precampaña 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.
- R
 evisar en el caso de que el bien aportado sea considerado gasto de precampaña, 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 de 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 días de SMG (inscrita ante el Registro Público de la Propiedad).
 - Comprobar de las aportaciones otorgadas en comodato tanto de bienes muebles como inmuebles lo siguiente:
 - Que se haya tomado el valor de uso promedio de 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 de que los comprobantes de la aportación se expidan dentro del periodo de precampaña y los gastos que amparen cumplan con los fines exclusivos de la precampaña.
 - Verificar que las aportaciones en especie que beneficien a una o más precampañas por gastos centralizados, se hayan registrado conforme a la normatividad aplicable y sean computados en los informes de precampaña correspondientes.
- Aportaciones del precandidato
- 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 precampaña, 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 los 90 días de SMGV, asegurarse de 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 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 precampaña 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 precampañas por gastos centralizados, se hayan registrado conforme al prorrateo señalado en la normativa aplicable y que se hayan computado en los informes de precampaña 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 a 365 días de SMG 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 benefician a una o más precampañas por gastos centralizados se hayan registrado conforme al prorrateo señalado en la Ley y el Reglamento y sean computados en los informes de precampaña correspondientes.
- Verificar en la relación de aportantes 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 precampañas, comprobar si se ajustaron a los límites de gastos de precampañas 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 precampaña.
- Verificar que la documentación soporte reúna lo siguiente:
 - Requisitos fiscales.
 - La póliza contenga la documentación soporte.
 - Comprobante a nombre del Partido.
 - Contabilización correcta.
 - Si el gasto es mayor a 90 UMA, 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.
 - Estén soportadas con la documentación original.
 - Estén registradas contablemente de forma adecuada.
- Verificar que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 UMA 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 precampaña incluyan las pólizas contables soportadas con la siguiente documentación:
 - Contratos
 - Facturas
- Validar que el Partido, haya presentado un informe de la propaganda que haya sido publicada, colocada o exhibida durante el periodo de precampaña 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.
- Confirmar que los informes contengan los siguientes datos, con base en los formatos anexos:
 - 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 precandidato y precampaña beneficiada.
- Cotejar que la propaganda en páginas de internet publicada o colocada durante las precampañas 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.
 - Estén soportadas con lo documentación original.
 - Registradas contablemente de forma adecuada.
- Cerciorarse que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 UMA 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 precampaña 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 precandidato y la precampaña beneficiada con la propaganda exhibida.
- Verificar que el Partido, conserve y presente muestra del contenido de la propaganda proyectada en las salas de cine.
- Revisar que el Partido, presente un informe de la propaganda que haya sido publicada, colocada o exhibida durante el periodo de precampaña 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 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 precandidato y precampaña 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 UMA 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, integre dentro del concepto de anuncios espectaculares en la vía pública para sus precampañas, 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, haya entregado un informe detallado de todas las contrataciones efectuadas, anexando copia de los contratos y las facturas originales.
- Cerciorarse que el partido, 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, presente 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, presente un informe de la propaganda que haya sido publicada, colocada o exhibida durante el periodo de precampaña 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 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 precandidato y precampaña 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 UMA 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, haya entregado una relación que detalle la ubicación y las medidas exactas de las bardas utilizadas en cada precampaña para la pinta de propaganda electoral.
- Verificar que el partido, conserve y presente la relación anexa a las pólizas y con su documentación soporte correspondiente.
- Verificar que el partido, conserve y presente fotografías de la publicidad utilizada en bardas, indicando su ubicación exacta.
- Asegurarse que los gastos que haya reportado el partido en el informe de precampaña, en el Informe respectivo, sean los ejercidos dentro del período comprendido entre la fecha de registro de los precandidatos en la elección de que se trate y hasta el fin de las precampañas 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 precampaña.
 - 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 precandidatos registrados, así como la Plataforma Electoral.

- Cuyo provecho sea exclusivamente para la precampaña 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 precampaña.
- Validar que, al contratar los partidos políticos, 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, expedida por la persona a quien se efectuó el pago.
 - Sueldos
- Comprobar que el Partido, presente las pólizas con su respectivo soporte documental. En original a nombre del partido.
- Verificar que los recibos estén debidamente elaborados conforme al reglamento de la materia.
 - Honorarios
- Asegurarse que el Partido, presente las pólizas con su respectivo soporte documental.
- Cotejar que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 UMA, se haya realizado con cheque nominativo a nombre del proveedor con la leyenda “Para abono en cuenta del beneficiario”
- Revisar que el partido, 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 precampaña 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, presenten las pólizas con su respectivo soporte documental a nombre del partido.
- Cerciorarse de que el comprobante reúna requisitos fiscales y corresponda al período de precampaña.
- 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 UMA, 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, presenten un informe de la propaganda que haya sido publicada, colocada o exhibida durante el periodo de precampaña 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 UMA, 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 precampañas 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 aspirante, presente 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 egresos.
- 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 precampaña.
 - 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 de precampaña.
 - 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, 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, 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 Precampaña

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 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 precampaña.

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 precampaña.

2.1.3.1 Monitoreo a Espectaculares y propaganda en vía pública

La Comisión de Fiscalización, aprobó el Acuerdo CF/016/2016 que establece por el que se determinan los alcances de revisión y se establecen los Lineamientos para la realización de las visitas de verificación, monitoreo de anuncios espectaculares y demás propaganda colocada en la vía pública, diarios, revistas, medios impresos, derivado de la revisión de informes de precampaña, apoyo ciudadano y campaña del Proceso Electoral Local Ordinario 2016-2017, a celebrarse en los en los estados de Coahuila de Zaragoza, México, Nayarit y Veracruz de Ignacio de La Llave, así como de los procesos extraordinarios que pudieran derivar de dicho proceso.

En cumplimiento de este Acuerdo, de lo dispuesto en los artículos 319 y 320 del Reglamento de Fiscalización, y el Plan y Calendario Integral del Proceso Electoral 2016-2017, la UTF realizó el monitoreo de anuncios espectaculares y demás propaganda colocada en la vía pública, durante el periodo del 5 de febrero al 12 de marzo de 2017. 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 precampaña del Proceso Electoral 2016-2017, se realizó un monitoreo a nivel nacional, tomando como base los Distritos electorales locales del estado de Veracruz, de la forma siguiente:

- a) Se monitorearon los Distritos electorales locales en el estado de Veracruz.

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

Para entidades con elección concurrente:

ENTIDAD	PERIODOS	
	PRIMER	SEGUNDO
Veracruz	Del 22 al 23 de febrero de 2017	Del 10 al 11 de marzo de 2017

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 precampaña.

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 precampaña 2016-2017, se obtuvieron 262 testigos, conforme a lo siguiente:

Por entidad federativa

Entidad	Ámbito			Total
	Federal	Ambos	Local	
Veracruz	0	0	262	262

2.1.3.2 Monitoreo de Medios Impresos

Mediante Acuerdo CF/016/2016, 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 precandidatos 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 2016-2017.

El monitoreo tiene como propósito transparentar los ingresos y egresos 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 Local, conforme a lo siguiente:

ALCANCE	RESPONSABLES	FECHA DE INICIO	FECHA DE TERMINO
Veracruz	Comunicación Social Juntas Locales	5 de febrero de 2017	12 de marzo de 2017

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

2.1.3.3 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, en términos del artículo 195 del Reglamento de Fiscalización, se realizó el monitoreo en internet de la propaganda y actos de precampaña publicados en las principales páginas web, redes sociales, periódicos digitales y noticias, durante el periodo de precampaña del Proceso Electoral 2016-2017.

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

La fiscalización se realizó del 5 de febrero al 12 de marzo de 2017, 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 precampaña, lugares y número de asistentes,
- Casas de precampaña 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 precampañas, 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.

Los gastos no reportados y su determinación del costo, se detallan en el Anexo II de los dictámenes correspondientes.

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 los precandidatos 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 2016-2017, 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, para determinar la situación final de las observaciones determinadas.

Una vez concluidas las actividades mencionadas y con fundamento en lo dispuesto en los Artículos 335 del Reglamento de Fiscalización, la UTF emitió el presente Dictamen Consolidado.

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

ETAPAS DEL PROCESO ELECTORAL 2016-2017							
	Periodo 36 días	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
Primero	5 de febrero al 12 de marzo de 2017	22 de marzo de 2017	4 de abril de 2017	11 de abril de 2017	21 de abril de 2017	26 de abril de 2017	3 de mayo de 2017

2.2 Información relevante de la fiscalización

Periodo de precampaña

El Consejo General del OPLEV en la sesión extraordinaria del siete de noviembre de 2016, mediante el acuerdo OPLEV/CG238/2016, aprobó el calendario del Proceso Electoral local 2016-2017, con el plazo de precampaña siguiente:

ELECCIÓN	INICIO	TÉRMINO
Presidente Municipal	5 de febrero de 2017	12 de marzo de 2017

Topes de Gastos de Precampaña

El OPLEV, mediante el Acuerdo OPLEV/CG301/2016 del 20 de diciembre de 2016 determinó los topes de gasto de precampaña siguientes:

No.	Entidad	NÚM. DE MUNICIPIO	MUNICIPIO	TOPE GASTOS DE PRECAMPANA PROCESO ELECTORAL 2016-2017
1	Veracruz	1	ACAJETE	16,471.00
2	Veracruz	2	ACATLAN	6,391.00
3	Veracruz	3	ACAYUCAN	176,176.00
4	Veracruz	4	ACTOPAN	96,004.00
5	Veracruz	5	ACULA	12,497.00
6	Veracruz	6	ACULTZINGO	38,139.00
7	Veracruz	206	AGUA DULCE	101,112.00
8	Veracruz	9	ALPATLAHUAC	17,091.00
9	Veracruz	10	ALTO LUCERO DE GUTIERREZ BARRIOS	65,458.00
10	Veracruz	11	ALTOTONGA	105,981.00
11	Veracruz	12	ALVARADO	116,442.00
12	Veracruz	13	AMATITLAN	18,007.00
13	Veracruz	14	AMATLAN DE LOS REYES	83,534.00
14	Veracruz	16	ANGEL R. CABADA	73,433.00
15	Veracruz	18	APAZAPAN	9,935.00
16	Veracruz	19	AQUILA	4,775.00
17	Veracruz	20	ASTACINGA	12,331.00
18	Veracruz	21	ATLAHUILCO	17,727.00
19	Veracruz	22	ATOYAC	48,229.00
20	Veracruz	23	ATZACAN	37,504.00
21	Veracruz	24	ATZALAN	99,867.00
22	Veracruz	26	AYAHUALULCO	44,470.00
23	Veracruz	27	BANDERILLA	39,572.00
24	Veracruz	28	BENITO JUAREZ	32,131.00
25	Veracruz	29	BOCA DEL RIO	313,261.00
26	Veracruz	30	CALCAHUALCO	23,224.00
27	Veracruz	7	CAMARON DE TEJEDA	14,799.00
28	Veracruz	31	CAMERINO Z. MENDOZA	62,212.00

No.	Entidad	NÚM. DE MUNICIPIO	MUNICIPIO	TOPE GASTOS DE PRECampaña PROCESO ELECTORAL 2016-2017
29	Veracruz	208	CARLOS A. CARRILLO	47,301.00
30	Veracruz	32	CARRILLO PUERTO	35,841.00
31	Veracruz	33	CASTILLO DE TEAYO	41,853.00
32	Veracruz	34	CATEMACO	97,156.00
33	Veracruz	35	CAZONES DE HERRERA	51,669.00
34	Veracruz	36	CERRO AZUL	49,356.00
35	Veracruz	56	CHACALTIANGUIS	27,284.00
36	Veracruz	57	CHALMA	28,282.00
37	Veracruz	58	CHICONAMEL	14,655.00
38	Veracruz	59	CHICONQUIACO	27,532.00
39	Veracruz	60	CHICONTEPEC	117,637.00
40	Veracruz	61	CHINAMECA	37,216.00
41	Veracruz	62	CHINAMPA DE GOROSTIZA	28,162.00
42	Veracruz	64	CHOCAMAN	34,356.00
43	Veracruz	65	CHONTLA	29,409.00
44	Veracruz	66	CHUMATLAN	8,178.00
45	Veracruz	37	CITLALTEPETL	21,647.00
46	Veracruz	38	COACOATZINTLA	17,389.00
47	Veracruz	39	COAHUITLAN	14,698.00
48	Veracruz	40	COATEPEC	167,880.00
49	Veracruz	41	COATZACOALCOS	639,814.00
50	Veracruz	42	COATZINTLA	101,238.00
51	Veracruz	43	COETZALA	4,623.00
52	Veracruz	44	COLIPA	14,690.00
53	Veracruz	45	COMAPA	40,113.00
54	Veracruz	46	CORDOBA	378,506.00
55	Veracruz	47	COSAMALOAPAN	123,171.00
56	Veracruz	48	COSAUTLAN DE CARVAJAL	30,901.00
57	Veracruz	49	COSCOMATEPEC	91,769.00
58	Veracruz	50	COSOLEACAQUE	234,035.00
59	Veracruz	51	COTAXTLA	45,969.00
60	Veracruz	52	COXQUIHUI	31,642.00
61	Veracruz	53	COYUTLA	45,069.00

No.	Entidad	NÚM. DE MUNICIPIO	MUNICIPIO	TOPE GASTOS DE PRECampaña PROCESO ELECTORAL 2016-2017
62	Veracruz	54	CUICHAPA	24,992.00
63	Veracruz	55	CUITLAHUAC	58,268.00
64	Veracruz	207	EL HIGO	41,644.00
65	Veracruz	67	EMILIANO ZAPATA	109,612.00
66	Veracruz	68	ESPINAL	53,615.00
67	Veracruz	69	FILOMENO MATA	24,772.00
68	Veracruz	70	FORTIN	118,364.00
69	Veracruz	71	GUTIERREZ ZAMORA	49,972.00
70	Veracruz	72	HIDALGOTITLAN	38,658.00
71	Veracruz	73	HUATUSCO	102,715.00
72	Veracruz	74	HUAYACOCOTLA	40,107.00
73	Veracruz	75	HUEYAPAN DE OCAMPO	87,653.00
74	Veracruz	76	HUILOAPAN DE CUAUHEMOC	13,349.00
75	Veracruz	77	IGNACIO DE LA LLAVE	39,528.00
76	Veracruz	78	ILAMATLAN	27,927.00
77	Veracruz	79	ISLA	86,388.00
78	Veracruz	80	IXCATEPEC	27,289.00
79	Veracruz	81	IXHUACAN DE LOS REYES	21,129.00
80	Veracruz	82	IXHUATLAN DE MADERO	98,832.00
81	Veracruz	83	IXHUATLAN DEL CAFE	41,254.00
82	Veracruz	84	IXHUATLAN DEL SURESTE	35,380.00
83	Veracruz	85	IXHUATLANCILLO	36,919.00
84	Veracruz	86	IXMATLAHUACAN	15,087.00
85	Veracruz	87	IXTACZOQUITLAN	115,394.00
86	Veracruz	88	JALACINGO	67,766.00
87	Veracruz	90	JACOMULCO	12,069.00
88	Veracruz	91	JALTIPAN	84,540.00
89	Veracruz	92	JAMAPA	23,798.00
90	Veracruz	93	JESUS CARRANZA	61,587.00
91	Veracruz	94	JILOTEPEC	29,405.00
92	Veracruz	168	JOSE AZUETA	55,981.00
93	Veracruz	95	JUAN RODRIGUEZ CLARA	76,880.00
94	Veracruz	96	JUCHIQUE DE FERRER	38,590.00

No.	Entidad	NÚM. DE MUNICIPIO	MUNICIPIO	TOPE GASTOS DE PRECampaña PROCESO ELECTORAL 2016-2017
95	Veracruz	17	LA ANTIGUA	60,667.00
96	Veracruz	128	LA PERLA	37,046.00
97	Veracruz	97	LANDERO Y COSS	5,538.00
98	Veracruz	63	LAS CHOAPAS	185,149.00
99	Veracruz	108	LAS MINAS	6,200.00
100	Veracruz	137	LAS VIGAS DE RAMIREZ	30,982.00
101	Veracruz	98	LERDO DE TEJADA	41,530.00
102	Veracruz	138	LOS REYES	9,531.00
103	Veracruz	99	MAGDALENA	5,031.00
104	Veracruz	100	MALTRATA	31,248.00
105	Veracruz	101	MANLIO FABIO	48,769.00
106	Veracruz	102	MARIANO ESCOBEDO	60,895.00
107	Veracruz	103	MARTINEZ DE LA TORRE	210,770.00
108	Veracruz	104	MECATLAN	20,192.00
109	Veracruz	105	MECAYAPAN	37,719.00
110	Veracruz	106	MEDELLIN	106,043.00
111	Veracruz	107	MIAHUATLAN	8,618.00
112	Veracruz	109	MINATITLAN	364,480.00
113	Veracruz	110	MISANTLA	135,041.00
114	Veracruz	111	MIXTLA DE ALTAMIRANO	18,897.00
115	Veracruz	112	MOLOCAN	38,707.00
116	Veracruz	205	NANCHITAL DE LAZARO CARDENAS DEL RIO	60,001.00
117	Veracruz	113	NAOLINCO	40,019.00
118	Veracruz	114	NARANJAL	8,875.00
119	Veracruz	119	NARANJOS AMATLAN	50,370.00
120	Veracruz	115	NAUTLA	23,147.00
121	Veracruz	116	NOGALES	87,762.00
122	Veracruz	117	OLUTA	31,192.00
123	Veracruz	118	OMEALCA	48,675.00
124	Veracruz	119	ORIZABA	248,795.00
125	Veracruz	120	OTATITLAN	12,995.00
126	Veracruz	121	OTEAPAN	24,677.00
127	Veracruz	122	OZULUAMA	48,986.00

No.	Entidad	NÚM. DE MUNICIPIO	MUNICIPIO	TOPE GASTOS DE PRECampaña PROCESO ELECTORAL 2016-2017
128	Veracruz	123	PAJAPAN	33,426.00
129	Veracruz	124	PANUCO	204,816.00
130	Veracruz	125	PAPANTLA	329,372.00
131	Veracruz	127	PASO DE OVEJAS	70,369.00
132	Veracruz	126	PASO DEL MACHO	60,823.00
133	Veracruz	129	PEROTE	121,712.00
134	Veracruz	130	PLATON SANCHEZ	36,239.00
135	Veracruz	131	PLAYA VICENTE	92,489.00
136	Veracruz	132	POZA RICA DE HIDALGO	401,305.00
137	Veracruz	133	PUEBLO VIEJO	92,771.00
138	Veracruz	134	PUENTE NACIONAL	48,023.00
139	Veracruz	135	RAFAEL DELGADO	33,873.00
140	Veracruz	136	RAFAEL LUCIO	13,859.00
141	Veracruz	139	RIO BLANCO	84,803.00
142	Veracruz	140	SALTABARRANCA	14,351.00
143	Veracruz	141	SAN ADRES TENEJAPAN	5,179.00
144	Veracruz	142	SAN ADRES TUXTLA	309,758.00
145	Veracruz	143	SAN JUAN EVANGELISTA	74,394.00
146	Veracruz	211	SAN RAFAEL	64,700.00
147	Veracruz	212	SANTIAGO SOCHIAPAN	29,535.00
148	Veracruz	144	SANTIAGO TUXTLA	121,103.00
149	Veracruz	145	SAYULA DE ALEMAN	65,572.00
150	Veracruz	147	SOCHIAPA	6,915.00
151	Veracruz	146	SOCONUSCO	26,394.00
152	Veracruz	148	SOLEDAD ATZOMPA	36,936.00
153	Veracruz	149	SOLEDAD DE DOBLADO	61,182.00
154	Veracruz	150	SOTEAPAN	61,316.00
155	Veracruz	151	TAMALIN	23,594.00
156	Veracruz	152	TAMIAHUA	50,098.00
157	Veracruz	153	TAMPICO ALTO	27,056.00
158	Veracruz	154	TANCOCO	13,021.00
159	Veracruz	155	TANTIMA	27,459.00
160	Veracruz	156	TANTOYUCA	196,935.00
161	Veracruz	210	TATAHUICAPAN DE	30,239.00

No.	Entidad	NÚM. DE MUNICIPIO	MUNICIPIO	TOPE GASTOS DE PRECampaña PROCESO ELECTORAL 2016-2017
			JUAREZ	
162	Veracruz	157	TATATITLA	10,929.00
163	Veracruz	158	TECOLUTLA	56,331.00
164	Veracruz	159	TEHUIPANGO	39,404.00
165	Veracruz	8	TEMAPACHE	210,492.00
166	Veracruz	160	TEMPOAL	77,212.00
167	Veracruz	161	TENAMPA	13,332.00
168	Veracruz	162	TENOCHTITLAN	11,786.00
169	Veracruz	163	TEOCELO	32,610.00
170	Veracruz	164	TEPATLAXCO	17,342.00
171	Veracruz	165	TEPETLAN	20,173.00
172	Veracruz	166	TEPETZINTLA	29,265.00
173	Veracruz	167	TEQUILA	25,293.00
174	Veracruz	169	TEXCATEPEC	20,725.00
175	Veracruz	170	TEXHUACAN	10,884.00
176	Veracruz	171	TEXISTEPEC	44,167.00
177	Veracruz	172	TEZONAPA	109,356.00
178	Veracruz	173	TIERRA BLANCA	217,064.00
179	Veracruz	174	TIHUATLAN	177,732.00
180	Veracruz	179	TLACHICHILCO	25,319.00
181	Veracruz	175	TLACOJALPAN	11,274.00
182	Veracruz	176	TLACOLULAN	19,395.00
183	Veracruz	177	TLACOTALPAN	31,207.00
184	Veracruz	178	TLACOTEPEC DE MEJIA	8,288.00
185	Veracruz	180	TLALIXCOYAN	82,231.00
186	Veracruz	181	TLALNELHUAYOCAN	29,284.00
187	Veracruz	25	TLALTETELA	30,970.00
188	Veracruz	182	TLAPACOYAN	111,813.00
189	Veracruz	183	TLAQUILPA	13,933.00
190	Veracruz	184	TLILAPAN	9,182.00
191	Veracruz	185	TOMATLAN	14,042.00
192	Veracruz	186	TONAYAN	10,945.00
193	Veracruz	187	TOTUTLA	32,655.00
194	Veracruz	204	TRES VALLES	99,035.00

No.	Entidad	NÚM. DE MUNICIPIO	MUNICIPIO	TOPE GASTOS DE PRECampaña PROCESO ELECTORAL 2016-2017
195	Veracruz	188	TUXPAN	289,243.00
196	Veracruz	189	TUXTILLA	6,342.00
197	Veracruz	190	URSULO GALVAN	64,190.00
198	Veracruz	209	UXPANAPA	55,966.00
199	Veracruz	191	VEGA DE ALATORRE	46,049.00
200	Veracruz	192	VERACRUZ	1,084,154.00
201	Veracruz	193	VILLA ALDAMA	18,598.00
202	Veracruz	89	XALAPA	883,522.00
203	Veracruz	194	XICO	64,581.00
204	Veracruz	195	XOXOCOTLA	9,580.00
205	Veracruz	196	YANGA	40,551.00
206	Veracruz	197	YECUATLA	28,308.00
207	Veracruz	198	ZACUALPAN	15,261.00
208	Veracruz	199	ZARAGOZA	19,769.00
209	Veracruz	200	ZENTLA	27,356.00
210	Veracruz	201	ZONGOLICA	86,602.00
211	Veracruz	202	ZONTECOMATLAN	27,984.00
212	Veracruz	202	ZOZOCOLCO DE HIDALGO	25,654.00
TOTAL				15,590,822.00

Quejas de Precampaña en el ámbito local del Estado de Veracruz.

Partido	Procedimiento	
	Tipo	Número
PAN	Queja	INE/Q-COF-UTF/41/2017/VER

Información en actividades de campo

a) Visitas de Verificación

Sujeto Obligado	Núm. de Visitas en Precampaña
PAN	0
PRI	0
PRD	0

Sujeto Obligado	Núm. de Visitas en Precampaña
PT	0
MC	8
Total	8

b) Monitoreo en Internet

Sujeto Obligado	Núm. de razones y constancias de Precampaña
PAN	0
PRI	0
PRD	0
PT	0
MC	0
Total	0

c) Monitoreo de propaganda

En la Vía Pública

Sujeto Obligado	Núm. de Testigos de Precampaña
PAN	14
PRI	29
PRD	6
PT	10
MC	81
Total	140

En prensa escrita (CNCS)

Sujeto Obligado	Núm. de Testigos de Precampaña
PAN	0
PRI	0
PRD	0
PT	0
MC	0
Total	0

3. Informe y conclusiones de la revisión de partidos políticos en el Estado de Veracruz.

3.1 Partido Acción Nacional.
Conclusiones

3.2 Partido Revolucionario Institucional.
Conclusiones

3.3 Partido de la Revolución Democrática.
Conclusiones

3.4 Movimiento Ciudadano.
Conclusiones

3.5 Partido del Trabajo.
Conclusiones

Los siguientes partidos no realizaron precampaña y aun cuando se aplicaron los procedimientos de revisión a dichos sujetos obligados no se determinaron observaciones, por lo que no se incluyen en este Dictamen Consolidado:

Partido Verde Ecologista de México
Nueva Alianza
Partido Encuentro Social
Morena

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
CPEUM	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
ES	Partido Encuentro Social
INE	Instituto Nacional Electoral
IVA	Impuesto al Valor Agregado
LGIPE	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales
LGPP	Ley General de Partidos Políticos
MC	Movimiento Ciudadano
NUAL	Partido Nueva Alianza
MORENA	Movimiento Regeneración Nacional
OPLEV	Organismo Público Local Electoral de Veracruz
PAN	Partido Acción Nacional
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