

## **INE/CG304/2017**

# **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 PRESIDENTES MUNICIPALES, CORRESPONDIENTE AL PROCESO ELECTORAL LOCAL ORDINARIO 2016-2017, EN EL ESTADO DE VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE. (CANDIDATOS INDEPENDIENTES)**

### **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.
      - 2.1.3.1 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 de Ignacio de la Llave.
  - 3.10.1 Alexis Tagal Terán  
Conclusiones
  - 3.10.2 Alma Rosa Pérez Tirado  
Conclusiones
  - 3.10.3 Antonio Luna Andrade

Conclusiones

3.10.4 Arturo Blanco Hernández

Conclusiones

3.10.5 Carlos Humberto Silva García

Conclusiones

3.10.6 Christian Romero Pérez

Conclusiones

3.10.7 Christopher Cristiani Cházaro

Conclusiones

3.10.8 Cornelio Suriano Ramírez

Conclusiones

3.10.9 Dante Batres Mejía

Conclusiones

3.10.10 Eduardo Cid Juárez

Conclusiones

3.10.11 efrain Sánchez Cruz

Conclusiones

3.10.12 Emilia Yunes Suárez

Conclusiones

3.10.13 Emilio Álvarez Pimentel

Conclusiones

3.10.14 Enrique Romero Aquino

Conclusiones

3.10.15 Eréndira Domínguez Martínez

Conclusiones

3.10.16 Eric Lara Meza

Conclusiones

3.10.17 Esteban Valles Martínez

Conclusiones

3.10.18 Everardo Gustin Sánchez

Conclusiones

3.10.19 Héctor Zepeda Salas

Conclusiones

3.10.20 Héctor Miguel Mendoza Contreras

Conclusiones

3.10.21 Hugo Granillo López

Conclusiones

3.10.22 Irais Toto Perdomo

Conclusiones

3.10.23 Irma Hernández

Conclusiones

3.10.24 Irving Gabimael Fernandez Ponce

Conclusiones

3.10.25 Isaac García Álvarez

Conclusiones

3.10.26 Iván López Fernandez

Conclusiones

3.10.27 Jennifer De la O Gómez

Conclusiones

3.10.28 Jesús Eduardo Mucharraz Herrera

Conclusiones

3.10.29 Jonathan Jairo Rodríguez Hernandez

Conclusiones

3.10.30 José Aurelio Ruiz Arguelles

Conclusiones

3.10.31 José Ezequiel Cruz Arellano

Conclusiones

3.10.32 José Guillermo Antonio Monge Sayago

Conclusiones

3.10.33 José Luis Soto Loya

Conclusiones

3.10.34 José Luis Almanza Kats

Conclusiones

3.10.35 José Luis Remigio Plata

Conclusiones

3.10.36 Leonardo Palma Ameca

Conclusiones

3.10.37 Leonel Cadena Martínez

Conclusiones

3.10.38 Luis Enrique Hernández Illescas

Conclusiones

3.10.39 María Guadalupe Cuevas Caballero

Conclusiones

3.10.40 Martha Archer Rodríguez

Conclusiones

3.10.41 martin García Martínez

Conclusiones

3.10.42 Mauricio Iván Aguirre Marín

Conclusiones

3.10.43 Mayreth Martínez Peñaloza

Conclusiones

3.10.44miguel Ángel Illescas Bandala

Conclusiones

3.10.45 Miguel Ángel Martínez Dionisio

Conclusiones

3.10.46 Octavio Pérez Garay

Conclusiones

3.10.47 Oscar Octavio Greer Becerra

Conclusiones

3.10.48 Oyuki Roa Velazquez

Conclusiones

3.10.49 Pedro Viadana González

Conclusiones

3.10.50 Rafael Vega Hernández

Conclusiones

3.10.51 Ricardo Domínguez Landa

Conclusiones

3.10.52 Roberto De Anda Ferrandon

Conclusiones

3.10.53 Roberto Barrera Hernández

Conclusiones

3.10.54 Rosendo Luna Ortiz

Conclusiones

3.10.55 Rubén Moreno Archer

Conclusiones

3.10.56 Rubisel Ventura Frías

Conclusiones

3.10.57 Sebastián García Camacho

Conclusiones

3.10.58 Simón García Salas

Conclusiones

3.10.59 Tomás David Hernández Castillo

Conclusiones

3.10.60 Tomas Eloy Pavón Ruiz

Conclusiones

3.10.61 Víctor Manuel Murrieta Pérez

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.

#### 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, 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.

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

LGIPE, Artículos 426, numeral 1.

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

#### De la verificación de las operaciones financieras

LGIPE, Artículo 190, numeral 3.

LGPP, Artículo 58.

Informes de Campaña

LGIFE, Artículo 196 numerales 1 y 3.

LGPP, Artículo 80 numeral 1 fracción d).

RF, Artículo 243.

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

LGIFE, Artículos 199 inciso d) y e).

LGPP, Artículos 59; 60; 61, fracciones I, II, III.

RF, Artículos 243, 244, 245, 246 y 247.

De la Revisión y confronta

LGIFE, Artículo 442

LGPP, Artículo 80, inciso d), fracciones I; II; III; IV, V y VI; y 81.

RF, Artículos 289, numeral 1 inciso d); 290; 291, numerales 1, 2; 295.

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

Consejo General del INE

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/CG875/2016 por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones del Reglamento de Fiscalización.

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.

Acuerdo CF/004/2016 por el que se modifica el Manual General de Contabilidad, la Guía Contabilizadora y el Catálogo de Cuentas, así como los formatos expedidos mediante Acuerdo CF/075/2015, el cual servirá de apoyo para el cumplimiento del Reglamento de Fiscalización.

### Consejo General del OPLEV

Acuerdo OPLEV/CG238/2016 por el que se aprueba el Calendario del Proceso Electoral 2016-2017 en el Estado de Veracruz.

Acuerdo OPLEV/CG053/2017 por el cual se aprueba la determinación de los topes de gastos de campaña para la elección de ediles de los 212 ayuntamientos del estado de Veracruz para el Proceso Electoral 2016-2017.

## **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 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 2, 199 numeral 1, inciso h de la LGIPE; artículo 7 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 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.

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 Campaña 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 campaña 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 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 la campaña.
  - 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.
  - 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 candidatos no hayan rebasado el tope de gastos de campaña.
- Revisar para la campaña 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 campaña y concentradora.
  - Documentos donde conste la cancelación de las cuentas de campaña 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 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, 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, 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 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 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 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.
- R  
evisar 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 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 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 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 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 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 beneficien a una o más campañas por gastos centralizados se hayan registrado conforme al prorratio 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.

#### 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.
- 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 campaña 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 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.

- 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 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.
  - 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 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 precandidato y la campaña 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 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 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 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 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 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, 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 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 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 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 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 campaña 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 campaña, 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, 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 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, 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 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 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 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

##### o 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 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 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 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 de 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, 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 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 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, 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 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 1 al 25 de febrero 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 campaña 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	TERCER
Veracruz de Ignacio de la Llave	Del 2 al 31 de mayo de 2017	Del 19 al 26 de mayo de 2017	Del 26 al 31 de mayo 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 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 2016-2017, se obtuvieron 3,313 testigos, conforme a lo siguiente:

## Por entidad federativa

Entidad	Ámbito			Total
	Federal	Ambos	Local	
Veracruz de Ignacio de la Llave	0	0	3,313	3,313

### 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 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 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
Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Comunicación Social Juntas Locales	2 de mayo de 2017	31 de mayo 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 campaña publicados en las principales páginas web, redes sociales, periódicos digitales y noticias, durante el periodo de campaña del Proceso Electoral 2016-2017.

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 20 de enero al 10 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 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.

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

#### **Metodología para la determinación de costos de Espectaculares no reportados**

A efecto de establecer un criterio objetivo y homogéneo para determinar el costo de referencia a utilizar para la valuación de los anuncios espectaculares no reportados, se utilizó la siguiente metodología:

De la matriz de precios en el rubro de espectaculares y panorámicos, donde están incorporadas todas las facturas, en formato XML, registradas por los sujetos obligados en cada entidad federativa, se calculó el costo por metro cuadrado ( $m^2$ ) a efecto de tener un parámetro de comparabilidad.

Los espectaculares registrados en la matriz de cada entidad federativa fueron ordenados, atendiendo a su costo por  $m^2$ , en cinco intervalos (quintiles) con diferencia de 100 pesos; esto es, el primer intervalo con los anuncios cuyo costo se ubicaba entre 101 y 200 pesos por  $m^2$ , el segundo, entre 201 y 300 pesos, el tercero entre 301 y 400, el cuarto, entre 401 y 500, y el quinto entre 501 y 600 pesos por  $m^2$ . Se encontró que los anuncios con costos por  $m^2$  inferiores a 100 pesos y superiores a 600 eran muy pocos, no eran representativos respecto del

universo y se encontraban desviados del comportamiento general, por lo que fueron desechados. Posteriormente se contabilizó el número de anuncios (impactos) cuyo costo se ubicaba en cada uno de los intervalos.

El criterio aplicado consistió seleccionar, en primer lugar, el intervalo con el mayor número de impactos y, en seguida, escoger el espectacular con el mayor costo por m<sup>2</sup> en el intervalo seleccionado. El costo de referencia así determinado se utilizó para valuar todos los gastos no reportados en este rubro en la entidad federativa correspondiente.

#### **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 candidatos 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 60 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	2 al 31 de mayo de 2017	3 de junio de 2017	13 de junio de 2017	18 de junio de 2017	28 de junio de 2017	6 de julio de 2017	14 de julio de 2017

## 2.2 Información relevante de la fiscalización

### Periodo de campaña

El Consejo General del OPLEV en la sesión extraordinaria del 7 de noviembre de 2016, mediante el acuerdo OPLEV/CG238/2016, aprobó el calendario del Proceso Electoral Local 2016-2017, con el plazo de campaña siguiente:

ELECCIÓN	INICIO	TÉRMINO
Presidente Municipal	2 de mayo de 2017	31 de mayo de 2017

### Topes de Gastos de Precampaña

El OPLEV, mediante el Acuerdo OPLEV/CG053/2017 del 15 de marzo de 2017 determinó los topes de gasto de campaña siguientes:

NOMBRE DEL MUNICIPIO	TOPE DE GASTOS CON FACTOR SOCIOECONOMICO
Acajete	\$75,997.00



<b>NOMBRE DEL MUNICIPIO</b>	<b>TOPE DE GASTOS CON FACTOR SOCIOECONOMICO</b>
Acatlan	\$27,628.00
Acayucan	\$736,341.00
Actopan	\$385,004.00
Acula	\$50,517.00
Acultzingo	\$163,759.00
Agua Dulce	\$385,301.00
Alpatlahuac	\$74,512.00
Alto Lucero de Gutierrez Barrios	\$264,484.00
Altotonga	\$476,575.00
Alvarado	\$502,866.00
Amatitlán	\$74,397.00
Amatlán de Los Reyes	\$349,735.00
Angel R. Cabada	\$304,961.00
Apazapan	\$40,232.00
Aquila	\$19,512.00
Astacinga	\$54,176.00
Atlahuilco	\$81,941.00
Atoyac	\$196,445.00
Atzacan	\$164,314.00
Atzalan	\$425,909.00
Ayahualulco	\$191,242.00
Banderilla	\$183,490.00
Benito Juárez	\$136,893.00
Boca del Río	\$1,327,631.00
Calchualco	\$104,960.00
Camaron de Tejeda	\$62,133.00
Camerino Z. Mendoza	\$253,316.00
Carlos A. Carrillo	\$193,783.00
Carrillo Puerto	\$152,324.00
Castillo De Teayo	\$175,734.00
Catemaco	\$414,698.00
Cazones de Herrera	\$228,499.00
Cerro Azul	\$206,846.00

<b>NOMBRE DEL MUNICIPIO</b>	<b>TOPE DE GASTOS CON FACTOR SOCIOECONOMICO</b>
Chacaltianguis	\$113,330.00
Chalma	\$115,355.00
Chiconamel	\$58,614.00
Chiconquiaco	\$116,669.00
Chicontepec	\$493,921.00
Chinameca	\$159,114.00
Chinampa de Gorostiza	\$123,442.00
Chocamán	\$153,479.00
Chontla	\$120,849.00
Chumatlán	\$36,455.00
Citlaltépetl	\$88,029.00
Coacoatzintla	\$79,894.00
Coahuitlán	\$64,903.00
Coatepec	\$736,131.00
Coatzacoalcos	\$2,667,093.00
Coatzintla	\$428,764.00
Coetzala	\$19,659.00
Colipa	\$56,484.00
Comapa	\$179,100.00
Córdoba	\$1,630,449.00
Cosamaloapan	\$491,045.00
Cosautlán de Carvajal	\$131,407.00
Coscomatepec	\$414,982.00
Cosoleacaque	\$978,833.00
Cotaxtla	\$192,783.00
Coxquihui	\$130,400.00
Coyutla	\$193,075.00
Cuichapa	\$100,610.00
Cuitláhuac	\$229,580.00
El Higo	\$174,533.00
Emiliano Zapata	\$530,961.00
Espinal	\$229,718.00
Filomeno Mata	\$116,372.00
Fortín	\$518,090.00

<b>NOMBRE DEL MUNICIPIO</b>	<b>TOPE DE GASTOS CON FACTOR SOCIOECONOMICO</b>
Gutierrez Zamora	\$209,597.00
Hidalgotitlán	\$152,941.00
Huatusco	\$457,068.00
Huayacocotla	\$169,219.00
Hueyapan de Ocampo	\$372,698.00
Huiloapan de Cuauhtemoc	\$55,788.00
Ignacio de La Llave	\$164,756.00
llamatlán	\$110,879.00
Isla	\$349,765.00
Ixcatepec	\$112,593.00
Ixhuacán de Los Reyes	\$92,963.00
Ixhuatlán de Madero	\$424,486.00
Ixhuatlán del Café	\$185,098.00
Ixhuatlan del Sureste	\$140,950.00
Ixhuatlancillo	\$166,040.00
Ixmatlahuacan	\$59,205.00
Ixtaczoquitlan	\$504,614.00
Jalacingo	\$310,719.00
Jalcomulco	\$48,844.00
Jáltipan	\$355,905.00
Jamapa	\$101,694.00
Jesús Carranza	\$229,869.00
Jilotepec	\$126,441.00
José Azueta	\$217,936.00
Juan Rodríguez Clara	\$313,590.00
Juchique de Ferrer	\$145,740.00
La Antigua	\$256,839.00
La Perla	\$166,425.00
Landero Y Coss	\$17,350.00
Las Choapas	\$694,020.00
Las Minas	\$26,763.00
Las Vigas De Ramírez	\$141,544.00
Lerdo De Tejada	\$171,366.00
Los Reyes	\$44,310.00

<b>NOMBRE DEL MUNICIPIO</b>	<b>TOPE DE GASTOS CON FACTOR SOCIOECONOMICO</b>
Magdalena	\$22,594.00
Maltrata	\$128,651.00
Manlio Fabio Altamirano	\$203,971.00
Mariano Escobedo	\$259,689.00
Martínez de La Torre	\$883,826.00
Mecatlán	\$89,455.00
Mecayapan	\$171,536.00
Medellín	\$544,996.00
Miahuatlán	\$36,491.00
Minatitlán	\$1,429,510.00
Misantla	\$555,162.00
Mixtla de Altamirano	\$86,292.00
Moloacan	\$144,364.00
Nanchital de Lazaro Cardenas Del Rio	\$250,903.00
Naolinco	\$173,473.00
Naranjal	\$39,537.00
Naranjos Amatlán	\$218,110.00
Nautla	\$95,330.00
Nogales	\$365,500.00
Oluta	\$133,792.00
Omealca	\$194,482.00
Orizaba	\$1,033,151.00
Otatitlán	\$51,078.00
Oteapan	\$111,339.00
Ozuluama	\$197,326.00
Pajapan	\$151,832.00
Pánuco	\$837,976.00
Papantla	\$1,434,749.00
Paso De Ovejas	\$294,609.00
Paso Del Macho	\$263,226.00
Perote	\$551,056.00
Platón Sánchez	\$146,393.00
Playa Vicente	\$361,514.00

<b>NOMBRE DEL MUNICIPIO</b>	<b>TOPE DE GASTOS CON FACTOR SOCIOECONOMICO</b>
Poza Rica de Hidalgo	\$1,587,004.00
Pueblo Viejo	\$376,765.00
Puente Nacional	\$204,067.00
Rafael Delgado	\$153,762.00
Rafael Lucio	\$63,599.00
Rio Blanco	\$358,378.00
Saltabarranca	\$60,117.00
San Andrés Tenejapan	\$21,875.00
San Andrés Tuxtla	\$1,345,337.00
San Juan Evangelista	\$297,794.00
San Rafael	\$267,539.00
Santiago Sochiapan	\$118,769.00
Santiago Tuxtla	\$514,728.00
Sayula de Alemán	\$271,062.00
Sochiapa	\$31,708.00
Soconusco	\$115,416.00
Soledad Atzompa	\$166,071.00
Soledad de Doblado	\$254,952.00
Soteapan	\$289,901.00
Tamalín	\$103,656.00
Tamiahua	\$210,346.00
Tampico Alto	\$107,638.00
Tancoco	\$54,175.00
Tantima	\$116,231.00
Tantoyuca	\$836,124.00
Tatahuicapan de Juárez	\$138,352.00
Tatatila	\$47,787.00
Tecolutla	\$236,332.00
Tehuipango	\$187,587.00
Temapache	\$921,796.00
Tempoal	\$314,563.00
Tenampa	\$57,502.00
Tenochtitlan	\$49,712.00
Teocelo	\$140,397.00

<b>NOMBRE DEL MUNICIPIO</b>	<b>TOPE DE GASTOS CON FACTOR SOCIOECONOMICO</b>
Tepatlaxco	\$76,831.00
Tepetlán	\$84,606.00
Tepetzintla	\$129,878.00
Tequila	\$114,513.00
Texcatepec	\$89,889.00
Texhuacan	\$47,345.00
Texistepec	\$181,860.00
Tezonapa	\$466,786.00
Tierra Blanca	\$900,065.00
Tihuatlan	\$767,833.00
Tlachichilco	\$103,590.00
Tlacojalpan	\$43,764.00
Tlacolulan	\$87,987.00
Tlacotalpan	\$128,572.00
Tlacotepec De Mejia	\$38,160.00
Tlaxicoyan	\$335,910.00
Tlalnahuayocan	\$137,809.00
Tlaltetela	\$137,733.00
Tlapacoyan	\$479,686.00
Tlaquilpa	\$63,326.00
Tlilapan	\$39,339.00
Tomatlán	\$59,971.00
Tonayan	\$47,424.00
Totutla	\$143,689.00
Tres Valles	\$391,553.00
Túxpan	\$1,208,697.00
Tuxtilla	\$24,454.00
Úrsulo Galvan	\$261,068.00
Uxpanapa	\$243,023.00
Vega de Alatorre	\$184,769.00
Veracruz	\$4,853,613.00
Villa Aldama	\$85,378.00
Xalapa	\$3,939,175.00
Xico	\$291,323.00

NOMBRE DEL MUNICIPIO	TOPE DE GASTOS CON FACTOR SOCIOECONOMICO
Xoxocotla	\$46,868.00
Yanga	\$154,306.00
Yecuatla	\$104,297.00
Zacualpan	\$59,411.00
Zaragoza	\$91,191.00
Zentla	\$120,978.00
Zongolica	\$373,643.00
Zontecomatlán	\$114,481.00
Zozocolco de Hidalgo	\$108,631.00

### **Quejas de campaña en el ámbito local del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.**

De conformidad con el artículo 40, numeral 1 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, el Consejo General del Instituto Nacional Electoral resolverá a más tardar en la sesión en el que se apruebe el Dictamen y la Resolución relativos a los informes de campaña, las quejas relacionadas con las campañas electorales, que contengan hechos que presuntamente vulneren la normatividad en materia de fiscalización, siempre y cuando hayan sido presentadas hasta quince días antes de la aprobación de los mismos.

Ello tiene como finalidad el hacer eficaz y eficiente la fiscalización y garantizar la resolución completa de los dictámenes consolidados y las resoluciones en materia de fiscalización, lo cual, sólo se logrará mediante la resolución previa o conjunta de los procedimientos sancionadores que estén relacionados con las campañas electorales.

Lo anterior es así, debido a que el dictamen consolidado debe contener, entre otros, el resultado y conclusiones de la revisión de los informes que hayan presentado los partidos políticos, entre las que está el límite de gastos de campaña en los procedimientos electorales.

Ahora bien, en la sentencia recaída al SUP-RAP-277/2015 y acumulados, se indica que, tomando en consideración que el diez de febrero de dos mil catorce se publicó, en el Diario Oficial de la Federación, el Decreto por el que se reformaron y adicionaron diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados

Unidos Mexicanos, en materia política, entre las cuales está el artículo 41, párrafo segundo, Base VI; en el citado precepto constitucional se estableció que en la ley se preverá el sistema de nulidades de las elecciones federales o locales por violaciones graves, dolosas y determinantes en los casos en los que, entre otros, se exceda el gasto de campaña en un cinco por ciento (5%) del monto total autorizado para una elección determinada, el cual debe ser acreditada de manera objetiva y material.

En este sentido, toda vez que en el dictamen consolidado se determina, entre otros, el resultado y conclusiones de la revisión de los informes que hayan presentado los partidos políticos, entre las que se incluye el límite de gastos de campaña en los procedimientos electorales, la manera objetiva y material de acreditar que se ha rebasado la cantidad establecida como gasto de campaña y, consecuentemente, la causal de nulidad respectiva, es justamente con el resultado que se obtenga del dictamen consolidado, por lo que los procedimientos sancionadores en los que se aduzca la posible vulneración de la normativa electoral en materia de fiscalización y que estén relacionados con las campañas electorales deben ser resueltos con antelación a la emisión del mencionado dictamen consolidado.

Por ende, a juicio de la Sala Superior, como regla general, las quejas relacionadas con la presunta vulneración a la normativa electoral en materia de fiscalización, así como con las campañas electorales deben ser resueltas a más tardar con la aprobación del dictamen consolidado, porque sólo con la determinación conjunta, se podrá dotar de certeza a los participantes en el procedimiento electoral y a la ciudadanía en general, sobre la actualización o no de la causa de nulidad de la respectiva elección, consistente en exceder el gasto de campaña en un cinco por ciento del monto total autorizado.

En este sentido, es dable indicar las quejas que están estrechamente relacionadas con la campaña celebrada en el marco del Proceso Electoral Local Ordinario en el estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.

Id	Quejoso	Denunciado	Número de Expediente	Fondo del Asunto	Sentido de la Resolución
1	Movimiento Ciudadano	C. Christian Romero Pérez candidato independiente a Presidente Municipal de Tlacotalpan, Veracruz	INE/Q-COF-UTF/67/2017/VER	Determinar si el candidato independiente el C. Christian Romero Pérez, incurrió en la conducta violatoria electoral al omitir reportar diversos egresos por concepto de propaganda colocada en la vía pública, instalación de luminarias, así como la presunta entrega de artículos deportivos, despensas y	



				podadoras en beneficio de su candidatura.	
2	Partido Nueva Alianza	C. Octavio Greer Becerra candidato independiente a presidente municipal de Tuxpan, Veracruz	INE/Q-COF-UTF/106/2017/VER	Se denuncia publicidad excesiva del candidato denunciado, y los gastos generados por la misma.	

### Vistas de otras autoridades

En la sentencia recaída al SUP-RAP-277/2015 y acumulados, se indica que, tomando en consideración que el diez de febrero de dos mil catorce se publicó, en el Diario Oficial de la Federación, el Decreto por el que se reformaron y adicionaron diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia política, entre las cuales está el artículo 41, párrafo segundo, Base VI; en el citado precepto constitucional se estableció que en la ley se preverá el sistema de nulidades de las elecciones federales o locales por violaciones graves, dolosas y determinantes en los casos en los que, entre otros, se exceda el gasto de campaña en un cinco por ciento (5%) del monto total autorizado para una elección determinada, el cual debe ser acreditada de manera objetiva y material.

En este sentido, toda vez que en el dictamen consolidado se determina, entre otros, el resultado y conclusiones de la revisión de los informes que hayan presentado los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes, entre las que se incluye el límite de gastos de campaña en los procedimientos electorales, la manera objetiva y material de acreditar que se ha rebasado la cantidad establecida como gasto de campaña y, consecuentemente, la causal de nulidad respectiva, es justamente con el resultado que se obtenga del dictamen consolidado, por lo que los diversos procedimientos y medios de impugnación en los que se aduzca la posible vulneración de la normativa electoral en materia de fiscalización y que estén relacionados con las campañas electorales deben ser analizados minuciosamente por la autoridad fiscalizadora en el respectivo dictamen consolidado.

Lo anterior, con la finalidad de hacer eficaz y eficiente la fiscalización y garantizar la resolución completa de los dictámenes consolidados y las resoluciones en materia de fiscalización.

En atención a ello, diversas autoridades hicieron del conocimiento a esta autoridad la posible comisión de irregularidades en la materia que nos ocupa, sin embargo, al haber transcurrido el plazo para emitir los oficios de errores y omisiones y, con ellos dar la garantía de audiencia al incoado, se emitió un oficio para dichos efectos a cada uno de los sujetos denunciados, cuyo plazo de contestación aún no fenece al momento de emitir el presente Dictamen Consolidado.

Consecuentemente, conforme se obtengan respuestas de los sujetos incoados, la parte correspondiente del Dictamen Consolidado y la respectiva Resolución serán engrosados.

### **3. Informe y conclusiones de la revisión de partidos políticos en el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.**

#### 3.10.1 Alexis Tagal Terán

Conclusiones

#### 3.10.2 Alma Rosa Pérez Tirado

Conclusiones

#### 3.10.3 Antonio Luna Andrade

Conclusiones

#### 3.10.4 Arturo Blanco Hernández

Conclusiones

#### 3.10.5 Carlos Humberto Silva García

Conclusiones

#### 3.10.6 Christian Romero Pérez

Conclusiones

#### 3.10.7 Christopher Cristiani Cházaro

Conclusiones

#### 3.10.8 Cornelio Suriano Ramírez

Conclusiones

#### 3.10.9 Dante Batres Mejía

Conclusiones

3.10.10 Eduardo Cid Juárez  
Conclusiones

3.10.11 efrain Sánchez Cruz  
Conclusiones

3.10.12 Emilia Yunes Suárez  
Conclusiones

3.10.13 Emilio Álvarez Pimentel  
Conclusiones

3.10.14 Enrique Romero Aquino  
Conclusiones

3.10.15 Eréndira Domínguez Martínez  
Conclusiones

3.10.16 Eric Lara Meza  
Conclusiones

3.10.17 Esteban Valles Martínez  
Conclusiones

3.10.18 Everardo Gustin Sánchez  
Conclusiones

3.10.19 Héctor Zepeda Salas  
Conclusiones

3.10.20 Héctor Miguel Mendoza Contreras  
Conclusiones

3.10.21 Hugo Granillo López  
Conclusiones

3.10.22 Irais Toto Perdomo  
Conclusiones

3.10.23 Irma Hernández  
Conclusiones

3.10.24 Irving Gabimael Fernandez Ponce  
Conclusiones

3.10.25 Isaac García Álvarez  
Conclusiones

3.10.26 Iván López Fernandez  
Conclusiones

3.10.27 Jennifer De la O Gómez  
Conclusiones

3.10.28 Jesús Eduardo Mucharraz Herrera  
Conclusiones

3.10.29 Jonathan Jairo Rodríguez Hernandez  
Conclusiones

3.10.30 José Aurelio Ruiz Arguelles  
Conclusiones

3.10.31 José Ezequiel Cruz Arellano  
Conclusiones

3.10.32 José Guillermo Antonio Monge Sayago  
Conclusiones

3.10.33 José Luis Soto Loya  
Conclusiones

3.10.34 José Luis Almanza Kats  
Conclusiones

3.10.35 José Luis Remigio Plata  
Conclusiones

3.10.36 Leonardo Palma Ameca  
Conclusiones

3.10.37 Leonel Cadena Martínez  
Conclusiones

3.10.38 Luis Enrique Hernández Illescas  
Conclusiones

3.10.39 María Guadalupe Cuevas Caballero  
Conclusiones

3.10.40 Martha Archer Rodríguez  
Conclusiones

3.10.41 martin García Martínez  
Conclusiones

3.10.42 Mauricio Iván Aguirre Marín  
Conclusiones

3.10.43 Mayreth Martínez Peñaloza  
Conclusiones

3.10.44miguel Ángel Illescas Bandala  
Conclusiones

3.10.45 Miguel Ángel Martínez Dionisio  
Conclusiones

3.10.46 Octavio Pérez Garay  
Conclusiones

3.10.47 Oscar Octavio Greer Becerra  
Conclusiones

3.10.48 Oyuki Roa Velazquez  
Conclusiones

3.10.49 Pedro Viadana González  
Conclusiones

3.10.50 Rafael Vega Hernández  
Conclusiones

3.10.51 Ricardo Domínguez Landa  
Conclusiones

- 3.10.52 Roberto De Anda Ferrandon  
Conclusiones
- 3.10.53 Roberto Barrera Hernández  
Conclusiones
- 3.10.54 Rosendo Luna Ortiz  
Conclusiones
- 3.10.55 Rubén Moreno Archer  
Conclusiones
- 3.10.56 Rubisel Ventura Frías  
Conclusiones
- 3.10.57 Sebastián García Camacho  
Conclusiones
- 3.10.58 Simón García Salas  
Conclusiones
- 3.10.59 Tomás David Hernández Castillo  
Conclusiones
- 3.10.60 Tomas Eloy Pavón Ruiz  
Conclusiones
- 3.10.61 Víctor Manuel Murrieta Pérez  
Conclusiones

#### **4. Glosario de Siglas y Acrónimos**

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

INE	Instituto Nacional Electoral
IVA	Impuesto al Valor Agregado
LGIFE	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales
LGPP	Ley General de Partidos Políticos
OPLEV	Organismo Público Local Electoral de Veracruz
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