

**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 PRECAMPAÑA AL CARGO DE AYUNTAMIENTOS, CORRESPONDIENTE AL PROCESO ELECTORAL LOCAL ORDINARIO 2017 - 2018, EN EL ESTADO DE COAHUILA DE ZARAGOZA**

**Índice**

**1. Marco Legal**

**2. Metodología de la revisión**

2.1 Procedimiento de revisión de los Informes de Ingresos y Gastos durante el periodo de precampaña.

2.1.1. Sistemas utilizados para la fiscalización

2.1.2. Determinación de las pruebas de auditoría

2.1.3. Visitas de verificación

2.1.4. Monitoreo durante el periodo de precampaña

2.1.4.1 Monitoreo a espectaculares y propaganda en vía pública

2.1.4.2 Monitoreo de medios impresos

2.1.4.3 Monitoreo en páginas de Internet y redes sociales

2.1.5. Determinación de Costos

2.1.6. Confirmación de operaciones con terceros

2.1.7 Procedimientos de queja en materia de fiscalización

2.2 Preparación y elaboración del Dictamen Consolidado

2.3 Información relevante de la fiscalización

**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, respecto de sus precandidatos y precandidatas a los cargos de Presidente Municipal en el ámbito local en el estado de Coahuila de Zaragoza.

### Disposiciones Generales en materia de Fiscalización

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

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE), artículos 32, numeral 1, inciso a) fracción VI; 44, numeral 1, inciso j), 190; 191; 192; 196 numeral 1; 199, numeral 1, y 200.

Ley General de Partidos Políticos (LGPP), artículos 7, inciso d) y e), 25, numeral 1, inciso k); 75, 77, numeral 2, y 81, numeral 1, inciso c). Reglamento de Fiscalización (RF), Artículo 287.

### De la verificación de las operaciones financieras

LGIPE, Artículo 190, numeral 2; y 426, numeral 1.

LGPP, Artículo 58.

RF, Artículos 104, 238, 239, 240 y 241.

### Del financiamiento público a partidos políticos.

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

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

### Informes de Precampaña

LGIPE, 196, numeral 1, 199.

LGPP, 75, 77, numeral 2, 79, numeral 1, inciso a), 80, numeral 1, inciso c), y 81.

RF, 36, 37, 37 bis, 38, 38 bis, 39, 40, 41, 44, 238, 239, 240, 241, 242.

### De la operación, registro contable e informes de los ingresos de los precandidatos

LGIPE, Artículo 199, numeral 1, inciso g).

RF, 36, 37, 37 bis, 38, 38 bis, 39, 40, 41, 44, 238, 239, 240, 241, 242.

### De la revisión y confronta

LGIPE, Artículo 429

LGPP, Artículos 80, numeral 1, inciso c); y 81.

RF, Artículos 289, numeral 1, inciso b); 291, numeral 2, 295 y 334.

### Consejo General del INE

Acuerdo INE/CG409/2017 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, INE/CG1047/2015, INE/CG320/2016, INE/CG875/2016 E INE/CG68/2017

Acuerdo INE/CG596/2017, por el que se modifican los diversos INE/CG387/2017, INE/CG455/2017 e INE/CG475/2017 en su anexo 1 en el apartado de cargos federales, relacionados con la obtención del porcentaje de apoyo ciudadano, así como los plazos para las precampañas y obtención de apoyo ciudadano en las entidades federativas que tienen Proceso Electoral concurrente con el Proceso Electoral Federal Ordinario 2017-2018 en cumplimiento a lo dispuesto en los acuerdos INE/CG514/2017 e INE/CG478/2017.

Acuerdo INE/CG597/2017, mediante el cual el Consejo General del INE, determinó las reglas para la contabilidad, rendición de cuentas y fiscalización, así como los gastos que se consideran como de precampaña para el Proceso Electoral Ordinario 2017-2018.

### Comisión de Fiscalización del INE

Acuerdo CF/001/2017 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/004/2017 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.

Acuerdo CF/012/2017, 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, otros medios impresos, internet y redes sociales derivado de la revisión de los informes de precampaña, apoyo ciudadano y campaña del Proceso Electoral Federal y Local ordinario 2017-2018, así como los procesos extraordinarios que se pudieran derivar de dicho proceso.

Acuerdo CF/001/2018, por el que se instruye a la Unidad Técnica de Fiscalización, el procedimiento a seguir ante el incumplimiento de presentación del Informe de Ingresos y Gastos de los sujetos obligados que aspiren a un cargo de elección popular a nivel federal y local.

### **Normatividad en el ámbito local**

Código Electoral para el Estado de Coahuila de Zaragoza.

Acuerdo IEC/CG/183/2017, por el cual se aprueba el calendario integral del PEL 2017-2018.

Acuerdo IEC/CG/198/2017, por el que se emite convocatoria de la elección de ayuntamientos PEL 2017-2018.

Acuerdo IEC/CG/201/2017, por el que se determinan los topes de gastos de precampaña y campaña PEL 2017-2018.

Acuerdo IEC/CG/234/2017, por el que se establecen los Lineamientos que regulan a quienes permanezcan en su cargo y busquen ser reelectos.

Acuerdo IEC/CG/235/2017, por el cual se emiten Lineamientos de paridad PEL 2017-2018

## **2. Metodología de la revisión**

### **2.1 Procedimiento de revisión de los Informes de Ingresos y Gastos durante el periodo de precampaña.**

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

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

Mediante el RNP, 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, aspirantes 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 los siguientes conceptos:

- 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 Unidad de Medida Actualizada (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; Base 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 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/003/2017 y INE/CG/22/2018 que establecen el procedimiento, funcionamiento y en su caso reinscripción en el RNP.

### **Sistema Integral de Fiscalización (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 los procesos ordinarios y electorales correspondientes para el proceso 2017-2018, esto según lo establecido en el artículo 191, incisos a) y b) de la LGIPE, y conforme a lo dispuesto en el RF; la información que se integra al SIF 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 está integrado por tres módulos:

- Captura y registro de operaciones. Los sujetos obligados asientan y presentan sus informes correspondientes a sus ingresos y gastos de un proceso en

específico, donde se adjunta a cada registro la documentación soporte o evidencia correspondiente.

- Administración de fuentes de información. Correspondiente para el registro y validación de la información proporcionada por el Servicio de Administración Tributaria, la Unidad de Inteligencia Financiera y la generada por el propio Instituto con motivo de la fiscalización.
- Reportes para la fiscalización. Mediante el cual se generan los reportes correspondientes al proceso en revisión lo que permite la consulta de operaciones, evidencia e informes, así como la captura de los ingresos o gastos determinados por la autoridad.

Las cuentas de cada uno de los sujetos obligados se entregan habilitadas para el ingreso a su contabilidad dentro del SIF.

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

El objetivo del SIMEI es contar con una herramienta que contribuya a la localización de anuncios espectaculares colocados en la vía pública y tener certeza en la información que se publica en los diferentes medios impresos de circulación nacional y local, en relación a la publicidad y propaganda que cada sujeto obligado exhiba en cualquiera de estos medios, esto le da certeza a la autoridad que a la hora de cotejarla con los sujetos obligados, en cualquiera de estos rubros, se encuentra reportado en su contabilidad dentro del Sistema Integral de Fiscalización.

El SIMEI registra información sobre:

- Anuncios espectaculares y otra propaganda colocada en la vía pública, detectada en los correspondientes monitoreos realizados por la autoridad, aplicando la metodología establecida en el acuerdo CF/012/2017, de fecha 17 de noviembre de 2017.

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, ésta no puede ser modificada.

- Inserciones en medios impresos de circulación nacional, en los cuales se detecta propaganda pagada por cada uno de los sujetos obligados en cada uno de los diferentes cargos de elección a competir, dependiendo del estado o la localidad en la que exista el proceso correspondiente.

Se registra información sobre la propaganda encontrada en medios impresos de mayor circulación nacional y local, de conformidad con el acuerdo CF/012/2017, de fecha 17 de noviembre de 2017.

- Redes sociales e internet, en los cuales se detecta propaganda pagada, producción de contenido o gastos relacionados con eventos en los diferentes cargos de elección a competir, según la entidad en la que se desarrolle el proceso correspondiente.

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/012/2017, de fecha 17 de noviembre de 2017, 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 2017-2018, 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 Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, la Ley General de Partidos Políticos y el Reglamento de Fiscalización; en el presente apartado se describen los principales procedimientos aplicados en el Proceso Electoral Local 2017-2018.

#### **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 del Comité Ejecutivo Nacional (CEN), los comités directivos estatales (CDE), precampaña y concentradora o centralizada.
  - Conciliaciones bancarias.
  - Contratos de apertura y, en su caso, escritos de cancelación de las cuentas bancarias relativos a la precampaña y concentradora o centralizada.
  - 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
- 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 abierto 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 o 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 sujeto obligado 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.
- Revisar 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 UMA (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 precandidato y éstas sean depositadas en las cuentas bancarias.
- En caso de que el precandidato realice una aportación y la aportación por si sola o acumulada en el mes exceda los 90 UMA, 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 benefician 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 UMA 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 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; la veracidad en el registro de las erogaciones y el reporte de la totalidad de las erogaciones Gastos de Propaganda o 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 transferencia o 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 UMA, 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 transferencia o 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, en su caso, comprobante de pago.
- Validar que el registro contable sea correcto.
- 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 (URL) 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 la documentación original.
  - Registradas contablemente de forma adecuada.
- Cerciorarse que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 UMA se haya realizado con transferencia o cheque nominativo a nombre del proveedor y que contenga la leyenda “Para abono en cuenta del beneficiario”.
- Validar que el Partido o aspirante haya presentado una relación 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, presente las muestras 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 transferencia o 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 comprobantes fiscales digitales por Internet (CFDI).
- 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 las 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.
  - Las dimensiones de cada anuncio espectacular.
  - El valor unitario de cada anuncio espectacular y el IVA.
  - El precandidato y precampaña beneficiada.
  - Que se señale el identificador INE.
- 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 transferencia o 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 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.
  - 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 en diarios revistas y medios impresos o Diarios, revistas y medios impresos

- 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 realizado por transferencia o 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 haya incluido una relación de cada una de las inserciones que ampara la factura.
- 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 transferencia o 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.

##### 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

- Verificar que los recibos y CFDI estén debidamente elaborados conforme al reglamento de la materia.

#### Honorarios.

- Cotejar que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 UMA, se haya realizado con transferencia o 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.

#### 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.
- 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.

#### Gastos genéricos, conjuntos y personalizados a ser prorrateados en precampaña.

- Identificar los gastos susceptibles a ser prorrateados y se validó que fuera aplicado el prorrateo de conformidad con el ámbito de elección, tipo de campaña y beneficio.
- Verificar que el gasto por prorrateo fuera impactado en las campañas beneficiadas de conformidad con la distribución indicada en el artículo 83 de la LGPP.
- Verificar que el procedimiento de prorrateo se ajustó a los artículos 218 y 218 bis del RF.

#### **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. Visitas de verificación

De conformidad con el artículo 297 del RF la Comisión de Fiscalización podrá ordenar visitas de verificación con el fin de corroborar el cumplimiento de las obligaciones y la veracidad del informe presentado por los precandidatos.

Mediante orden de verificación expedida por el Dr. Ciro Murayama Rendón, Consejero Presidente de la Comisión de Fiscalización, durante el periodo de precampaña se ordenaron practicar las visitas de verificación siguientes:

Cons.	Partido	Núm. de oficio	Fecha de notificación
3.1.4	Partido Acción Nacional	PCF/CMR/711/2018	1 de febrero de 2018
3.2.4	Partido Revolucionario Institucional	PCF/CMR/712/2018	1 de febrero de 2018
3.3.4	Partido de la Revolución Democrática	PCF/CMR/713/2018	1 de febrero de 2018
3.4.4	Partido del Trabajo	PCF/CMR/714/2018	1 de febrero de 2018
3.5.4	Partido Verde Ecologista de México	PCF/CMR/715/2018	7 de febrero de 2018
3.6.4	Unidad Democrática de Coahuila	PCF/CMR/720/2018	6 de febrero de 2018

Cons.	Partido	Núm. de oficio	Fecha de notificación
3.7.4	Movimiento Ciudadano	PCF/CMR/716/2018	7 de febrero de 2018
3.8.4	Nueva Alianza	PCF/CMR/717/2018	6 de febrero de 2018
3.9.4	Morena	PCF/CMR/718/2018	1 de febrero de 2018
3.10.4	Encuentro Social	PCF/CMR/719/2018	1 de febrero de 2018

Durante la precampaña no se realizaron visitas de verificación, solo se realizaron recorridos para detectar eventos y casas de precampaña.

<b>Recorridos para localizar eventos de los sujetos obligados</b>
133

Si derivado de la aplicación del procedimiento se determinaron errores y omisiones, se da cuenta de ellos en el apartado de observaciones correspondiente.

#### **2.1.4. Monitoreo durante el periodo de precampaña**

La fiscalización que instrumentó la Unidad Técnica de Fiscalización, incluyó el monitoreo de la propaganda en espectaculares y vía pública, medios impresos, internet y promocionales, con el objetivo de aportar un número mayor de elementos a la revisión de los egresos de los sujetos obligados y cuál fue la fuente del financiamiento utilizada para ese fin; para cotejar esta información con la reportada en los respectivos informes presentados por los sujetos obligados, durante el periodo de precampaña.

Este proceso consistió en reunir, clasificar y revisar la propaganda que se publique en medios impresos locales y/o de circulación nacional, tendientes a promover precampañas también 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 precandidatos, conforme a lo establecido en el Artículo 27 del Reglamento de Fiscalización. Lo anterior con la finalidad de acumular lo que resultara aplicable al tope de gastos de precampaña.

#### **2.1.4.1 Monitoreo a espectaculares y propaganda en vía pública**

De conformidad con los artículos 319 y 320 del RF la Comisión de Fiscalización, a través de la Unidad Técnica, realizará las gestiones necesarias para llevar a cabo monitoreo en espectaculares panorámicos colocados en la vía pública y propaganda en vía pública distinta a los espectaculares, tales como buzones, cajas de luz, carteleras, marquesinas, muebles urbanos de publicidad con o sin movimiento, muros, para buses, puentes, vallas, vehículos o cualquier otro medio similar con el objeto de obtener datos que permitan conocer la cantidad, las características y ubicación de la propaganda localizados en territorio nacional. Asimismo, aprobó el Acuerdo CF/012/2017 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 correspondientes al Proceso Electoral Federal y Local 2017-2018.

En cumplimiento de este Acuerdo y de lo dispuesto en los artículos 319 y 320 del Reglamento de Fiscalización, la UTF realizó el monitoreo de anuncios espectaculares y demás propaganda colocada en la vía pública. En el monitoreo participaron funcionarios de las Juntas Ejecutivas Locales y Distritales del INE, así como el personal que realiza funciones de fiscalización en dichas unidades responsables.

Para el periodo de precampaña, se realizaron monitoreos a nivel nacional, tomando como base los Distritos Electorales Federales de cada estado de la República Mexicana; lo anterior para detectar propaganda en la vía pública y cotejar esta información con la reportada en los informes presentados por los partidos políticos y precandidatos.

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.

Durante el periodo de precampaña se realizaron 63 recorridos de monitoreo para detectar propaganda en la vía pública, y de dichos recorridos se obtuvieron 31 testigos de propaganda en la vía pública de los sujetos obligados.

Entidad	Del 10 al 12 de ene 2018	Del 22 al 24 de ene 2018	Del 7 al 9 de feb 2018	Total
Coahuila	21	21	21	63

Entidad	Sujeto Obligado	Testigos
Coahuila	Morena	10
	Partido Revolucionario Institucional	2
	Unidad Democrática de Coahuila	19

Si derivado de la aplicación del procedimiento se determinaron errores y omisiones, se da cuenta de ellos en el apartado de observaciones correspondiente.

#### **2.1.4.2 Monitoreo de medios impresos**

De conformidad con el artículo 318 del RF la Comisión de Fiscalización, través de la Unidad Técnica, realiza las gestiones necesarias para llevar a cabo monitoreo en diarios, revistas y otros medios impresos de precampaña. Asimismo, mediante Acuerdo CF/012/2017, la Comisión aprobó los Lineamientos que establecen la metodología para la realización de los monitoreos en diarios, revistas y otros medios impresos, que promuevan las precampañas durante el Proceso Electoral 2017-2018.

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 Electoral Federal y Locales 2017-2018, este monitoreo se realizó a través de la Coordinación Nacional de Comunicación Social (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.

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.

Durante el periodo de precampaña no se recopilaron testigos de hallazgos sobre precampañas en medios impresos.

Por lo anterior, no se determinaron errores y omisiones por este concepto.



### **2.1.4.3 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 sujetos obligados, en términos del artículo 203 y 215 del Reglamento de Fiscalización, se realizó el monitoreo para detectar propaganda pagada en Internet, producción de contenido y demás propaganda y eventos, publicados en las principales páginas web, redes sociales, periódicos digitales y noticias, durante el periodo de precampaña

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

El procedimiento involucró la búsqueda en Internet de páginas oficiales y no oficiales de los partidos políticos, precandidatos y precandidatas a efecto de identificar:

- Eventos públicos para difundir sus propuestas.
- Casas de precampaña.
- Propaganda exhibida en páginas o promoción de los precandidatos.

Las principales páginas que se consultaron para el monitoreo fueron los buscadores de Yahoo! y Google, las redes sociales de YouTube, Facebook, Twitter e Instagram; así como prensa digital y noticieros en Internet.

Durante el periodo de precampaña se realizó el monitoreo descrito, del cual no se levantaron razones y constancias de hallazgos de publicidad y propaganda en Internet, producción de contenido y eventos de los sujetos obligados.

Si derivado de la aplicación del procedimiento se determinaron errores y omisiones, se da cuenta de ellos en el apartado de observaciones correspondiente.

### **2.1.5. Determinación de Costos**

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

La determinación del valor de los gastos se sujetó a lo siguiente:

- a) Se identificó el tipo de bien o servicio recibido y sus condiciones de uso y beneficio.
- b) Las condiciones de uso se midieron en relación con la disposición geográfica y el tiempo. El beneficio conforme a los periodos de los procesos electorales.
- c) Se reunió, analizó y evaluó la información relevante relacionada con el tipo de bien o servicio a ser valuado.
- d) La información se obtuvo de las operaciones realizadas por los sujetos obligados durante el periodo de apoyo ciudadano y precampaña con los proveedores autorizados en el Registro Nacional de Proveedores, en relación con los bienes y servicios que ofrecen; cotizaciones con otros proveedores que ofrezcan los bienes o servicios valuados; o las cámaras o asociaciones del ramo de que se trate.

Con base en los valores descritos en el numeral anterior, así como con la información recabada durante el proceso de fiscalización, se elaboró una matriz de precios, con información homogénea y comparable como consta en el **Anexo Matriz de Precios** del presente Dictamen.

Para determinar los costos utilizados para la valuación se tomó en cuenta información relativa a la entidad federativa, Distrito o municipio, de que se trate y, en caso de no existir información suficiente en la entidad federativa involucrada, con base en el artículo 27, numeral 2 del RF se consideró aquella de entidades federativas que cuenten con un ingreso per cápita semejante, de conformidad a la última información publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Para la valuación de los gastos no reportados, se utilizó el valor más alto de la matriz de precios, correspondiente al gasto específico no reportado.

Una vez determinado el valor de los gastos no reportados se procede a su acumulación, según se corresponda, a los gastos de las precampañas beneficiadas.

Si derivado de la aplicación de los procedimientos de auditoría se determinaron gastos no reportados, su valuación y determinación se realizó con base en el procedimiento antes descrito y se da cuenta de ellos en el apartado de observaciones correspondiente.

### 2.1.6. Confirmación de operaciones con terceros

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.

El criterio utilizado para realizar la solicitud de información con diferentes autoridades es el siguiente:

- Respecto de la CNBV se requiere información y documentación como: estados de cuenta, copia de cheques o de comprobantes de transferencia, relación de cuentas bancarias y saldos.
- Respecto de la UIF, en su caso, se validan depósitos en efectivo u operaciones inusuales o relevantes.
- Al SAT se le solicita información de los CFDI emitidos por los diferentes proveedores en beneficio de los sujetos obligados.
- En relación con los proveedores y aportantes, se realizan confirmaciones de operaciones relevantes.

Las confirmaciones con terceros fueron las siguientes:

Cons.	Proveedor	No. de oficio	Fecha de notificación	Fecha de respuesta	Sujeto obligado
1	Facebook Ireland Ltd	INE/UTF/DA/19792/18	23/02/2018	12/03/2018	Todos
2	Comercializadora Publicitaria Tik S.A. de C.V	INE/UTF/DA/21478/18	22/02/2018	(1)	Todos
3	Alcance Publicidad S de RL de CV	INE/UTF/DG/DMR/19137/2017	20/12/2017	(1)	Todos
4	Aleph Medios SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19138/2017	16/12/2017	19/01/2018	Todos
5	Alto Impacto Publicidad SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19132/2017	20/12/2017	19/01/2018	Todos
6	Bernardo Garciacano Lozada	INE/UTF/DG/DMR/19139/2017	12/01/2018	(1)	Todos
7	Comercializadora y Fiadora De Artículos Mexiquense SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19135/2017	12/01/2018	19/01/2018	Todos
8	Consultores Integrales Enfocados En La Excelencia CIEE S de RL De CV	INE/UTF/DG/DMR/19161/2017	21/12/2017	26/12/2017	Todos

Cons.	Proveedor	No. de oficio	Fecha de notificación	Fecha de respuesta	Sujeto obligado
9	Corporación De Medios Integrales SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19156/2017	21/12/2017	(1)	Todos
10	Corporativo Chema SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19140/2017	19/12/2017	21/12/2017	Todos
11	Corporativo Publicitario Mao SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19141/2017	14/12/2017	02/02/2018	Todos
12	Espectaculares Exyme SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19142/2017	12/01/2018	17/01/2018	Todos
13	Grupo Publirex S.A. De C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19131/2017	22/12/2017	28/12/2017	Todos
14	Grupo Viext SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19143/2017	24/12/2017	26/12/2017	Todos
15	Innovación y Tecnología Publicitaria SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19144/2017	16/01/2018	08/02/2018	Todos
16	Jesus Huerta Cerón	INE/UTF/DG/DMR/19145/2017	12/01/2018	(1)	Todos
17	Jesus Ramon Carrera Quintero	INE/UTF/DG/DMR/19136/2017	19/12/2017	22/12/2017	Todos
18	Marcela Adriana Victoria Legorreta	INE/UTF/DG/DMR/19146/2017	16/01/2018	(1)	Todos
19	Marketing En Publicidad De Querétaro SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19147/2017	17/01/2018	23/01/2018	Todos
20	Media Vip SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19148/2017	12/01/2018	18/01/2018	Todos
21	Medios Publicitarios Exteriores SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19149/2017	22/12/2017	22/12/2017	Todos
22	Memije Publicidad Mepsa SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19133/2017	19/12/2017	10/01/2018	Todos
23	Publicidad En Plásticos Maquinados Y Transportes SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19150/2017	12/01/2018	(1)	Todos
24	Publicidad Map SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19162/2017	13/01/2018	02/02/2018	Todos
25	Rack Star SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19151/2017	08/01/2018	12/01/2018	Todos
26	Raul Alan Ramirez Sayalero	INE/UTF/DG/DMR/19151/2017	19/12/2017	(1)	Todos
27	Raúl Alejandro Garcia Miranda	INE/UTF/DG/DMR/19134/2017	14/12/2017	14/12/2017	Todos
28	Runtol SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19152/2017	20/12/2017	(1)	Todos
29	Servicios De Anuncios Publicitarios SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19153/2017	14/12/2017	02/01/2018	Todos
30	Soluciones De Impacto S de RL De CV	INE/UTF/DG/DMR/19160/2017	19/12/2017	19/12/2017	Todos
31	The Best Marketing SA de CV	INE/UTF/DG/DMR/19154/2017	29/12/2017	(1)	Todos
32	Xavier Arturo Salcedo Gaxiola	INE/UTF/DG/DMR/19158/2017	19/12/2017	(1)	Todos
33	Isa Corporativo SA de CV	INE/UTF/DA/9684/18	02/02/2018	07/02/2018	Todos
34	Impactos Frecuencia Y Cobertura De Medios SA de CV	INE/UTF/DA/9687/18 INE/UTF/DA/17642/18	02/02/2018 12/02/2018	07/02/2018 20/02/2018	Todos
35	Strada Publicidad S.A. De C.V.	INE/UTF/DA/9688/18	02/02/2018	07/02/2018	Todos
36	Central Corporativa De Medios SA de CV	INE/UTF/DA/9689/18	02/02/2018	07/02/2018	Todos
37	Máxima Servicios Publicitarios S.C.	INE/UTF/DA/9693/18	02/02/2018	08/02/2018	Todos
38	RAK SA de CV	INE/UTF/DA/9694/18	06/02/2018	12/02/2018	Todos
39	Vision Publicidad SA de CV	INE/UTF/DA/9695/18	02/02/2018	08/08/2018	Todos
40	Cia. Periodística Del Sol De León SA de CV	INE/UTF/DA/21718/18	27/02/2018	(1)	Todos
41	El Heraldo De León Compañía Editorial S. De R.L. de C.V	INE/UTF/DA/21719/18	27/02/2018	(1)	Todos
42	Vimarsa S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/21720/18	27/02/2018	(1)	Todos
43	Cia. Periodística Del Sol De Celaya S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/21721/18	27/02/2018	(1)	Todos
44	Cia. Periodística Del Sol De Irapuato S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/21722/18	27/02/2018	(1)	Todos
45	Editorial Martinica S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/21723/18	27/02/2018	(1)	Todos
46	Berumen Y Asociados, SA de CV	INE/UTF/DA/9913/18	22/02/2018	26/02/2018	Todos
47	Demotecnia 2.0, SC	INE/UTF/DA/9918/18	22/02/2018	27/02/2018	Todos
48	Parametría, SA de CV	INE/UTF/DA/9921/18	23/02/2018	(1)	Todos
49	Mite Espectaculares SA de CV	INE/UTF/DA/20832/18	23/02/18	(1)	Todos
50	Manuel De Jesús Ríos González	INE/UTF/DA/20833/18	23/02/18	28/02/18	Todos

A la fecha del presente Dictamen, los proveedores señalados con (1) no han dado respuesta al oficio remitido por la autoridad.

En los casos en los que sí se recibió respuesta por parte de las autoridades, proveedores y aportantes, si derivado de la aplicación del procedimiento se determinaron errores y omisiones, se da cuenta de ellos en el apartado de

observaciones correspondientes, indicado en el número de la columna “sujeto obligado”.

No se realizaron circularizaciones a aportantes, para el periodo de precampaña, en el estado de Coahuila de Zaragoza.

### **2.1.7 Procedimientos de queja en materia de fiscalización**

La Unidad Técnica de Fiscalización tiene la facultad de sustanciar y tramitar los procedimientos de queja en materia de fiscalización. Este procedimiento podrá iniciarse a partir del escrito de denuncia que presente cualquier interesado por presuntas violaciones a la normatividad electoral en materia de fiscalización.

Durante el periodo de precampaña no se interpusieron quejas en contra de los sujetos obligados.

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

En apego a los plazos establecidos en la normativa para el Proceso Electoral Federal y Locales 2017-2018, 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, para determinar la situación final de las observaciones determinadas.

Una vez concluidas las actividades mencionadas y con fundamento en lo dispuesto en los artículos 80, párrafo 1, inciso c), fracción III y 81 de la Ley General de Partidos Políticos; así como el 335 del Reglamento de Fiscalización, la UTF emitió el presente Dictamen Consolidado.

La fiscalización del periodo de precampaña para la presentación y revisión de informes, comprende las etapas siguientes:

- a. Periodo de precampaña
- b. Fin de la etapa de precampaña
- c. Presentación del Informe
- d. Notificación de oficio de errores y omisiones
- e. Respuesta al oficio de errores y omisiones

- f. Dictamen y Resolución a cargo de la UTF
- g. Aprobación de la Comisión de Fiscalización
- h. Presentación al Consejo General
- i. Aprobación del Consejo General

En este sentido, de conformidad con el Acuerdo INE/CG596/2017, los plazos del periodo de precampaña, materia del presente Dictamen, son los siguientes:

Entidad	Tipo de Elección	Cargo/ Dtto/ Municipio/ Precandidato	Periodo	Fin de la precampaña	Fecha límite de 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	Presentación al Consejo General	Aprobación del Consejo General
					5	13	7	10	6	3	6
Coahuila	Precandidato	Presidente Municipal	3 de enero al 11 de febrero de 2018	11/02/2018	domingo, 18 de febrero de 2018	sábado, 3 de marzo de 2018	sábado, 10 de marzo de 2018	martes, 20 de marzo de 2018	lunes, 26 de marzo de 2018	jueves, 29 de marzo de 2018	miércoles, 4 de abril de 2018

### 2.3 Información relevante de la fiscalización

De conformidad con el acuerdo IEC/CG/201/2017, los topes de gastos para la precampaña son los siguientes:

Cargo	Distrito	Municipio	Tope de gastos de precampaña
Presidente Municipal	N/A	Abasolo	\$16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Acuña	146,823.99
Presidente Municipal	N/A	Allende	24,062.03
Presidente Municipal	N/A	Arteaga	24,226.67
Presidente Municipal	N/A	Candela	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Castaños	28,026.79
Presidente Municipal	N/A	Cuatrociénegas	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Escobedo	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Francisco I. Madero	56,184.20
Presidente Municipal	N/A	Frontera	80,136.03
Presidente Municipal	N/A	General Cepeda	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Guerrero	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Hidalgo	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Jiménez	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Juárez	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Lamadrid	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Matamoros	108,332.90
Presidente Municipal	N/A	Monclova	228,485.24
Presidente Municipal	N/A	Morelos	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Múzquiz	71,520.77
Presidente Municipal	N/A	Nadadores	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Nava	27,048.53
Presidente Municipal	N/A	Ocampo	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Parras	45,189.28

Cargo	Distrito	Municipio	Tope de gastos de precampaña
Presidente Municipal	N/A	Piedras Negras	169,409.78
Presidente Municipal	N/A	Progreso	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Ramos Arizpe	84,079.02
Presidente Municipal	N/A	Sabinas	66,357.33
Presidente Municipal	N/A	Sacramento	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Saltillo	761,946.73
Presidente Municipal	N/A	San Buenaventura	24,006.25
Presidente Municipal	N/A	San Juan de Sabinas	44,679.05
Presidente Municipal	N/A	San Pedro	97,567.91
Presidente Municipal	N/A	Sierra Mojada	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Torreón	669,048.36
Presidente Municipal	N/A	Viesca	20,256.46
Presidente Municipal	N/A	Villa Unión	16,985.25
Presidente Municipal	N/A	Zaragoza	16,985.25
<b>Total</b>			<b>\$3,083,121.82</b>

De conformidad con el acuerdo IEC/CG/200/2017 los límites de financiamiento privado para los partidos políticos en 2018 en Coahuila de Zaragoza son los siguientes:

Aportante	En conjunto	Individual
Militantes	\$1,924,247.85	\$9,621.24
Simpatizantes y Precandidatos	1,924,247.85	9,621.24