

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 A LOS CARGOS DE DIPUTADOS LOCALES Y AYUNTAMIENTOS, CORRESPONDIENTE AL PROCESO ELECTORAL LOCAL ORDINARIO 2017 - 2018, EN EL ESTADO DE NUEVO LEÓN

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 22

2.1.4.3 Monitoreo en páginas de Internet y redes sociales 23

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.

3. Informes y conclusiones de la revisión.

4. Glosario de Siglas y Acrónimos.

1. Marco Legal

El presente dictamen está sustentado en el marco jurídico vigente y es resultado de la revisión a los Informes de Precampaña presentados por los partidos políticos, respecto de sus precandidatos y precandidatas a los cargos de Diputado Local y Presidente Municipal en el ámbito local en el estado de Nuevo León.

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, 241 informe de precampaña

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

Ley Estatal Electoral del estado de Nuevo León

La Ley Estatal Electoral, publicada en el periódico oficial del estado de Nuevo León mediante Decreto número 286, expedido por la LXXIV Legislatura del H. Congreso del estado de Nuevo León por el que se reformaron diversos artículos y publicada el 10 de julio de 2017.

Comisión Estatal Electoral

Acuerdo CEE/CG/48/2017, por el que se definen los topes de gastos de las precampañas para las elecciones de diputados locales y ayuntamientos, así como para la determinación del límite de erogaciones de las y los aspirantes a candidatos independientes para el proceso electoral 2017-2018, publicado el 31 de octubre de 2017.

Acuerdo CEE/CG/50/2017, relativo al calendario electoral correspondiente al proceso electoral en el estado de nuevo león 2017-2018, publicado el 08 de noviembre de 2017.

Acuerdo CEE/CG/011/2018, por el que se determina la suma total por partido político y el límite anual por persona, relativo a las aportaciones de las personas

físicas y morales simpatizantes de los partidos políticos para el año 2018, así como las aportaciones de los militantes y afiliado.

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, aspirantes, precandidatos, candidatos, y candidatos independientes, para su operación ordinaria o la realización de sus precampañas y campañas.

El objetivo del RNP es contar con un sistema que permita identificar a los proveedores que enajenan bienes o prestan servicios a los sujetos obligados, por 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 e INE/CG22/2018 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 expedieron 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, se ordenó practicar las visitas de verificación, durante el periodo de precampaña, siguientes:

Cons.	Partido	Núm. de oficio	Fecha de notificación
1	Partido Acción Nacional	PFC/CMR/754/2018	6 de febrero de 2018
2	Partido Revolucionario Institucional	PFC/CMR/755/2018	6 de febrero de 2018
3	Partido de la Revolución Democrática	PFC/CMR/756/2018	6 de febrero de 2018
4	Partido del Trabajo	PFC/CMR/757/2018	6 de febrero de 2018
5	Partido Verde Ecologista de México	PFC/CMR/758/2018	6 de febrero de 2018
6	Movimiento Ciudadano	PFC/CMR/759/2018	6 de febrero de 2018
7	Partido Nueva Alianza	PFC/CMR/760/2018	6 de febrero de 2018
8	MORENA	PFC/CMR/761/2018	6 de febrero de 2018
9	Partido Encuentro Social	PFC/CMR/762/2018	6 de febrero de 2018
10	Partido Rectitud, Esperanza Demócrata	PFC/CMR/763/2018	6 de febrero de 2018

Durante la precampaña se realizaron visitas de verificación y recorridos para detectar eventos y casas de precampaña, como sigue:

Sujeto Obligado	Visitas de Verificación	
	Casas de Precampaña	Eventos
Partido Acción Nacional	0	3

Recorridos para localizar eventos de los sujetos obligados
33

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 en se realizaron 27 recorridos de monitoreo para detectar propaganda en la vía pública, y de dichos recorridos se obtuvieron 19 testigos de propaganda en la vía pública de los sujetos obligados.

Entidad	Del 10 al 12 de enero de 2018	Del 22 al 24 de enero de 2018	Del 7 al 9 de febrero de 2017	Total
Nuevo León	9	9	9	27

Entidad	Sujeto Obligado	Testigos
Nuevo León	Partido Acción Nacional	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 en el estado de Nuevo León, se recopilaron 9 testigos de hallazgos sobre precampañas en medios impresos, como sigue:

Entidad	Sujeto Obligado	Testigos
Nuevo León	Partido Acción Nacional	9

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

2.1.4.3 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 se levantaron 36 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 Geografía y Estadística.

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:

Consec.	Proveedor	Numero oficio	Fecha de notificación	Fecha de respuesta	Referencia Dictamen
1	Operadora de Cinemas S.A.	INE/UTF/DA/9698/18	31-01-18	Sin fecha	(1)
2	Cinépolis de México S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/9708/18	31-01-18	Sin fecha	(1)
3	Facebook Ireland LTD	INE/UTF/DA/19792/18	23-02-18	Sin fecha	(1)
4	Grafikink, S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/21844/18	06-03-18	Sin fecha	(1)
5	Isa Corporativo S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/9684/18	02-02-18	07-02-18	
6	Make Pro S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/9686/18	Sin fecha	Sin fecha	(1)
7	Impactos Frecuencia y Cobertura de Medios S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/9687/18	02-02-18	07-02-18	(A)
8	Strada Publicidad S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/9688/18	12-02-18	20-02-18	
9	Central Corporativa de Medios S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/9689/18	02-02-18	07-02-18	
10	5M2 S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/9691/18	02-02-18	07-02-18	

Consec.	Proveedor	Numero oficio	Fecha de notificación	Fecha de respuesta	Referencia Dictamen
11	Máxima Servicios Publicitarios, S.C.	INE/UTF/DA/9693/18	02-02-18	08-02-18	
12	RAK, S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/9694/18	02-02-18	08-02-18	
13	Visión Publicidad, S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/9695/18	06-02-18	12-02-18	
14	Comercializadora Publicitaria Tik, S.A. de C. V.	INE/UTF/DA/21478/18	02-02-18	08-02-18	
15	Rack Star S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19151/2017	22-02-18	Sin fecha	(1)
16	Alcance Publicidad S de RI de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19137/2017	08-01-18	Sin fecha	(1)
17	Aleph Medios S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19138/2017	20-12-17	Sin fecha	(1)
18	Alto Impacto Publicidad S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19132/2017	16-12-17	19-01-18	
19	Bernardo García Cano Lozada	INE/UTF/DG/DMR/19139/2017	20-12-17	19-01-18	
20	Comercializadora y Fiadora de Artículos Mexiquense S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19135/2017	12-01-18	Sin fecha	(1)
21	Consultores Integrales Enfocados en la Excelencia Ctee, S de RI de CV	INE/UTF/DG/DMR/19161/2017	12-01-18	19-01-18	
22	Corporación de Medios Integrales, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19156/2017	21-12-17	26-12-17	
23	Corporativo Chema S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19140/2017	21-12-17	Sin fecha	(1)
24	Corporativo Publicitario Mao, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19141/2017	19-12-17	21-12-17	
25	Espectaculares Exyme, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19142/2017	14-12-17	02-02-18	
26	Grupo Publirex, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19131/2017	12-01-18	17-01-18	
27	Grupo Vixt, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19143/2017	22-12-17	28-12-17	
28	Innovacion y Tecnologia Publicitaria, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19144/2017	24-12-17	26-12-17	
29	Jesús Huerta Cerón	INE/UTF/DG/DMR/19145/2017	16-01-18	08-02-18	
30	Jesús Ramon Carrera Quintero	INE/UTF/DG/DMR/19136/2017	12-01-18	Sin fecha	(1)
31	Marcela Adriana Victoria Legorreta	INE/UTF/DG/DMR/19146/2017	19-12-17	22-12-17	
32	Marketing en Publicidad de Querétaro, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19147/2017	16-01-18	Sin fecha	(1)
33	Media Vip, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19148/2017	17-01-18	23-01-18	
34	Medios Publicitarios Exteriores, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19149/2017	12-01-18	18-01-18	
35	Memije Publicidad Mepsa, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19133/2017	22-12-17	22-12-17	
36	Publicidad en Plásticos Maquinados y Transportes, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19150/2017	19-12-17	10-01-18	
37	Publicidad Map, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19162/2017	12-01-18	Sin fecha	(1)
38	Rack Star, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19151/2017	13-01-18	02-02-18	
39	Raúl Alan Ramirez Sayalero	INE/UTF/DG/DMR/19151/2017	08-01-18	12-01-18	
40	Raúl Alejandro García Miranda	INE/UTF/DG/DMR/19134/2017	19-12-17	Sin fecha	(1)
41	Runtol, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19152/2017	14-12-17	14-12-17	
42	Servicios de Anuncios Publicitarios, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19153/2017	20-12-17	Sin fecha	(1)
43	Soluciones de Impacto, S. de RI de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19160/2017	14-12-17	02-01-18	
44	The Best Marketing, S.A. de C.V.	INE/UTF/DG/DMR/19154/2017	19-12-17	19-12-17	
45	Xavier Arturo Salcedo Gaxiola	INE/UTF/DG/DMR/19158/2017	29-12-17	Sin fecha	(1)
46	Cia. Periódica del Sol de León S.A de C.V.	INE/UTF/DA/21718/18	19-12-17	Sin fecha	(1)
47	El Heraldito de León Compañía Editorial S. de R.L. de C. V	INE/UTF/DA/21719/18	27-02-18	Sin fecha	(1)
48	Vimarsa S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/21720/18	27-02-18	Sin fecha	(1)

Consec.	Proveedor	Numero oficio	Fecha de notificación	Fecha de respuesta	Referencia Dictamen
49	Cía. Periodística del Sol de Celaya S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/21721/18	27-02-18	Sin fecha	(1)
50	Cía. Periodística del Sol de Irapuato S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/21722/18	27-02-18	Sin fecha	(1)
51	Editorial Martinica S.A. de C.V.	INE/UTF/DA/21723/18	27-02-18	Sin fecha	(1)
52	Berumen y Asociados, SA de CV	NE/UTF/DA/9913/18	27-02-18	Sin fecha	(1)
53	Demotecnia 2.0, SC	INE/UTF/DA/9918/18	22-02-18	26-02-18	
54	Parametría, SA de CV	INE/UTF/DA/9921/18	22-02-18	27-02-18	
55	Parámetro Consultores, SC.	INE/UTF/DA/9713/18	23-02-18	Sin fecha	(1)
56	Gea Grupo de Economistas y Asociados, SC.	INE/UTF/DA/9715/18	Sin fecha	Sin fecha	(1)
57	De la Riva Investigación Estratégica, SC.	INE/UTF/DA/9714/18	22-02-18	27-02-18	
58	Factum Servicios Jurídicos y Fiscales, SC.	INE/UTF/DA/9716/18	22-02-18	27-02-18	
59	Impulsora Comercial Circe, S A, de C.V.	INE/UTF/DA/21848/18	05-03-18	13-03-18	(A)
60	Ediciones de Norte, S.A de C.V.	INE/UTF/DA/21847/18	06-03-18	10-03-18	(A)
61	Publicaciones Metropolitanas, SA. De C.V.	INE/UTF/DA/21845/18	01-03-18	06-03-18	(A)

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, se identifican con “A”, en la columna de “Referencia dictamen”, se da cuenta de ellos en el apartado de observaciones correspondientes.

No se realizaron circularizaciones a autoridades ni aportantes, para el periodo de precampaña, en el estado de Nuevo León.

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.

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
plazos ley	local	partidos	60		5	15	7	10	6	3	3
Nuevo León	Precandidato	Diputado Local	3 de enero de 2018 al 11 de febrero de 2018	11/02/2018	Viernes, 16 de febrero de 2018	Sábado, 03 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, 04 de abril de 2018
Nuevo León	Precandidato	Presidente Municipal	3 de enero de 2018 al	11/02/2018	Viernes, 16 de febrero de	Sábado, 03 de marzo de 2018	Sábado, 10 de marzo de	Martes, 20 de marzo de 2018	Lunes, 26 de marzo de 2018	Jueves, 29 de marzo de 2018	Miércoles, 04 de abril de 2018

			11 de febrero de 2018		2018		2018				
--	--	--	-----------------------	--	------	--	------	--	--	--	--

2.3 Información relevante de la fiscalización

De conformidad con el acuerdo CEE/CG/48/2017, los topes de gastos para la precampaña son los siguientes:

Para el ámbito local

Cargo	Distrito	Municipio	Tope de gastos de apoyo ciudadano
Diputado Local MR	17-Gral. Escobedo		\$350,339.71
Diputado Local MR	6-Monterrey		149,077.01
Diputado Local MR	6-Monterrey		149,077.01
Diputado Local MR	18-San Pedro Garza García		204,815.22
Diputado Local MR	8-Monterrey		201,966.75
Diputado Local MR	21-Sabinas Hidalgo		238,812.14
Diputado Local MR	2-Monterrey		182,083.10
Diputado Local MR	9-San Nicolas De Los Garza		185,720.77
Diputado Local MR	16-Apodaca		580,982.09
Diputado Local MR	14-Guadalupe		250,862.24
Diputado Local MR	18-San Pedro Garza García		204,815.22
Diputado Local MR	7-Apodaca		152,429.09
Diputado Local MR	15-Guadalupe		155,226.61
Diputado Local MR	1-Monterrey		320,809.70
Diputado Local MR	3-Monterrey		202,691.52
Diputado Local MR	12-Guadalupe		199,376.69
Diputado Local MR	17-Gral. Escobedo		350,339.71
Diputado Local MR	3-Monterrey		202,691.52
Diputado Local MR	22-Benito Juárez		579,086.45
Diputado Local MR	4-Monterrey		190,650.17
Diputado Local MR	1-Monterrey		320,809.70
Diputado Local MR	11-San Nicolas De Los Garza		186,214.28
Diputado Local MR	3-Monterrey		202,691.52
Diputado Local MR	8-Monterrey		201,966.75
Diputado Local MR	8-Monterrey		201,966.75
Diputado Local MR	19-Santa Catarina		253,245.30
Diputado Local MR	26-Santiago		314,571.30
Diputado Local MR	10-San Nicolas De Los Garza		185,641.76
Diputado Local MR	5-Apodaca		146,824.49
Diputado Local MR	13-Guadalupe		216,811.89
Diputado Local MR	6-Monterrey		149,077.01
Diputado Local MR	10-San Nicolas De Los Garza		185,641.76

Cargo	Distrito	Municipio	Tope de gastos de apoyo ciudadano
Diputado Local MR	18-San Pedro Garza García		204,815.22
Diputado Local MR	19-Santa Catarina		253,245.30
Diputado Local MR	4-Monterrey		190,650.17
Diputado Local MR	2-Monterrey		182,083.10
Diputado Local MR	4-Monterrey		190,650.17
Diputado Local MR	25-Gral. Escobedo		151,076.07
Diputado Local MR	5-Apodaca		146,824.49
Diputado Local MR	4-Monterrey		190,650.17
Diputado Local MR	2-Monterrey		182,083.10
Diputado Local MR	10-San Nicolas De Los Garza		185,641.76
Diputado Local MR	8-Monterrey		201,966.75
Diputado Local MR	3-Monterrey		202,691.52
Diputado Local MR	17-Gral. Escobedo		350,339.71
Diputado Local MR	18-San Pedro Garza García		204,815.22
Diputado Local MR	4-Monterrey		190,650.17
Diputado Local MR	2-Monterrey		182,083.10
Diputado Local MR	12-Guadalupe		199,376.69
Diputado Local MR	11-San Nicolas De Los Garza		186,214.28
Diputado Local MR	9-San Nicolas De Los Garza		185,720.77
Diputado Local MR	10-San Nicolas De Los Garza		185,641.76
Diputado Local MR	25-Gral. Escobedo		151,076.07
Diputado Local MR	16-Apodaca		580,982.09
Diputado Local MR	6-Monterrey		149,077.01
Diputado Local MR	2-Monterrey		182,083.10
Diputado Local MR	11-San Nicolas De Los Garza		186,214.28
Diputado Local MR	14-Guadalupe		250,862.24
Diputado Local MR	23-Benito Juárez		178,153.45
Diputado Local MR	17-Gral. Escobedo		350,339.71
Diputado Local MR	20-García		509,757.24
Diputado Local MR	24-Linares		187,034.63
Diputado Local MR	6-Monterrey		149,077.01
Presidente Municipal		Gral. Escobedo	417,363.93
Presidente Municipal		Monterrey	1,618,757.66
Presidente Municipal		Juárez	1,052,997.53
Presidente Municipal		Hidalgo	58,699.21
Presidente Municipal		Rayones	30,117.18
Presidente Municipal		Dr. Arroyo	200,774.88
Presidente Municipal		Gral. Escobedo	417,363.93
Presidente Municipal		San Nicolas De Los Garza	616,430.22
Presidente Municipal		García	505,444.89
Presidente Municipal		Guadalupe	864,202.37
Presidente Municipal		Dr. Coss	26,173.67
Presidente Municipal		San Nicolas De Los Garza	616,430.22
Presidente Municipal		Guadalupe	864,202.37
Presidente Municipal		Guadalupe	864,202.37
Presidente Municipal		Sabinas Hidalgo	181,086.39

Cargo	Distrito	Municipio	Tope de gastos de apoyo ciudadano
Presidente Municipal		Santiago	119,671.90
Presidente Municipal		Apodaca	695,587.83
Presidente Municipal		San Pedro Garza García	198,585.07
Presidente Municipal		Pesquería	109,217.42
Presidente Municipal		Cadereyta Jiménez	215,537.52
Presidente Municipal		San Nicolas De Los Garza	616,430.22
Presidente Municipal		Hualahuisés	26,348.28
Presidente Municipal		Guadalupe	864,202.37
Presidente Municipal		Gral. Zaragoza	39,270.45
Presidente Municipal		Gral. Bravo	44,390.12
Presidente Municipal		Anáhuac	111,639.68
Presidente Municipal		Los Ramones	41,486.71
Presidente Municipal		China	75,982.28
Presidente Municipal		Abasolo	11,198.66
Presidente Municipal		Aramberri	92,748.24
Presidente Municipal		Gral. Escobedo	417,363.93
Presidente Municipal		Cadereyta Jiménez	215,537.52
Presidente Municipal		San Nicolas De Los Garza	616,430.22
Presidente Municipal		Guadalupe	864,202.37
Presidente Municipal		Montemorelos	184,431.72
Presidente Municipal		Dr. Gonzalez	23,122.47
Presidente Municipal		Santa Catarina	554,747.88
Presidente Municipal		Cadereyta Jiménez	215,537.52
Presidente Municipal		Mina	49,438.10
Presidente Municipal		García	505,444.89
Presidente Municipal		Gral. Zuazua	257,064.22
Presidente Municipal		Santiago	119,671.90
Presidente Municipal		Hidalgo	58,699.21
Presidente Municipal		Gral. Terán	74,359.50
Presidente Municipal		Santa Catarina	554,747.88
Presidente Municipal		Vallecillo	28,410.32
Presidente Municipal		Galeana	227,203.24
Presidente Municipal		San Pedro Garza García	198,585.07
Presidente Municipal		Gral. Terán	74,359.50
Presidente Municipal		San Pedro Garza García	198,585.07
Presidente Municipal		Monterrey	1,618,757.66
Presidente Municipal		Ciénega De Flores	81,094.94
Presidente Municipal		Cerralvo	44,135.60
Presidente Municipal		Monterrey	1,618,757.66
Presidente Municipal		Dr. González	23,122.47
Presidente Municipal		Iturbide	26,601.97
Presidente Municipal		Monterrey	1,618,757.66
Presidente Municipal		Mier Y Noriega	48,333.50
Presidente Municipal		Gral. Terán	74,359.50
Presidente Municipal		Salinas Victoria	117,314.65
Presidente Municipal		Juárez	1,052,997.53
Presidente Municipal		Guadalupe	864,202.37
		Total	\$38,682,113.19

De conformidad con el acuerdo CEE/CG/011/2018 los límites de financiamiento privado para los partidos políticos en 2018 en el estado de Nuevo León son los siguientes:

Aportante	En conjunto	Individual
Militantes, Simpatizantes y Precandidatos	\$ 5,700,919.49	\$ 570,091.95