

Resoluciones
19-Jul-18

Handwritten signature

Ciudad de México a 19 de Julio de 2018.



19 JUL 2018

DR. LIZANDRO NUÑEZ PICAZO
TITULAR DE LA UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN
DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL
PRESENTE



19 JUL 2018

RECIBIDO
FIRMA *Alfonso Daniel Rodríguez Aguilar* 21:00

RECIBIDO
FIRMA *Juan Miguel* 20:05
19 JUL 2018
Horas: 20:05 Originales: C.C.P. Anexos: 3

Alfonso Daniel Rodríguez Aguilar, mexicano, mayor de edad, por propio derecho, e identificándome con credencial para votar vigente expedida por el Instituto Federal Electoral, señalando como domicilio para oír y recibir notificaciones el inmueble ubicado en Av. Yucatán 85, Colonia Roma Norte, Delegación Cuauhtémoc, código postal 06700, Ciudad de México, México y autorizando para tales efectos a la C. Berenice Gómez Rodríguez ante usted con todo respeto, comparezco y expongo:

Que por medio del presente con fundamento en lo dispuesto por los artículos 1, 2, fracción XVIII, 27, 28, 29, 40, numeral 3, 41 numeral 1, Inciso a) del Reglamento de Procedimiento Sancionador en Materia de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral; así como el artículo 196, 199 y demás aplicables de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, promuevo el Procedimiento Sancionador en Materia de Fiscalización para denunciar las inminentes violaciones al Reglamento de Fiscalización y demás normatividad aplicable, en contra del C. Samuel Alejandro García Sepúlveda, (conocido como Samuel García), Senador electo del Partido Movimiento Ciudadano (MC) por el Estado de Nuevo León.

INE 2018-12407

En primer lugar es necesario establecer que los temas de democracia y política son de interés general para la ciudadanía, y es un deber y una prerrogativa ciudadana el involucrarse y vigilar el correcto desarrollo de estas, así como, velar que los participantes y contendientes electorales cumplan con las reglas del juego democrático establecidas dentro de la normativa electoral vigente. Por tal motivo nos encontramos legitimados para ejercer la presente acción toda vez que estamos velando por temas de interés general, razón por la cual debe dársele trámite.

En efecto, es necesario establecer con claridad que un ciudadano, independientemente de su residencia, tiene la facultad de interponer quejas, ello en virtud de que los partidos políticos son destinatarios y hacen uso del financiamiento público, de conformidad con lo establecido por el artículo 42 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que así lo señala. En este sentido, el hecho de que el domicilio del quejoso se encuentre fuera del estado de Nuevo León, no es óbice para dar trámite al presente recurso, ya que se está demandando el cumplimiento de temas de interés general, que afecta a todos los ciudadanos, razón por la cual debemos de tomar parte activa en velar que se cumplan a cabalidad con las normativas de la materia.

Lo anterior cobra mayor relevancia ya que se trata del manejo de dinero de las arcas públicas, con la finalidad de la renovación de uno de los poderes constituidos, en el caso que nos ocupa el Senado de la República; en este orden de ideas es preciso mencionar que las decisiones que se tomen en dicha Cámara, impactan a nivel Nacional, es decir, más allá del Estado del que emana el Senador, en tal virtud, afecta la esfera jurídica de todos los que residen en el país.

Para dar cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 29, numeral 1, del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral, manifestó lo siguiente:

- a) **Nombre del quejoso o denunciante, con firma autógrafa o huella digital.** Se ha referido en el proemio del presente escrito y la firma autógrafa aparece al final del mismo.
- b) **Domicilio para oír y recibir notificaciones.** El que se ha mencionado en el proemio de este escrito.
- c) **Narración expresa y clara de los hechos en que se basa la denuncia.** Se satisface a la vista en el apartado correspondiente.
- d) **La descripción de las circunstancias de modo, tiempo y lugar que, enlazadas entre sí, hagan verosímil la versión de los hechos denunciados.** Se satisface a la vista en el apartado correspondiente.
- e) **Aportar los elementos de prueba, aun con carácter indiciario, con los que cuente el quejoso y soporten su aseveración, así como hacer mención de aquellas pruebas que no estén a su alcance, que se encuentren en poder de cualquier autoridad.** Se satisface a la vista en el apartado correspondiente.
- f) **Los documentos que sean necesarios para acreditar la personería.** Se satisface a la vista en el proemio del presente escrito.

Precisado lo anterior se relatan los siguientes:

HECHOS

- I. El ocho de Septiembre de dos mil diecisiete inicio el Proceso Electoral Federal 2017-2018.

- II. Con fecha treinta de marzo del presente, dio inicio al proceso de campañas en el presente proceso electoral 2018.
- III. El día primero de julio se llevó a cabo la jornada electoral, en la que se eligieron a los Senadores de la Republica para el periodo 2018-2024. En la cual resultó electo Senador por el Estado de Nuevo León el C. Samuel Alejandro García Sepúlveda.
- IV. Del día nueve de enero a la fecha el C. Samuel Alejandro García Sepúlveda, (conocido como Samuel García), Senador electo del Partido Movimiento Ciudadano (MC) al Senado de la República por el Estado de Nuevo León ha venido realizando diversas publicaciones en su cuenta de Facebook, de las cuales se desprende el uso de diversas marcas y personas con reconocimiento social en propaganda electoral de su campaña.
- V. Durante el periodo de campaña electoral, el entonces candidato fue apoyado en repetidas ocasiones mediante publicaciones vía redes sociales (*Facebook, Instagram y YouTube*), por la *bloguera* de nombre Mariana Rodríguez Cantú.

Por lo anterior, se expresan los siguientes:

HECHOS DENUNCIADOS

Lo constituye el uso de diversas marcas registradas, personas de reconocimiento social, así como el apoyo durante todo el periodo de campaña por parte la *influencer* Mariana Rodríguez Cantú para realizar actos de propaganda electoral en beneficio del C. Samuel Alejandro García Sepúlveda, (conocido como Samuel García), entonces candidato del Partido Movimiento Ciudadano (MC) al

Senado de la República por Nuevo León, lo cual deriva en gastos de campaña por pago de derechos para poder utilizar la imagen y nombre de las diversas marcas, personajes y la popularidad de diferentes personas de reconocimiento social tal y como se precisa a continuación.

Sin embargo antes de entrar al estudio de fondo, es necesario definir los conceptos de propaganda electoral y gastos de campaña.

La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales define a la propaganda electoral en el artículo 242 numeral 3 como el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas.

La Ley General del Partidos políticos Define los Gastos de campaña en su artículo 76:

(...)

- a) Gastos de propaganda: Comprenden los realizados en bardas, mantas, volantes, pancartas, equipos de sonido, eventos políticos realizados en lugares alquilados, propaganda utilitaria y otros similares;
- b) Gastos operativos de la campaña: Comprenden los sueldos y salarios del personal eventual, arrendamiento eventual de bienes muebles e inmuebles, gastos de transporte de material y personal, viáticos y otros similares;
- c) Gastos de propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos: Comprenden los realizados en cualquiera de esos medios, tales como inserciones pagadas, anuncios publicitarios y sus similares, tendentes a la obtención del voto. En todo caso, tanto el partido y candidato contratante, como el medio impreso, deberán

identificar con toda claridad que se trata de propaganda o inserción pagada;

d) Gastos de producción de los mensajes para radio y televisión: Comprenden los realizados para el pago de servicios profesionales; uso de equipo técnico, locaciones o estudios de grabación y producción, así como los demás inherentes al mismo objetivo;

e) Los gastos que tengan como propósito presentar a la ciudadanía las candidaturas registradas del partido y su respectiva promoción;

f) Los gastos que tengan como finalidad el propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante la ciudadanía de los programas y acciones de los candidatos registrados, así como la plataforma electoral;

g) Cualquier gasto que difunda la imagen, nombre o plataforma de gobierno de algún candidato o de un partido político en el periodo que transita de la conclusión de la precampaña y hasta el inicio de la campaña electoral,

h) Los gastos que el Consejo General a propuesta de la Comisión de Fiscalización y previo inicio de la campaña electoral determine.

Lo anterior, resulta indispensable ya que en la totalidad de los actos aquí denunciados se habla de propaganda electoral, por lo tanto, es un gasto de campaña realizado concretamente por el concepto de propaganda por internet, y como tal debe ser reportado y fiscalizado en la campaña del C. Samuel Alejandro García Sepúlveda, (conocido como Samuel García), Senador Electo del Partido Movimiento Ciudadano (MC) al Senado de la República por Nuevo León.

En este sentido, la propaganda del portal de internet *Facebook*, se encuentra en la página de nombre Samuel García misma que se puede visitar en la siguiente liga: <https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/>

Es importante mencionar, que es una cuenta verificada por *Facebook*, es decir existe certeza que es propiedad del multicitado Senador Electo.

Aunado a lo anterior, el artículo 215 del reglamento de fiscalización establece lo siguiente:

Los partidos, coaliciones, aspirantes y candidatos independientes, deberán contar con los contratos y facturas correspondientes a la propaganda exhibida en Internet manifestado en los informes de campaña. Así como una relación, impresa y en medio magnético que detalle lo siguiente:

- a) La empresa con la que se contrató la exhibición.
- b) Las fechas en las que se exhibió la propaganda.
- c) Las direcciones electrónicas y los dominios en los que se exhibió la propaganda.
- d) El valor unitario de cada tipo de propaganda exhibida, así como el Impuesto al Valor Agregado de cada uno de ellos.
- e) El candidato, y la campaña beneficiada con la propaganda exhibida.
- f) Deberán conservar y presentar el material y muestras del contenido de la propaganda exhibida en Internet.

De lo que se desprende la información con la que debe contar el Partido político que postuló al Senador Electo en cuestión, los cuales deben ser enviados a fin de reportar el gasto total y sumarlo al gasto de campaña, con lo que se estará acreditando el rebase de topes de campaña por parte del C. Samuel Alejandro García Sepúlveda, (conocido como Samuel García), Senador Electo del Partido Movimiento Ciudadano (MC) por Nuevo León.

Para dar un correcto desarrollo al presente escrito, en primer lugar se detallarán cada uno de los actos y publicaciones realizadas por el multicitado Senador electo, debajo de estas se entrará al estudio del indebido actuar de la C. Mariana Rodríguez Cantú, *Influencer* originaria del Estado de Nuevo León.

Precisado lo anterior, el hoy denunciado, desde el mes de enero y hasta la fecha ha venido realizando una serie de publicaciones mediante fotografías en sus redes sociales, *facebook e instagram*, las cuales dejan en evidencia el ventajoso e ilegal actuar en su campaña electoral ya que como se desarrollará más adelante

utiliza, diversas marcas comerciales, empresas, clubes deportivos, asociaciones civiles e *influencers*, para tener una mayor aceptación entre el electorado al dar a entender que las mencionadas apoyan su candidatura, propuestas y campaña, lo que se traduce en un mayor número de votos el día de la jornada electoral.

A continuación podemos observar como en una publicación utiliza la imagen del personaje de la popular saga *Star Wars* conocido como *Yoda*, realizada en la red social de internet conocida como *Instagram*, el día 9 de enero del presente año en el perfil de nombre *samuelgarcias* tal y como se muestra a continuación, y además dicha publicación puede ser consultada en el siguiente link: https://www.instagram.com/p/BdvtuaUjLZa/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=wge7y2z9d70h:



samuelgarcias



1,189 Me gusta

samuelgarcias Este si es de @samywave
#SAMUELALSENADO

Ver los 35 comentarios

9 DE ENERO · VER TRADUCCIÓN

De la publicación antes transcrita, se observa lo siguiente:

“SI SALVAR A NUEVO LEÓN QUIERES, CONFIAR EN SAMUEL TU DEBES”

En el pecho del personaje de la saga de *Star Wars* se observa la frase:
“#SAMUELALSENADO”, debajo de esta en letra más pequeña la palabra

precandidato, lo cual configura plenamente lo establecido en la legislación ya transcrita que define a la propaganda electoral.

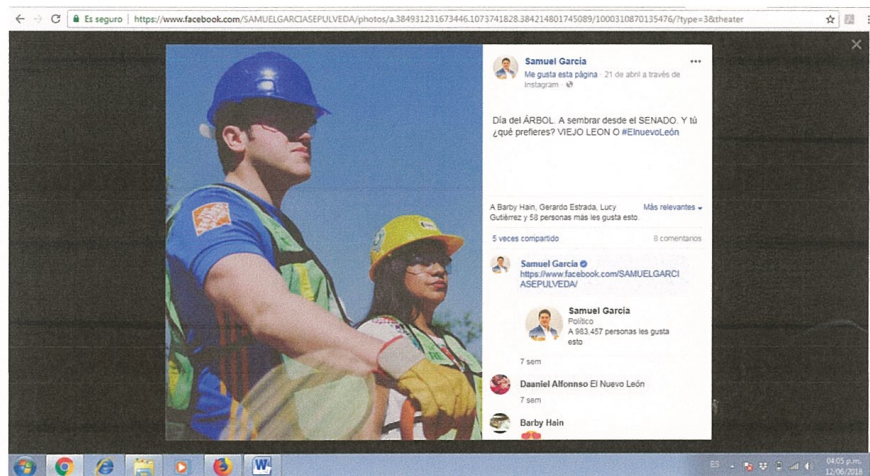
Si bien, es cierto que la publicación se realizó antes de iniciar el periodo de campañas, cuando aún no era candidato, esto no debe ser motivo para no fiscalizarlo como gasto de campaña ya que a la fecha la publicación sigue a la vista de todas las personas que visitan las redes sociales del hoy Senador Electo, es decir, este obtiene un beneficio en la actualidad con la publicación, llegando con ello al electorado fan de la saga, obteniendo de esta forma simpatizantes, dicha publicación de enero a la fecha ha estado expuesta un total de 192 días.

No debe pasar desapercibido que el personaje *Yoda* pertenece a una marca registrada en México, y al usarla en su beneficio, el hoy Senador Electo debió en primer lugar, solicitar al representante legal de la marca en México el permiso para utilizar en propaganda electoral al personaje realizando el o los pagos correspondientes por dicho uso, además del costo de realización y edición del dibujo, los cuales deben ser sumados a sus gastos de campaña, a fin de respetar el tope de gastos de campaña para la elección de Senador en el proceso electoral 2017-2018.

Por lo anterior el denunciado debe pagar los derechos de uso de la marca en cuestión, además de pagar por la realización de la fotografía correspondiente a fin de que sean sumados a los gastos de campaña, cabe aclarar que el representante legal de la marca en México es el C. José Francisco Hinojosa Cuellar, con domicilio en: Paseo De Los Tamarindos # 400-A, Piso 9, Col. Bosques De Las Lomas, Código Postal 05120, Ciudad de México, México, Teléfono: 55 52 61 04 00, Fax 55 52 61 04 96.

Aunado a lo anterior, el día 21 de abril del presente año se publicó en la red social Facebook una fotografía, la cual se muestra a continuación y que puede ser consultada en el siguiente link:

<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1000310870135476/?type=3&theater>



En la Captura de pantalla presentada, se puede observar una publicación en el perfil de nombre Samuel García, la cual tiene como descripción lo siguiente:

Día del ÁRBOL. A sembrar desde el SENADO. Y tú ¿Qué prefieres? VIEJO LEON O #ElNuevoLeón.

En la fotografía, podemos observar al multicitado Senador Electo y en su playera en su brazo derecho porta el escudo de la marca registrada *THE HOME DEPOT* la cual es una marca registrada en México, y su representante legal en México es Agustín Manuel Velázquez García-López, con domicilio en Av. Constituyentes #908, colonia Lomas Altas, C.P. 11950, en la ciudad de México.

Dicha marca, es utilizada por el multicitado Senador Electo en beneficio de su campaña electoral, lo cual deriva en Marketing parasitario, es decir, se aprovecha de la marca en cuestión sin los permisos necesarios para obtener un beneficio, que derivó en votos a su favor el día de la elección, toda vez que crea un vínculo

imaginario e inexistente entre la marca y él, pretendiendo aprovechar la fama y prestigio de la marca para posicionarse artificialmente en el gusto del electorado, por lo cual debe reportar el gasto derivado del apoyo de la referida marca hacia su campaña. Además de la sanción correspondiente.

En otro caso similar, el Senador Electo conocido por su publicidad como Samuel García ha venido realizando diversas publicaciones en las cuales se puede observar que asiste a diferentes actos de campaña con la playera o camiseta del Club de futbol profesional *Tigres* de la Universidad Autónoma de Nuevo León, la cual es una marca registrada.

Si bien es cierto, que es una playera o camiseta que se encuentra a la venta en diversas tiendas deportivas, y que por lo tanto cualquier persona la puede adquirir y utilizarla como ropa de uso diario, también lo es que al ser modificadas para lucrar u obtener un beneficio sin autorización se incurre nuevamente en Marketing parasitario, ya que usa una playera de un equipo local, con un alto grado de simpatizantes en todo el Estado de Nuevo León, con lo que da a entender que el equipo, la Universidad Autónoma de Nuevo León, y las marcas que patrocinan al club deportivo, mismas que más adelante se detallan, apoyan, patrocinan o simpatizan con el proyecto del hoy Senador electo.

El día 28 de abril del corriente año, el denunciado público en su referida cuenta de Facebook la fotografía que se muestra en la siguiente captura de pantalla, misma que puede ser consultada en el link:

<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1004383936394836/?type=3&theater>



En la captura de pantalla, de la publicación se puede observar la siguiente descripción:

“En el mercado de #SanPedro400. Amaneció de lujo para ir a la calle a recorridos, siempre con la camiseta de #Tigres bien puesta.”

En la fotografía, se puede observar al Senador Electo posando para la fotografía junto con un grupo de personas que portan chaleco en color naranja y banderas de Movimiento Ciudadano, por lo cual se entiende que está en un acto de proselitismo electoral, mientras que el denunciado utiliza la playera del equipo *Tigres*, en la misma fecha, el multicitado publicó lo que se muestra en la siguiente captura de pantalla y que puede ser consultada en el link:

<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1004442183055678/?type=3&theater>



Como se puede observar, se trata de la parte trasera de la playera del club ya mencionado, la cual, fue modificada por el multicitado, dichas modificaciones son: el nombre SAMUEL GARCIA en la parte media alta de la playera, debajo de este, la palabra SENADOR, el número 1 y debajo, el *Hashtag* #EINuevoLeón, es decir, que el referido Senador Electo ha obtenido beneficio para su campaña, utilizando a su favor la marca tigres, y las demás marcas que aparecen en la playera, es decir, *TECATE*, *Afirme*, y otras que se muestran en párrafos siguientes.

Por cuanto hace a las marcas mencionadas, estas se encuentran legalmente registradas en México, por lo cual el Senador Electo al obtener un beneficio de estas, debe pagar los derechos de uso de las marcas y estos gastos ser sumados a sus gastos de campaña.

En el caso de *TECATE*, es una empresa cervecera registrada en México, su apoderado legal es: Alberto Paez Lobeira, con domicilio en calle Anatole France, #214 Colonia Polanco, c.p. 11560, en la ciudad de México.

Ahora bien, hace a la financiera *Afirme*, también se encuentra registrada en México, siendo su apoderado legal el Ciudadano Pablo J. chapa Villareal, con domicilio en Avenida Hidalgo numero 234 poniente piso 8, colonia centro, Monterrey Nuevo León, C.p 64000.

Aunado a lo anterior, este no es el único momento que el C. Samuel García Sepúlveda se ha beneficiado con la playera de Tigres y con las marcas que en ella se observan; el día 3 de mayo, publicó en su cuenta de Facebook lo siguiente:



La publicación mostrada se puede consultar en la siguiente liga:

<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1007516362748260/?type=3&theater>

En la publicación, se observa una fotografía que en la parte superior izquierda dice: SAMUEL GARCIA y del lado derecho el escudo del partido político Movimiento Ciudadano, además de poder observar al Senador Electo Samuel Alejandro García Sepúlveda posando para la fotografía con una playera del *Club Tigres* modificada, tal y como se describió en párrafos anteriores, se puede leer la

frase: "VAMOS A SE CAMPENOS OTRA VEZ. ¡VAMOS POR LA SEPTIMA! Y debajo de esta las palabras COMPARTE//DIFUNDE.

Además, de las marcas ya mencionadas en párrafos anteriores se pueden observar otras más como son, *TELCEL*, y *Coca Cola*, siendo de la primera el apoderado legal de nombre José Francisco Hinojosa Cuellar, con domicilio en Paseo de los Tamarindos número 400-A, piso 9, colonia Bosques de las Lomas, en la ciudad de México, C.P. 05120, mientras que el apoderado legal de coca cola en México es el Ciudadano Rodrigo Edgardo Anciano Haces, con domicilio en Monte Pelvoux #120, piso 5, Interior 501 (5A), colonia Lomas de Chapultepec, delegación Miguel Hidalgo, Ciudad de México, C.P. 11000.

Del mismo modo que las marcas antes mencionadas, el multicitado Senador Electo debe contar con los contratos que le permitan utilizarlas y el monto por el cual fueron determinados, para poder sumarlos a su gasto de campaña.

Además de las publicaciones anteriores, el día 6 de mayo, utilizó nuevamente la playera antes descrita del equipo Tigres para un evento de campaña, como lo muestra el siguiente link y captura pantalla:

<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1009201515913078/?type=3&theater>



Dicha fotografía, se acompaña de la siguiente descripción:

“Hoy gana TIGRES Y MOVIMIENTO CIUDADANO, dos del senador y dos de GIGNAC #EINuevoLeón.”

En la referida publicación se puede observar al Senador Electo con la playera del equipo de Futbol Tigres, una gorra en color negro la cual tiene su nombre (Samuel García) y detrás de él, un grupo de personas con playeras, gorras y propaganda en favor del multicitado, es decir, nueva mente utiliza a la marca tigres, *TECATE*, *AFIRME*, *TELCEL*, *THE HOME DEPOT*, *Coca Cola*, *CEMEX* y *TOLTECA*, marcas de las cuales ya se ha mencionado a sus apoderados legales, con excepción de *CEMEX* y *TOLTECA*, los cuales se enlistan a continuación:

De la empresa *CEMEX* y según los datos obtenidos en el portal de internet <http://marcanet.impi.gob.mx/marcanet/vistas/common/datos/bsqDenominacionCompleto.pgi> el apoderado legal es la Ciudadano: María de la Paz Fernández Uría, con dirección en calle Montes Urales 770, piso 4, colonia Lomas de Chapultepec primera sección, delegación Miguel Hidalgo, ciudad de México, C.p. 11000. Siendo también la representante legal de la marca *TOLTECA*.

Robustece lo anterior, la publicación realizada en misma fecha a la inmediata anterior en el perfil de Facebook del multicitado Senador electo que se muestra en la captura de pantalla siguiente:



Dicha publicación, puede ser visitada en la siguiente liga de internet:

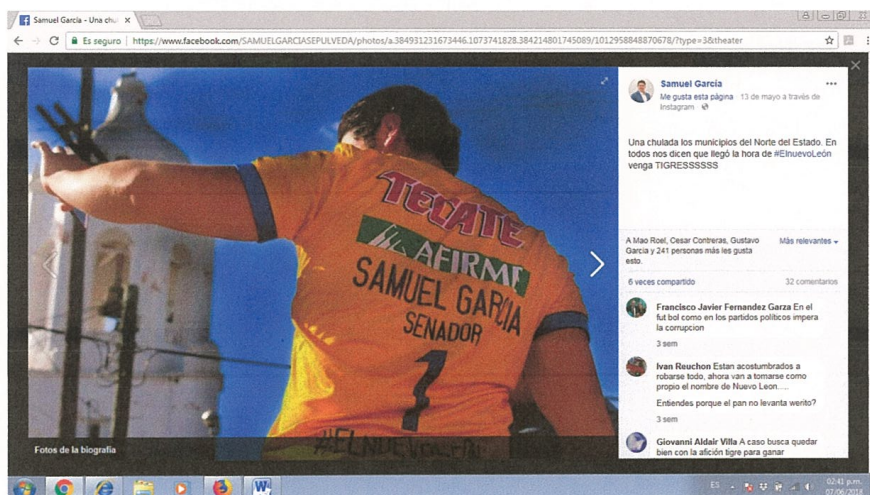
<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1009225865910643/?type=3&theater>

En la descripción de la fotografía se lee lo siguiente:

“En Villaldama y el norte de Nuevo León Tigres y MC ya ganamos #ElNuevoLeón ni Obama tiene esta gente hermosa #SamuelalSenado”.

En la fotografía, se puede observar nuevamente al Senador Electo al frente de un numeroso contingente de personas que portan ropa blanca y naranja, además de ondear banderas con el escudo del partido político Movimiento Ciudadano, no debe pasar desapercibido que el multicitado Senador Electo porta una vez más la camiseta del *Club Tigres*, obteniendo con ello un beneficio directo a su campaña política, por lo cual debe ser fiscalizado como gasto de campaña.

El día 13 de mayo del corriente, nuevamente utiliza el jersey mencionado para realizar actos de campaña tal y como se muestra a continuación:



La publicación puede ser consultada en:

<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1012958848870678/?type=3&theater>

La fotografía se acompaña de la descripción siguiente:

"Una chulada los municipios del norte del Estado. En todos nos dicen que llegó la hora de #ElNuevoLeón venga TIGRESSSSSS.

Además, que en la referida foto se observa la playera de Tigres con las modificaciones antes mencionadas, se confirma que el Senador Electo en el Estado de Nuevo León del partido Movimiento Ciudadano utiliza la marca registrada *Tigres*, y las demás marcas que patrocinan al equipo para obtener un beneficio a su campaña política por lo cual el equipo, las empresas y Samuel García deben reportar los costos derivados de esto a la autoridad, para ser sumados a los gastos de campaña, ya que se podría estar frente a un rebase de tope de gastos de campaña.

Aunado a la utilización de las marcas antes mencionadas, Samuel García Senador Electo del partido Movimiento Ciudadano MC, utiliza a figuras públicas para obtener un beneficio en su campaña política lucrado con su imagen, llegando de esta manera a un universo más amplio de posibles votantes, tal y como se muestra a continuación:

El día 8 de mayo, el multicitado Senador Electo publicó la imagen que se muestra en la siguiente captura de pantalla:



Misma que puede ser consultada en el link:

<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1010073105825919/?type=3&theater>

La cual se acompaña de la descripción siguiente:

Con un grande. Eugenio Derbez en Radio fórmula con Luis Donaldo Colosio Riojas y Agustín Basave Alanís... sigan la transmisión en vivo.
#EINuevoLeón.

De la descripción de la fotografía, se desprende el *Hashtag* utilizado por el Senador Electo al Senado de la Republica Samuel García durante toda su campaña, como un medio de identificación y comunicación con sus seguidores. A

su vez, también hace uso del nombre e imagen del Actor, conductor y productor de cine *Eugenio Derbez*.

Por lo cual, el actor antes mencionado y el Senador Electo al Senado de la Republica deben reportar el gasto derivado de dicha promoción para poder ser sumado a los gastos de campaña.

En otra publicación, esta del día 15 de mayo aparece el Senador Electo Samuel García junto al Actor y Conductor *Adal Ramones*, como se muestra en la siguiente captura de pantalla:



La publicación puede ser visitada en el link:

<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1014204438746119/?type=3&theater>

En la referida publicación, podemos ver al multicitado Senador Electo junto a Adal Ramones y dos personas más, además la fotografía se acompaña de la siguiente descripción:

En el rey del Cabrito con Adal Ramones.

#EINuevoLeón es OTRO ROLLO y tú ¿Qué prefieres?

De lo cual se deriva que, nuevamente hace uso de la imagen de una figura pública como *Adal Ramones* con la finalidad de obtener un beneficio en su campaña política rumbo al Senado de la República, intentando con ello que los seguidores de Adal votaran por el Senador Electo en cuestión, lo cual si bien es cierto que no se puede afirmar del todo, tampoco se puede negar, ya que el espectro de seguidores del actor y conductor al seguirlo en sus redes tuvieron acceso a dicha promoción indebida de la imagen y candidatura de Samuel García haciendo el vínculo entre la fama e influencia del mencionado actor y conductor y el hoy Senador electo.

Adal Ramones además de ser un actor y conductor de talla internacional, se encuentra registrado como marca en México, por lo cual cualquier persona que utilice su nombre e/o imagen para obtener un beneficio deberá pagar los derechos del uso de la marca, el apoderado legal de la marca según los datos obtenidos del portal de internet <http://marcanet.impi.gob.mx/marcanet/vistas/common/busquedas/detalleExpedienteParcial.cgi> es el ciudadano Andrés Alejandro Cárdenas González, con domicilio en Calle Iglesia #2, edificio 4, Colonia Tizapan San Angel, en la ciudad de México, C.P. 01090.

No obstante lo anterior, el aquí denunciado ha publicado de manera reiterada y sistemática diversas fotografías en su cuenta de *Instagram*, la cual se puede consultar en el link <https://www.instagram.com/samuelgarcias/?hl=es-la>, en las que se observa como utiliza la playera de la selección mexicana de futbol que participó en el mundial de la especialidad Rusia 2018, para realizar actos de campaña, si bien es cierto que cualquier persona puede adquirir en tiendas de deportes la playera de la selección mexicana, Samuel García le ha realizado modificaciones que derivan en la creación de propaganda electoral, tal y como se muestra a continuación:



La publicación se puede encontrar en el link:

<https://www.instagram.com/p/BkiUWKMH0Hv/?taken-by=samuelgarcias>



En la fotografía mostrada, podemos ver al Senador Electo Samuel García en compañía de Yuawi el niño encargado de cantar el spot más importante del partido político que lo postuló al Senado de la Republica al Multicitado, la cual se

puede consultar en: <https://www.instagram.com/p/BkJINeGnVFR/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>.



En esta publicación, se observa la parte trasera de la playera de la selección Mexicana de futbol en la cual se aprecian las modificaciones realizadas que son:

Su nombre SAMUEL GARCIA, la palabra SENADOR y el #Hashtag de campaña utilizado durante todo el periodo de campaña #EINuevoLeón, mismas modificaciones realizadas a la camiseta del *Club Tigres*.

La publicación en comento puede consultarse en link: <https://www.instagram.com/p/BkJc1Wynio2/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias> .



Robusteciendo lo ya mencionado, en la publicación de fecha 18 de junio se puede observar al multicitado Senador electo en compañía de la *Influencer* Mariana Rodríguez Cantú, mujer popular en el Estado ya mencionado por la publicación frecuente de contenido en diversas redes sociales y páginas de internet utilizando la playera de la selección mexicana mientras sostiene una bandera del Partido Político Movimiento Ciudadano.

El link de esta publicación realizada en *Instagram* es: <https://www.instagram.com/p/BkKuX2LnQE1/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>



En la imagen insertada podemos ver a Samuel García en compañía de la *influencer* ya mencionada, donde ambos posan con la playera de la selección mexicana en color blanco (visitante) en la que resalta la modificación realizada, que es poner el logo de campaña del hoy Senador Electo y el del partido que lo postuló (circulo color naranja y la silueta de un león en blanco, la silueta del águila, Movimiento Naranja), dicha fotografía puede ser consultada en: <https://www.instagram.com/p/BkQ5CVqnpGu/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>



Aquí podemos observar al multicitado realizando actos de campaña con la playera antes descrita. Puede ser vista en su *Instagram* en la siguiente liga: <https://www.instagram.com/p/BkSjWZ6n2YK/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>



Aquí, se observa la espalda de Samuel García con las modificaciones a la playera ya mencionadas, <https://www.instagram.com/p/BkT6hYVntlo/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>.

En la siguiente captura de pantalla, se muestra una publicación del día 24 de Junio del presente año en la cual podemos ver que nuevamente utiliza la playera verde de la selección y detrás una lona de su campaña, además de aparecer nuevamente con la *influencer* mencionada, la cual utiliza una playera de la selección mexicana en color rojo y aunque la cámara fotográfica cubre parcialmente su vestimenta podemos observar que tiene la misma alteración referida en párrafos anteriores (circulo color naranja y la silueta de un león en blanco, la silueta del águila, Movimiento Naranja), es decir, usa la playera en diversos actos de campaña, tratando con ello de conectar con el electorado aficionado al fútbol. Obteniendo un beneficio directo en su campaña.



Dicha publicación, puede ser consultada en:
<https://www.instagram.com/p/BkYu3wwHRuT/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>

Para robustecer lo dicho en párrafos anteriores, se muestran las publicaciones que pueden consultarse en los links <https://www.instagram.com/p/BkZKIQdnSzw/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias> y <https://www.instagram.com/p/BkeJNtvn9RY/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>, las cuales se insertan a continuación:



En ambas publicaciones, podemos observar al Senador Electo Samuel García utilizando las playeras de la Selección Mexicana de futbol en eventos de campaña, además haberlas modificado con el fin de obtener un indebido beneficio ya que con las modificaciones realizadas está utilizando a la marca **ADIDAS**, responsable de la producción y distribución de las playeras, además de usar el escudo de la

Federación Mexicana de futbol presumiblemente sin autorización, razón por la cual deberá pagar los derechos correspondientes por la utilización de la marca antes mencionada y el escudo de la *FEMEXFUT*, motivo por el cual el aquí denunciado debe informar si existe permiso por parte de la *FEMEXFUT* para utilizar y modificar las playeras de la selección Mexicana, si dicha federación apoya su candidatura y campaña, cuantas playeras adquirió, si fueron modificadas por *ADIDAS*, cuál fue el costo de las playeras y el costo de la modificación, cuanto pago a la marca ya referida, además de poder incurrir en un delito de no existir autorización, todos los gastos que deriven de la compra de las playeras, modificación de estas, y el costo de la edición de las fotografías mencionadas deberán sumarse al gasto de Campaña del C. Samuel García ya que no solo es la modificación, uso y publicación de las fotos, también es la utilización de estas en diversos actos de campaña, como se demuestra con las fotografías, lo que acredita que las usa de manera reiterada y sistemática.

La dirección de la *FEMEXFUT*, según su página de internet <http://www.femexfut.org.mx/#/> es: Av. Arboleda 101 Ex Hacienda Santin, San Mateo Oztzacatipan, C.P. 50200.

Además, la marca *ADIDAS* es una marca registrada en México según lo consultado en la página de internet <http://marcanet.impi.gob.mx/marcanet/vistas/common/busquedas/detalleExpedienteParcial.pgj> y su representante legal es:

Nombre	JOSE FRANCISCO HINOJOSA CUELLAR
Dirección	PASEO DE LOS TAMARINDOS # 400-A, PISO 9, COL. BOSQUES DE LAS LOMAS
Población	MEXICO, D.F.
Código postal	05120
País	MEXICO
Nacionalidad	
RFC	
Teléfono	55 52 61 04 00
Fax	55 52 61 04 96
E-mail	BASHAM@BASHAM.COM.MX

Es importante mencionar, que no se denuncia la simple utilización como ropa de diario las diferentes camisetas de la selección mexicana de futbol asociación,

las que cualquier persona puede adquirir en diferentes puntos de venta, lo que se denuncia en cuanto a la utilización de las camisetas *del Club Tigres* y selección mexicana es que sufrieron diversas alteraciones que personalizaron las camisetas convirtiéndose en un elemento propagandístico de campaña, ya que estas fueron modificadas con el único fin de promover al entonces candidato al Senado y hoy Senador electo Samuel Alejandro García Sepúlveda.

Con independencia de lo anterior, y según lo publicado por el mismo denunciado en su cuenta de Facebook cuenta con un millón de likes, es decir, un millón de personas ven todo lo que publica en esa red social, mientras que en su cuenta de *Instagram* posee la cantidad superior a los 100 mil seguidores, como se muestra en las siguientes capturas de pantalla.



Dicha publicación se puede visitar en el link:

<https://www.instagram.com/p/BkS4X5KneiU/?hl=es-la&taken-y=samuelgarcias>



De la publicación el link es: <https://www.instagram.com/p/BkWMFwngtLy/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>

Con independencia de lo anterior, y como quedó establecido al inicio de este escrito, estudiaremos las conductas de la *influencer* Mariana Rodríguez Cantú, para lo cual primero definiremos el significado y alcances que puede tener una persona con tan evidente poder social.

En primer lugar, es necesario establecer el significado del término *Influencer*, así pues, encontramos que de conformidad con la definición proporcionada por el Diccionario Oxxford, se entiende por *influencer*.

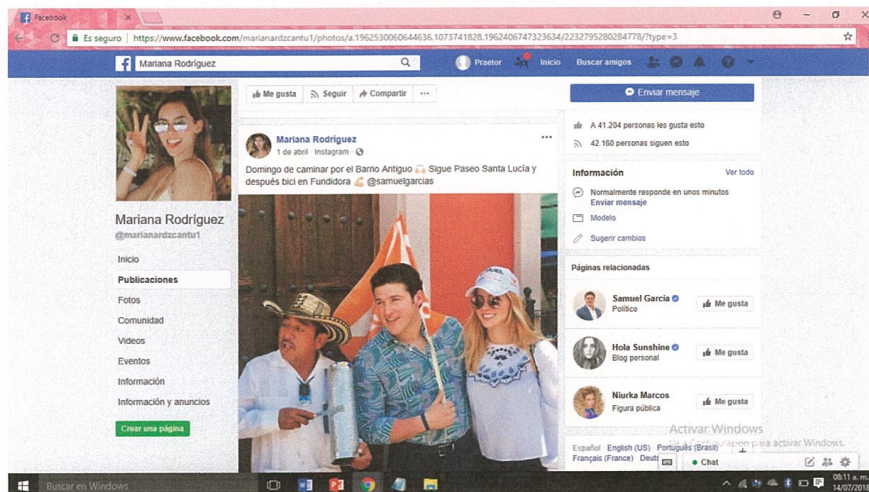
A person with the ability to influence potential buyers of a product or service by promoting or recommending the items on social media.

(Persona con la capacidad de influir en compradores potenciales de un producto o servicio, promocionado o recomendando los artículos en sus redes sociales).

Tomando en cuenta la definición anterior, podemos advertir que la señorita Mariana Rodríguez Cantú, y la actividad que realiza en sus redes sociales se ajustan a la definición dada con anterioridad, ya que al observar sus redes sociales podemos advertir que en la plataforma digital *Facebook* tiene un mercado a 42, 690 seguidores, por lo que hace a su cuenta de *Instagram* a 3,985, mientras en su canal de *YouTube* tiene 14,562 suscriptores, lo cual nos da un indicador de que la modelo tiene una amplia influencia y presencia en medios de comunicación social por internet, los cuales utilizó en apoyo al citado candidato promocionando e induciendo al voto a la ciudadanía del Estado de Nuevo León, que la sigue en sus redes, como a continuación se muestra.

1

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2178655692365404/?type=3&theater>



En la imagen identificada con el numeral 1, publicada el día 1º de abril del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez, portando una gorra publicitaria de la campaña de Samuel García, quien además, aparece en compañía del propio denunciado, quien porta una bandera del partido Movimiento Ciudadano, haciendo proselitismo en la calle. Dicha foto está acompañada del

33

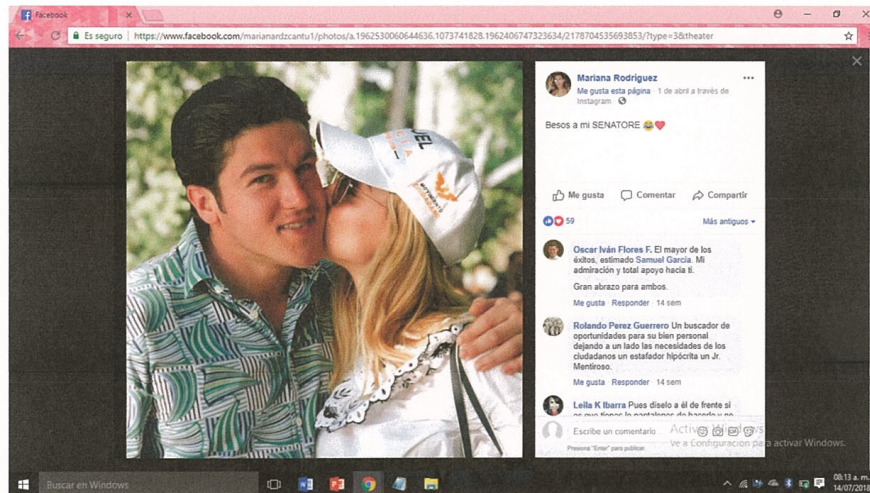
siguiente pie de foto: “Domingo de caminar por el Barrio Antigo Sigue Paseo Santa Lucía y después bici en Fundidora @samuelgarcias”

Dicha publicación también se encuentra en la Cuenta de *Instagram*, como a continuación se muestra. Además que puede ser visitada en el link <https://www.instagram.com/p/BhCoUluDfOW/?taken-by=marianardzcantu>.

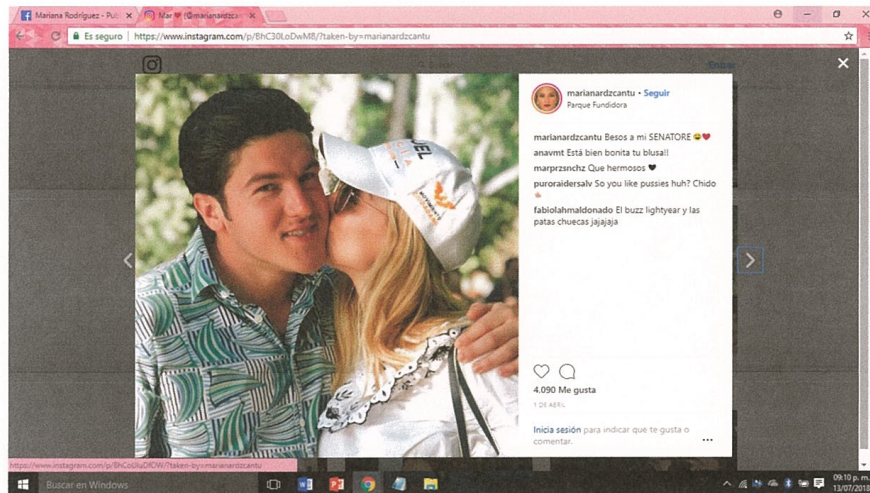


2.-

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2178704535693853/?type=3&theater>

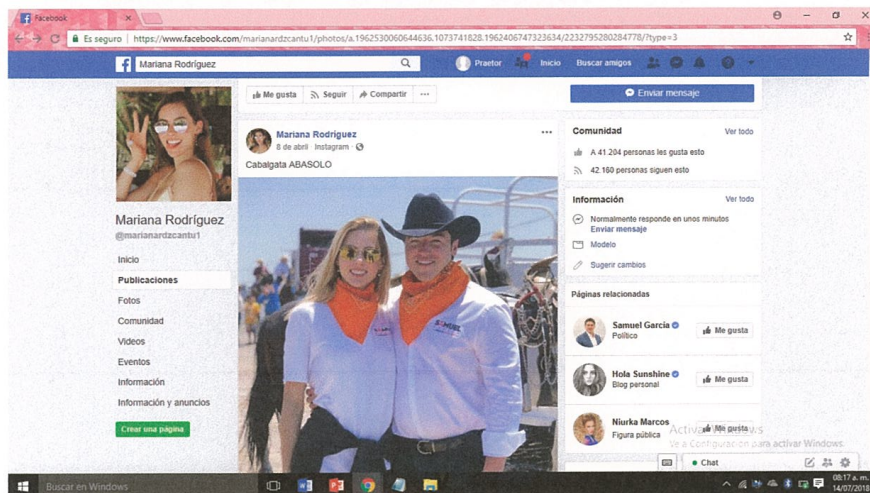


En la imagen identificada con el numeral 2, publicada el mismo día 1º de abril del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez en compañía del propio denunciado, portando una gorra publicitaria de la campaña de Samuel García, en la cual puede verse el logo del partido Movimiento Ciudadano. Dicha foto está acompañada del siguiente pie de foto: “Besos a mi SENATORE” Haciendo clara alusión a la campaña electoral y al puesto al que era candidato el denunciado Samuel García, por lo cual configura un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato con fines de publicidad electoral, misma que debe ser fiscalizada, la cual se encuentra también en la cuenta de *Instagram* de la señorita ya mencionada en el link: <https://www.instagram.com/p/BhC30LoDwM8/?taken-by=marianardzcantu>



3.-

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2182028605361446/?type=3&theater>



En la imagen identificada con el numeral 3, publicada el 8 de abril del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez en compañía del denunciado, portando una pañoleta naranja y vistiendo una blusa blanca promoviendo la candidatura del denunciado al Senado de la República Dicha foto cobra relevancia

36

ya que configura un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato dentro de sus redes sociales con fines de publicidad electoral, la cual consideramos que debe ser fiscalizada.

Dicha publicación se encuentra también en el perfil de *Instagram* de la *influencer* y puede ser visitado en la liga

<https://www.instagram.com/p/BhUdtBDjki/?taken-by=marianardzcantu>.



4

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2182094192021554/?type=3&theater>

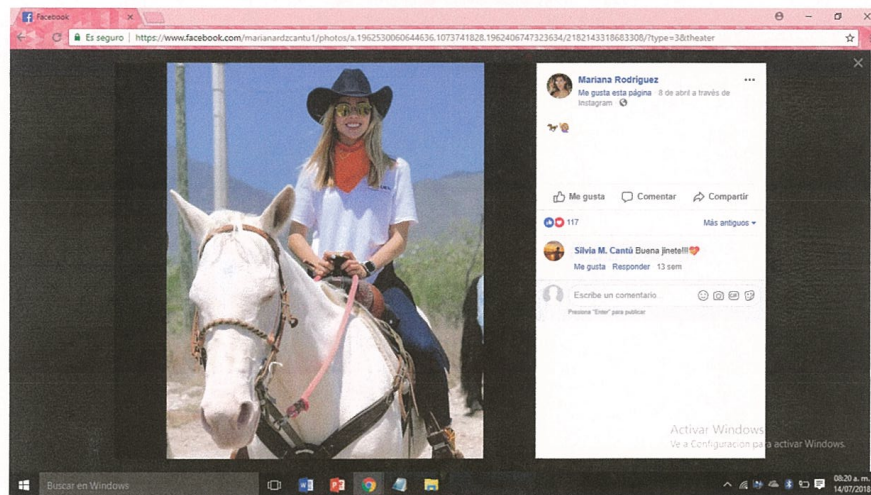


En la imagen identificada con el numeral 4, publicada el 8 de abril del presente año, podemos ver en segundo plano a la señorita Mariana Rodríguez, portando una pañoleta y vistiendo una blusa blanca promoviendo la candidatura del denunciado Samuel García, quien sale en el primer plano de la foto. Dicha imagen configura un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato dentro de las redes sociales de la *influencer*, la cual debe ser fiscalizada, la cual fue publicada también en el perfil de la señorita en la red social *Instagram* en la liga <https://www.instagram.com/p/BhUsoZrjBeP/?taken-by=marianardzcantu>



5

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2182143318683308/?type=3&theater>



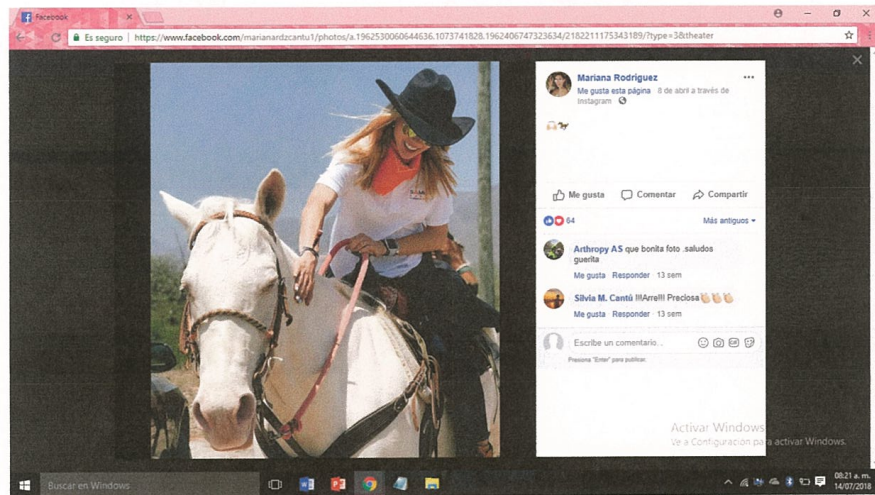
En la imagen identificada con el numeral 5, publicada el mismo 8 de abril del año en curso, podemos observar a la señorita Mariana Rodríguez montando a caballo y portando una pañoleta naranja y vistiendo una blusa blanca, promoviendo la candidatura del denunciado Samuel García lo que configura un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato con fines de publicidad electoral, misma que debe ser fiscalizada ya que la *influencer* la publica en sus redes sociales.

La misma fotografía se encuentra en Instagram en el Link: <https://www.instagram.com/p/BhVCg1mjFUI/?taken-by=marianardzcantu>



6

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2182211175343189/?type=3&theater>



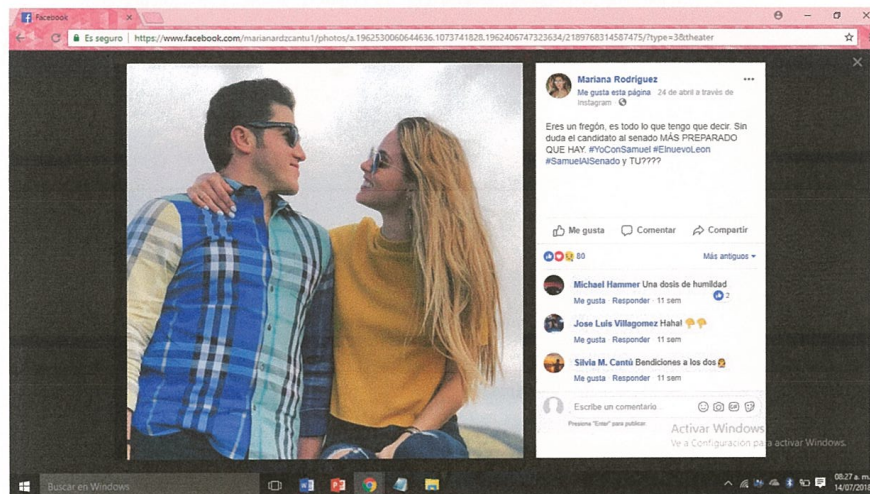
En la imagen identificada con el numeral 6, del mismo 8 de abril del año en curso, y al igual que sucede en la imagen 5 podemos observar a la señorita Mariana Rodríguez montando a caballo y portando una pañoleta naranja y

40

vistiendo una blusa blanca, promoviendo la candidatura del denunciado Samuel García , lo que debe ser fiscalizado.

7

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2189768314587475/?type=3&theater>

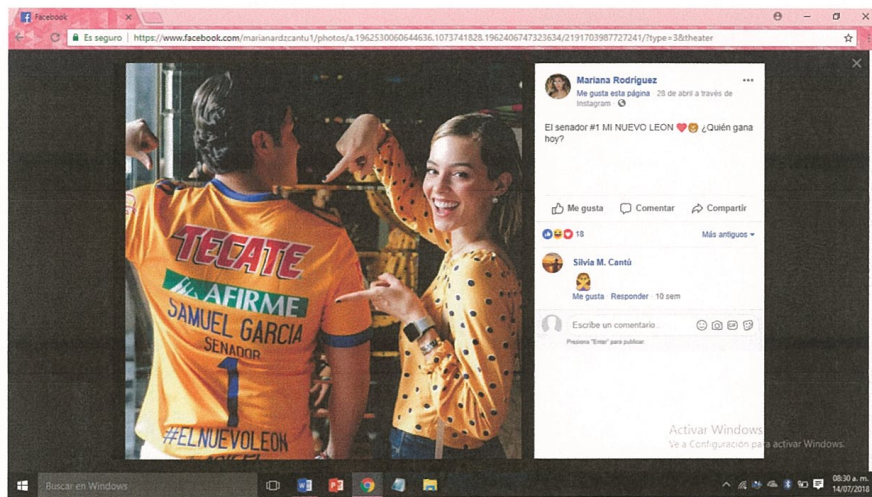


En la imagen identificada con el número 7, publicada el 24 de abril del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez en compañía del propio denunciado. Dicha foto cobra relevancia para el caso que nos ocupa ya que va acompañada del siguiente pie de foto: *“Eres un fregón, es todo lo que tengo que decir. Sin duda el candidato al senado MÁS PREPARADO QUE HAY. #YoConSamuel #ElnuevoLeon #SamuelAISenado y TU????”* Haciendo clara alusión a la campaña electoral y al puesto al que entonces era candidato el denunciado Samuel García, lo que configura un acto de proselitismo y difusión indebida de la imagen del candidato, ello con fines de publicidad electoral, misma que debe ser fiscalizada, toda vez que en sus redes sociales manifiesta indubitablemente su apoyo a Samuel García e indirectamente llama a votar a favor del entonces Candidato.

41

8

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2191703987727241/?type=3&theater>

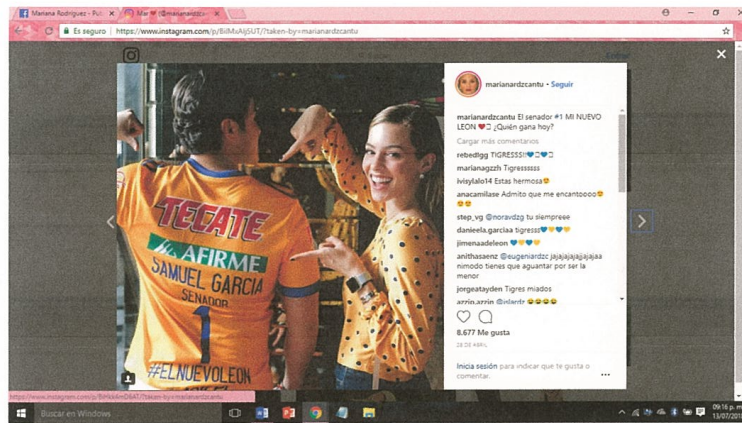


En la imagen identificada con el numeral 8, publicada el 28 de abril del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez en compañía del denunciado, quien porta una playera del club de Soccer Tigres la cual ha sido modificada por la parte trasera al incluir: el nombre SAMUEL GARCIA en la parte media alta de la playera, debajo de este, la palabra SENADOR, el número 1 y debajo, el *Hashtag* #EINuevoLeón, Dicha foto cobra relevancia ya que configura un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato dentro de las redes sociales de la influencer, esto con fines de publicidad electoral, máxime que se advierte el siguiente pie de foto: “El senador #1 MI NUEVO LEON ¿Quién gana hoy?” con lo que se hace nítido el fin electoral de la publicación y por lo que consideramos debe ser fiscalizada, aunado a que en la foto podemos observar la presencia de diversas marcas, entre ellas Tecate y Coca Cola, mismas que se encuentran legalmente registradas en México, por lo cual cobra mayor importancia la

42

fiscalización ya que se encuentra haciendo publico el uso indebido de dichas marcas al vincularlas con la imagen de Samuel García y su campaña al Senado.

La misma fotografía se encuentra en su perfil de Instagram, la cual puede ser consultada en la liga <https://www.instagram.com/p/BiIMxAlj5UT/?taken-by=marianardzcantu>



9 <https://www.facebook.com/marianardzcantu1/videos/2193140020916971/>

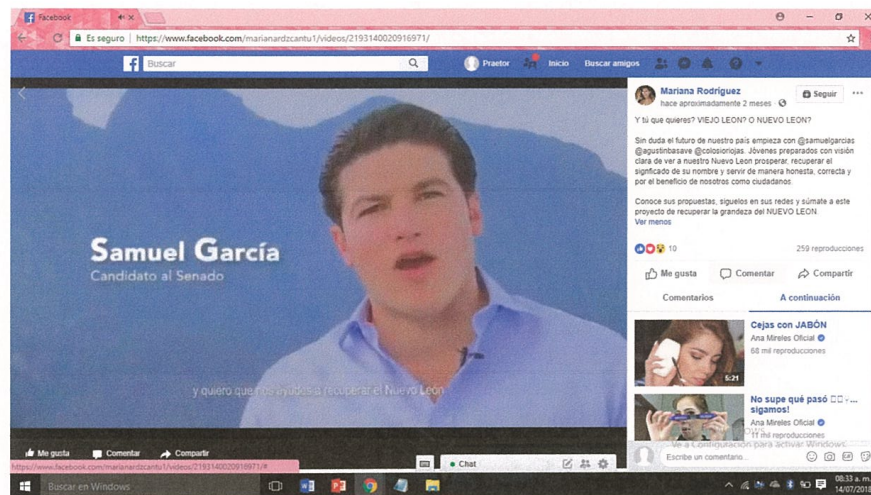
En el video al cual se enlaza mediante el link identificado bajo el número 9, constituye uno de los spots del partido Movimiento Ciudadano, en el cual podemos observar diversas imágenes de Nuevo León y a partir del segundo 12, vemos a Samuel García haciendo un llamamiento al voto a favor de los candidatos del partido Movimiento Ciudadano, dicho video es publicado en las redes de la influencer con el pie:

“Y tú que quieres? VIEJO LEON? O NUEVO LEON?

Sin duda el futuro de nuestro país empieza con @samuelgarcias @agustinbasave @colosioriojas. Jóvenes preparados con visión clara de ver a nuestro Nuevo Leon prosperar, recuperar el significado de su nombre y servir de manera honesta, correcta y por el beneficio de nosotros como ciudadanos.

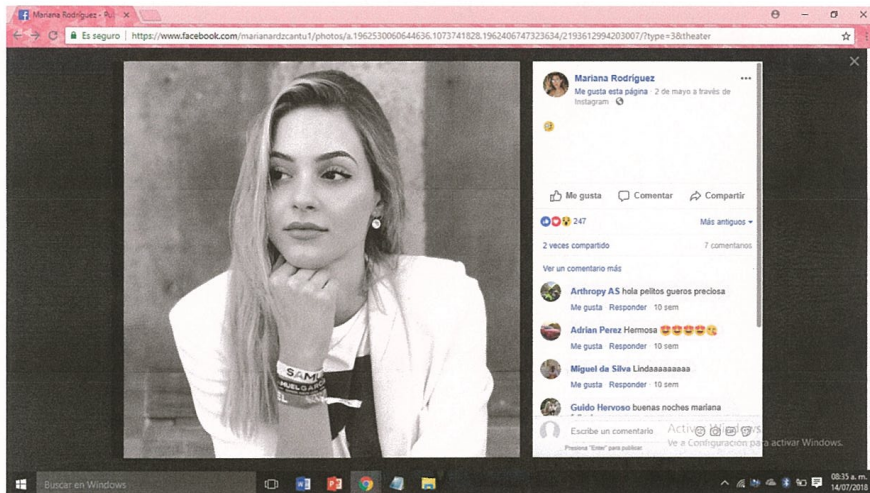
Conoce sus propuestas, síguelos en sus redes y súmate a este proyecto de recuperar la grandeza del NUEVO LEON.”

No solo del contenido del video, sino también del pie de foto, puede advertirse claramente el llamamiento que hace la señorita Mariana Rodríguez a sus seguidores en las redes a votar a favor de Samuel García, lo que configura un acto de proselitismo y difusión indebida de la imagen del candidato, ello con fines de publicidad electoral, misma que debe ser fiscalizada.



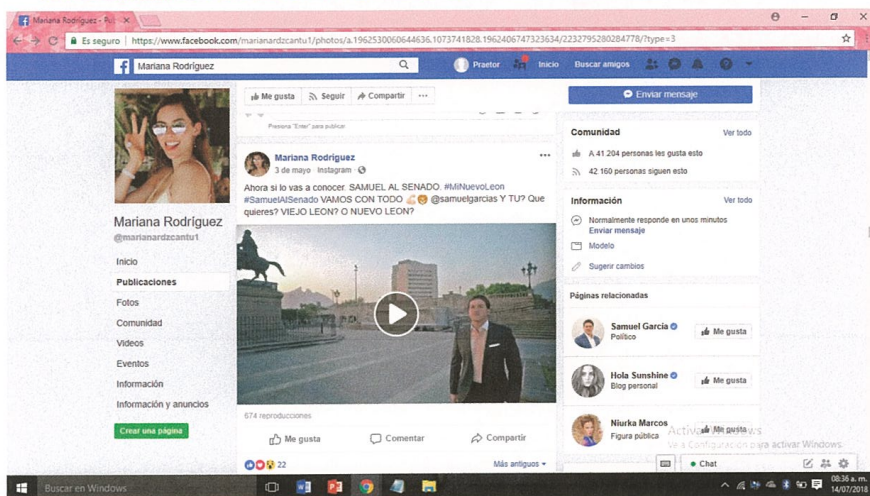
10

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2193612994203007/?type=3&theater>



En la imagen identificada con el numeral 10, publicada el 2 de mayo del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez, portando tres pulseras publicitarias de la campaña de Samuel García, lo que configura un acto de proselitismo y difusión indebida de la imagen del candidato, ello con fines de publicidad electoral dentro de las redes sociales de la modelo e *influencer* misma que debe ser fiscalizada.

11 <https://www.facebook.com/marianardzcantu1/videos/2194087524155554/>

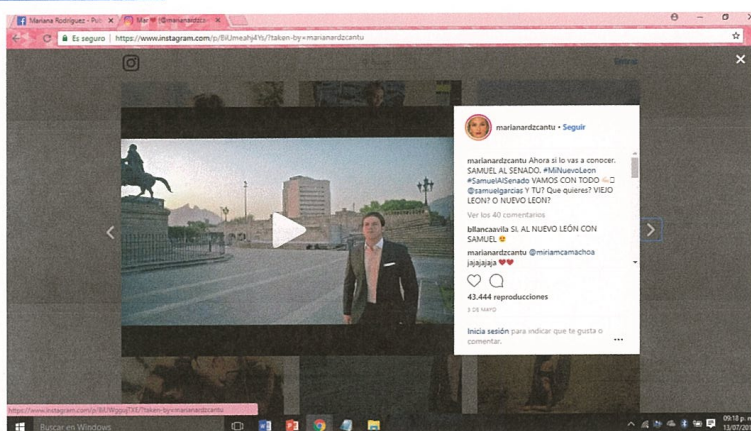


En el video al cual se enlaza mediante el link identificado bajo el número 11, y publicado el día 3 de mayo del presente año, constituye uno de los spots del partido Movimiento Ciudadano, en el cual podemos observar a Samuel García haciendo un llamamiento al voto a su favor promocionando su imagen y publicando sus logros como Diputado, dicho video es publicado en las redes de la *influencer* con el pie:

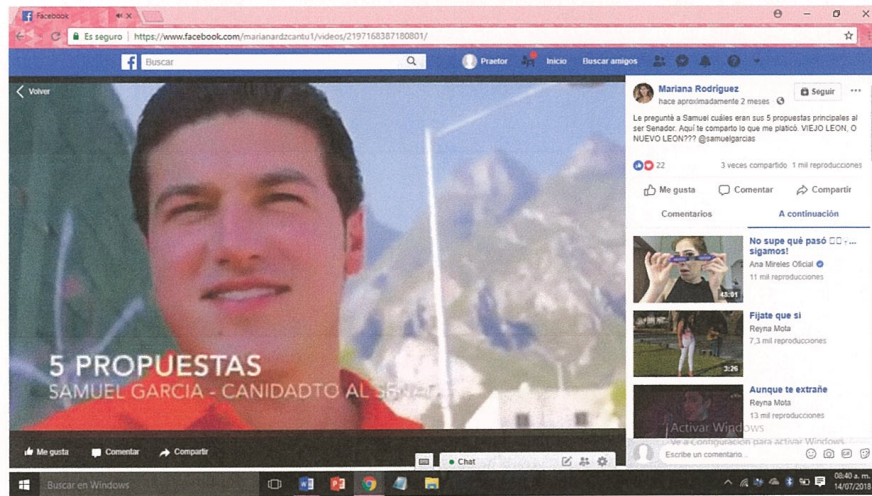
Ahora si lo vas a conocer. SAMUEL AL SENADO. #MiNuevoLeon #SamuelAlSenado VAMOS CON TODO @samuelgarcias Y TU? Que quieres? VIEJO LEON? O NUEVO LEON?

No solo del contenido del video, sino también del pie de foto, puede advertirse claramente el llamamiento que hace la señorita Mariana Rodríguez a sus seguidores en las redes a votar a favor de Samuel García, lo que configura un acto de proselitismo y difusión indebida de la imagen del candidato, ello con fines de publicidad electoral, misma que debe ser fiscalizada.

El mismo video fue publicado en la cuenta de Instagram de la ya mencionada *influencer*, en el link <https://www.instagram.com/p/BiUmeahj4Ys/?taken-by=marianardzcantu>



11 <https://www.facebook.com/marianardzcantu1/videos/2197168387180801/>



En el video al cual se enlaza mediante el link identificado bajo el número 12, y publicado en mayo del presente año, podemos observar a Samuel García respondiéndole a la modelo e *influencer*, sobre sus 5 propuestas de campaña y haciendo un llamamiento al voto a su favor promocionando su imagen y mencionando sus logros como Diputado, dicho video es publicado en las redes de la *influencer* con el pie:

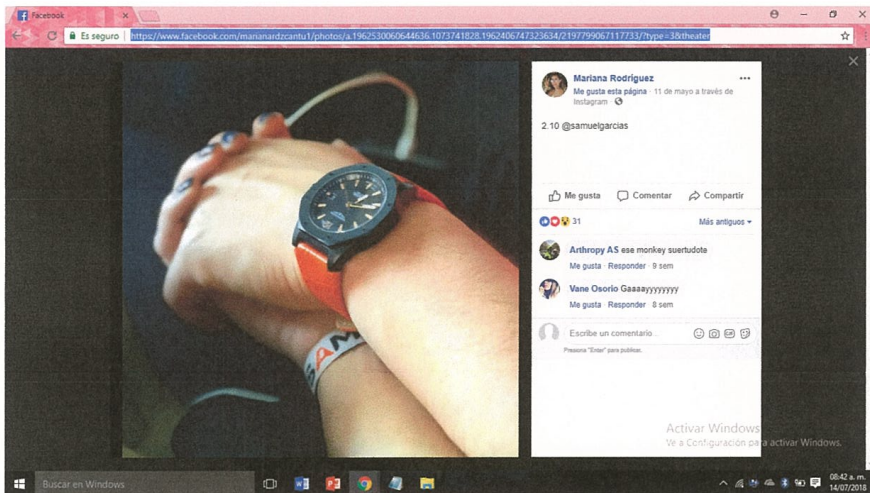
“Le pregunté a Samuel cuáles eran sus 5 propuestas principales al ser Senador. Aquí te comparto lo que me platicó. VIEJO LEON, O NUEVO LEON??? @samuelgarcias”

Lo anterior configura un acto de proselitismo y difusión indebida de la imagen del candidato, ello con fines de publicidad electoral, misma que debe ser fiscalizada

12

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2197799067117733/?type=3&theater>

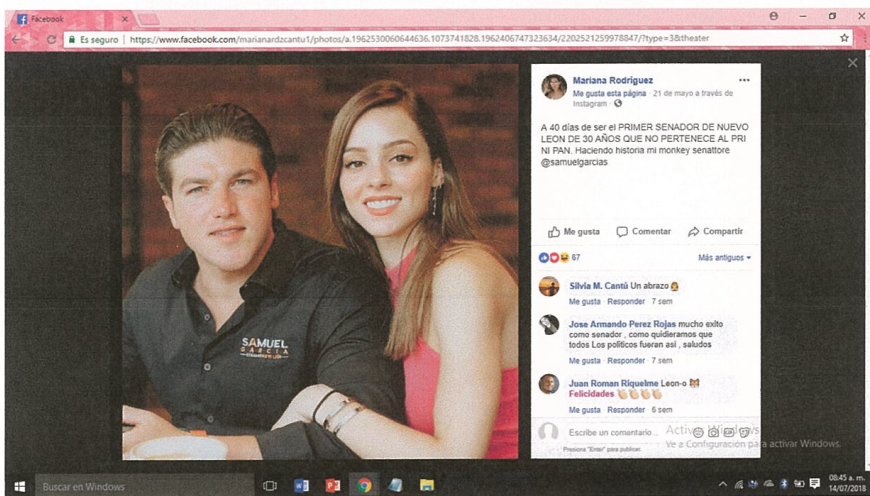
47



Aunque la imagen a simple vista no representa un promoción si vincula a la cuenta de Instagram mediante una mención del entonces Candidato al Senado de la república, en la que si se contiene propaganda electoral como ya se mencionó en párrafos anteriores,

13

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2202521259978847/?type=3&theater>



48

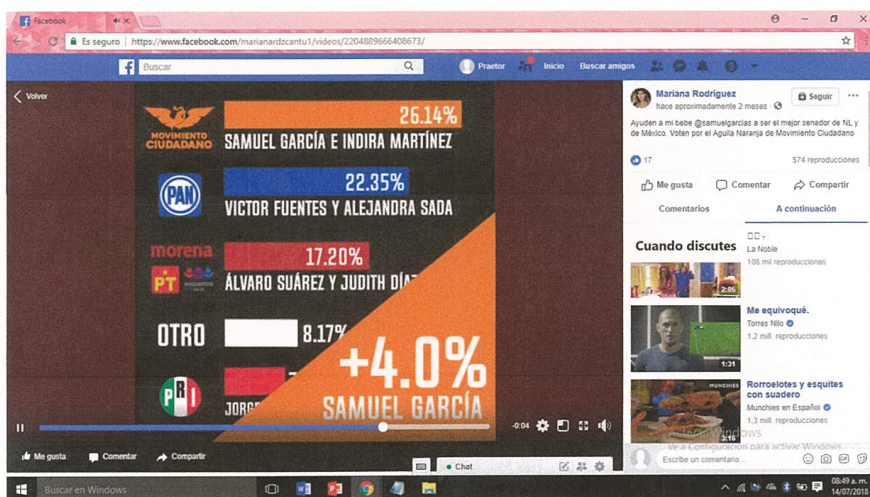
En la imagen identificada con el número 13, publicada el 21 de mayo del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez en compañía del propio denunciado. Dicha foto cobra relevancia para el caso que nos ocupa ya que va acompañada del siguiente pie de foto: *“A 40 días de ser el PRIMER SENADOR DE NUEVO LEON DE 30 AÑOS QUE NO PERTENECE AL PRI NI PAN. Haciendo historia mi monkey senattore @samuelgarcias”* Haciendo clara alusión a la campaña electoral y al puesto al que entonces era candidato el denunciado Samuel García, lo que configura un acto de proselitismo y difusión indebida de la imagen del candidato, ello con fines de publicidad electoral, misma que debe ser fiscalizada, toda vez que en sus redes sociales manifiesta indubitablemente su apoyo a Samuel García e indirectamente llama a votar a favor de él, pues es claro que da a conocer a sus seguidores el apoyo que brinda al hoy Senador electo.

Dicha publicación se replica en Instagram, lo cual asegura que llega a una mayor cantidad de usuarios seguidores de la multicitada *influencer*. Puede ser visitada en el link: <https://www.instagram.com/p/BjD-zHtFJf/?taken-by=marianardzcantu>



14

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/videos/2204889666408673/>



En el video al cual se enlaza mediante el link identificado bajo el numeral 14, podemos observar la publicación de una encuesta realizada por la empresa *Massive Caller* de Carlos Campos, en la cual se posiciona a los candidatos al Senado de la República de Movimiento Ciudadano, en el primer lugar de las preferencias electorales, dicho video es publicado en las redes de la *influencer* con el pie:

“Ayuden a mi bebe @samuelgarcias a ser el mejor senador de NL y de México. Voten por el Aguila Naranja de Movimiento Ciudadano”

No solo del contenido del video, sino también del pie de foto, puede advertirse claramente el llamamiento que hace la señorita Mariana Rodríguez a sus seguidores en las redes a votar a favor de Samuel García, lo que configura un acto de proselitismo y difusión indebida de la imagen del candidato, ello con fines de publicidad electoral, misma que debe ser fiscalizada

15

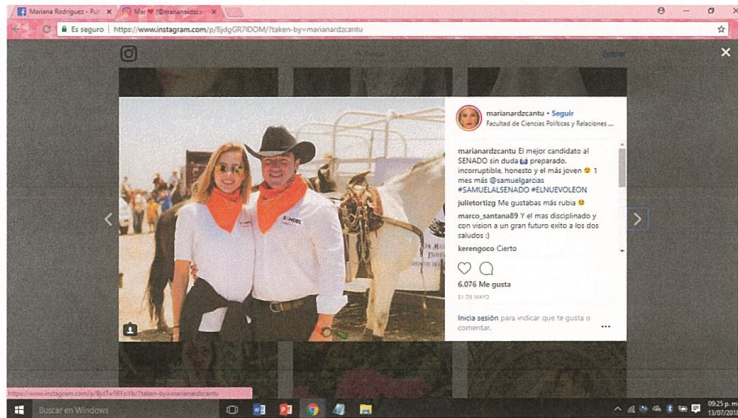
<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2207262366171403/?type=3&theater>



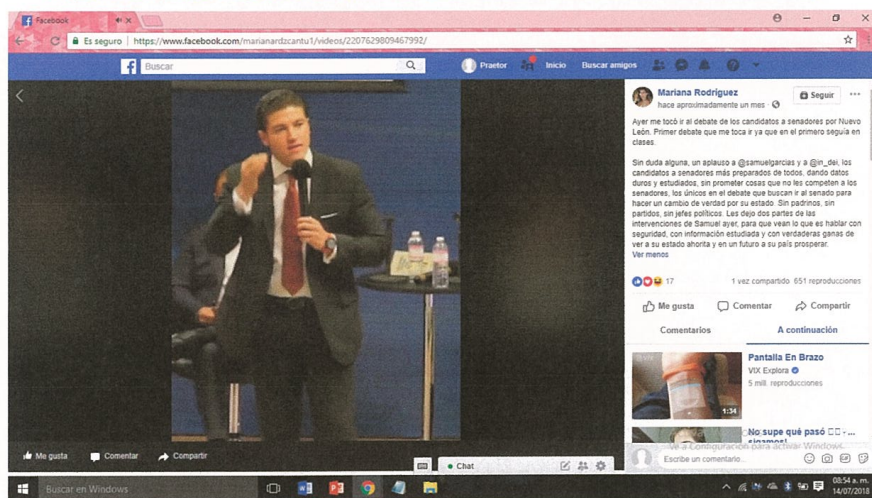
En la imagen identificada con el numeral 15, publicada el 31 de mayo del año en curso, podemos ver a la modelo Mariana Rodríguez en compañía del denunciado, portando una pañoleta naranja y vistiendo una blusa blanca promoviendo la candidatura del denunciado al Senado de la República Dicha foto cobra relevancia ya que es publicada en las redes de la *influencer* con el pie:

“El mejor candidato al SENADO sin duda 🇲🇽 preparado, incorruptible, honesto y el más joven 🇲🇽 1 mes más @samuegarcias #SAMUELALSENADO#ELNUEVOLEON”

Situación que configura un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato dentro de sus redes sociales con fines de publicidad electoral, la cual consideramos que debe ser fiscalizada, nuevamente encontramos la publicación replicada en la red social Instagram, lo cual puede ser corroborado en el link que a continuación se inserta <https://www.instagram.com/p/BjdGGR7IDOM/?taken-by=marianardzcantu>



16 <https://www.facebook.com/marianardzcantu1/videos/2207629809467992/>



El video puede ser consultado en el link identificado con el numeral 16, podemos a Samuel García explicando la función del Senado y las atribuciones que tienen los Senadores, dicho video es publicado en las redes de la *influencer* con el pie:

“Ayer me tocó ir al debate de los candidatos a senadores por Nuevo León. Primer debate que me toca ir ya que en el primero seguía en clases.

Sin duda alguna, un aplauso a @samuelgarcias y a @in_dei, los candidatos a senadores más preparados de todos, dando datos duros y estudiados, sin prometer cosas que no les competen a los senadores, los únicos en el debate que buscan ir al senado para hacer un cambio de verdad por su estado. Sin padrinos, sin partidos, sin jefes políticos. Les dejo dos partes de las intervenciones de Samuel ayer, para que vean lo que es hablar con seguridad, con información estudiada y con verdaderas ganas de ver a su estado ahorita y en un futuro a su país prosperar.”

Del pie de foto, puede advertirse claramente el llamamiento que hace la señorita Mariana Rodríguez a sus seguidores en las redes a votar a favor de Samuel García, lo que configura un acto de proselitismo y difusión indebida de la imagen del candidato, ello con fines de publicidad electoral, misma que debe ser fiscalizada.

17

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2211677715729868/?type=3&theater>



En la imagen identificada con el numeral 17, publicada el 9 de junio del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez en compañía del

53

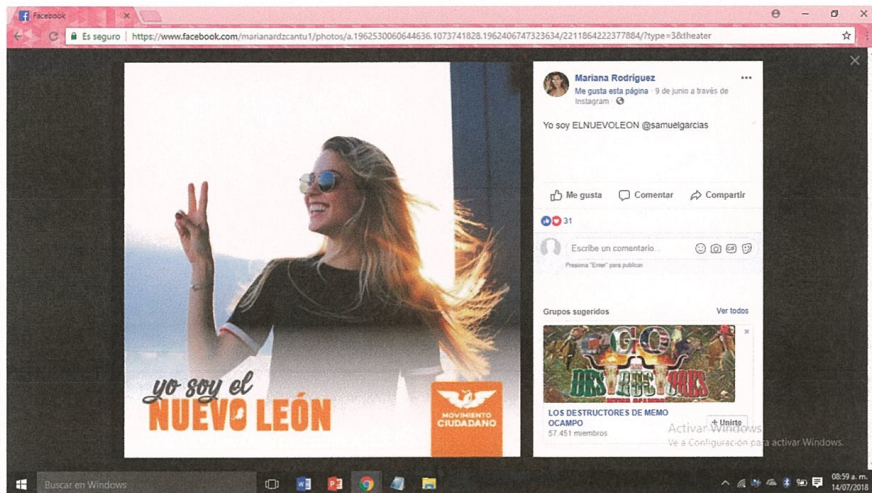
denunciado, quien porta una playera de la Selección Nacional de Soccer la cual ha sido modificada por la parte trasera al incluir: el nombre SAMUEL GARCIA en la parte media alta de la playera, debajo de este, la palabra SENADOR, el número 1 y debajo, el Hashtag #EINuevoLeón, Dicha foto cobra relevancia ya que configura un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato dentro de las redes sociales de la *influencer*, esto con fines de publicidad electoral, máxime que se advierte el siguiente pie de foto: “Venga MEXICO a ganar! Y este primero de Julio GANA el #ELNUEVOLEON” con lo que se hace nítido el fin electoral de la publicación y por lo que consideramos debe ser fiscalizada, la misma publicación se puede observar en Instagram siguiendo la liga que a continuación se inserta <https://www.instagram.com/p/Bj0AMrUFFCz/?taken-by=marianardzcantu>



18

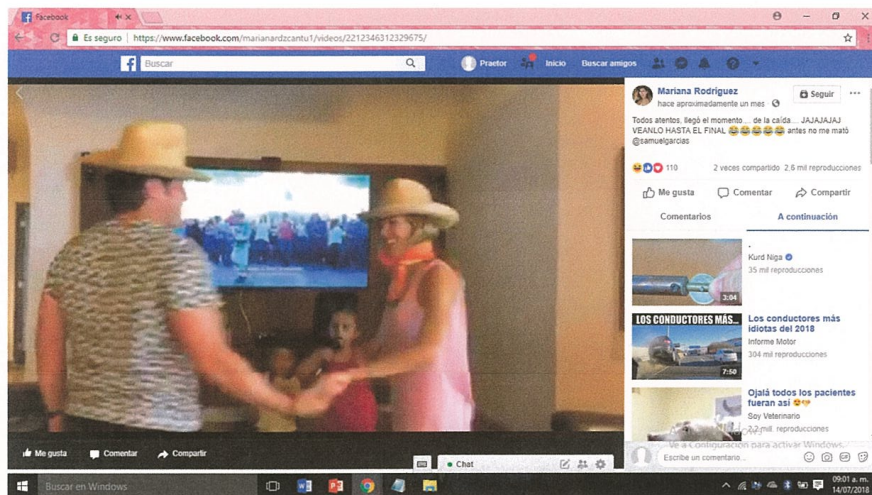
<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2211864222377884/?type=3&theater>

54



En la imagen identificada con el numeral 18, publicada el 9 de junio del año en curso, podemos ver a la *influencer* Mariana Rodríguez posando, lo relevante de la foto es la parte inferior donde se advierte el *slogan*: Yo soy el NUEVO LEÓN y la imagen del logotipo del partido Movimiento Ciudadano. Aunado a lo anterior, la foto es acompañada con el siguiente pie de foto: “Yo soy *ELNUEVOLEON @samuelgarcias*” con lo que puede advertirse claramente el llamamiento que hace la señorita Mariana Rodríguez a sus seguidores en las redes a votar a favor de Samuel García, lo que configura un acto de proselitismo y difusión indebida de la imagen del candidato, ello con fines de publicidad electoral, misma que debe ser fiscalizada

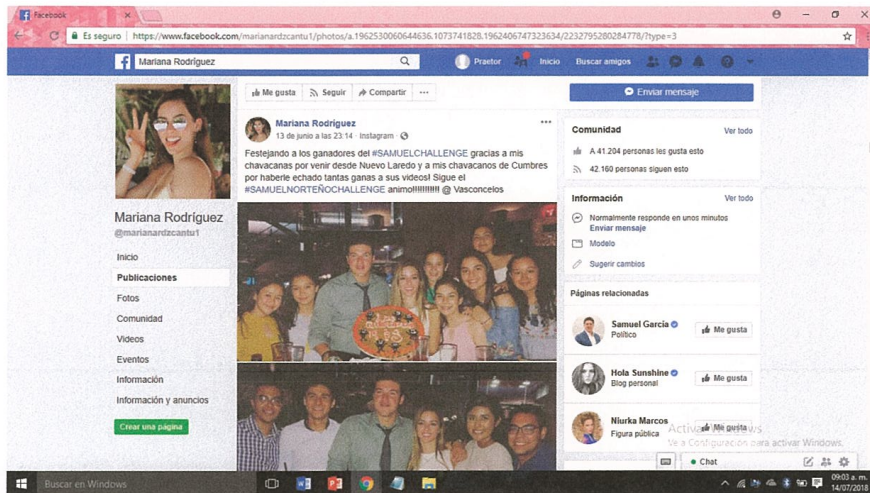
19 <https://www.facebook.com/marianardzcantu1/videos/2212346312329675/>



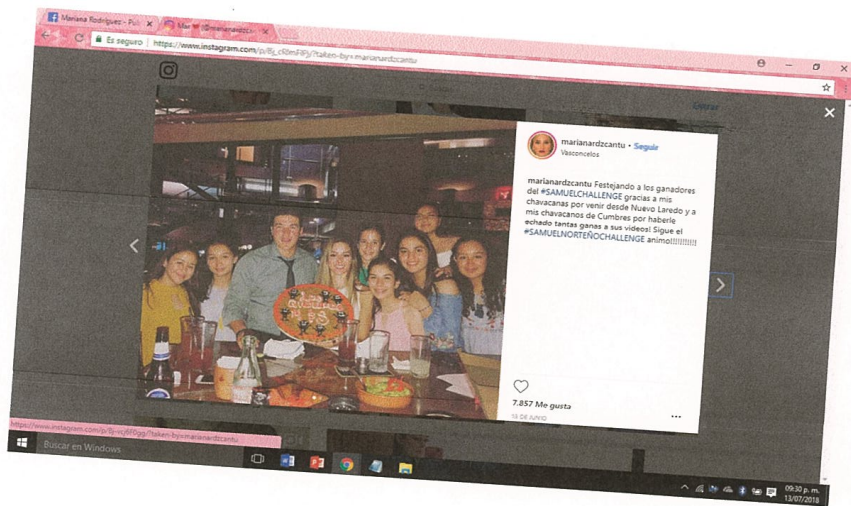
El video al cual se enlaza mediante el link identificado bajo el número 19, en el cual podemos a la modelo Mariana Rodríguez y a Samuel García bailando con la canción del spot más famoso del partido Movimiento Ciudadano, dicho video es publicado en las redes de la *influencer* con el pie: *"Todos atentos, llegó el momento.... de la caída.... JAJAJAJAJ VEANLO HASTA EL FINAL antes no me mató @samuelgarcias."*

Del contenido del video, puede advertirse claramente que configura un acto de proselitismo y difusión indebida de la imagen del candidato, ello con fines de publicidad electoral, misma que debe ser fiscalizada

20 <https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/pcb.2214476765449963/2214476678783305/?type=3&theater>



En la imagen identificada con el numeral 20, publicada el día 13 de junio del año en curso, con el pie de foto *“Festejando a los ganadores del #SAMUELCHALLENGE gracias a mis chavacanas por venir desde Nuevo Laredo y a mis chavacanos de Cumbres por haberle echado tantas ganas a sus videos! Sigue el #SAMUELNORTEÑOCHALLENGE animo!!!!!!!!!!!! @Vasconcelos”* podemos ver a la influencer Mariana Rodríguez en compañía del propio denunciado, y diversos seguidores de sus redes sociales conocidos como “chavacanos”, quienes fueron ganadores del concurso identificado como #SAMUELCHALLENGE, mismo que debe ser fiscalizado, junto con la publicación que se describe, toda vez que constituye un acto de proselitismo y difusión indebida de la imagen del candidato, ello con fines de publicidad electoral, ya que dicho evento pudo funcionar como una forma de compra de voto, la publicación que se describe fue replicada en la cuenta de la referida *influencer*, lo cual multiplica el número de personas a las que llegó dicha dinámica, lo que se puede consultar en el link: https://www.instagram.com/p/Bj_cRImFIPj/?taken-by=marianardzcantu



21

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2217367115160928/?type=3&theater>



En la imagen identificada con el número 21, publicada el 17 de junio del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez. Dicha foto cobra relevancia para el caso que nos ocupa ya que va acompañada del siguiente pie de

58

foto: "Capturando momentos en campaña, pero en especial a mi SENATORE 🍊 @samuelgarcias" Haciendo clara alusión a la campaña electoral y al puesto al que entonces era candidato el C. Samuel García, lo que configura un acto de proselitismo y difusión indebida de la imagen del candidato en las redes sociales de la *Influencer*, ello con fines de publicidad electoral que debe ser fiscalizada.

22

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2217436338487339/?type=3&theater>



Esta publicación se realizó con el mismo contenido en la cuenta de Instagram de la *Influencer* ya mencionada, tal y como a continuación se muestra:

<https://www.instagram.com/p/Bklq-nwIzzT/?taken-by=marianardzcantu>



NO DEBE PASAR DESAPERCIBIDO EL AGRADECIMIENTO POR PARTE DE LA SEÑORITA MARIANA A LA MARCA DE ARTICULOS REPORTIVOS ADIDAS POR LAS CAMISAS.

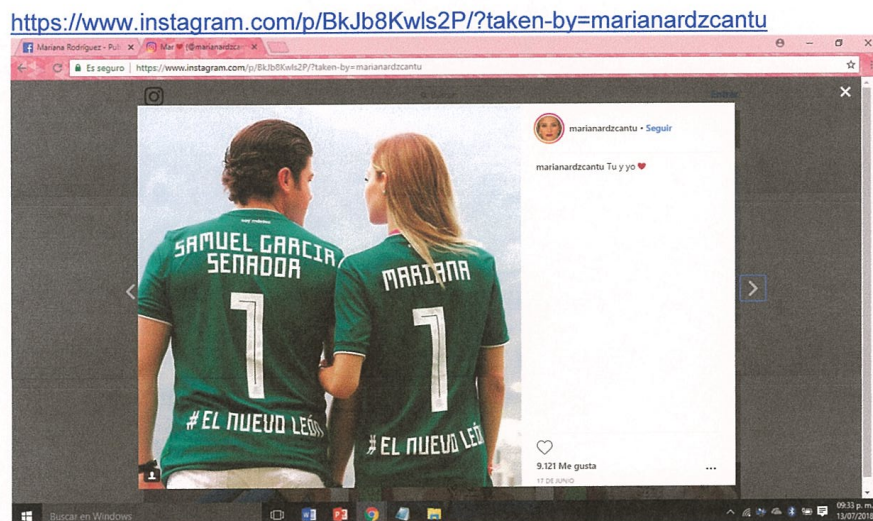
23

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2217681295129510/?type=3&theater>

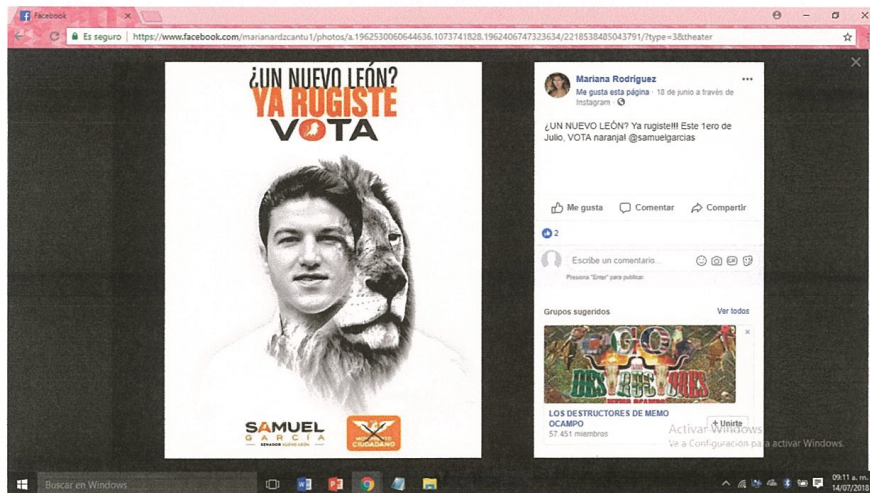


60

En las imágenes identificadas con los numerales 22 y 23, publicadas el 17 de junio del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez en compañía del entonces candidato Samuel García, quien porta una playera de la Selección Nacional de Soccer la cual ha sido modificada por la parte trasera al incluir: el nombre SAMUEL GARCIA en la parte media alta de la playera, debajo de este, la palabra SENADOR, el número 1 y debajo, el *Hashtag* #EINuevoLeón, Dicha foto cobra relevancia ya que configura un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato dentro de las redes sociales de la *influencer*, esto con fines de publicidad electoral, máxime que se advierten los siguientes pies de foto: “Hoy ganó MEXICO y el primero de julio gana mi SENADOR 🇲🇪🇽🇮🇨🇦 🇲🇪🇽🇮🇨🇦 🇲🇪🇽🇮🇨🇦 @samuelgarcias GRACIAS @adidasmx por nuestras camisas” y “Tu, #ELNUEVOLEON y yo ❤️ 🇲🇪🇽🇮🇨🇦 🇲🇪🇽🇮🇨🇦 @samuelgarcias” con lo que se hace nítido el fin electoral de la publicación y por lo que consideramos deben ser fiscalizadas, además de que no es posible determinar el número de playeras alteradas, como las anteriores publicaciones, esta también se encuentra en la cuenta de *instagram* de la mencionada *influencer*.



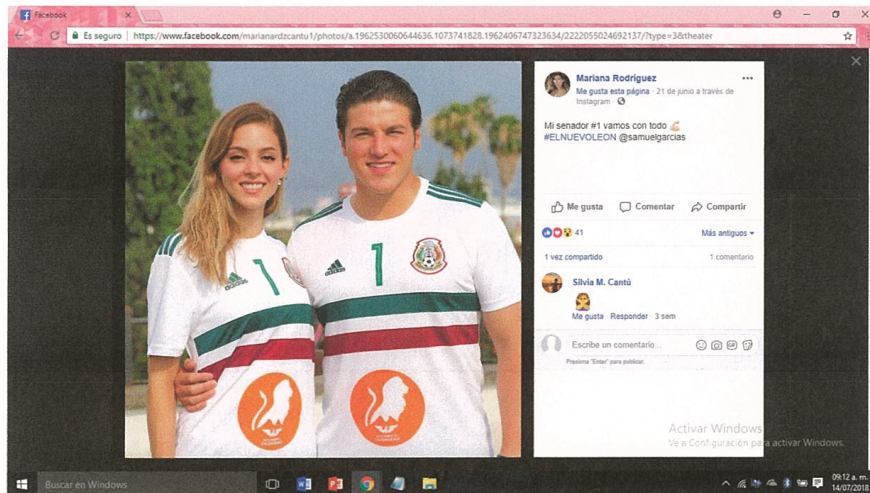
<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2218538485043791/?type=3&theater>



En la imagen identificada con el numeral 24, publicada el 18 de junio del año en curso, podemos ver una imagen promocional del entonces candidato Samuel García con el *slogan*: “¿UN NUEVO LEÓN? YA RUGISTE VOTA” y la imagen tanto del logo de campaña de Samuel García, como del logotipo del partido Movimiento Ciudadano. Aunado a lo anterior, la foto es acompañada con el siguiente pie de foto de la modelo: “¿UN NUEVO LEÓN? Ya rugiste!!! Este 1ero de Julio, VOTA naranja! @samuelgarcias” con lo que puede advertirse claramente el llamamiento que hace la señorita Mariana Rodríguez a sus seguidores en las redes a votar a favor de Samuel García, lo que configura un acto de proselitismo y difusión indebida de la imagen del candidato, ello con fines de publicidad electoral, misma que debe ser fiscalizada.

25

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2222055024692137/?type=3&theater>



Claramente se observa que las playeras de la imagen cumplen con lo establecido en la ley para considerar un artículo como propaganda electoral,

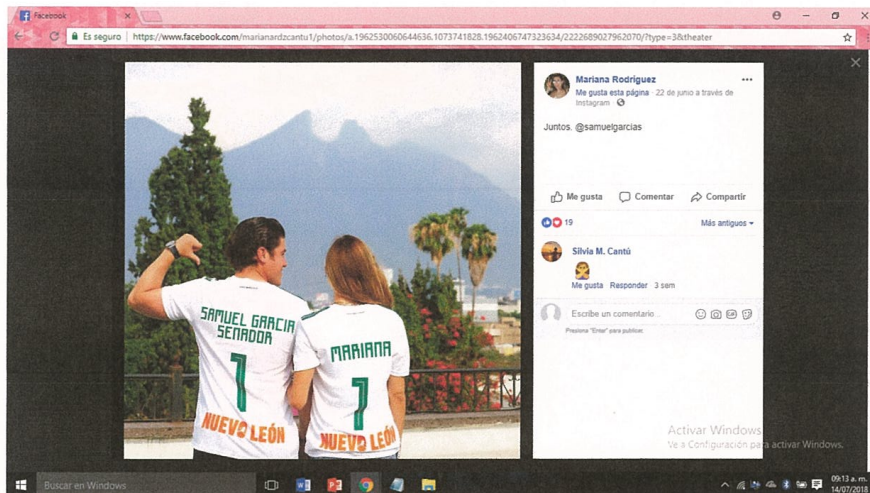
<https://www.instagram.com/p/BkT44DSIqHe/?taken-by=marianardzcantu>



26

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2222689027962070/?type=3&theater>

63



En las imágenes identificadas con los numerales 25 y 26, publicadas los días 21 y 22 de junio del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez en compañía del entonces candidato Samuel García, quienes portan una playera de la Selección Nacional de Soccer la cual ha sido modificada, en la primera de ellas la modificación es por la parte delantera, en la cual se incluye el logotipo de campaña de Samuel García consistente en la silueta de un león, enmarcada sobre un círculo naranja que contiene el nombre del partido Movimiento Ciudadano y va acompañada del pie de foto: *“Mi senador #1 vamos con todo 🇲🇽 #ELNUEVOLEON @samuelgarcias”* mientras que la segunda de ellas, las modificaciones se dan por la parte trasera al incluir: el nombre SAMUEL GARCIA en la parte media alta de la playera, debajo de este, la palabra SENADOR, el número 1 y en nombre MARIANA en la de la modelo, Dicha foto cobra relevancia ya que configura un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato dentro de las redes sociales de la *influencer*, esto con fines de publicidad electoral, máxime que se advierte el siguiente pie de foto: *y “Juntos. @samuelgarcias”* con lo que se hace nítido el fin electoral de la publicación y por lo que consideramos debe ser fiscalizada.

<https://www.instagram.com/p/BkVZbpyFbIP/?taken-by=marianardzcantu>



No debe pasar desapercibida la modificación del uniforme deportivo, es decir la frase NUEVO LEÓN y la silueta de un león en la "O" de la palabra nuevo.
27

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2223640414533598/?type=3&theater>

<https://www.instagram.com/p/BkXvmlwWaq/?taken-by=marianardzcantu>





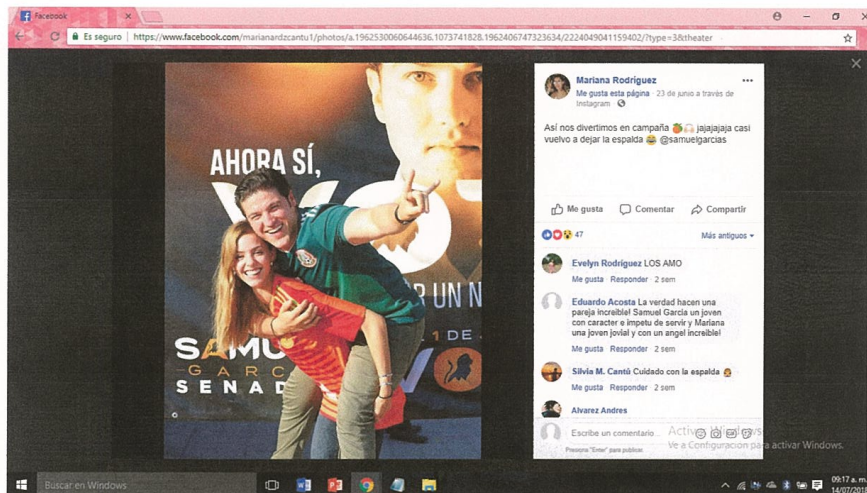
28

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2223779914519648/?type=3&theater>



29

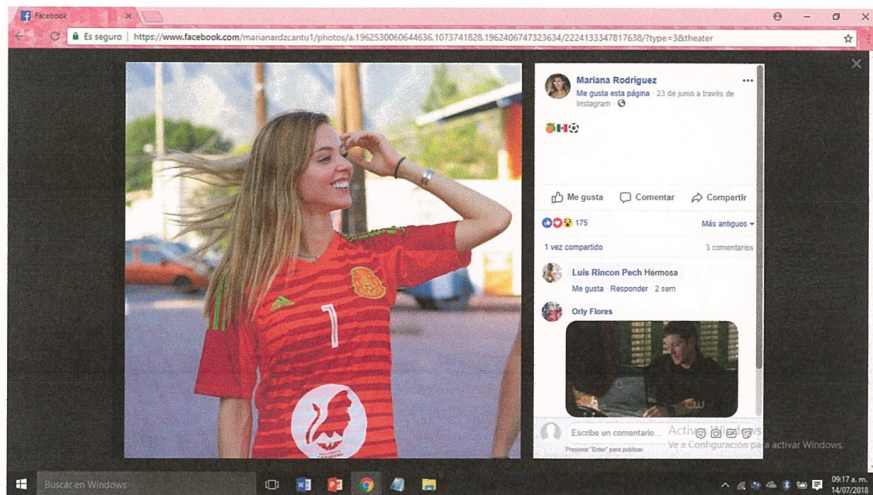
<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2224049041159402/?type=3&theater>



Por lo que hace a las imágenes identificadas con los numerales 27, 28 y 29, publicadas el día 23 de junio del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez en compañía del entonces candidato Samuel García, quien porta una playera de la Selección Nacional de Soccer la cual ha sido modificada, en la parte delantera de la misma, en la cual se incluye el logotipo de campaña de Samuel García consistente en la silueta de un león, enmarcada sobre un círculo blanco que contiene el nombre del partido Movimiento Ciudadano y van acompañadas de los siguientes pies de foto: “Empezando el día con Mariachi para festejar que MEXICO GANA HOYYYYY” “Se me nota la desmañanada? Jajajaja no sé ni cómo me levanté ☐ FELICIDADES MEXICO!!!! 1 vez más demostrándole al mundo que SI SE PUEDE” “Así nos divertimos en campaña ☐☐☐ jajajajaja casi vuelvo a dejar la espalda ☐ @samuelgarcias”. Dichas publicaciones configuran un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato dentro de las redes sociales de la influencer, esto con fines de publicidad electoral, por lo que consideramos debe ser fiscalizada.

30

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2224133347817638/?type=3&theater>



En cuanto a la imagen identificada con el numeral 30, publicada el día 23 de junio del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez quien porta una playera de la Selección Nacional de Soccer la cual ha sido modificada, en la parte delantera de la misma, en la cual se incluye el logotipo de campaña de Samuel García consistente en la silueta de un león, enmarcada sobre un círculo blanco que contiene el nombre del partido Movimiento Ciudadano lo que configuran un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato dentro de las redes sociales de la *influencer*, esto con fines de publicidad electoral, por lo que consideramos debe ser fiscalizada

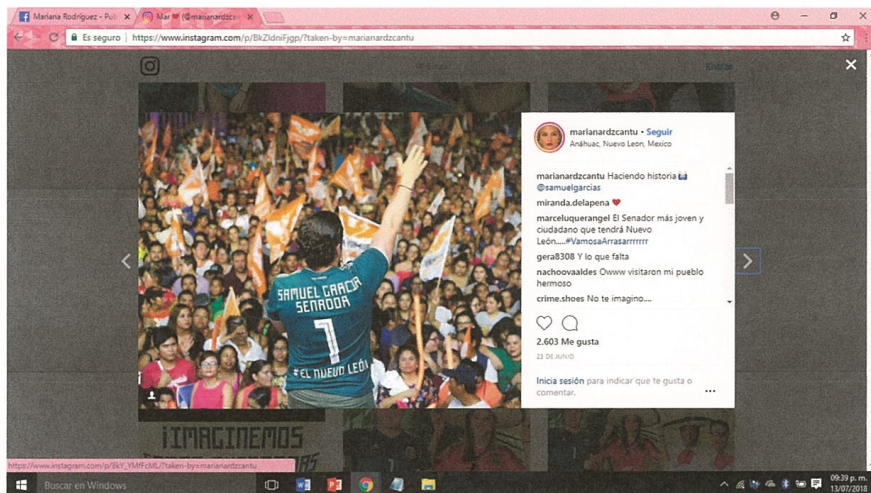
31

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2224188324478807/?type=3&theater>



En la imagen identificada con el numeral 31, publicada el 23 de junio del año en curso, podemos ver al entonces candidato Samuel García quien porta una playera de la Selección Nacional de Soccer la cual ha sido modificada por la parte trasera al incluir: el nombre SAMUEL GARCIA en la parte media alta de la playera, debajo de este, la palabra SENADOR, el número 1 y debajo, el *Hashtag* #ElNuevoLeón, Dicha foto cobra relevancia ya que configura un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato dentro de las redes sociales de la *influencer*, esto con fines de publicidad electoral, máxime que se advierte el siguiente pie de foto: “Haciendo historia @samuelgarcias” con lo que se hace nítido el fin electoral de la publicación y por lo que consideramos debe ser fiscalizada.

<https://www.instagram.com/p/BkZldniFjgp/?taken-by=marianardzcantu>



32

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2227732967457676/?type=3&theater>



En la imagen identificada con el numeral 33, publicada el 27 de junio del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez en compañía del entonces candidato Samuel García, quienes portan una playera de la Selección

70

Nacional de Soccer las cuales han sido modificadas, por la parte trasera al incluir: el nombre SAMUEL GARCIA en la parte media alta de la playera, debajo de este, la palabra SENADOR, el número 1 y el nombre MARIANA en la de la modelo, Dicha foto cobra relevancia ya que configura un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato dentro de las redes sociales de la *influencer*, esto con fines de publicidad electoral, por lo que consideramos debe ser fiscalizada

33 <https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2228188124078827/?type=3&theater>



34

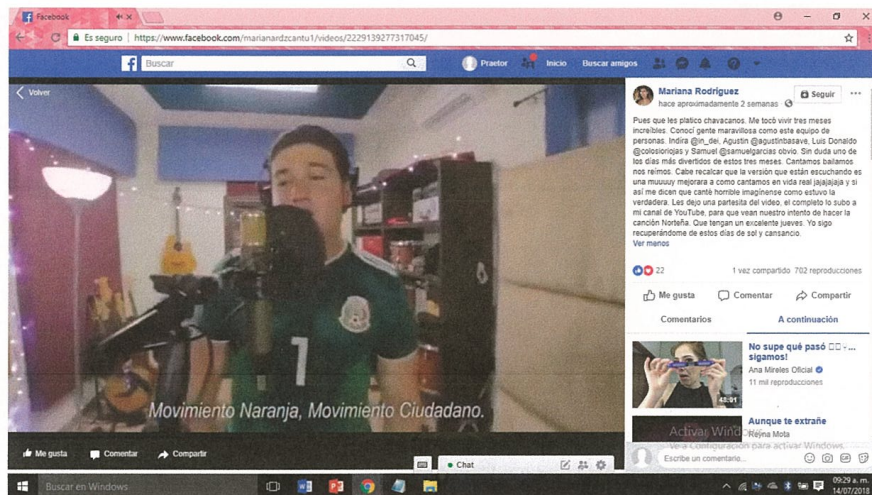
<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2228298104067829/?type=3&theater>



Por lo que hace a las imágenes identificadas con los numerales 35 y 36, publicadas el día 27 de junio del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez en compañía del entonces candidato Samuel García, quien porta una playera de la Selección Nacional de Soccer la cual ha sido modificada, en la parte delantera de la misma, en la cual se incluye el logotipo de campaña de Samuel García consistente en la silueta de un león, enmarcada sobre un círculo blanco que contiene el nombre del partido Movimiento Ciudadano, en la primera de ellas en compañía del equipo de campaña de Samuel García y en la segunda sola con el entonces candidato y van acompañadas de los siguientes pies de foto: “Cerrando con un equipazo!!!! Los quiero mucho” “Y ahora si damos por terminada la campaña 🍌🍌🍌 @samuelgarcias”. Dichas publicaciones configuran de forma clara e indubitable un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato dentro de las redes sociales de la *influencer*, esto con fines de publicidad electoral, por lo que consideramos debe ser fiscalizada

35

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/videos/2229139277317045/?type=3>



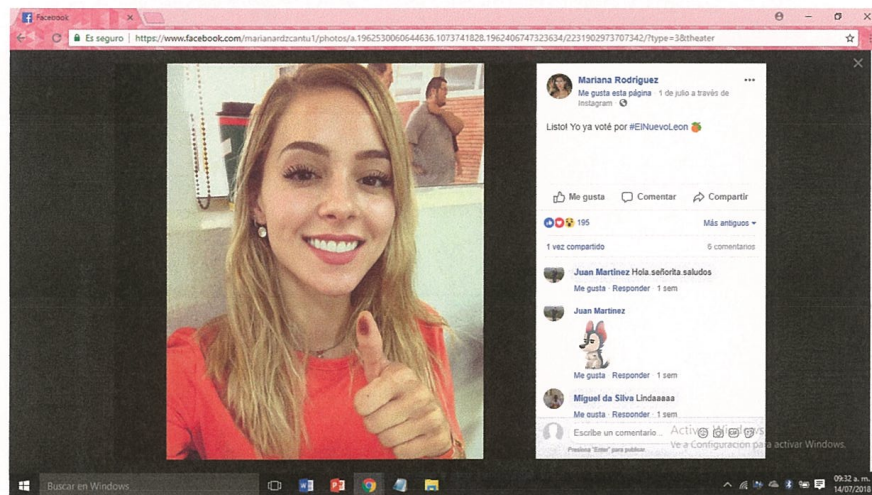
En el video al cual se enlaza mediante el link identificado bajo el número 37, podemos observar a la modelo Mariana Rodríguez y Samuel García junto con otros candidatos de partido Movimiento Ciudadano grabando el tema del spot del partido referido, dicho video es publicado en las redes de la *influencer* con el pie: *“Pues que les platico chavacanos. Me tocó vivir tres meses increíbles. Conoci gente maravillosa como este equipo de personas. Indira @in_dei, Agustin @agustinbasave, Luis Donaldo @colosioriojas y Samuel @samuelgarcias obvio. Sin duda uno de los días más divertidos de estos tres meses. Cantamos bailamos nos reímos. Cabe recalcar que la versión que están escuchando es una muuuuy mejorara a como cantamos en vida real jajajajaja y si así me dicen que canté horrible imagínense como estuvo la verdadera. Les dejo una partesita del video, el completo lo subo a mi canal de YouTube, para que vean nuestro intento de hacer la canción Norteña. Que tengan un excelente jueves. Yo sigo recuperándome de estos días de sol y cansancio.”*

No solo del contenido del video, sino también del pie de foto, puede advertirse claramente la promoción que hace la *influencer* Mariana Rodríguez a sus seguidores en las redes a favor de Samuel García y los candidatos del partido

Movimiento Ciudadano, lo que configura un acto de proselitismo y difusión indebida de la imagen del candidato, ello con fines de publicidad electoral, misma que debe ser fiscalizada

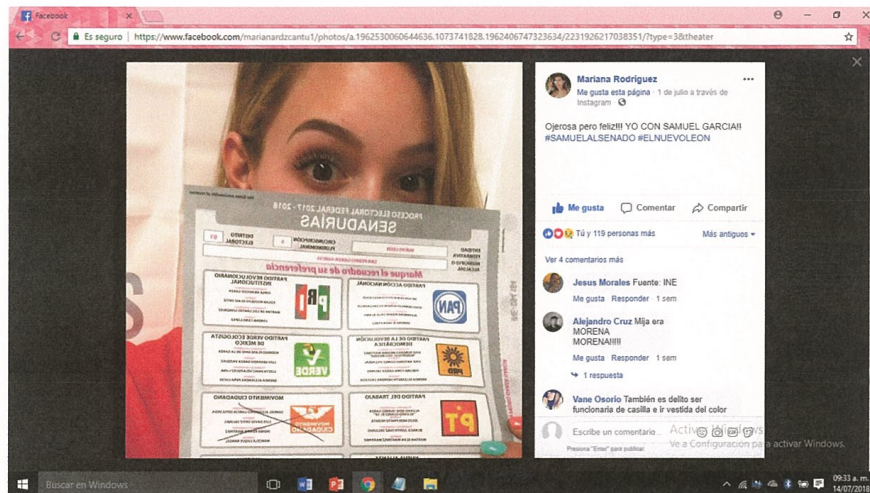
36

<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2231902973707342/?type=3&theater>



37

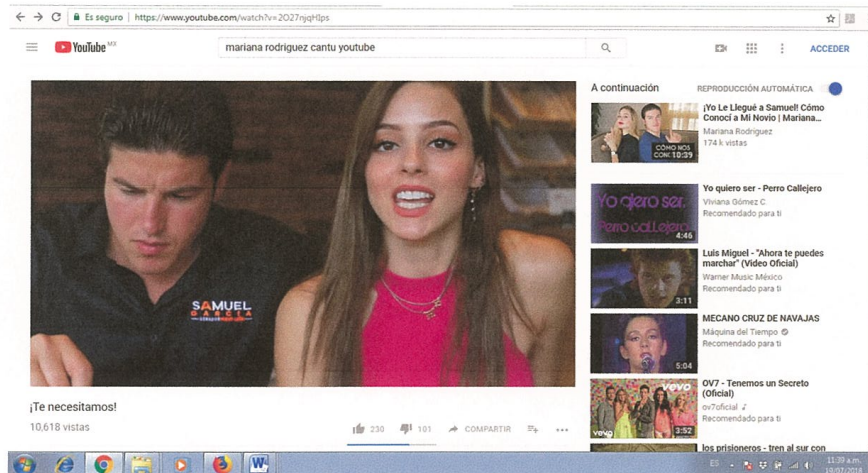
<https://www.facebook.com/marianardzcantu1/photos/a.1962530060644636.1073741828.1962406747323634/2231926217038351/?type=3&theater>



Por lo que hace a las imágenes identificadas con los numerales 39 y 40, publicadas el día 1 de julio del año en curso, podemos ver a la señorita Mariana Rodríguez mostrando su pulgar marcado con la tinta indeleble, así como dejando ver su boleta electoral marcada a favor del entonces candidato Samuel García postulado por el partido Movimiento Ciudadano; lo anterior cobra especial relevancia ya que van acompañadas de los siguientes pies de foto: *"Listo! Yo ya voté por #EINuevoLeon 🍊"* *"Ojerosa pero feliz!!! YO CON SAMUEL GARCIA!! #SAMUELALSENADO #ELNUEVOLEON"* Y toda vez que son publicadas en las redes sociales de la *influencer*, EN PLENA VEDA ELECTORAL son un claro y notorio llamamiento a votar a favor de Samuel García, por lo que dichas publicaciones configuran un acto de proselitismo y difusión de la imagen del candidato dentro de las redes sociales de la modelo, esto con fines de publicidad electoral, por lo que consideramos debe ser fiscalizada.

Si esto no fuera suficiente, el día 20 de Mayo del presente año, en el canal de *YouTube*, "Mariana Rodríguez", que se puede observar en el link: https://www.youtube.com/channel/UCqHbUG6m3N6yQH_6_Ks3vQA/featured fue publicado el video titulado "Te necesitamos", el cuál puede ser visto en el link

<https://www.youtube.com/watch?v=2O27njgHlps> , donde Samuel García explica la forma de cuidar el voto el día de la jornada electoral utilizando el canal y la imagen de la *influencer* para promover el voto en favor del entonces Candidato y del partido que lo postula, tal y como se muestra en la siguiente captura de pantalla:



De igual manera, es fundamental hacer notar que la *Influencer* Mariana Rodríguez con todo ese espectro de seguidores, es susceptible a promocionar distintas marcas al vincular su imagen y características, pretendiendo mezclar su personalidad con las cualidades de la marca o producto que se trate, con la intención de confundir al consumidor final, al hacerlo desear o comprar algo que en realidad no satisface sus necesidades. En el caso que nos ocupa, es igual de aplicable lo anterior, a favor del entonces candidato.

Concatenando lo anterior, un *influencer* por su credibilidad y su facilidad de permear en las plataformas digitales, se convierte en una persona famosa, que tiene el potencial de transformarse en un vehículo eficiente, y relativamente sencillo para hacer llegar propaganda electoral directamente al elector, dada la lógica de funcionamiento de las redes sociales. Donde si bien el hecho de que

publicar mensajes de todo tipo en redes sociales, es un aspecto que goza de una presunción de espontaneidad y creatividad personal, propio de las redes sociales; el acto de hacer pública ciertas publicaciones con apoyo a ciertos partidos políticos o candidatos daña totalmente al electorado pues lo confunde al hacer creer que el candidato político tiene el prestigio de la persona famosa, siendo un acto desleal en la campaña, pues el candidato puede posicionarse por el reconocimiento de la *influencer*, tergiversando el periodo de propaganda electoral que tiene como único propósito dar a conocer las propuestas de los candidatos de una manera equitativa.

Así mismo nos encontramos con la tesis LXVIII/2016, que por lo ya detallado, encontramos una equiparación de una persona famosa y una *influencer*, nos vemos en el siguiente supuesto:

Tesis LXVIII/2016
VEDA ELECTORAL. DEBEN ANALIZARSE INTEGRALMENTE LOS MENSAJES DIFUNDIDOS POR PERSONAS FAMOSAS EN REDES SOCIALES PARA DETERMINAR SI VULNERAN ALGUNA PROHIBICIÓN LEGAL.- De la interpretación gramatical, sistemática y funcional de lo dispuesto en los artículos 1º y 6º, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; y 11, párrafos 1 y 2, 13, párrafos 1 y 2, de la Convención Americana sobre Derechos Humanos; en relación con los numerales 251, párrafos 3 y 4, así como 242, párrafo 3, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, se advierte que si bien, en principio, el hecho de que varias personas famosas publiquen mensajes en redes sociales a favor de un partido político, sus candidatos o su plataforma ideológica, es un aspecto que goza de una presunción de espontaneidad, propio de las redes sociales, por lo que al resolver el procedimiento especial sancionador atinente, la autoridad competente deberá realizar un análisis riguroso de cada mensaje denunciado en lo individual y administrativamente, tomando en cuenta el contexto de su difusión, pues sólo así podrá identificar si existen elementos comunes entre sí que permitan desvirtuar la citada presunción en la emisión de los mensajes y, por ende, determinar si se actualizó alguna infracción a las prohibiciones legales. Ello, pues los partidos o candidatos, bien pueden pretender obtener un beneficio aprovechando la popularidad de las personas famosas en redes sociales e incorporarlas a sus estrategias propagandísticas, pues son sujetos fácilmente identificables por la ciudadanía y cuentan con un número relevante de seguidores, lo que tiene el potencial de transformarse en un vehículo eficiente, económico y relativamente sencillo para hacer llegar propaganda electoral directamente al elector, dada la lógica de funcionamiento de las redes sociales.

Quinta Época:
Recurso de revisión del procedimiento especial sancionador. SUP-REP-542/2015 y acumulado.—Recurrentes: Partido Verde Ecologista de México y otro.—Autoridad

responsable: Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.—20 de abril de 2016.—Mayoría de cinco votos.—Ponente: Salvador Olimpo Nava Gomar.—Disidente: Flavio Galván Rivera.—Secretarios: Agustín José Sáenz Negrete y Mauricio I. Del Toro Huerta.
Recurso de revisión del procedimiento especial sancionador. SUP-REP-16/2016 y acumulado.—Recurrentes: Partido de la Revolución Democrática y otro.—Autoridad responsable: Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.—20 de abril de 2016.—Mayoría de cinco votos.—Engrose: Salvador Olimpo Nava Gomar.—Disidente: Flavio Galván Rivera.—Secretarios: Agustín José Sáenz Negrete y Mauricio I. Del Toro Huerta.

Por lo anterior, el denunciado debe pagar los derechos de uso de las marcas en cuestión, informar el pago realizado a la *Influencer* que durante todo el periodo de campaña realizó publicaciones tendientes a la obtención del voto con sus “chavacanos”, nombre con el que se refiere a sus seguidores en las redes sociales, además de pagar por la realización de las fotografías correspondientes a fin de que sean sumados a los gastos de campaña.

Así mismo, en vista de que la presente denuncia se basa en propaganda difundida en las redes sociales, es importante destacar que ya no pueden ser consideradas como un acto cerrado o hablar del ejercicio de la libertad de expresión pues, si bien, los espacios en internet ofrecen a los usuarios el potencial para que cualquier persona manifieste su desacuerdo con las propuestas y resultados ofrecidos por un partido político, o por el contrario, su simpatía con determinada ideología político-social, también las redes sociales se han convertido en un verdadero medio alternativo de comunicación que facilitan la tarea al hacer llegar los mensajes con inmediatez y globalmente.

Las redes sociales como *Facebook* o *Instagram* permiten que el contenido creado por los usuarios pueda ser visto de forma abierta por cualquier usuario, y ya ni siquiera uno tiene que acceder o buscar dicho contenido, por tanto, generan un impacto directo en los ciudadanos.

Con independencia de lo anterior, el artículo 121 del reglamento de fiscalización establece lo siguiente:

Entes impedidos para realizar aportaciones

1. Los sujetos obligados deben rechazar aportaciones o donativos, en dinero o en especie, préstamos, donaciones, condonaciones de deuda, bonificaciones, descuentos, prestación de servicios o entrega de bienes a título gratuito o en comodato de los siguientes:

a) Los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de la Federación y de las entidades, así como los ayuntamientos.

b) Las dependencias, entidades u organismos de la Administración Pública Federal, estatal o municipal, así como los del Distrito Federal.

c) Los organismos autónomos federales, estatales y del Distrito Federal.

d) Los partidos políticos, personas físicas o morales extranjeras.

e) Las organizaciones gremiales, sindicatos y corporativos.

f) Los organismos internacionales de cualquier naturaleza.

g) Los ministros de culto, asociaciones, iglesias o agrupaciones de cualquier religión.

h) Las personas que vivan o trabajen en el extranjero.

i) Las empresas mexicanas de carácter mercantil.

j) Las personas morales.

k) Las organizaciones sociales o adherentes que cada partido declare, nuevas o previamente registradas.

l) Personas no identificadas.

Del artículo antes transcrito, se desprende que los candidatos no pueden recibir aportaciones o donativos, en dinero o en especie, préstamos, donaciones, condonaciones de deuda, bonificaciones, descuentos, prestación de servicios o entrega de bienes a título gratuito o en comodato, entre otras, de las personas morales, empresas Mexicanas de carácter mercantil, es decir nos encontramos frente a posibles aportaciones prohibidas por parte de las marcas antes mencionadas.

Por todo lo expuesto y fundado, ese Instituto Electoral ejerciendo sus facultades de fiscalización con motivo de la referida elección y con las pruebas

aportadas en este escrito, podrá advertir un rebase de tope de gastos de campaña, por lo que se solicita se califique la falta y en su caso, graduar la sanción a imponer dentro de parámetros objetivos y racionales, atendiendo en todo momento los principios constitucionales de equidad y legalidad, ya que el ahora Senador Electo está realizando propaganda con marcas reconocidas, por lo que se debe sancionar conforme a derecho corresponda.

Así mismo, en vista de que la publicidad denunciada se encuentra en redes sociales, es importante considerar que son espacios de internet que facilitan la comunicación con la ciudadanía en general que tiene las características de ser masiva, directa y a tiempo real por tanto es un verdadero medio alternativo de comunicación que facilitan intercambiar mensajes entre personas con ideologías semejantes o pueden persuadir a la ciudadanía para apoyar una ideología política o en este caso un candidato o campaña política.

Las redes sociales como Facebook o Instagram permite que el contenido creado por los usuarios pueda ser visto de forma abierta por cualquier usuario, y ya ni siquiera uno tiene que acceder o buscar dicho contenido, por tanto, generan un impacto directo en los ciudadanos.

Además de que lo publicado en las redes sociales mencionadas trasciende de las redes mismas ya que las publicaciones en la mayoría de los casos difunden las actividades diarias del denunciado, es decir, además de las personas que además de las personas que lo vieron en internet, un número indeterminado de personas lo vieron en las calles, lo cual hace aún más grave la falta.

En el presente caso, el ahora denunciado en su red social tiene más de cien mil seguidores y ese nivel de audiencia es más que la propia exposición que encontramos en otros medios de comunicación como radio y televisión, lo que se transforma en un vehículo eficiente, económico y sencillo para hacer llegar

propaganda electoral directamente al elector, aprovechándose de la propia lógica de funcionamiento de las redes sociales.

Si bien, probablemente este amparado por la libertad de expresión, al tratarse de publicaciones de una figura pública como lo es el Senador Electo ahora denunciado, genera una mayor atracción o impacto en los mensajes, circunstancia que conlleva también a la responsabilidad respecto de los contenidos que difunde en la red, pues si bien gozan de una amplia libertad de expresión para manifestar ideas y opiniones, dicha libertad no puede ser absoluta, pues las publicaciones que ahora se denuncian se advierten elementos que permiten identificarlos con propaganda electoral para obtener el voto de los ciudadanos y es posible inferir que existe un beneficio del partido y Senador Electo ahora denunciados que ponen en riesgo los principios rectores en la elección.

Cabe mencionar, que todo el contenido ahora denunciado, es con el propósito de beneficiarse, pues cuenta con publicidad con su nombre, imagen, logos, y se difunde en forma constante y reiterada en sus redes sociales, en el que claramente se realiza un llamamiento al voto como los promocionales en radio y televisión, y ya que, a partir de dichas publicaciones en su conjunto existe una evidente estrategia publicitaria, so pretexto del ejercicio de la libertad de expresión, incide de manera indebida en la contienda electoral a partir de la emisión de constantes mensajes que en vez de ser espontáneos, forman parte de una estrategia propagandista diseñada por el Senador Electo ahora denunciado para conseguir apoyo ciudadano y por ende su voto en el presente proceso electoral.

Al analizarse el contenido de cada uno de las publicaciones denunciadas, así como las circunstancias que prevalecen al momento de su emisión, existe una estrategia propagandista pues las publicaciones tienen características en común que advierte el uso del *hashtag* #EINuevoLeón, lo que implica una invitación indeterminada o generalizada a unirse a su causa en la jornada electoral, lo que

deriva en que las redes sociales se están usando para campañas políticas y es posible pagar pauta para promocionar cada una de estas comunicaciones, por lo tanto, la red social debería considerarse como un medio alternativo de comunicación política, además de que la propaganda electoral usando marcas se encuentra prohibida por la normativa electoral.

En ese orden de ideas, de la tesis “LXIII/2015” emitida por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, se desprende que la propaganda electoral:

Se compone de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que producen y difunden los partidos políticos (...) todo acto de difusión que se realice en el marco de una campaña comicial, con la intención de promover una candidatura o a un partido político, debe considerarse como propaganda electoral, con independencia de que se desarrolle en el ámbito de la actividad comercial, publicitaria o de promoción empresarial.

Por lo tanto, la diversidad de publicaciones, escritos, imágenes y demás manifestaciones, realizadas por él C. Samuel García, Senador electo por el Estado de Nuevo León, así como las realizadas por la señorita Mariana Rodríguez Cantú hechas durante el periodo de campaña, con la meta de difundir su candidatura frente al electorado, son propaganda electoral e implican un gasto de recursos económicos; en ese marco encontramos manifestaciones difundidas en sus redes sociales, *Facebook*, *Instagram*, *YouTube* desde las que, como se demuestra, se hace uso de marcas, personajes, personas famosas.

Así, conforme a lo establecido por la Ley de Propiedad Industrial se aclara lo que entendemos por marcas:

Artículo 88.- Se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

Y lo que constituye las marcas:

Artículo 89.- Pueden constituir una marca los siguientes signos:

- I.- Las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, susceptibles de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase;
- II.- Las formas tridimensionales;
- III.- Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, siempre que no queden comprendidos en el artículo siguiente, y
- IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado.

Este uso de marcas, es palpable y claro cómo se describió detalladamente y se diferencia sustancialmente de publicaciones ligadas a un aspecto empresarial o comercial, puesto que con el uso de dichas marcas, personajes o personas, el entonces candidato, no buscó la difusión y contratación de bienes y servicios en determinado mercado, sino que por el contenido y forma en que se publicaron, ese uso de marcas, personajes y personas famosas que además de implicar el uso de recursos, promovió la candidatura y partido del C. Samuel García, persiguiendo el fin de invitar a emitir el sufragio ciudadano en su favor.

De esta forma, resulta relevante citar la **Tesis XIV/2010:**

PROPAGANDA ELECTORAL. NO DEBE TENER CARACTERÍSTICAS SEMEJANTES A LAS DE LA PUBLICIDAD COMERCIAL (LEGISLACIÓN DEL ESTADO DE SINALOA).- De la interpretación sistemática y funcional de los artículos 41, base III, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 14 de la Constitución Política del Estado de Sinaloa; 21, 22, 29, 30, 45, apartado C, párrafo sexto, inciso g); 117 Bis E, fracción II, y 117 Bis I; 246 y 247 de la Ley Electoral del Estado de Sinaloa, se advierte que el fin de la propaganda electoral es buscar la obtención del voto a favor de un precandidato, candidato o partido político; por ello, los **institutos políticos deben abstenerse de incluir en la propaganda electoral expresiones, símbolos o características semejantes a las de**

una publicidad comercial, pues lo contrario podría afectar la equidad en la contienda electoral.

De la que se resaltan criterios medulares para el t3pico analizado, ya que no se debe hacer uso de marcas comerciales, en la propaganda electoral o de propaganda electoral con mensajes que presente estrechas similitudes a los nombres, logotipos o caracter3sticas de las marcas, puesto que de hacerse violar3a el principio de equidad en la contienda.

De esta manera, la generaci3n de propaganda electoral para partidos pol3ticos y candidatos, a partir de una serie de publicaciones utilizando marcas comerciales, afecta a la persona moral propietaria de los derechos de uso de la marca, puesto que se genera una identificaci3n artificial al vincular dicha marca con las posturas y propuestas de un partido pol3tico o candidato.

En este sentido, el empleo de marcas comerciales en propaganda pol3tico - electoral contravienen los derechos de uso de marcas, propiedad intelectual y derechos de autor, adem3s de que su uso en materia electoral infringe de manera grave la equidad en la contienda electoral, porque se puede beneficiar del posicionamiento y prestigio de la marca, implicando al mismo tiempo la erogaci3n de recursos econ3micos por parte del candidato o partido pol3tico en cuesti3n, pudiendo rebasar los topes enmarcados en el marco jur3dico.

Como sabemos bien, la propaganda electoral a diferencia de la publicidad comercial, se encuentra regida por los principios de equidad y acceso a la informaci3n, con que los partidos y candidatos tienen acceso a los medios de comunicaci3n y dem3s espacios permitidos con el 3nico prop3sito de dar a conocer las candidaturas registradas as3 como sus propuestas y el hecho de usar marcas comerciales en la propaganda para promocionar su candidatura registrada constituyen una irregularidad a la normativa electoral, peor a3n, configuran una opacidad en el proceso de campaa, porque la publicidad comercial por su propia naturaleza no est3 regulada por los principios de transparencia y equidad,

formando así un juego desleal con el electorado que genera una competencia irregular.

De lo descrito en las publicaciones aquí denunciadas, la propaganda electoral aquí descrita tiene grandes similitudes con la publicidad comercial, y al utilizar marcas comerciales visibles en sus anuncios, daña totalmente el principio de equidad frente al electorado, porque genera una ventaja al candidato que utiliza alguna marca debido a que se cree que tiene el candidato político tiene el prestigio de la marca reconocida, por lo cual genera una abismal desventaja con los opositores debido a que puede beneficiarse del posicionamiento de la marca y no por sus propuestas electorales, del cual debería ser su único fin.

Por todo lo anterior, las marcas comerciales no pueden ser utilizadas en propaganda electoral, y no sancionarlo y fiscalizarlo sería convertir una ilegalidad en un precedente que afectaría irreversible a nuestro sistema político electoral, debido a que se podría presentar la figura de patrocinio por marcas comerciales a candidatos que contienden en el proceso electoral, dando como resultado un financiamiento ilegal a los candidatos.

De ello resulta necesario, realizar el estudio correspondiente a fin de poder determinar, cuanto se tiene que pagar por la utilización de las diferentes marcas que a lo largo del escrito se mencionaron.

En el estudio que se aporta en el apartado de pruebas se ofrece una forma de cálculo

Por lo tanto, resulta necesario realizar el estudio correspondiente a fin de poder determinar, cuánto se tiene que pagar por la utilización de las diferentes marcas aquí descritas, por lo cual, se anexa al presente el dictamen en materia de valuación del uso de activos intangibles, solicitados a un corredor Público experto en la materia de marcas, donde se observa detalladamente la figura de Activos intangibles, principio que se reconoce en nuestra legislación fiscal (artículo 32 de

la Ley del Impuesto sobre la Renta) al establecer como gastos diferidos, los bienes o derechos que permitan mejorar la aceptación de un producto, y al establecer como ingresos pasivos (artículo 176 de la Ley del Impuesto sobre la Renta), las ganancias provenientes de bienes intangibles, así como los ingresos percibidos a título gratuito, facultando a las autoridades fiscales determinar, aún de manera presuntiva, los ingresos (incluyendo ingresos pasivos) a cargo de un contribuyente.

Finalmente, de manera presuntiva, para efectos de determinar, los pagos que se debieron realizar por la explotación de un activo intangible, se consideró:

- I.-La naturaleza jurídica del bien protegido,
- II.-La naturaleza patrimonial y extrapatrimonial del bien protegido,
- III.-La existencia de una relación entre el titular de los derechos protegidos y el usuario no autorizado,
- IV.-El valor del activo intangible. Empresa Pública y Empresa Privada.
- V.-Rango de Costo de Adquisición del Derecho a Explotar un Activo Intangible (Regalías por Licenciamiento),
- VI.-El "ahorro" por falta de pago de Regalías supone un Incremento Patrimonial destinado al "gasto de campaña".

De lo anterior sirve para sustentar y determinar los pagos que se debieron realizar por el uso de las marcas, pues está regulado que ninguna persona puede y debe beneficiarse de las inversiones realizadas por agentes económicos, sin contraprestación alguna.

REQUERIMIENTO A LA AUTORIDAD

Con los hechos denunciados, se puede concluir que el gasto derivado por la propaganda electoral publicada en redes sociales, seguramente no se está reportando, de tal suerte que es H. Autoridad a fin de determinar los alcances de

la publicidad denunciada deberá requerir con fundamento en el Artículo 200 la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, sin perjuicio de las atribuciones que la ley le confiera, realice los requerimientos que correspondan a los sujetos involucrados en los hechos denunciados así como determinar su financiamiento para incorporar todo gasto no reportado a esa Unidad Técnica de Fiscalización.

Aunado a lo anterior, se solicita a este H. Autoridad investigue las consultas en la página de internet de Facebook, Instagram y YouTube proporcionadas y descritas en el cuerpo del presente escrito, para que realice las investigaciones correspondientes y certifique la existencia de los links que se incluyen en la denuncia.

Para la idoneidad de la investigación, la Unidad Técnica deberá formular los requerimientos necesarios para llegar a la verdad de los hechos denunciados, a fin de corroborar que la publicidad en la red social fue pagada, además de requerir a las diversas empresas, personajes, marcas, equipos de futbol e *influencers*, a fin de determinar el monto total por la utilización de las marcas mencionadas y sea sumado a los gastos de campaña del hoy Senador electo.

A fin de que la autoridad compruebe el valor de las marcas y empresas mencionadas, además del estudio aportado en el apartado de pruebas, y con la finalidad de determinar el costo total por la utilización en propaganda electoral ilegal de las mismas, se aporta las páginas de internet <http://brandfinance.com/knowledge-centre/reports/brand-finance-mxico-50-2018/> y <http://brandfinance.com/knowledge-centre/reports/brand-finance-global-500-2018/> en las que se encuentran estudios referentes al valor estimado de diversas empresas utilizadas por el Senador Electo , en la cual esta autoridad podrá encontrar el valor de marcas con presencia a nivel mundial.

Finalmente, de conformidad con lo establecido en los artículos, 1, 4. 6, 7, 8, 47, numeral 1, y demás relativos y aplicables de la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados, solicito que esta H. Autoridad salvaguarde mis datos personales, en particular el correspondiente a mi domicilio, testando la información del mismo.

Así a fin de robustecer los razonamientos expresados, se ofrecen las siguientes:

PRUEBAS

DOCUMENTAL.- consistente en el acta fuera de protocolo número 30, de fecha 12 de julio del 2018, en la cual consta la existencia de las publicaciones realizadas en las redes sociales del C. Samuel Alejandro García Sepúlveda.

DOCUMENTAL.- consistente en el dictamen en materia de valuación del uso de activos intangibles expedido por el Licenciado Adolfo Quijano Aguirre, Corredor Publico número 5 de la Ciudad de Saltillo, Coahuila.

DOCUMENTAL.- Consistente en el comprobante de la existencia de la marca Star Wars.

DOCUMENTAL.- Consistente en el comprobante de la existencia de la marca The Home Depot.

DOCUMENTAL.- Consistente en el comprobante de la existencia de la marca Tigres.

DOCUMENTAL.- Consistente en el comprobante de la existencia de la marca TECATE.

DOCUMENTAL.- Consistente en el comprobante de la existencia de la marca AFIRME.

DOCUMENTAL.- Consistente en el comprobante de la existencia de la marca COCA COLA.

DOCUMENTAL.- Consistente en el comprobante de la existencia de la marca TELCEL.

DOCUMENTAL.- Consistente en el comprobante de la existencia de la marca CEMEX.

DOCUMENTAL.- Consistente en el comprobante de la existencia de la marca TOLTECA

DOCUMENTAL.- Consistente en el comprobante de la existencia de la marca Adal Ramones.

DOCUMENTAL.- Consistente en el comprobante de la existencia de la marca ADIDAS.

INSTRUMENTAL DE ACTUACIONES.- Consistente en todas y cada una de las pruebas, constancias y acuerdos que obren en el expediente formado con motivo del inicio del presente procedimiento administrativo sancionador en lo que favorezca al interés de mi representado.

LA PRESUNCIONAL LEGAL Y HUMANA.- En todo lo que beneficie al respeto de las normas y la preservación del Orden Público.

Por lo expuesto y fundado, atentamente solicito:

PRIMERO.- Admitir la presente denuncia e instaurar Procedimiento Sancionador en contra del C. Samuel García Sepúlveda, Senador Electo del Partido Movimiento Ciudadano (MC) por Nuevo León por la comisión de los hechos narrados y la violación a la normatividad electoral en materia de fiscalización.

SEGUNDO.- Se realicen las investigaciones pertinentes a fin de proceder conforme a las facultades, dictar las medidas y sanciones que en derecho correspondan y se incorpore el gasto por uso de las marcas al gasto de campaña del ahora Senador Electo denunciado.

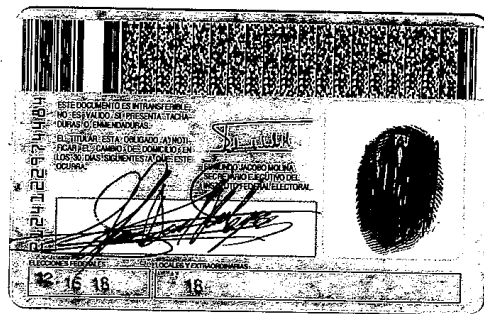
TERCERO.- Tener por ofrecidas las pruebas que se precisan en el capítulo correspondiente, pidiendo se ordene su admisión por no ser contrarias a la moral y al derecho.

Protesto lo necesario

Atentamente



Alfonso Daniel Rodríguez Aguilar.



Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



ENTREGA PERSONAL

18 de julio de 2018

ALFONSO DANIEL RODRÍGUEZ AGUILAR

Re: Dictamen en materia de valuación
del uso de activos intangibles.

Estimado Alfonso;

La protección que nuestra Constitución otorga a los titulares de derechos de propiedad industrial e intelectual (artículo 28 Constitucional), tiene como finalidad otorgar los incentivos necesarios a las personas (físicas y morales) para que el producto de sus inversiones en lograr el reconocimiento público y aceptación de sus marcas, patentes, modelos de utilidad, diseños industriales, imagen, obras de creación artística y literaria, entre otras, únicamente pueda ser explotada por quien realizó dichas inversiones, o por aquellas personas autorizadas para tal fin.

Es decir, Nuestra Constitución protege los privilegios que por determinado tiempo se concedan a los autores y artistas para la producción de sus obras y los que para el uso exclusivo de sus inventos, se otorguen a los inventores y perfeccionadores de alguna mejora. Al regular un sistema económico de libre mercado, se establece que ninguna persona puede y debe beneficiarse de las inversiones realizadas por agentes económicos, sin contraprestación alguna.

En tratándose de activos intangibles, el principio antes mencionado se reconoce en nuestra legislación fiscal (artículo 32 de la Ley del Impuesto sobre la Renta) al establecer como gastos diferidos, los bienes o derechos que permitan mejorar la aceptación de un producto, y al establecer como ingresos pasivos (artículo 176 de la Ley del Impuesto sobre la Renta), las ganancias provenientes de bienes intangibles, así como los ingresos percibidos a título gratuito, facultando a las autoridades fiscales determinar, aún de manera presuntiva, los ingresos (incluyendo ingresos pasivos) a cargo de un





contribuyente (TITULO TERCERO). De las Facultades de las Autoridades Fiscales CAPITULO I, del Código Fiscal de la Federación.)

Para efectos de determinar, aun de manera presuntiva, los pagos que se debieron de haber realizado por la explotación de un activo intangible (ingreso pasivo) protegido por nuestra legislación (Ley de la Propiedad Industrial y Ley Federal del Derecho de Autor) y por los Tratados Internacionales de los que México es parte (Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial y Convenio de Berna para la Protección de Obras Literarias y Artísticas, entre otros), será necesario considerar:

- I.- La naturaleza jurídica del bien protegido,
- II.- La naturaleza patrimonial y extrapatrimonial del bien protegido,
- III.- La existencia de una relación entre el titular de los derechos protegidos y el usuario no autorizado,
- IV.- El valor del activo intangible. Empresa Pública y Empresa Privada.
- V.- Rango de Costo de Adquisición del Derecho a Explotar un Activo Intangible (Regalías por Licenciamiento),
- VI.- El "ahorro" por falta de pago de Regalías supone un Incremento Patrimonial destinado al "gasto de campaña".

A continuación, abordaremos cada uno de los aspectos a considerar para determinar el monto que presumiblemente se "ahorro" y por tanto, presuntivamente se gastó en la campaña política el Partido Movimiento Ciudadano y su candidato Samuel Alejandro García Sepúlveda y por el Partido Acción Nacional y su candidato Víctor Fuentes Solís.

I.- **Naturaleza jurídica del bien protegido.**

Ciertas marcas e imágenes corporativas se convierten en herramientas poderosas de marketing por sí mismas, generando lo que se conoce como el "efecto halo". Un ejemplo clásico del Efecto Halo, es el generado por la marca Apple y todos sus productos. Cuando el primer iPod fue puesto a la venta, hubo una enorme especulación

Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



en el mercado y las ventas de portátiles de Apple Mac, aumentarían vertiginosamente debido al éxito del iPod. Este fenómeno se conoce como el "Efecto Halo".

La imagen comercial en la que una persona invierte recursos económicos y que le permite el derecho de impedir que terceros utilicen dicha imagen sin su autorización, se encuentra protegida por la fracción XXVI del artículo 213 de la Ley de la Propiedad Industrial.

Época: Décima Época
Registro: 2009677
Instancia: Segunda Sala
Tipo de Tesis: Aislada
Fuente: Gaceta del Semanario Judicial de la Federación
Libro 21, Agosto de 2015, Tomo I
Materia(s): Constitucional, Administrativa
Tesis: 2a. LXVII/2015 (10a.)
Página: 1196

DERECHO A LA IMAGEN COMERCIAL. SU TITULARIDAD ESTÁ PROTEGIDA POR LA FRACCIÓN XXVI DEL ARTÍCULO 213 DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

El derecho a la imagen comercial o "*trade dress*", es una derivación del derecho de propiedad industrial y es entendida como la pluralidad de elementos que, como consecuencia de su combinación, permite distinguir productos o servicios, representando una ventaja competitiva en virtud de la identificación generada, y la titularidad de ese derecho se encuentra protegida en la fracción XXVI del artículo 213 de la Ley de la Propiedad Industrial, en tanto **prohíbe usar la combinación de signos distintivos, elementos operativos y de imagen**, que permitan identificar productos o servicios iguales o similares en grado de confusión a otros protegidos por el ordenamiento referido, **que por su uso causen o induzcan al público a confusión, error o engaño, por hacer creer o suponer la existencia de una relación entre el titular de los derechos**



Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



protegidos y el usuario no autorizado. Esto es, la fracción aludida sanciona como infracción administrativa las conductas que por el uso de la combinación de ciertos elementos -imagen comercial- lleven al público consumidor a **asociar un producto o servicio con otros protegidos por la propia ley o a suponer la existencia de una relación entre el titular del derecho y quien presume serlo sin tener un justo título.**

Amparo directo en revisión 5287/2014. Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. 20 de mayo de 2015. Mayoría de cuatro votos de los Ministros Eduardo Medina Mora I., Juan N. Silva Meza, Margarita Beatriz Luna Ramos y Alberto Pérez Dayán; votó con salvedad Margarita Beatriz Luna Ramos. Disidente: José Fernando Franco González Salas. Ponente: Juan N. Silva Meza. Secretario: Rodrigo de la Peza López Figueroa.

Esta tesis se publicó el viernes 07 de agosto de 2015 a las 14:26 horas en el Semanario Judicial de la Federación.

Es decir, el bien jurídico tutelado es la imagen del comerciante, buscándose con ello evitar las conductas deshonestas o parasitarias o de "free riding", es decir, beneficiarse de las inversiones y activos económicos de terceros, sin pagar contraprestación alguna.

Los elementos de imagen, son susceptibles de protección jurídica (fracción VII del artículo 89 de la Ley de la Propiedad Industrial) y no pueden ser explotados sin autorización de su legítimo titular.

El artículo 5 de la Constitución Federal establece, como parte de la libertad de comercio, que: "a ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos". Y será lícita aquella actividad que no viole "leyes de orden público o las buenas costumbres".

En un asunto similar, en los Estados Unidos de América, las cortes resolvieron que el uso de la marca Hershey®, propiedad de la empresa Hershey Chocolate Company, por el candidato a Senador Steve Hershey en su campaña política en Maryland, Estados Unidos de Norteamérica, constituía un uso indebido y contrario a los buenos usos y

De la Cruz No. 238 Col. Jardines del Valle C.P.25260 Saltillo, Coahuila, México Tel. (52) 844 3151883 / 844 3454489



www.cp5.mx



aquijano@cp5.mx



www.facebook.com/cp5.mx



@Cp5_Coah

Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



costumbres, es decir, una conducta contraria a la ley, haciendo notar que el uso del logo de Hershey Company confunde a las personas y los induce a creer que la empresa apoya la campaña política del senador.

II.- La naturaleza patrimonial y extrapatrimonial del bien protegido.

De conformidad con las Normas de Información Financiera ("NIF"), Boletín C-8 Activos Intangibles, y a los criterios de IFRS (International Financial Reporting Standards), los activos intangibles (marcas, imagen, obras) pueden ser valuadas en virtud de cumplir con los criterios de: i) ser identificables, ii) tener un fundamento soportado sobre la generación de beneficios económicos futuros esperada y, iii) que la sociedad tiene control sobre dichos activos. Dentro de los derechos que asisten al titular de los derechos de propiedad industrial, se encuentra el de generar beneficios económicos futuros, es decir, ventas de sus productos, y con ello generar ganancias, **pudiendo excluir a terceros de su potencial explotación o bien generar ingresos derivados de las contraprestaciones pactadas ante la explotación autorizada de dichos derechos.**

Es decir, el uso de un activo protegido por la legislación en materia de Propiedad Industrial e Intelectual es un activo de naturaleza económica, que representa parte de las inversiones que realiza su titular y que **le otorga el privilegio de adquirir beneficios económicos (contraprestaciones económicas)** o bien reducir costos.

El explotar un derecho de propiedad industrial, supone por tanto, un aumento en la esfera patrimonial del autorizado (se cobre por el otorgamiento de dicho derecho, a través de una regalía, o bien se aporte dicho derecho como donativo, en cualquier caso, se está en presencia de la explotación de un bien de naturaleza económica).

Entre las prerrogativas más importantes protegidas por nuestra legislación en materia de propiedad industrial e intelectual, se encuentra la de excluir y prohibir que terceros se hagan, de manera "gratuita" y sin autorización, de beneficios patrimoniales o extrapatrimoniales, producto de la inversión y esfuerzo de otros.

Nuestra legislación no sólo busca proteger derechos de carácter patrimonial, sino también derechos de carácter extra-patrimonial. Así por ejemplo, el artículo 23 de la Ley Federal del Derecho de Autor prevee que: "Salvo pacto en contrario, se entiende que los autores que aporten obras para su utilización en anuncios publicitarios o de



Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



propaganda, han autorizado la omisión del crédito autoral durante la utilización o explotación de las mismas, sin que esto implique renuncia a los derechos morales.

Es decir, nuestra legislación protege tanto derechos patrimoniales como derechos extra-patrimoniales.

III.- La existencia de una relación entre el titular de los derechos protegidos y el usuario no autorizado.

Dentro de las prerrogativas otorgadas al titular de un derecho de propiedad industrial y/o intelectual, está la de proteger la percepción que la sociedad tiene sobre su imagen, sus productos y sus servicios. El hacer creer o suponer que existe una relación entre empresas y personajes de reconocido prestigio y un partido político y/o su candidato, cuando ello no es así, atenta contra los buenos usos y costumbres no solo por poder afectar derechos patrimoniales o extra-patrimoniales de su titular, sino por buscar inducir al público a error, incluyendo en materia electoral.

El hacer creer o suponer que empresas de reconocido prestigio guardan una relación con un candidato político, contribuye a la generación de una imagen pública sólida y de prestigio, para alguien que previamente no representaba una figura famosa, es decir, a través de la asociación de activos intangibles de reconocido prestigio a los servicios que una persona (candidato) prestará (actividad legislativa), se genera una ventaja indebida contraria a los buenos usos y costumbres y por tanto a la ley.

IV.- El valor del un activo intangible. Empresa Pública y Empresa Privada.

A continuación se hace una breve descripción de la metodología conforme a la cual se valúa un activo intangible.

Cabe mencionar que en tratándose de empresas públicas (es decir, empresas que cotizan en los mercados bursátiles), el valor de sus activos es asignado por el gran público inversionista y publicado en diversas fuentes que dan a conocer dicho valor.



Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



Por lo que hace a empresas privadas (que no cotizan en los mercados bursátiles), la metodología indicada en éste apartado, es la que se utiliza para determinar el valor de uno o varios activos intangibles.

Las distintas actividades económicas que desarrollan las empresas en la producción de bienes o servicios requieren en alguna medida de activos intangibles. Un activo intangible es un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física. Es un conjunto de bienes inmateriales, representados en derechos, privilegios o ventajas de competencia que son valiosos porque contribuyen a un aumento en ingresos o utilidades por medio de su empleo en el ente económico; estos derechos se adquieren de terceros o se desarrollan en el curso normal de los negocios. Dentro de este grupo se incluyen conceptos tales como: crédito mercantil, marcas, patentes, concesiones y franquicias, derechos de autor y licencias.

Las empresas se desempeñan en un entorno de globalización, competencia, revolución tecnológica y constantes cambios en la naturaleza de los activos, de ahí surge la necesidad de proporcionar información sobre los recursos y actividades intangibles controlados por la empresa.

Con frecuencia, las entidades emplean recursos, o incurren en pasivos, en la adquisición, desarrollo, mantenimiento o mejora de recursos intangibles tales como el conocimiento científico o tecnológico, el diseño e implementación de nuevos procesos o nuevos sistemas, las licencias o concesiones, la propiedad intelectual, los conocimientos comerciales o marcas (incluyendo denominaciones comerciales y derechos editoriales). Otros ejemplos comunes de partidas que están comprendidas en esta amplia denominación son los programas informáticos, las patentes, los derechos de autor, las películas, las listas de clientes, los derechos por servicios hipotecarios, las licencias de pesca, las cuotas de importación, las franquicias, las relaciones comerciales con clientes o proveedores, la lealtad de los clientes, las cuotas de mercado y los derechos de comercialización.

Los tres atributos críticos de un activo intangible son:

1. Identificabilidad
2. Control (poder para obtener beneficios a partir del activo)
3. Beneficios económicos futuros (tales como ingresos ordinarios o reducción en costos futuros). Entre otras cosas, la entidad debe demostrar la existencia de un

Correduría
Pública

De la Cruz No. 238 Col. Jardines del Valle C.P.25260 Saltillo, Coahuila, México Tel. (52) 844 3151883 / 844 3157489



www.cp5.mx



aquijano@cp5.mx



www.facebook.com/cp5.mx



[@Cp5_Coah](https://twitter.com/Cp5_Coah)

Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



mercado para la producción que genere el activo intangible o para el activo en sí, o bien, en el caso de que vaya a ser utilizado internamente, la utilidad del mismo para la entidad.

1. Identificabilidad

Un activo intangible es identificable cuando:

- i. es separable (capaz de ser separado y vendido, transferido, licenciado, alquilado, o intercambiado, ya sea individualmente o como parte de un paquete) o
- ii. surge de derechos contractuales o legales de otro tipo, independiente de si esos derechos son transferibles o separables de la entidad o de otros derechos y obligaciones.

2. Control

Una entidad controlará un determinado activo siempre que tenga el poder de obtener los beneficios económicos futuros que procedan de los recursos que subyacen en el mismo, y además pueda restringir el acceso de terceras personas a tales beneficios. La capacidad que la entidad tiene para controlar los beneficios económicos futuros de un activo intangible tiene su justificación, normalmente, en derechos de tipo legal que son exigibles ante los tribunales. En ausencia de tales derechos de tipo legal, será más difícil demostrar que existe control. No obstante, la exigibilidad legal de un derecho sobre el elemento no es una condición necesaria para la existencia de control, puesto que la entidad puede ejercer el control sobre los citados beneficios económicos de alguna otra manera.

Los conocimientos técnicos y de mercado pueden dar lugar a beneficios económicos futuros. La entidad controlará esos beneficios si, por ejemplo, tiene protegidos tales conocimientos por derechos legales como la propiedad intelectual o el derecho de copia, la restricción de los acuerdos comerciales (si estuvieran permitidos) o bien por una obligación legal de los empleados de mantener la confidencialidad.

Una entidad puede poseer un equipo de personas capacitadas, de manera que pueda identificar posibilidades de mejorar su nivel de competencia mediante la mejora de su formación especializada, lo que producirá beneficios económicos en el futuro. La entidad



Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



puede también esperar que su plantilla continúe prestando sus servicios dentro de la entidad. No obstante, y con carácter general, la entidad tendrá un control insuficiente sobre los beneficios futuros esperados que pueda producir un equipo de empleados con mayor especialización, como para poder considerar que los importes dedicados a la formación cumplen la definición de activo intangible.

Por razones similares, es improbable que las habilidades técnicas o de dirección, de carácter específico, cumplan con la definición de activo intangible, a menos que estén protegidas por derechos legales para ser utilizadas y alcanzar los beneficios económicos que se espera de ellas, y además cumplan el resto de condiciones de la definición de activo intangible.

La entidad puede tener una cartera de clientes o una determinada cuota de mercado, y esperar que debido a los esfuerzos empleados en desarrollar las relaciones con los clientes y su lealtad, éstos vayan a continuar demandando los bienes y servicios que se les ofrecen. Sin embargo, en ausencia de derechos legales u otras formas de control que protejan esta expectativa de relaciones o de lealtad continuada por parte de los clientes, la entidad tendrá, por lo general, un grado de control insuficiente sobre los beneficios económicos que se podrían derivar de las mismas, como para poder considerar que tales partidas (cartera de clientes, cuotas de mercado, relaciones con la clientela, lealtad de los clientes) cumplen la definición de activo intangible.

3. Beneficios económicos futuros

Entre los beneficios económicos futuros procedentes de un activo intangible se incluyen los ingresos ordinarios procedentes de la venta de productos o servicios, los ahorros de costos y otros rendimientos diferentes que se deriven del uso del activo por parte de la entidad. Por ejemplo, el uso de la propiedad intelectual dentro del proceso de producción puede reducir los costos de producción futuros, en lugar de aumentar los ingresos ordinarios futuros.

La metodología de Flujos de Efectivo Descontados permite estimar los beneficios económicos futuros derivados de la explotación de los activos intangibles de la empresa.

Medición inicial



Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



Un activo intangible se medirá inicialmente por su costo. No se reconocerán activos intangibles surgidos de la investigación (o de la fase de investigación en proyectos internos). Los desembolsos por investigación (o en la fase de investigación, en el caso de proyectos internos), se reconocerán como gastos del periodo en el que se incurran.

Igualmente, se considerarán todos los gastos en publicidad y promoción que se hubieren erogado para lograr la penetración y reconocimiento del activo en cuestión.

Este requerimiento se aplicará a los costos erogados inicialmente para adquirir o generar internamente un activo intangible, y para aquéllos en los que se haya incurrido posteriormente para añadir, sustituir partes del mismo o realizar su mantenimiento.

Medición del valor del activo posterior al reconocimiento

Una entidad seleccionará el modelo de costo o el modelo de revaluación como parte de su política contable. Si un activo intangible se contabiliza según el modelo de revaluación, todos los demás activos pertenecientes a la misma clase también se contabilizarán utilizando el mismo modelo, a menos que no exista un mercado activo para esa clase de activos.

Modelo de costo: con posterioridad a su reconocimiento inicial, un activo intangible se contabilizará por su costo menos la amortización acumulada y el importe acumulado de las pérdidas por deterioro del valor.

Modelo de revaluación: con posterioridad al reconocimiento inicial, un activo intangible se contabilizará por su valor revaluado, que es su valor razonable, en el momento de la revaluación, menos la amortización acumulada, y el importe acumulado de las pérdidas por deterioro del valor que haya sufrido. Para fijar el importe de las revaluaciones, el valor razonable se determinará por referencia a un mercado activo. Las revaluaciones se harán con suficiente regularidad, para asegurar que el importe en libros del activo, al final del periodo sobre el que se informa, no difiera significativamente del que podría determinarse utilizando el valor razonable.

Para fijar el importe de las revaluaciones, el valor razonable se determinará por referencia a un mercado activo. Un mercado activo es un mercado en el que se dan todas las siguientes condiciones:



Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



- (a) los bienes o servicios intercambiados en el mercado son homogéneos;
- (b) normalmente se pueden encontrar en todo momento compradores y vendedores; y
- (c) los precios están disponibles al público.

Se reconoce la dificultad de encontrar mercados activos para los intangibles, debido a que los intangibles tienen particularidades que los hacen únicos, y aunque pueda existir un contrato de compra venta para algunos intangibles, los precios pactados, no suministran evidencia suficiente del valor razonable, debido a lo infrecuente de las transacciones.

Si se incrementa el importe en libros de un activo intangible como consecuencia de una revaluación, dicho aumento se reconocerá en otro resultado global y acumulado en el patrimonio en una cuenta de superávit de revaluación. Sin embargo, el incremento se reconocerá en el resultado del periodo en la medida en que sea una reversión de un decremento por una revaluación del mismo activo reconocido anteriormente en el resultado del periodo. Cuando se reduzca el importe en libros de un activo intangible como consecuencia de una revaluación, dicha disminución se reconocerá en el resultado del periodo. Sin embargo, la disminución se reconocerá en otro resultado global en la medida en que existiera saldo acreedor en el superávit de revaluación en relación con ese activo.

Clasificación con base en su vida útil

Los activos intangibles se clasificaran en aquellos con vida útil finita y con vida útil indefinida. Se entiende que la vida útil de un activo es:

- (a) el periodo durante el cual se espera utilizar el activo por parte de la entidad; o
- (b) el número de unidades de producción o similares que se espera obtener del mismo por parte de una entidad.

Una entidad evaluará si la vida útil de un activo intangible es finita o indefinida y, si es finita, evaluará la duración o el número de unidades productivas u otras similares que constituyan su vida útil. La entidad considerará que un activo intangible tiene una vida útil indefinida cuando, sobre la base de un análisis de todos los factores relevantes, no exista un límite previsible al periodo a lo largo del cual el activo se espera que el activo genere entradas de flujos netos de efectivo para la entidad.



Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



La vida útil de un activo intangible que surja de un derecho contractual o de otro tipo legal no excederá el periodo de esos derechos pero puede ser inferior, dependiendo del periodo a lo largo del cual la entidad espera utilizar el activo. Si el derecho contractual o de otro tipo legal se hubiera obtenido por un plazo limitado que puede ser renovado, la vida útil del activo intangible sólo incluirá el periodo o periodos de renovación cuando exista evidencia que respalde la renovación por parte de la entidad sin un costo significativo.

Activos intangibles con vidas útiles finitas

El importe amortizable de un activo intangible con una vida útil finita, se distribuirá sobre una base sistemática a lo largo de su vida útil. Importe amortizable es el costo de un activo, o el importe que lo haya sustituido, menos su valor residual. La amortización comenzará cuando el activo esté disponible para su utilización, es decir, cuando se encuentre en la ubicación y condiciones necesarias para que pueda operar de la forma prevista por la gerencia.

El método de amortización utilizado reflejará el patrón de consumo esperado, por parte de la entidad, de los beneficios económicos futuros derivados del activo. Si este patrón no pudiera ser determinado de forma fiable, se adoptará el método lineal de amortización. El cargo por amortización de cada periodo se reconocerá en el resultado del periodo, a menos que otra Norma permita o exija que dicho importe se incluya en el importe en libros de otro activo.

Activos intangibles con vidas útiles indefinidas

Los activos intangibles con una vida útil indefinida no se amortizarán. La empresa comprobará si un activo intangible con una vida útil indefinida ha experimentado una pérdida por deterioro del valor comparando su importe recuperable con su importe en libros:

- (a) anualmente, y
- (b) en cualquier momento en el que exista un indicio de que el activo puede haber deteriorado su valor.

La vida útil de un activo intangible que no está siendo amortizado se revisará cada periodo para determinar si existen hechos y circunstancias que permitan seguir manteniendo una vida útil indefinida para ese activo.



Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



V.- Rango de Costo de Adquisición del Derecho a Explotar un Activo Intangible (Regalías por Licenciamiento).

Por lo que hace a la propiedad intelectual, nuestra legislación prevé (artículo 26 bis de la Ley Federal del Derecho de Autor) que el autor y su causahabiente gozarán del **derecho a percibir una regalía** por la comunicación o transmisión pública de su obra por cualquier medio, estableciéndose que para determinar su monto (a falta de pacto entre las partes), deberán considerarse los usos y costumbres en el ramo que se trate y las tarifas aplicables en otros países por el mismo concepto (artículo 212 de dicho ordenamiento legal).

Es decir, la explotación de un derecho de propiedad intelectual, para ser debida, debe de ser autorizada por su titular. Dicha explotación autorizada **supone el pago de una regalía**. De contar con dicha autorización, la explotación será debida, es decir, acorde con la ley, y los buenos usos y costumbres.

Por su parte, en materia de propiedad industrial, la explotación de dichos derechos supone también la existencia del **pago de regalías** (Artículo 73 de la Ley de la Propiedad Industrial relativa a la licencia obligatoria de una patente), fracción III del artículo 175 relativo a la explotación de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas en el Extranjero, entre otras).

Por lo que hace a las marcas, el artículo 136 de la Ley de la Propiedad Industrial establece que: el titular de una marca registrada o en trámite podrá conceder, mediante convenio, licencia de uso. En operaciones entre partes independientes, informadas y en un régimen de libre mercado, es de presumirse que el titular de un activo de naturaleza económica -que ha invertido en su posicionamiento y percepción, mediante la continua inversión en publicidad y en asegurar la calidad de sus productos o servicios- tiene el derecho al cobro de una contraprestación (comúnmente llamada regalía) por quien explote dicho(s) activos intangibles.

El costo de adquisición de un derecho de explotación, debe ser tasado en consideración a los usos y costumbres aplicables en México o en otros países, para así determinar cuál es el monto en el cuál se ha incrementado el patrimonio del usuario de dicho activo intangible.



Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



Durante su campaña política, el candidato Samuel Alejandro García Sepúlveda, candidato del Partido Movimiento Ciudadano y el candidato Víctor Fuentes Solís, candidato del Partido Acción Nacional, utilizaron, como estrategia de comunicación para fortalecer su imagen, los derechos de propiedad industrial (imagen comercial y marcas) de los terceros que se indican en el **Anexo "A"** de éste dictamen.

La cuantificación del "ahorro" – en caso de no haberse realizado pago de contraprestación alguna- o dicho de otra manera, de la cantidad que se debió de haber gastado por la explotación de activos de naturaleza económica, constituiría un elemento fundamental en la determinación de gasto incurrido por el Partido Movimiento Ciudadano y su candidato Samuel Alejandro García Sepúlveda y por el Partido Acción Nacional y su candidato Víctor Fuentes Solís.

Lo anterior, en virtud de que como se ha dicho, los derechos para explotar un activo intangible, -incluyendo para fines políticos-, deben ser adquiridos a montos que hubieran sido utilizados por partes independientes en operaciones comparables o de no contar con los elementos e información de transacciones previas, a montos a los que partes informadas en un mercado de libre competencia, hubieren estado dispuestas, de manera razonable, a permitir el aprovechamiento patrimonial o extra-patrimonial de las inversiones, talento y esfuerzo realizado por terceros titulares de activos intangibles.

Para ello, debe determinarse un rango de precio por el derecho a publicitarse y vincular la imagen y reputación del titular de activos intangibles y un candidato político, monto que debe establecerse de manera presuntiva, al no existir un acuerdo comercial entre el(los) titulares de los activos intangibles y el titular de el(los) derechos de propiedad industrial y/o intelectual explotados.

Es decir, se debe establecer –mediante rangos- el porcentaje razonable que partes informadas en un mercado de libre competencia hubiesen estado dispuestos a pagar y a cobrar.

El punto de partida para ello será determinar el valor de las marcas utilizadas o bien como porcentaje de las ventas de la empresa titular de las marcas utilizadas sin autorización.



Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



En el caso particular, contamos con el valor reportado de ciertas marcas utilizadas en una campaña política, valor que servirá de referencia para establecer el rango del monto que debió de haberse pagado, de haber actuado de manera lícita y con autorización de el(los) titular(es) de las marcas explotadas.

El Anexo “B” y el Anexo “C”, contiene la estimación presuntiva (mediante rangos) del precio que se cobraría por el uso de propiedad industrial, en atención a los montos que se estima que partes informadas y no relacionadas (“arm’s length”) en un mercado de libre concurrencia hubieren estado razonablemente dispuestas a negociar.

Cabe mencionar que existen ciertos activos intangibles respecto de los cuales no contamos con los Estados Financieros de sus titulares, elemento fundamental para poder determinar de manera presuntiva un rango de precio que debió de haberse pagado, sin embargo, ello no implica que el uso de dichos activos deba desestimarse para llegar al monto total de la contraprestación presuntiva en la que debió de haber incurrido el Partido Político.

Mediante la **estimación presuntiva del monto que se hubiese tenido que erogar por la explotación de un derecho de propiedad industrial, se podrá estimar de manera presuntiva, el monto gastado en una campaña política.** (La determinación presuntiva de ingresos o gastos, es aplicable en nuestro derecho positivo fiscal, mediante la determinación del precio o monto de la contraprestación en operaciones que hubieran utilizado partes independientes en operaciones comparables, ya sea que éstas sean con personas morales, residentes en el país o en el extranjero, personas físicas y establecimientos permanentes en el país de residentes en el extranjero).

El permitir que una organización política y/o uno de sus candidatos, explote un derecho de propiedad industrial y/o intelectual del que un tercero es titular, para construir su imagen pública, es comparable a las operaciones que se realizan al permitir que se realice publicidad a través de la explotación de activos intangibles, a otros personajes públicos como lo son los atletas, deportistas de alto rendimiento, artistas y personajes del mundo del espectáculo y el entretenimiento.

En operaciones comparables, quien publicita una marca, nombre comercial, y/o derecho de autor propiedad de un tercero, puede ser sujeto ya sea a una retribución económica (ingreso) o bien a la una obligación de pago (egreso), dependiendo de quién obtiene el beneficio por realizar publicidad explotando el activo intangible en cuestión.

De la Cruz No. 238 Col. Jardines del Valle C.P.25260 Saltillo, Coahuila, México Tel. (52) 844 3151883 / 844 3154489



www.cp5.mx



aquijano@cp5.mx



www.facebook.com/cp5.mx



[@Cp5_Coah](https://twitter.com/Cp5_Coah)

Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



VI.- El "ahorro" por falta de pago de Regalías supone un Incremento Patrimonial.

El derecho de explotación de un activo intangible en medios publicitarios, ya sea aportado por su titular, o apropiado indebidamente por quien lo explota, necesariamente supone una contraprestación económica. De no realizarse pago alguno, el usuario no autorizado **reporta un beneficio económico al evitar un gasto que de otra manera se hubiera debido afrontar.**

El aprovechamiento de un derecho (explotación de activos intangibles), cuyo valor ha quedado determinado de manera presuntiva, implica haberse fondeado (aun mediante el "ahorro" o "ingreso pasivo"), para el Partido Movimiento Ciudadano y su candidato Samuel Alejandro García Sepúlveda por un monto total que oscila entre **MX\$36'029,290.30** pesos mexicanos y **MX\$87'206,235.29** pesos mexicanos y para el Partido Acción Nacional y su candidato Víctor Fuentes Solís por un monto total que oscila entre **MX\$59'852,951.68** pesos mexicanos y **MX\$115'008,756.17** pesos mexicanos.

El Anexo "B" y el Anexo "C" describen de manera detallada la metodología por la cual se determina el rango de valor antes mencionado.

5
Correduría
Pública

De la Cruz No. 238 Col. Jardines del Valle C.P.25260 Saltillo, Coahuila, México Tel. (52) 844 3151883 / 84413154489



www.cp5.mx



aquijano@cp5.mx



www.facebook.com/cp5.mx



[@Cp5_Coah](https://twitter.com/Cp5_Coah)



Correduría
Pública

Plaza del Estado
de Coahuila

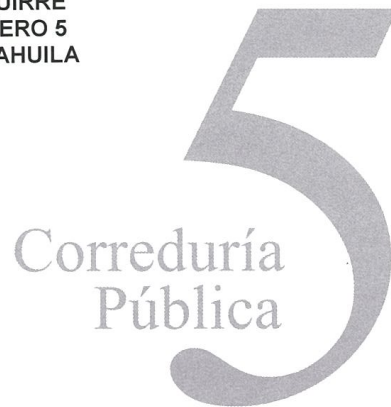
Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



El presente dictamen se presenta a solicitud de **ALFONSO DANIEL RODRIGUEZ AGUILAR** y representa el leal saber y entender del suscrito, **Lic. ADOLFO QUIJANO AGUIRRE**, Corredor Público No. 5 de la Ciudad de Saltillo, Coahuila, perito en materia legal y de valuación, según lo previsto por el Artículo 6° de la Ley Federal de Correduría Pública.

Saltillo, Coahuila, a 18 de julio de 2018

LIC. ADOLFO QUIJANO AGUIRRE
CORREDOR PÚBLICO NÚMERO 5
PLAZA DEL ESTADO DE COAHUILA





Correduría
Pública

Plaza del Estado
de Coahuila



Anexo "A"

MARCAS
Dragon Ball Z
Tigres
Tigres
Tigres
Cemex
Adidas
Tecate
Telcel
Home Depot
Walt Disney
Coca Cola
Star Wars



Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



Anexo "B"

Estimación de contraprestación ahorrada (gasto en especie mediante la explotación de derechos por los que se estima se debe pagar una contraprestación monetaria).

Gastos en los que se hubiese incurrido de haberse negociado y acordado el pago de una contraprestación por el uso y explotación de activos intangibles.

La estimación presuntiva de gastos se hace sobre la base de un rango porcentual respecto del valor reportado de los activos explotados, en virtud de que no existen datos conocidos de licencias de uso de propiedad industrial y/o intelectual, entre candidatos políticos y empresas de reconocido prestigio. Es decir, se establece cuál es la estimación razonable del monto por el cual el titular de activos intangibles hubiere otorgado el derecho de usar su propiedad industrial e intelectual, para fines de que a un candidato político en México se le asocie con dichos activos.

El cálculo que se refleja a continuación se realiza:

- 1) El valor reportado de la marca, se multiplica por el porcentaje de regalía anual que se estima el titular del intangible cobraría como mínimo por la explotación de su activo. El porcentaje de regalía anual, que se estima razonable va del i) rango menor se establece sobre el 0.02% (cero punto cero dos por ciento anual) del valor de la marca y, ii) el rango superior, sobre el 0.03% (cero punto cero tres por ciento) del valor de la marca. Es decir, tanto en el rango mínimo como en el rango máximo, un porcentaje significativamente menor al 1% (anual)
- 2) El resultado de la multiplicación anterior, se divide entre 365 días del año, para obtener el porcentaje sobre base diaria,
- 3) Dicho monto se multiplica por el número de días durante los cuáles se explotó el activo intangible.
- 4) El resultado obtenido es en dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.
- 5) Se considera un tipo de cambio de MX\$18.5 (dieciocho pesos con cincuenta centavos) por dólar.
- 6) Se suma el total de las contraprestaciones "ahorradas".

De la Cruz No. 238 Col. Jardines del Valle C.P.25260 Saltillo, Coahuila, México Tel. (52) 844 3151883 / 844 3159489



www.cp5.mx



aquijano@cp5.mx



www.facebook.com/cp5.mx



@Cp5_Coah

Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



- 7) Para establecer un rango, se hace una reducción del 20% del monto obtenido, tanto en el rango menor como en el rango superior.

Samuel Alejandro García Sepúlveda

MARCA	VALOR DE LA MARCA (USD)	FECHA DE PUBLICACIÓN	LINK DE PUBLICACION	TIEMPO DE UTILIZACIÓN AL 12 DE JULIO	RANGO MENOR DEL 0.02% EN DOLARES, ANUAL	RANGO MAYOR 0.03% PERIODO DE ANUAL EN DOLARES	LINK DE CONSULTA DEL VALOR DE LA MARCA
GEMEX	2,777 MD	6 de mayo	https://www.facebook.com/SAMUEL.GARCIASEPULVEDA/	67 días	\$ 103,930.14	\$ 152,935.21	http://brandfinance.com/brandfinance/central/reports/brandfinance/brandfinance-50-2018/
ADDAS	9,216 MD	17 de junio	https://www.instagram.com/brand/status/9840000000000000000/	26 días	\$ 131,296.44	\$ 196,944.66	https://www.interbrand.com/brand-50-2018/
TECATE	1,984 MD	28 de abril	https://www.facebook.com/SAMUEL.GARCIASEPULVEDA/	75 días	\$ 81,514.25	\$ 1,221,018.70	http://brandfinance.com/brandfinance/central/reports/brandfinance/brandfinance-50-2018/
TELCEL	35,530 MD	14 de abril	https://www.facebook.com/SAMUEL.GARCIASEPULVEDA/	70 días	\$ 135,747.47	\$ 201,613.70	http://brandfinance.com/brandfinance/central/reports/brandfinance/brandfinance-50-2018/
HOME DEPOT	33,748 MD	21 de abril	https://www.facebook.com/SAMUEL.GARCIASEPULVEDA/	82 días	\$ 1,516,348.49	\$ 2,274,521.74	http://brandfinance.com/brandfinance/central/reports/brandfinance/brandfinance-50-2018/
Coca Cola	1,688 MD	3 de mayo	https://www.facebook.com/SAMUEL.GARCIASEPULVEDA/	70 días	\$ 62,000.27	\$ 930,904.11	http://brandfinance.com/brandfinance/central/reports/brandfinance/brandfinance-50-2018/
TOTAL DOLARES					\$ 2,018,932.05	\$ 4,981,924.11	
TIPO DE CAMBIO					\$ 18.50		
TOTAL PESOS					\$ 37,515,243.81	\$ 97,147,520.14	
Reducción del 20%					\$ 30,028,194.41	\$ 77,718,016.11	

Correduría
Pública

De la Cruz No. 238 Col. Jardines del Valle C.P.25260 Saltillo, Coahuila, México Tel. (52) 844 3151883 / 844 2154489



www.cp5.mx



aquijano@cp5.mx



www.facebook.com/cp5.mx



@Cp5_Coah

Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



Víctor Fuentes Solís

MARCA	VALOR DE LA MARCA (USD)	FECHA DE PUBLICACION	LINK DE PUBLICACION	TIEMPO DE UTILIZACION AL 12 DE JULIO	RANGO MENOR DEL 0.02% EN DOLARES ANUAL	RANGO MAYOR 0.03% PERIODO DE ANUAL EN DOLARES	LINK DE CONSULTA DEL VALOR DE LA MARCA
GEMEX	2,777 MD	14 de abril	https://www.facebook.com/victor.fuentes.solis/	89 días	\$ 135,426.30	\$ 203,139.50	https://brandfinance.com/newmedia-center/reports/brand-finance-
ADDIDAS	9,216 MD	14 de abril	https://www.facebook.com/victor.fuentes.solis/	89 días	\$ 449,437.81	\$ 674,142.71	https://www.interbrand.com/brand-valuation/brand-valuation-format-
TECATE	1,984 MD	14 de abril	https://www.facebook.com/victor.fuentes.solis/	89 días	\$ 96,751.97	\$ 145,109.50	https://brandfinance.com/newmedia-center/reports/brand-finance-
TELCEL	3,539 MD	14 de abril	https://www.facebook.com/victor.fuentes.solis/	89 días	\$ 172,586.85	\$ 268,880.27	https://brandfinance.com/newmedia-center/reports/brand-finance-
HOME DEPOT	33,748 MD	14 de abril	https://www.facebook.com/victor.fuentes.solis/	89 días	\$ 1,645,792.88	\$ 2,408,009.50	https://brandfinance.com/newmedia-center/reports/brand-finance-
HOME DEPOT	Brand value (USD m) 2018						
HOME DEPOT	32,990 md					\$ 2,089,331.50	https://brandfinance.com/newmedia-center/reports/brand-finance-
WALT DISNEY	Brand value (USD m) 2018						
WALT DISNEY	32,990 md	25 de abril	https://www.facebook.com/victor.fuentes.solis/	78 días	\$ 1,392,887.67	\$ 2,089,331.50	https://brandfinance.com/newmedia-center/reports/brand-finance-
TOTAL DOLARES					\$ 3,892,285.48	\$ 7,145,506.85	
TIPO DE CAMBIO					\$ 18.50		
TOTAL PESOS					\$ 72,018,381.37	\$ 139,337,383.56	
Reduccion del 20%					\$ 57,614,705.10	\$ 111,469,906.85	

El valor antes indicado, no refleja la contraprestación "ahorrada" por el uso de las marcas Dragon Ball Z® y Tigres®, por no contar con información que permita determinar el valor de dichas marcas.

Correduría
Pública

5

De la Cruz No. 238 Col. Jardines del Valle C.P.25260 Saltillo, Coahuila, México Tel. (52) 844 3151883 / 844 3151489



www.cp5.mx



aquijano@cp5.mx



www.facebook.com/cp5.mx



@Cp5_Coah

Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



Anexo "C"

Estimación de contraprestación ahorrada (gasto en especie mediante la explotación de derechos por los que se estima se debe pagar una contraprestación monetaria).
Gastos en los que se hubiese incurrido de haberse negociado y acordado el pago de una contraprestación por el uso y explotación de activos intangibles.

La estimación presuntiva de gastos se hace sobre la base de un rango porcentual respecto del valor reportado de los activos explotados, en virtud de que no existen datos conocidos de licencias de uso de propiedad industrial y/o intelectual, entre candidatos políticos y empresas de reconocido prestigio. Es decir, se establece cuál es la estimación razonable del monto por el cual el titular de activos intangibles hubiere otorgado el derecho de usar su propiedad industrial e intelectual, para fines de que a un candidato político en México se le asocie con dichos activos.

El cálculo que se refleja a continuación se realiza:

- 1) El valor reportado de la marca, se multiplica por el porcentaje de regalía anual que se estima el titular del intangible cobraría como mínimo por la explotación de su activo. El porcentaje de regalía anual, que se estima razonable va del i) rango menor se establece sobre el 0.02% (cero punto cero dos por ciento anual) del valor de la marca y, ii) el rango superior, sobre el 0.03% (cero punto cero tres por ciento) del valor de la marca. Es decir, tanto en el rango mínimo como en el rango máximo, un porcentaje significativamente menor al 1% (anual)
- 2) El resultado de la multiplicación anterior, se divide entre 365 días del año, para obtener el porcentaje sobre base diaria.

De la Cruz No. 238 Col. Jardines del Valle C.P.25260 Saltillo, Coahuila, México Tel. (52) 844 3151883 / 844 3154489



www.cp5.mx



aquijano@cp5.mx



www.facebook.com/cp5.mx



@Cp5_Coah

Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



- 3) Dicho monto se multiplica por el número de días durante los cuáles se explotó el activo intangible.
- 4) El resultado obtenido es en dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.
- 5) Se considera un tipo de cambio de MX\$18.5 (dieciocho pesos con cincuenta centavos) por dólar.
- 6) Se suma el total de las contraprestaciones "ahorradas".
- 7) Para establecer un rango, se hace una reducción del 20% del monto obtenido, tanto en el rango menor como en el rango superior.

Víctor Fuentes Solís

MARCA	VALOR DE LA MARCA (USD)	FECHA DE PUBLICACIÓN	LINK DE PUBLICACIÓN	TIEMPO DE UTILIZACIÓN AL 12 DE JULIO	RANGO MENOR DEL 0.02% EN DOLARES ANUAL	RANGO MAYOR 0.03% PERIODO DE ANUAL EN DOLARES	LINK DE CONSULTA DEL VALOR DE LA MARCA
STAR WARS	4,000,000,000 MD	4 de mayo	https://www.facebook.com/hortensiasdij/photos/a.843135282723805/10737418288460758043300101009427950/1099279000000000/	69 días	\$ 151,232.88	\$ 226,849.32	http://dotme.com/2015/12/24/star-wars-value-worth/
TOTAL DOLARES					\$ 151,232.88	\$ 226,849.32	
TIPO DE CAMBIO					\$ 18.50	\$ 4,233,561.64	
TOTAL PESOS					\$ 2,797,268.22	\$ 9,488,219.18	
Reduccion del 20%					\$ 2,238,246.58	\$ 7,590,575.34	

Samuel Alejandro García Sepúlveda

MARCA	VALOR DE LA MARCA (USD)	FECHA DE PUBLICACIÓN	LINK DE PUBLICACIÓN	TIEMPO DE UTILIZACIÓN AL 12 DE JULIO	RANGO MENOR DEL 0.02% EN DOLARES ANUAL	RANGO MAYOR 0.03% PERIODO DE ANUAL EN DOLARES	LINK DE CONSULTA DEL VALOR DE LA MARCA
STAR WARS	4,000,000,000 MD	9 de enero	https://www.instagram.com/p/B00u0112u2Qm1n0e1c4_uh0n_3t0e0t8k4h10m0z2z2r600/	185 días	\$ 405,479.45	\$ 608,219.18	http://dotme.com/2015/12/24/star-wars-value-worth/
TOTAL DOLARES					\$ 405,479.45	\$ 608,219.18	
TIPO DE CAMBIO					\$ 18.50	\$ 11,260,153.87	
TOTAL PESOS					\$ 7,501,369.86	\$ 11,868,373.05	
Reduccion del 20%					\$ 6,001,095.89	\$ 9,488,219.18	

Correduría
Pública

De la Cruz No. 238 Col. Jardines del Valle C.P.25260 Saltillo, Coahuila, México Tel. (52) 844 3151883 / 844 3153489



www.cp5.mx



aqujano@cp5.mx



www.facebook.com/cp5.mx



@Cp5_Coah

LIC. RODRIGO HERNÁNDEZ GONZÁLEZ

NOTARÍA PÚBLICA NÚMERO CIENTO TRECE
DISTRITO DE SALTILLO.
RAMOS ARIZPE, COAHUILA, MÉXICO



ACTA FUERA DE PROTOCOLO TREINTA (30)

QUE CONTIENE LA DILIGENCIA DE CERTIFICACIÓN DE VÍNCULOS DE DIRECCIONES DE INTERNET EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 14 DE LA LEY GENERAL DEL SISTEMA DE MEDIOS DE IMPUGNACIÓN EN MATERIA ELECTORAL

EN LA CIUDAD DE RAMOS ARIZPE, ESTADO DE COAHUILA DE ZARAGOZA, siendo las diez (10:00) horas del día de hoy, jueves doce (12) de julio del año dos mil dieciocho (2018), ANTE MI: CIUDADANO LICENCIADO RODRIGO HERNÁNDEZ GONZÁLEZ, TITULAR DE LA NOTARÍA PÚBLICA NÚMERO CIENTO TRECE (113), en ejercicio en este Distrito Notarial de Saltillo, y con domicilio en la calle José María Morelos número trecientos once (311) local cinco (05), Zona Centro de la ciudad de Ramos Arizpe, Coahuila de Zaragoza, **COMPARECE: EI C. ALFONSO DANIEL RODRIGUEZ AGUILAR**, persona que se identifica ante el suscrito Notario y a mi juicio con capacidad legal para contratar y obligarse, sin que me conste nada en contrario, y quien por sus generales declara ser: mexicano por nacimiento, mayor de edad, soltero, identificándose con la Credencial para Votar con fotografía número 2124122974484 expedida por el Instituto Federal Electoral, con domicilio en Ciudad de México, a quien se le advirtió de las penas en las que se incurre al conducirse con falsedad y protestando conducirse con la verdad, HAGO CONSTAR: que solicita los servicios del Notario Público que actúa para hacer constar en Acta Fuera de Protocolo que contiene la diligencia de certificación de vínculos de direcciones de Internet en términos del artículo 14 de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral.-

Acto seguido, a solicitud del compareciente y constituido en el domicilio se asienta la notaría a mi cargo para realizar la diligencia de certificación de direcciones de internet siguientes:-

Ligas de internet consultadas:-

1. <https://www.instagram.com/p/BkWMFwgntLy/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>
2. <https://www.instagram.com/p/BkS4X5KneiU/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>
3. <https://www.instagram.com/p/BkeJNtnv9RY/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>
4. <https://www.instagram.com/p/BkZKIQdnSzw/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>
5. <https://www.instagram.com/p/BkYu3wwHRuT/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>
6. <https://www.instagram.com/p/BkT6hYVntlo/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>
7. <https://www.instagram.com/p/BkSiWZ6n2YK/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>
8. <https://www.instagram.com/p/BkQ5CVqnpGu/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>



LICENCIADO RODRIGO HERNANDEZ GONZALEZ
NOTARIO PUBLICO NUMERO 113



PASO ANTE MI:

ALFONSO DANIEL RODRIGUEZ AGUILAR

COMPARECIENTE.

Acto seguido procedí a consultar a la persona con quien entiendo la presente diligencia si es su deseo escuchar la lectura de la presente acta para su posterior firma en términos de lo establecido por el artículo 63 de la Ley del Notariado para el Estado de Coahuila de Zaragoza a lo cual manifestó su afirmativa, por lo cual una vez terminada la lectura de esta, siendo las once horas con quince minutos (11:15) del día de la fecha procedo a cerrar la presente acta. DOY FE.-

La cual despliega la información en pantalla que agrego como anexo "A" a la presente acta.-

9. <https://www.instagram.com/p/BkKuX2LnQE1/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>
10. <https://www.instagram.com/p/Bkjc1Wynio2/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>
11. <https://www.instagram.com/p/BkJiNeGnVFR/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>
12. <https://www.instagram.com/p/BkIUWKMHOHV/?taken-by=samuelgarcias>
13. <https://www.instagram.com/samuelgarcias/?hl=es-la>
14. <https://www.facebook.com/SAMUEL.GARCIASEPULVEDA/photo/s/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1014204438746119/?type=3&theater>
15. <https://www.facebook.com/SAMUEL.GARCIASEPULVEDA/photo/s/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1010073105825919/?type=3&theater>
16. <https://www.facebook.com/SAMUEL.GARCIASEPULVEDA/photo/s/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/101295884870678/?type=3&theater>
17. <https://www.facebook.com/SAMUEL.GARCIASEPULVEDA/photo/s/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1009225865910643/?type=3&theater>
18. <https://www.facebook.com/SAMUEL.GARCIASEPULVEDA/photo/s/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1009201515913078/?type=3&theater>
19. <https://www.facebook.com/SAMUEL.GARCIASEPULVEDA/photo/s/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1007516362748260/?type=3&theater>



ANEXO A

SMN TEXTO

Capturas Samuel Alejandro García Sepúlveda



https://www.instagram.com/p/BdvtuaU1LZa/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=wge7y2z9d70h

SMITHSONIAN INSTITUTION



<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1000310870135476/?type=3&theater>



<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1004383936394836/?type=3&theater>

SMITHSONIAN INSTITUTION



<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1004442183055678/?type=3&theater>



<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1007516362748260/?type=3&theater>

SMITHSONIAN INSTITUTION



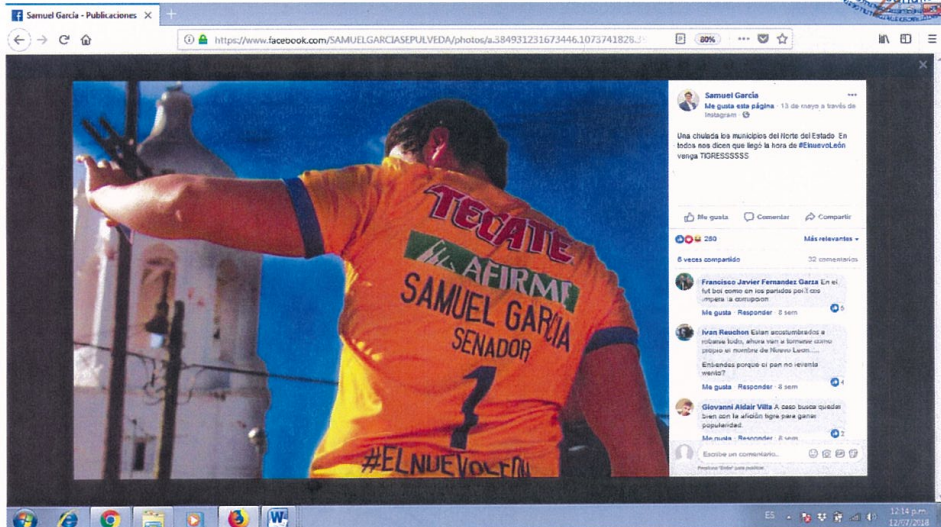
<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1009201515913078/?type=3&theater>

SMITHSONIAN INSTITUTION



<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1009225865910643/?type=3&theater>

SMITHSONIAN INSTITUTION

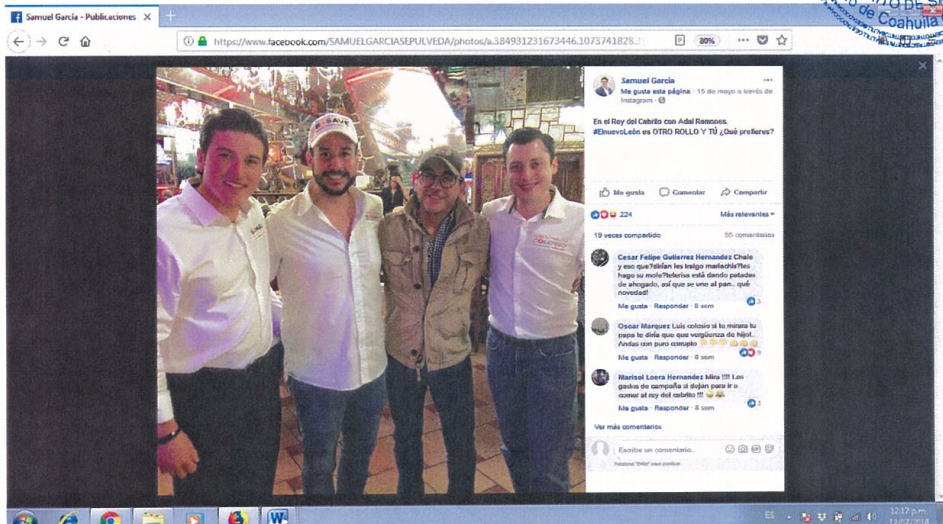


<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1012958848870678/?type=3&theater>

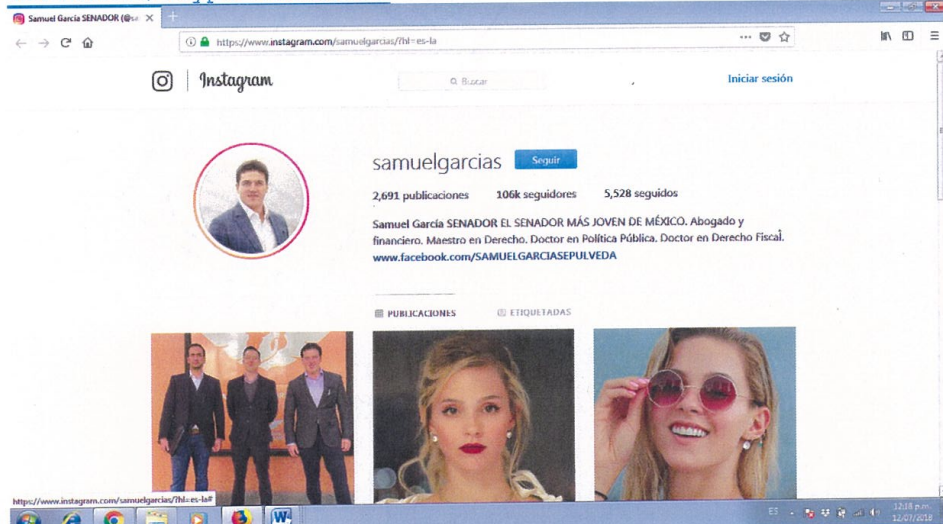


<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1010073105825919/?type=3&theater>

SM TFXTO



<https://www.facebook.com/SAMUELGARCIASEPULVEDA/photos/a.384931231673446.1073741828.384214801745089/1014204438746119/?type=3&theater>



<https://www.instagram.com/samuelgarcias/?hl=es-la>

SMITHSONIAN INSTITUTION



<https://www.instagram.com/p/BkIUWKMHOHv/?taken-by=samuelgarcias>

SM TEXTO

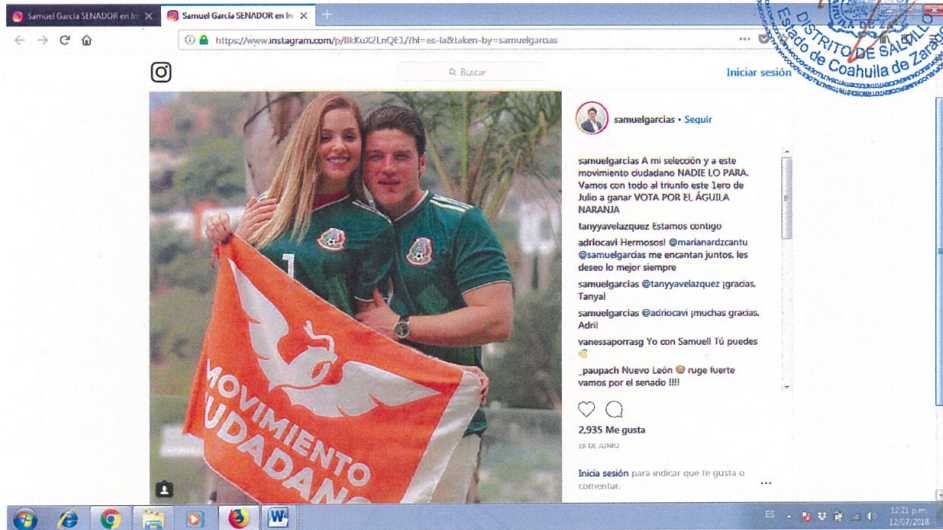


<https://www.instagram.com/p/BkJINeGnVFR/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>



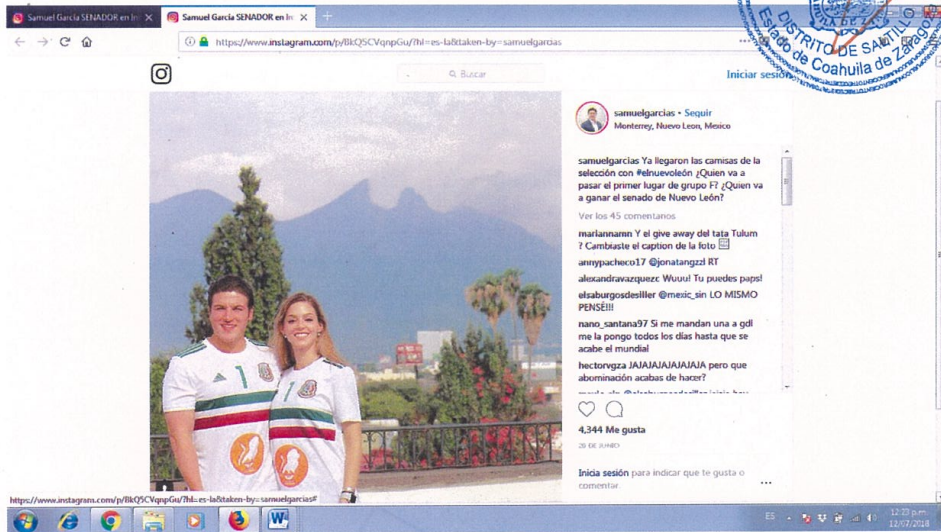
<https://www.instagram.com/p/BkJc1Wynio2/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>

SMITHSONIAN
TEXTILE



<https://www.instagram.com/p/BkKuX2LnQE1/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>

SM TEXTIO



<https://www.instagram.com/p/BkQ5CVqnpGu/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>

SMITHSONIAN INSTITUTION



<https://www.instagram.com/p/BkSjWZ6n2YK/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>



<https://www.instagram.com/p/BkT6hYVntIo/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>

SMITHS
CLYDE

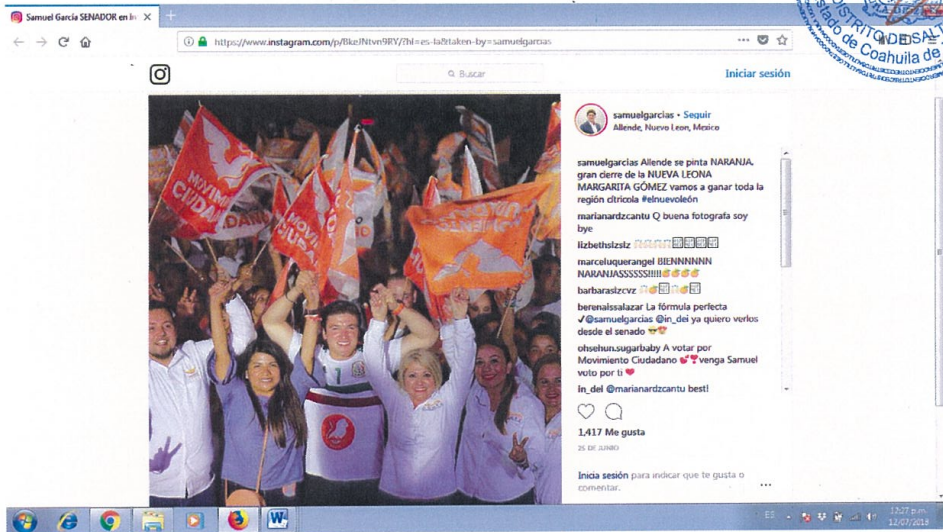


<https://www.instagram.com/p/BkYu3wwHRuT/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>



<https://www.instagram.com/p/BkZKlQdnSzw/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>

SM TAYLOR
OLYMPIA



<https://www.instagram.com/p/BkeJNtvn9RY/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>



<https://www.instagram.com/p/BkS4X5KneiU/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>

SM TEXTOS



<https://www.instagram.com/p/BkWMFwgntLy/?hl=es-la&taken-by=samuelgarcias>

SM TFX TO
OLYMPIA