

Resoluciones
19-Jul-18

Ciudad de México a 19 de Julio de 2018.

DR. LIZANDRO NUÑEZ PICAZO

TITULAR DE LA UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN
DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL
PRESENTE



Alfonso Daniel Rodríguez Aguilar, por mi propio derecho e identificándome con credencial para votar con fotografía expedida por el Instituto Nacional Electoral y señalando como domicilio para oír y recibir todo tipo de notificaciones el ubicado en Av. Yucatán 85, Colonia Roma Norte, C.P 06700, Delegación Cuauhtémoc, Ciudad de México y autorizando para los mismo 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, 27, 28, 29 y 41 numeral 1, Inciso a) del Reglamento de Procedimiento Sancionador en Materia de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral; así como el artículo 196 y demás aplicables de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, promuevo el Procedimiento Sancionador en Materia de Fiscalización en contra del uso de marcas comerciales en propaganda electoral, en contra del C. Víctor Oswaldo Fuentes Solís, Candidato del Partido Acción Nacional (PAN) al Senado de la República el Estado de Nuevo León, los cuales derivan en posibles violaciones al Reglamento de Fiscalización y demás normatividad aplicable.

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:

ITE-2018-12408

- 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.** 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.** A fin de satisfacer el requisito se acompaña copia simple de la credencial para votar con fotografía del suscrito expedida por el Instituto Nacional Electoral.

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. En días pasados, me percaté de que existe una serie de publicaciones por parte del C. Víctor Oswaldo Fuentes Solís, candidato del Partido Acción Nacional (PAN), las cuales se encuentran en su cuenta personal de Facebook, en las que se observa propaganda electoral que utiliza marcas comerciales registradas para promover su candidatura con el fin de obtener el apoyo y voto de los electores.
- IV. En este sentido, se puede percatar que la conducta del candidato ahora denunciado infringe la normativa electoral al utilizar marcas en su propaganda electoral además de omitir reportar dicho gasto a su campaña, por tanto deberán ser incorporados al tope de gastos de campaña con el fin de que se respete los principios de equidad y legalidad en la presente contienda electoral.

Por lo anterior, hoy se presenta la queja en materia de fiscalización ante esa H. Autoridad.

INTERÉS JURÍDICO

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. Víctor Oswaldo Fuentes Solís, Senador electo del Partido Acción Nacional (PAN) por el Estado de Nuevo León.

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 en materia de fiscalización, ello en virtud de que debido a 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 ciudadanos que residen en el país.

En este mismo orden de ideas es preciso establecer que el financiamiento público de los partidos políticos y candidatos independientes es utilizado para promocionar sus actividades de campaña, con la finalidad de usar propaganda electoral en busca de la obtención del voto a favor de un candidato o partido político, pero dentro de estas actividades debe de abstenerse de incluir o realizar propaganda electoral con expresiones, símbolos o características semejantes o iguales a la de una publicidad comercial, porque podría afectar la equidad en la contienda electoral de su Estado.

Por lo anterior, se expresan los siguientes:

CONSIDERACIONES

El artículo 443, numeral 1, inciso f) en relación al 243, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, los artículos 25, numeral 1, inciso i) con relación al 54, numeral 1, inciso f); 7, numeral 1, inciso b), fracción I de la Ley General de Partidos Políticos; 27, 28, 96, numeral 1; 127 y 203 del Reglamento de Fiscalización se desprende que los Partidos Políticos están obligados a presentar a la Unidad Técnica de Fiscalización los informes del origen y monto de la totalidad de los ingresos que reciban para su campaña.

En este sentido, deben registrar y acompañar de la documentación soporte dentro de los plazos establecidos en la normativa electoral, con el fin de que el órgano fiscalizador verifique los recursos públicos que los partidos políticos recibe y distribuyan, garantizando la correcta rendición de cuentas en materia de fiscalización.

Aunado a lo anterior, en el reglamento de fiscalización establece lo siguiente:

Artículo 215. Propaganda exhibida en internet

1. 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.

Del mismo modo, en la Ley General del Partidos políticos establece que serán considerados como gasto de campaña:

Artículo 76.

1. Para los efectos de este Capítulo se entienden como gastos de campaña:

- 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.

Además, en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales se encuentra la definición a la propaganda electoral la cual se transcribe a continuación:

Artículo 242.

(...)

3. Se entiende por propaganda electoral 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.

Con fundamento en la normativa señalada en el apartado anterior, se pueden identificar los siguientes:

HECHOS DENUNCIADOS

Se considera una infracción a la normativa electoral en materia de fiscalización, omitir reportar un gasto de campaña correspondiente a la propaganda electoral plenamente identificada a beneficio del C. Víctor Oswaldo Fuentes Solís, candidato del Partido Acción Nacional (PAN) al Senado de la República por Nuevo León, aún más cuando se trata de propaganda que hace uso de diversas marcas así como personas famosas ante la ciudadanía para promover su candidatura en la presente contienda electoral.

En ese contexto, en la legislación establece que serán considerados como gastos de campaña, aquellos que generen un beneficio directo a los candidatos o partidos políticos con el propósito de presentar o promocionar ante la ciudadanía las candidaturas registradas, aun siendo estas difundidas en internet, redes sociales o cualquier otro medio electrónico que beneficie su candidatura.

Por lo tanto, la propaganda electoral que se presenta producto de publicaciones de internet en la red social Facebook, específicamente en la cuenta verificada del candidato ahora denunciado, perfil que lleva por nombre Víctor Fuentes Solís, que se encuentra en el siguiente link: <https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/>, derivan en gastos no reportados que tendrán que ser incorporados y fiscalizados a los gastos de campaña del Candidato del PAN, además, de adicionar el pago de derechos por utilizar la imagen de las diversas marcas, personajes y personas de reconocimiento social que se describen a continuación:


En primer lugar, se advierte la utilización del anime Dragón Ball Z así como de su personaje principal Goku o Kakaroto, ello por la publicación de una imagen en el noveno día del mes de abril del año en curso, en el perfil de la red social Facebook del ahora senador electo por primera minoría denunciado, la cual puede ser consultada en el siguiente link:

<https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/995103583983698/?type=3&theater> , y se aprecia de la siguiente manera:



De la presente publicación, es notorio los elementos de propaganda que se identifican como:

1. Slogan del Partido; el cual se aprecia en las que aparentan ser bolsas de las camisas del lado derecho en ambos sujetos personificados, además de ser estas las iniciales del nombre del Candidato **Víctor Fuentes Solís**.
2. Partido Político que representa en la contienda; se hace referencia a este con su logo del PAN, el cual se observa debajo de las letras del slogan.
3. Candidato Registrado; por las características es evidente que uno de los sujetos personificados se trata del Candidato ahora denunciado, el cual se encontraba registrado para contender en el presente proceso electoral.
4. Aunado a lo anterior, en la descripción de la imagen se observa una promoción a su candidatura al Senado apoyada de la imagen publicada, la cual para su mejor análisis se transcribe:

Muy buenos días #NuevoLeón, ¡les deseo que tengan una excelente semana y un feliz regreso a clases! Gracias a mi amigo Hector-Iyama que me regaló este dibujo  al cuál lo titulé "Senador Saiyajin". ¿A poco no le quedó excelente, ustedes qué opinan? ¡Vamos Fuerte al Senado con #Goku de nuestro lado! #DragonBallZ

Aunado a lo anterior, en la expresión "#Goku de nuestro lado" se puede interpretar que la marca apoya su candidatura, por lo cual, se está afectando los principios de legalidad y equidad intencionalmente por parte del C. Víctor Fuentes Solís.

Por lo anterior, resulta evidente la utilización del nombre y la imagen del personaje Japonés de Dragón Ball Z para promocionar su candidatura, y debido a que se trata de una marca comercial registrada que incluye sus personajes como Goku, se debe pagar el costo por su uso ya que se obtiene un beneficio para que las personas fanáticas se identifiquen con el candidato por la popularidad que existe de este personaje entre los ciudadanos.

Dicha marca se encuentra registrada con el número de expediente 557770, y se aportan los siguientes datos del representante legal:

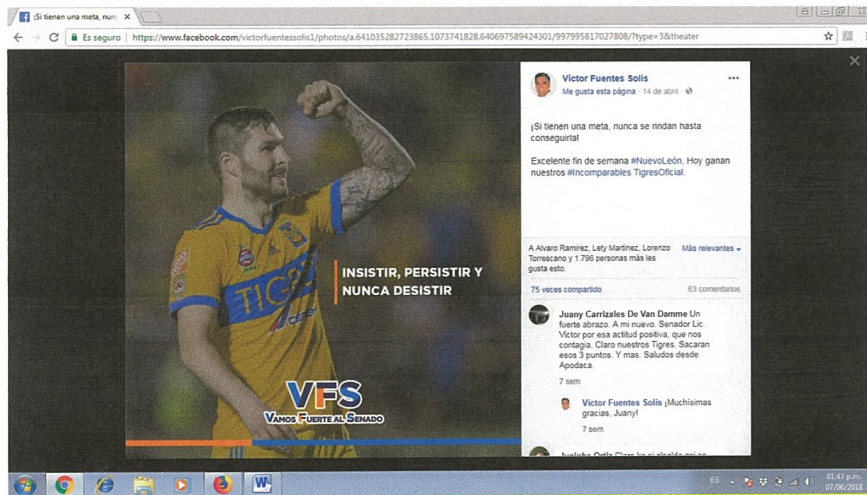
Nombre: Eduardo Cervera Aguirre

Dirección: Insurgentes Sur #2453, Piso 6, Col. Tizapan, C.P. 01090, CDMX.

En consecuencia, por explotar y hacer uso de la imagen del personaje Goku o Kakaroto, se debió solicitar previo pago de derechos; aunado a incorporar al mismo el costo de elaboración y edición por el dibujo, que deberán ser sumados a su contabilidad de gastos de campaña para la elección de Senaduría.

Aunado a lo anterior, se advierte la utilización de la imagen del reconocido Futbolista André-Pierre Christian Gignac quien porta su uniforme oficial del Club Tigres, ello por la publicación de una serie de imágenes en el perfil de la red social Facebook del Candidato ahora denunciado, la primer publicación se observa con fecha catorce de abril del presente año, la cual puede ser consultada en el siguiente link:

<https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/997995817027808/?type=3&theater> y se aprecia de la siguiente manera:



De la presente publicación, se desprende una fotografía del Futbolista donde se pueden observar elementos que configuran propaganda en beneficio de la candidatura de Víctor Fuentes Solís, por cuales para su mejor identificación se describen:

1. Slogan del Partido; el cual se observa en la parte inferior de la imagen cuyas letras son VFS, y debajo de estas iniciales, la frase "Vamos Fuerte al Senado".
2. Candidato Registrado; se identifica al utilizar el lema de campaña del C. Víctor Fuentes Solís, quien se encuentra registrado como candidato del Partido Acción Nacional al senado, además, de que la publicidad se encuentra en su perfil de Facebook.
3. Aunado a lo anterior en la descripción de la imagen se observa lo siguiente:
"Si tienen una meta, nunca se rindan hasta conseguirla!"
Excelente fin de semana #NuevoLeón. Hoy ganan nuestros #Incomparables TigresOficial

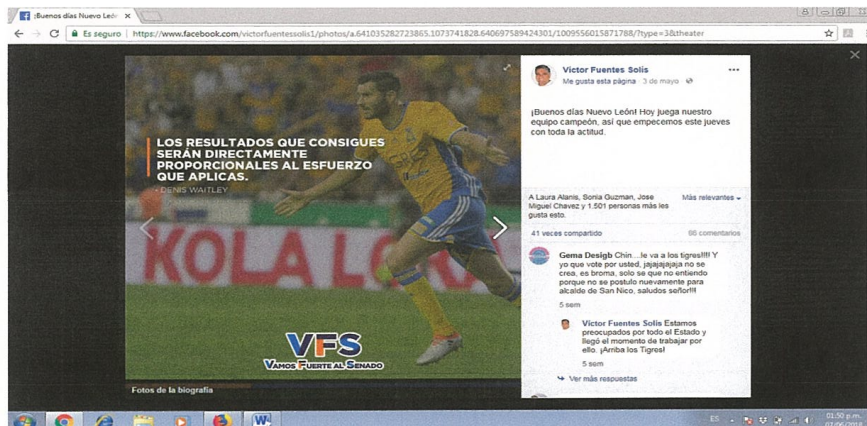
Aunado a lo anterior, en la imagen del futbolista vemos que él se encuentra portando el uniforme de *Tigres* y se aprecia la frase "INSISTIR, PERSISTIR Y NUNCA DESISTIR", por tanto al utilizar la imagen del futbolista reconocido añadiendo que éste se encuentra con el

uniforme del Club Tigres se interpreta que este Club Deportivo así como el Futbolista en cuestión apoyan su candidatura, beneficiando con esto la imagen del C. Víctor Fuentes Solís.

En consecuencia, se confirma que el C. Víctor Fuentes Solís está haciendo uso de la imagen del reconocido jugador y del Club Tigres, para conseguir mayor publicidad y promoción a su candidatura frente al electorado, debido que se trata del equipo de futbol que representa a la Universidad Autónoma del Estado de Nuevo León y la ciudadanía, como sus aficionados se pueden confundir y pensar que el Club Tigres está apoyando su proyecto e ideas de campaña. Es decir, el candidato, al vincular su imagen y características, pretende mezclar su personalidad con las cualidades de la marca o producto, 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.

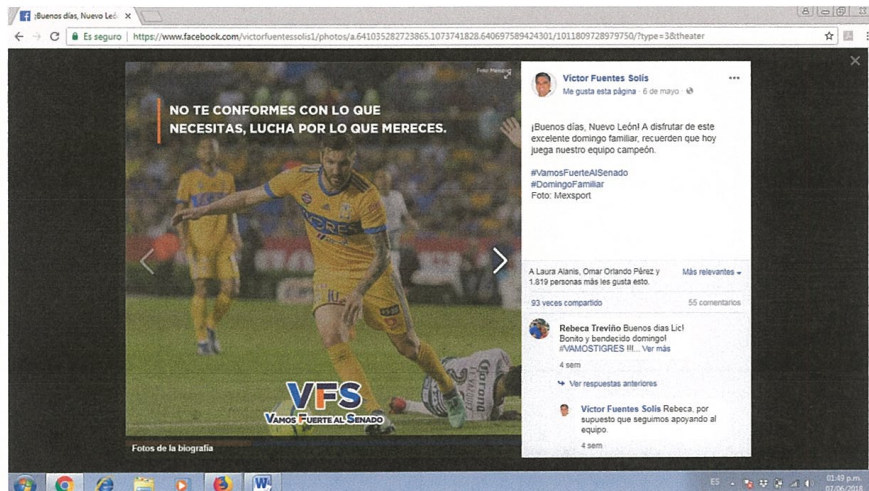
Dicho lo anterior, se deduce que el C. Víctor Fuentes Solís por explotar y hacer uso de la imagen del Futbolista y por ende del Club Tigres debió solicitar previo pago de derechos autorización para su uso; aunado a incorporar al mismo el costo de elaboración y edición de la fotografía, que deberán ser sumados a su contabilidad de gastos de campaña para la elección de Senaduría.

Así mismo, con fecha tres de mayo en el perfil de Facebook del candidato ahora denunciado, se advierte nuevamente la utilización de la imagen del reconocido Futbolista André-Pierre Christian Gignac y del Club Tigres, la cual puede ser consultada en el siguiente link: <https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1009556015871788/?type=3&theater> y se aprecia de la siguiente manera:



De la presente publicación, se desprende una fotografía del Futbolista con su uniforme del Club Tigres acompañado de la frase “LOS RESULTADOS QUE CONSIGUES SERÁN DIRECTAMENTE PROPORCIONALES AL ESFUERZO QUE APLICAS”- DENIS WAITLEY, donde también se puede observar elementos de propaganda en beneficio de la candidatura de Víctor Fuentes Solís como el slogan de campaña VFS y su frase “Vamos Fuerte al Senado”, acompañado de la referencia por parte del candidato ¡Buenos días Nuevo León! Hoy juega nuestro equipo campeón, así que empecemos este jueves con toda la actitud.

De la misma manera, el seis de mayo realizó nuevamente otra publicación, utilizando la imagen del futbolista André-Pierre Christian Gignac con su uniforme del Club Tigres que puede consultar en el siguiente link: <https://www.facebook.com/victorfuentesolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1011809728979750/?type=3&theater> y se aprecia de la siguiente manera:



En esta publicación, se observa una fotografía, igualmente editada donde de la misma manera que en las otras descritas, se visualiza al mismo jugador con la misma playera del *Club de futbol Tigres*, equipo que juega en la primera división profesional mexicana, también se aprecia la frase: “NO TE CONFORMES CON LO QUE NECESITAS, LUCHA POR LO QUE MERECE” y en la parte inferior “VFS, y debajo de estas la frase Vamos Fuerte al Senado”, y en la descripción de dicha publicación se observa lo siguiente:

¡Buenos días, Nuevo León! A disfrutar de este excelente domingo familiar,
recuerden que hoy juega nuestro equipo campeón.
#VamosFuerteAlSenado
#DomingoFamiliar
Foto: Mexsport

De lo anterior, se puede evidenciar una conducta reiterada y consciente por parte del Candidato al Senado de la Republica por Nuevo León Víctor Fuentes Solís al hacer uso de la marca del *Club Tigres* y del jugador francés André-Pierre Christian Gignac en propaganda electoral a favor de su imagen y prestigio, siendo favorecido en su candidatura y partido Político, recargándose de la fama y grupo de seguidores que tiene del *Club Tigres* que tiene como consecuencia un posicionamiento indebido ante el electorado.

Por tanto, se debe entender que dicho uso de marca está prohibido, y su utilización no fue reportada en su informe de fiscalización por lo cual deberá ser integrado como gasto de campaña electoral.

Se incorpora los datos del apoderado legal de la Marca *Tigres*, para que establezca el costo por el uso de su imagen en propaganda política:

Nombre: SINERGIA DEPORTIVA, S. A DE C.V.

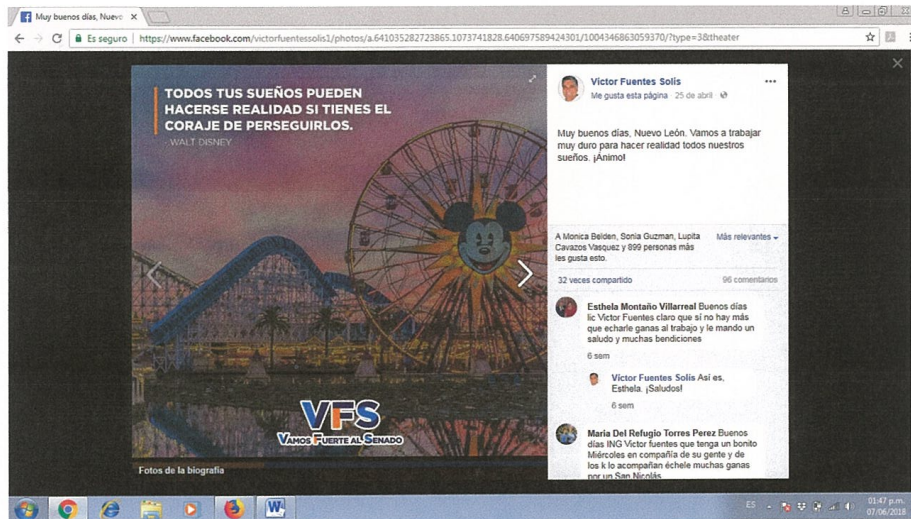
Domicilio: Estadio Universitario Puerta #13, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza , N.L.

Dichos datos se obtuvieron en la página web pública: <http://marcanet.impi.gob.mx/marca-net/vistas/common/datos/bsqDenominacionCompleto.pgi> anexándose el documento tipo PDF en el apartado de pruebas correspondiente.

Se percibe bien de ser un equipo de futbol profesional reconocido, y que publicar imágenes sobre este no generaría una infracción, sin embargo en el estudio de estas publicaciones caso no se trata de simples imágenes apoyando al equipo *Tigres*, sino que se trata de fotografías visiblemente editadas con lo que da a entender que el equipo, de la Universidad estatal autónoma de dicho Estado, y las marcas que patrocinan dicho Club deportivo,(mismas que más adelante se detallan), apoyan, patrocinan o simpatizan con el proyecto del hoy denunciado, obteniendo con esto que simpatizantes inducidos por parte del equipo y así generar una confusión que beneficia de manera directa al C. Víctor Fuentes Solís y su institución partidaria.

Del mismo modo, se advierte la utilización de la marca Disney por la utilización de imagen del reconocido personaje Mickey Mouse, derivado de la publicación realizada el día veinticinco de abril del año en curso del C. Víctor Fuentes Solís, de la que adjuntamos captura de pantalla y link:

[https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1004346863059370/?type=3&theater:](https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1004346863059370/?type=3&theater)



A ese uso de imagen de un personaje se le añade el siguiente texto:

“TODOS TUS SUEÑOS PUEDEN HACERSE REALIDAD SI TIENES EL
CORAJE DE PERSEGUIRLOS”
-WALT DISNEY
VFS
Vamos Fuerte Al Senado.

Junto con la siguiente descripción de la publicación:

Muy buenos días, Nuevo León. Vamos a trabajar muy duro para hacer realidad
todos nuestros sueños. ¡Ánimo!

De esta forma, usa el personaje *Mickey Mouse*, patrimonio de la empresa estadounidense *Walt Disney*, sin su consentimiento a fin de promover su candidatura mediante propaganda electoral, en la búsqueda del sufragio ciudadano, lo cual es violatorio del marco jurídico electoral, ya que no solamente, no tiene el consentimiento de la empresa extranjera, y está obligado a informar a las autoridades electorales, de los gastos erogados por la creación de dicha imagen editada, así como el costo de uso de dicho personaje, propiedad de esa marca con registro en el Estado Mexicano, que consulta en el siguiente link: <http://marcanet.impi.gob.mx/marcanet/vistas/common/busquedas/detalleExpedienteParcial.pgi>, aunado a que también produce y difunde propaganda con estrechas similitudes a la publicidad comercial afectando el principio de equidad en la contienda.

Asimismo, se advierte la utilización de la Marca *The Simpsons*, derivado de la publicación realizada el veintiocho de abril, en el perfil de la red social Facebook del C. Víctor Fuentes Solís, la cual puede ser consultada en el siguiente link: <https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1006005989560124/?type=3&theater>, y se aprecia de la siguiente manera:



En dicha imagen, se encuentran 4 personas sentadas sobre un sillón café y un gato reposando sobre las piernas de la tercera ubicada de izquierda a derecha; en cuanto a la primera persona y sus rasgos físicos, mencionamos la presencia de cabello oscuro con áreas blancas, denotando canas, y tez morena, que viste tenis negros con una franja blanca, pantalones negros, y playera deportiva de color amarillo, con granjas azules y la palabra *TIGRE*, ropa estrechamente similar al uniforme del equipo mexicano de fútbol *Tigres*, este personaje alza el brazo derecho extendiendo el dedo índice y medio, formando la popularmente llamada "V de la victoria" de esta forma encontramos una gran similitud entre dicho personaje con el ahora, Senador de primera minoría, hecho palpable ante la siguiente comparación en que se contrapone un recorte del personaje mencionado en el lado izquierdo,

y en el derecho una fotografía del mencionado senador, publicada en la red social Facebook, la que se puede consultar en el siguiente link:

<https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.640700249424035.1073741825.640697589424301/989302994563757/?type=1&theater>

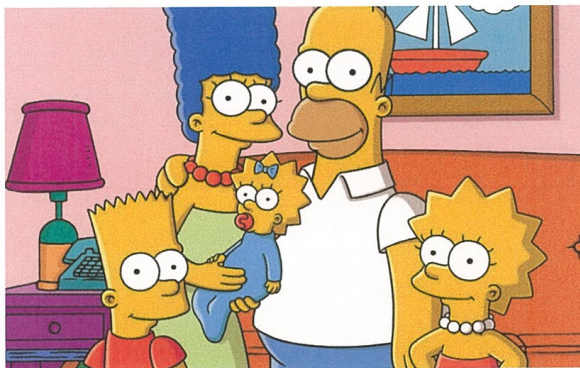


Además, de dicha imagen, resaltamos el uso ilegal del personaje *Homero Simpson*, del programa *The Simpsons*, con quien comparte las mismas características físicas, quien se ubica en la esquina derecha del sofá, con tono de piel amarilla, zapatos negros, pantalón azul cielo y playera azul rey, quien porta una gorra en la cabeza con las letras VFS, las que ha usado reiteradamente en durante el proceso electoral y propaganda electoral, con el significado *Vamos Fuerte Al Senado*, que sostiene con el brazo izquierdo una bandera de tono amarillo, en que se expresa la silueta de la mascota oficial de la marca mencionada.

Lo que es evidente, al comparar un recorte de la imagen publicada en redes sociales, con la del personaje mencionado como se hace a continuación:



Cabe añadir que, en el mencionado recorte de la imagen publicada en redes sociales, el gato mencionado, que descansa sobre las piernas de la tercera persona, corresponde a la mascota del programa en cuestión conocido como *bola de nieve*, comprobándose que se trata del mismo personaje.



Dicha imagen puede ser consultada en el siguiente link:

<http://www.animationmagazine.net/tv/fox-renews-the-simpsons-for-two-more-seasons/>

De esa forma, el ahora Senador electo de primera minoría, durante el periodo de campaña, hizo uso ilegal de la marca registrada en México como “*The Simpsons*”, que como serie de televisión es transmitida nacionalmente por la cadena de televisión TV AZTECA, puesto que buscó obtener provecho a merced de la modificación e inclusión a los personajes de la serie, de elementos que difundieran su candidatura y partido, lo cual implica al igual que en casos previos un gasto por la creación de la imagen y otro por el uso de la marca y personaje, acto que debe ser reportado a esta Unidad y fiscalizado.

La marca en cuestión, como se observa se encuentra registrada ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, como el siguiente link muestra:

<http://marcanet.impi.gob.mx/marcanet/vistas/common/busquedas/detalleExpedienteParcial.cgi>

Encontrándose así, que él apoderado legal en México es el C. Carlos Pérez De La Sierra, con domicilio en: Av. Santa Fe # 481, Ph, Col. Lomas De Santa Fe, Código Postal 05349, Cd.Mx., México.

En el marco de las violaciones reiteradas y graves al orden jurídico y la normatividad electoral, el cuatro de mayo del año en curso, publicó y difundió otra imagen en la red social *Facebook*, de la que adjuntamos una captura de pantalla y el respectivo link:

<https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1010947259065997/?type=3&theater>



En dicha imagen se agregó el texto: ¡FELIZ DIA DE STAR WARS! En letras color amarillo, MAY THE 4TH BE WITH YOU, en color blanco y que en castellano se puede traducir como: cuatro de mayo que este contigo y posteriormente las iniciales VFS, con la leyenda: *Vamos Fuerte al Senado.*

Y en la descripción de la publicación se lee lo siguiente:

*Feliz Día de #StarWars a todos, ¡que la fuerza los acompañe! Gracias a mi amigo Hector-Iyama por enviarme este diseño que le puso #SenadorJedi
#MayThe4thBeWithYou*

Así, nuevamente hace uso de características y modificaciones sobre personajes de marcas registradas, con sus rasgos físicos, al mostrar a un personaje de tez morena, con cabello negro y canas, que porta una capa o vestimenta de color café, un pantalón negro, cinturón café, camisa blanca, en que se encuentra del lado izquierdo las iniciales *VFS*, referida a la reiterada frase *Vamos Fuerte al Senado* y en la parte inferior a estas, se encuentra el escudo del Partido Acción Nacional; este personaje además sostiene en su mano derecha una espada o sable de luz azul y nuevamente hace una seña, ahora con la mano izquierda, extendiendo el dedo índice y medio, interpretada popularmente como 'amor y paz'.

Así queda claro, el uso de personajes y características de la saga *Star Wars*; así como el personaje *Obi Wan* usa una capa en color café, también la usa el personaje creado con fines electorales, como se puede ver en la siguiente imagen:



Esta alusión a la popular y mundialmente conocida saga *Star Wars*, y a sus personajes y características, dejan nuevamente manifiesto el uso de marcas y propiedad intelectual para la creación de propaganda electoral a fin de dar mayor difusión a su candidatura y partido entre la ciudadanía.

Se puede encontrar la marca *Star Wars*, registrada y sus características, en el siguiente link:

<http://marcanet.impi.gob.mx/marcanet/vistas/common/busquedas/detalleExpedienteParcial.pgi>

Cuyo representante legal al 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.

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 mencionar, que en caso de que el candidato, ahora denunciado refiera que los representantes legales de las marcas autorizaron su uso para la propaganda de campaña, se estaría en el supuesto de aportaciones prohibidas, contenidas en el artículo 121 del reglamento de fiscalización que determina que los Partidos Políticos o candidatos, deben evitar el recibir aportaciones o donativos en dinero o especie, préstamos o entrega de bienes a título gratuito o en comodato de entes impedidos señalados de manera puntual en los que incluyen a personas físicas o morales incluso empresas mexicanas de carácter mercantil.

En consecuencia de lo expuesto y fundado, ese H. Instituto Electoral a través de la Unidad Técnica de Fiscalización, después de realizar el estudio correspondiente dentro de sus facultades, y con las pruebas aportadas con el presente escrito, deberá calificar la falta y efectuar la sanción correspondiente por los actos denunciados atendiendo a los principios de legalidad y equidad en la contienda electoral para incorporar los gastos de la propaganda aquí denunciada, con lo que probablemente se estará acreditando el rebase de topes de gastos de

campaña por parte del C. Víctor Oswaldo Fuentes Solís, candidato del Partido Acción Nacional al Senado de la República por el estado de Nuevo León.

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.

En el presente caso, el ahora denunciado en su red social tiene un nivel de audiencia que se promedia con 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 candidato 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 candidato 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 constantemente en sus redes sociales, en las 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 candidato 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 los verbos “apoyemos” o “vamos”, que implica una invitación indeterminada o generalizada a unirse a su causa en la jornada electoral.

Por lo anterior, 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.

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. Víctor Oswaldo Fuentes Solís, ahora Senador electo de primera minoría, por el Partido Acción Nacional (PAN), 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 mismo que debe ser fiscalizado; en ese marco encontramos manifestaciones difundidas en sus redes sociales, particularmente en la red social *Facebook*, desde las que, como se demuestra, se hace uso de marcas, personajes y 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.

De igual manera, y de conformidad con la Ley en comento constituye por 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 describe detalladamente en próximas páginas, 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 gastos de recursos, promovió la candidatura y partido del C. Víctor Oswaldo Fuentes Solís, ahora Senador electo de primera minoría, por el Partido Acción Nacional (PAN), 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 Tesis anterior se resaltan criterios medulares para el tópico analizado, ya que no se debe hacer uso de marcas comerciales, en la propaganda electoral con mensajes que presente estrechas similitudes a los nombres, logotipos o características de las marcas, puesto que de hacerse, violaría el principio de equidad en la contienda.

De esta manera, la generación de propaganda electoral para partidos políticos 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 identificación artificial al vincular dicha marca con las posturas y propuestas de un partido político o candidato.

En este sentido, el empleo de marcas comerciales en propaganda político-electoral contravienen los derechos de uso de marcas, propiedad intelectual y derechos de autor, además 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 erogación de recursos económicos por parte del candidato o partido político en cuestión, pudiendo rebasar los topes enmarcados en el marco jurídico, ya que los mismos deben ser fiscalizados.

Como sabemos bien, la propaganda electoral a diferencia de la publicidad comercial, se encuentra regida por los principios de equidad y acceso a la información, con que los partidos y candidatos tienen la posibilidad de utilizar a los medios de comunicación y demás espacios

permitidos con el único propósito de dar a conocer las candidaturas registradas así 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 aún, configuran una opacidad en el proceso de campaña, porque la publicidad comercial por su propia naturaleza no está 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 el candidato tiene el prestigio de la marca reconocida, por lo cual, genera una abismal desventaja en relación con los opositores debido a que puede beneficiarse del posicionamiento de la marca y no por sus propuestas electorales.

Por todo lo anterior, las marcas comerciales no pueden ser utilizadas en propaganda electoral, y el hecho de 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 contienen en el proceso electoral, dando como resultado un financiamiento ilegal a los candidatos.

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.

Para efectos de determinar, aún de manera presuntiva, 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

En relación a los hechos denunciados, se puede concluir que el gasto hecho en redes sociales, así como el pago por el uso de las marcas comerciales, seguramente no se está reportado, de tal suerte que esta H. Autoridad a fin de determinar los alcances de la publicidad

denunciada deberá solicitar, con fundamento en el artículo 200, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, sin perjuicio de las atribuciones que la ley le confiera, se realicen los requerimientos y estudios que correspondan a los sujetos involucrados en los hechos denunciados para poder determinar los costos y gastos para determinar su financiamiento e incorporar todo gasto no reportado a esa Unidad Técnica de Fiscalización.

A fin de que la autoridad compruebe el valor de las marcas y empresas mencionadas, y con la finalidad de determinar el costo total por la utilización en propaganda electoral ilegal de las mismas, se aporta la página de internet de las marcas registradas en México: <http://brandfinance.com/knowledge-centre/reports/brand-finance-mxico-50-2018/> en la cual se encuentra un estudio referente al valor estimado de diversas empresas mexicanas, además la página Global <http://brandfinance.com/knowledge-centre/reports/brand-finance-global-500-2018/> 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.

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

PRUEBAS

1. **DOCUMENTAL PÚBLICA.-** Acta fuera de protocolo número 31 de fecha doce de julio del 2018, en la cual consta la existencia de todas y cada una de las publicaciones aquí mostradas.

2. **DOCUMENTAL.-** Consistente en el Dictamen en materia de valuación del uso de activos intangibles expedido por el Lic. Adolfo Quijano Aguirre Corredor Público número 5 de la Ciudad de Saltillo.
3. **DOCUMENTAL.-** Consistente en el comprobante de la existencia de la marca Dragon Ball.
4. **DOCUMENTAL.-** Consistente en el comprobante de la existencia de la marca Disney.
5. **DOCUMENTAL.-** Consistente en el comprobante de la existencia de la marca The Simpsons.
6. **DOCUMENTAL.-** Consistente en el comprobante de la existencia de la marca Star Wars.
7. **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 me favorezca.
8. **LA PRESUNCIONAL LEGAL Y HUMANA.-** En todo lo que beneficie al respeto de las normas y la preservación del Orden Público.

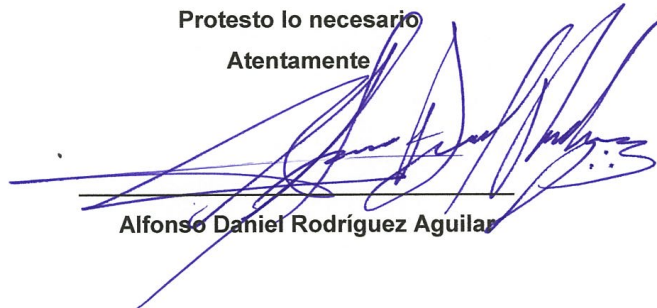
Por lo expuesto y fundado, atentamente solicito:

PRIMERO. – Admitir la presente denuncia e instaurar procedimiento sancionador en contra de C. Víctor Oswaldo Fuentes Solís, candidato del Partido Acción Nacional (PAN) al Senado de la República 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 candidato ahora 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**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Alfonso Daniel Rodríguez Aguilar', is written over a horizontal line. The signature is stylized and somewhat illegible due to its cursive nature.

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



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

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público

Plaza del Estado
de Coahuila



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





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

Pública



Correduría
Pública

5

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público

Plaza del Estado
de Coahuila



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:



5
Correduría
Pública

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.



5

Correduría
Pública

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público

Plaza del Estado
de Coahuila



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 (“*arms 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 3151489



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 / 844 1654489



www.cp5.mx



aquijano@cp5.mx



www.facebook.com/cp5.mx



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

Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público

Correduría
Pública

5

Plaza del Estado
de Coahuila



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 6º 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

5





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".



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 PUBLICACION	LINK DE PUBLICACION	TIEMPO DE UTILIZACION AL 12 DE JULIO	RANGO MENOR DEL 0.02% EN DOLARES ANUAL	RANGO MAYOR 0.03% PERIODO BIENNAL EN DOLARES	LINK DE CONSULTA DEL VALOR DE LA MARCA
CEMEX	2,777 MD	6 de mayo	https://www.facebook.com/56186116814881231673446.10737418.28.3842148012450891009225865910443/?type=3&theater	67 días	\$ 101,950.14	\$ 152,805.21	http://brandfinance.com/brandfinance/center/reports/brandfinance-mexico-50-2018/
ADIDAS	9,216 MD	17 de junio	https://www.instagram.com/p/BH0W9M0Hx7naken/?type=1&source=arc4ias	26 días	\$ 131,296.44	\$ 196,944.66	http://www.antebrand.com/brandfinance/brandfinance/2017/ranking/#listformat
TECATE	1,984 MD	28 de abril	https://www.facebook.com/56186116814881231673446.10737418.28.3842148012450891009225865910443/?type=3&theater	75 días	\$ 81,534.25	\$ 1,213,083.70	http://brandfinance.com/brandfinance/center/reports/brandfinance-mexico-50-2018/
TELCEL	3,539 MD	14 de abril	https://www.facebook.com/56186116814881231673446.10737418.28.3842148012450891009225865910443/?type=3&theater	70 días	\$ 135,747.47	\$ 204,413.90	http://brandfinance.com/brandfinance/center/reports/brandfinance-mexico-50-2018/
HOME DEPOT	33,748 MD	21 de abril	https://www.facebook.com/56186116814881231673446.10737418.28.3842148012450891009225865910443/?type=3&theater	82 días	\$ 1,536,348.49	\$ 2,274,523.74	http://brandfinance.com/brandfinance/center/reports/brandfinance-mexico-50-2018/
Coca Cola	1,618 MD	3 de mayo	https://www.facebook.com/56186116814881231673446.10737418.28.3842148012450891009225865910443/?type=3&theater	70 días	\$ 62,060.27	\$ 930,904.11	http://brandfinance.com/brandfinance/center/reports/brandfinance-mexico-50-2018/
TOTAL DOLARES					\$ 2,028,932.05	\$ 4,981,924.11	
TIPO DE CAMBIO					\$ 18.50		
TOTAL PESOS					\$ 37,535,243.01	\$ 97,147,520.14	
Reduccion 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 3054489



www.cp5.mx



aquijano@cp5.mx



www.facebook.com/cp5.mx



@Cp5_Coah



Correduría
Pública

Plaza del Estado
de Coahuila

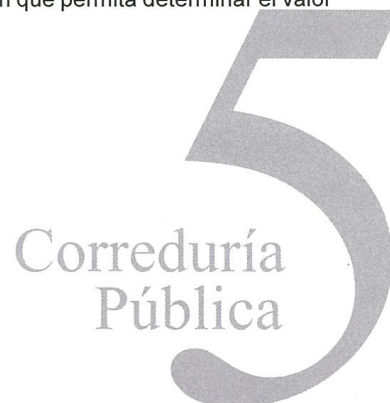
Lic. Adolfo Quijano Aguirre
Corredor Público



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 80% EN DOLARES ANUAL	RANGO MAYOR 80% PERIODO DE ANUAL EN DOLARES	LINK DE CONSULTA DEL VALOR DE LA MARCA
CEMEX	2,777 MD	14 de abril	https://www.facebook.com/victorfontesolis1/photos/a.641035282723865/107141878.641035282723865/	89 días	\$ 135,426.30	\$ 201,133.45	http://brandfinance.com/brandfinance/brands/brand-finance-
ADIDAS	9,216 MD	14 de abril	https://www.facebook.com/victorfontesolis1/photos/a.641035282723865/107141878.641035282723865/	89 días	\$ 449,437.81	\$ 674,156.71	http://www.intelbrand.com/brand-finance/brand-finance-
TECATE	1,984 MD	14 de abril	https://www.facebook.com/victorfontesolis1/photos/a.641035282723865/107141878.641035282723865/	89 días	\$ 96,751.97	\$ 1,451,309.57	http://brandfinance.com/brandfinance/brands/brand-finance-
TELCEL	3,539 MD	14 de abril	https://www.facebook.com/victorfontesolis1/photos/a.641035282723865/107141878.641035282723865/	89 días	\$ 172,586.85	\$ 258,880.27	http://brandfinance.com/brandfinance/brands/brand-finance-
HOME DEPOT	33,748 MD	14 de abril	https://www.facebook.com/victorfontesolis1/photos/a.641035282723865/107141878.641035282723865/	89 días	\$ 1,645,792.88	\$ 2,448,689.31	http://brandfinance.com/brandfinance/brands/brand-finance-
HOME DEPOT	32,906 md	25 de abril	https://www.facebook.com/victorfontesolis1/photos/a.641035282723865/107141878.641035282723865/	78 días	\$ 1,392,887.67	\$ 2,088,331.51	http://brandfinance.com/brandfinance/brands/brand-finance-
WALT DISNEY	Brand value (USD mil) 2018	25 de abril	https://www.facebook.com/victorfontesolis1/photos/a.641035282723865/107141878.641035282723865/	78 días	\$ 1,392,887.67	\$ 2,088,331.51	http://brandfinance.com/brandfinance/brands/brand-finance-
TOTAL DOLARES					\$	3,892,385.48	\$ 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.



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



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,



LIC. RODRIGO HERNÁNDEZ GONZÁLEZ

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

ACTA FUERA DE PROTOCOLO TREINTA Y UNO (31)



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 once horas con treinta minutos (11:30) 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 conocida 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:-

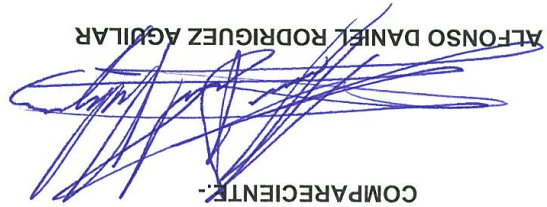
Ligas de internet consultadas:-

1. <https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1010947259065997/?type=3&theater>
2. <https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.640700249424035.1073741825.640697589424301/989302994563757/?type=1&theater>
3. <https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1006005989560124/?type=3&theater>
4. <https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1004346863059370/?type=3&theater>
5. <https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1011809728979750/?type=3&theater>
6. <https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1009556015871788/?type=3&theater>
7. <https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/997995817027808/?type=3&theater>
8. <https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/995103583983698/?type=3&theater>

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

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 la misma, siendo las doce horas (12:00) del día de la fecha procedo a cerrar la presente acta. **DOY FE.-**

COMPARECIENTE.-


ALFONSO DANIEL RODRIGUEZ AGUILAR

PASO ANTE MI.-


LICENCIADO RODRIGO HERNANDEZ GONZALEZ
NOTARIO PUBLICO NUMERO 113.

ANEXO A

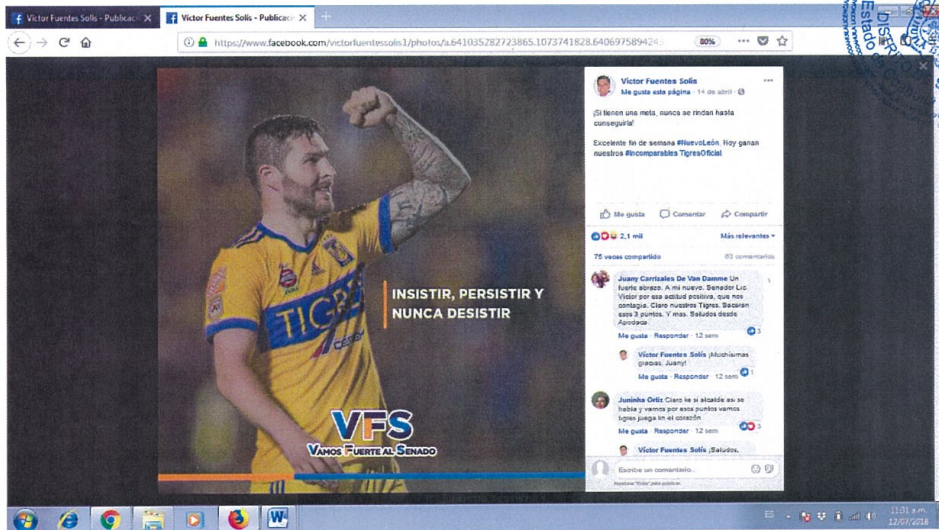


SIN TEXTO



[https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/995103583983698/?type=3&theater](https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589589424301/995103583983698/?type=3&theater)

SIN TEXTO



<https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424.589424301/997995817027808/?type=3&theater>

SIN TEXTO



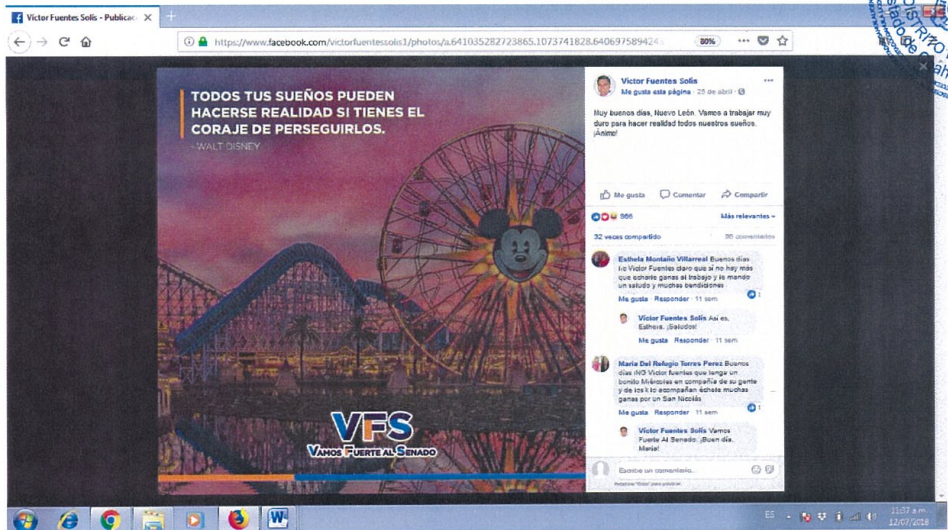
<https://www.facebook.com/victorfuentesolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1009556015871788/?type=3&theater>

SIN TEXTO



<https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1011809728979750/?type=3&theater>

SIN TEXTO



<https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.6406975894241004346863059370/?type=3&theater>

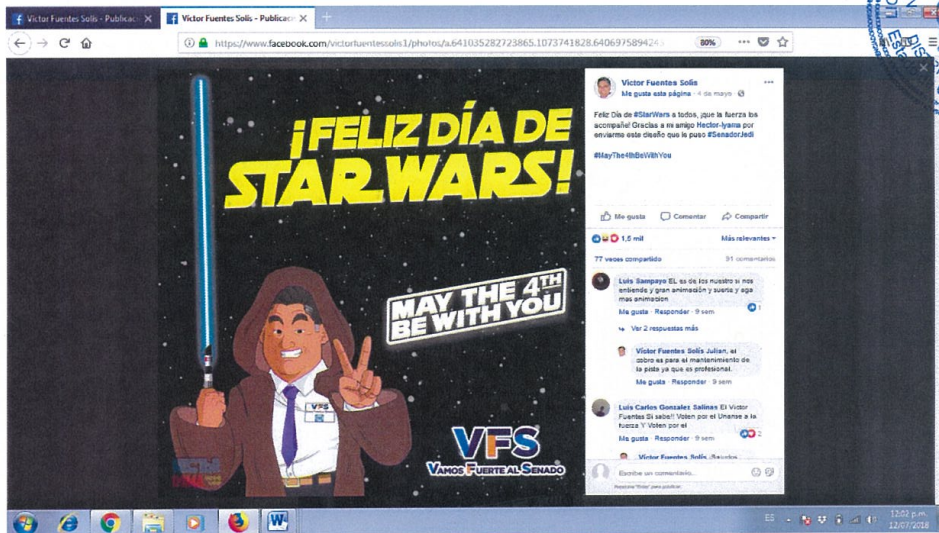
SIN TEXTO



<https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1006005989560124/?type=3&theater>

SIN TEXTO

SM TEXTOS



<https://www.facebook.com/victorfuentessolis1/photos/a.641035282723865.1073741828.640697589424301/1010947259065997/?type=3&theater>

SM TEXTOS