



**MANUAL DE
FISCALIZACIÓN**

**CAMPAÑAS
ELECTORALES**

**PROCESO FEDERAL
2014-2015**

TESORERÍA NACIONAL

DIRECTORIO

PRESIDENTE

Gustavo Madero Muñoz

SECRETARIO GENERAL

José Isabel Trejo Reyes

SECRETARIO GENERAL ADJUNTO

Fernando Álvarez Monje

TESORERO NACIONAL

Carlos Alfredo Olson San Vicente

CONTRALOR NACIONAL

José Luis Puente Canchola

DIRECTORA DE INFORMES ANUALES Y DE CAMPAÑA

Elda Leticia García Domínguez

COLABORACIÓN ESPECIAL

Víctor Iván Lujano Sarabia

Sergio Eduardo Moreno Herrejón

CONTENIDO

PRESENTACIÓN _____ 6 - 7

DISPOSICIONES GENERALES _____ 8 -12

Autoridades competentes

Sujetos obligados

Facultad de delegación

Notificaciones

Caso Relevante

Plazos de las notificaciones

Orientación y asesoría

Momento en que ocurren y se realizan las operaciones

CONTABILIDAD DURANTE LA CAMPAÑA _____ 13 - 18

Financiamiento de Campaña

Financiamiento Privado

Límite a las aportaciones

Aportaciones en Especie

Caso Relevante

Ingresos Prohibidos

Caso Relevante

Facultad de Verificación

Otras prohibiciones

Concepto

Plazos

Topes de gastos

Gastos de campaña

1. Gastos de propaganda

Comprobación

2. Gastos operativos de la campaña

Comprobación

3. Gastos de propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos

Comprobación

4. Gastos de producción de los mensajes para radio y televisión

Comprobación

5. Otros

6. Gasto personalizado

GASTO DE CAMPAÑA POR RUBRO

1. De los gastos identificados a través de Internet

2. Propaganda utilitaria

3. Operativos de campaña

4. Anuncios espectaculares

Mantas

Requisitos de la contratación cuando existe más de una campaña beneficiada

5. Propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos

Caso Relevante

6. Propaganda exhibida en salas de cine

Caso Relevante

7. Propaganda exhibida en internet

8. Bardas

Conceptos que se excluyen como gastos de campaña

Deslinde de gastos

Gasto encubierto en cuentas por cobrar

PRORRATEO DE GASTOS

34 - 41

Para campañas locales

Informes

Sujetos obligados

Formato

Contenido

Prorrateo por ámbito y tipo de campaña

Criterios para identificación de beneficio

Documentación anexa de informes presentados

RENDICIÓN DE CUENTAS

42 - 46

Responsables

Infracciones

Informes de partidos políticos

Calendario de presentación de informes

Avisos

FISCALIZACIÓN

47 - 51

Plazos

Para revisión de informes

Visitas de verificación

Concepto

Requisitos de las visitas

Programación

Auditoría a las finanzas

Concepto

Procedimiento de fiscalización

Monitoreo

En diarios, revistas y otros medios impresos

De espectaculares

De propaganda en vía pública

Superación del secreto bancario, fiduciario y fiscal

Procedimiento

PRESENTACIÓN

Las nuevas reglas que establece la reforma política electoral de 2014, específicamente en el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, cambiaron el modelo y paradigma anterior al señalar que el nuevo procedimiento de fiscalización de gastos de campaña se estará desarrollando en paralelo a las campañas electorales.

Lo anterior implica que el Instituto Nacional Electoral (INE) estará encargado de realizar la fiscalización y vigilancia durante la campaña, del origen y destino de todos los recursos de los partidos y candidatos.

De igual forma, la reforma constitucional antes mencionada, señala que exceder el gasto de campaña en un 5% del monto total autorizado, y siempre que tal violación sea determinante, es decir, cuando la diferencia entre la votación obtenida entre el primero y el segundo sea menor al 5%, trae como consecuencia la nulidad de la elección y por ende, la necesidad de convocar a una elección extraordinaria, en la que no podrá participar la persona sancionada.

También es importante destacar que se retoma la figura de la Comisión de Fiscalización del Consejo General del INE, la cual cuenta con una Unidad Técnica (UTF) que tiene a su cargo la recepción y revisión integral de los informes que presenten los partidos políticos respecto del origen, monto, destino y aplicación de los recursos que reciban por cualquier tipo de financiamiento, así como investigar lo relacionado con las quejas y procedimientos oficiosos en materia de rendición de cuentas.

Sin duda uno de los temas más importantes de la fiscalización de las finanzas de los partidos políticos es la relativa a los procesos electorales, tanto federal como local, durante la precampaña y campaña electoral de los precandidatos y candidatos, respectivamente.

Donde, a efecto de evitar que mediante una erogación excesiva, se puedan alterar las condiciones de competencia electoral, es que en cada elección se ha establecido un tope de gastos para cada uno de los precandidatos y candidatos a participar en la contienda electoral.

Derivado de lo anterior, el 2 de enero de 2015, en cumplimiento al Resolutivo Tercero del Acuerdo INE/CG/350/2014, se ordenó publicar el Reglamento de Fiscalización aprobado mediante Acuerdo INE/CG263/2014, adicionando las modificaciones aprobadas mediante Acuerdo INE/CG/350/2014.

Los principales cambios que incluye el referido reglamento son los siguientes:

- La Unidad Técnica realiza fiscalización nacional: recursos federales y estatales a partir 2015.
- Plazos de presentación de informes se acortan en campaña y precampaña.
- En esta materia se incluye la regla general “Durante los procesos electorales todos los días y horas son hábiles”.
- Las aportaciones de Militantes se podrán utilizar para gasto ordinario y de precampaña.
- Las aportaciones de Simpatizantes sólo se podrán utilizar durante el proceso electoral en gastos de campaña y a candidatos.
- La Contabilidad se realiza en línea y en tiempo real
- Se tendrá 3 días para el registro de operaciones.
- Tendrá un carácter definitivo.
- UTF lo fiscaliza al momento.
- Solo podrá ser modificada a solicitud de la autoridad.
- Unificación de catálogo de cuentas contables.
- Se deberá subir la comprobación y todo el soporte.
- La Balanza Nacional se consolida con recurso federal y recurso estatal.

El presente manual, enfocado principalmente a las campañas electorales, tiene por objeto servir de guía y apoyo para los Tesoreros de los Comités Directivos Estatales, los responsables financieros de las campañas electorales, los candidatos y en general cualquier persona que participe en la administración de los recursos públicos.

Es necesario resaltar la importancia de la comunicación y coordinación que deberán tener en todo momento con la Tesorería y Contraloría Nacionales, para lograr una labor preventiva y correctiva y con ello evitar incurrir en responsabilidades y sanciones.

DISPOSICIONES GENERALES

El Reglamento de Fiscalización es de orden público, observancia general y obligatoria y tiene por objeto establecer las reglas relativas al sistema de fiscalización de los ingresos y egresos de los recursos de los partidos políticos, sus coaliciones, las agrupaciones políticas y de los candidatos a cargos de elección popular federal y local, incluyendo las inherentes al registro y comprobación de las operaciones de ingresos y egresos, la rendición de cuentas de los sujetos obligados por el Reglamento, los procedimientos que realicen las instancias de fiscalización nacional y local respecto de la revisión de sus informes, liquidación de los institutos políticos, así como los mecanismos de máxima publicidad.

Autoridades competentes

En sus respectivos ámbitos de competencia, la **aplicación** del Reglamento de Fiscalización corresponde al Consejo General, a la Comisión de Fiscalización, a la Unidad Técnica de Fiscalización, a los Organismos Públicos Locales y sus instancias responsables de la fiscalización.

Por otro lado, la **vigilancia** respecto de la aplicación del Reglamento, corresponde al Consejo General, a través de la Comisión de Fiscalización con el apoyo de la Unidad Técnica de Fiscalización.

Sujetos obligados

Los sujetos obligados del Reglamento de Fiscalización son los siguientes:

- a) Partidos políticos nacionales y locales.
- b) Coaliciones, frentes o fusiones que formen los Partidos Políticos Nacionales y locales.
- c) Agrupaciones políticas nacionales.
- d) Organizaciones de observadores electorales en elecciones federales.
- e) Organizaciones de ciudadanos que pretendan obtener el registro como Partido Político Nacional.
- f) Aspirantes, precandidatos, candidatos y candidatos independientes a cargos de elección popular federales y locales.

Debe señalarse que, los Partidos Políticos Nacionales con acreditación para participar en elecciones locales, tendrán el mismo trato que un partido político local en el ámbito de las elecciones locales y las obligaciones materia del Reglamento de Fiscalización.

Para la inscripción en el Sistema de Registro Nacional de Candidatos que disponga el Instituto, los partidos, aspirantes y candidatos independientes locales y federales, deben indicar su RFC, además de los requisitos que el Reglamento emitido por el Consejo General del Instituto disponga.

Facultad de delegación

El Instituto Nacional Electoral, de manera excepcional, podrá acordar la delegación de la atribución de la fiscalización de los ingresos y egresos de los partidos políticos, candidatos y coaliciones en los Organismos Públicos Locales, siempre y cuando se apruebe por una mayoría de 8 votos de los integrantes del Consejo General.

Notificaciones

Es muy importante tomar en cuenta que **durante el proceso electoral todos los días y horas son hábiles**, por lo que es necesario contabilizar dentro del cómputo de los plazos los días sábado, domingo y los que generalmente son considerados inhábiles.

Asimismo, es trascendental tomar en cuenta que las notificaciones surtirán sus efectos el mismo día en que se practiquen.

Para la realización de las notificaciones, la Unidad Técnica de Fiscalización, podrá auxiliarse de las juntas locales y distritales o del área de notificaciones que el Instituto determine.

En materia electoral existen diversas formas de notificar, sin embargo, el Reglamento de Fiscalización es preciso al señalar que deberán ser personalmente las que se efectúen a las agrupaciones políticas, organización de observadores, organizaciones de ciudadanos, personas físicas y morales, y a aspirantes, precandidatos, candidatos y candidatos independientes a cargo de elección popular federales y locales.

En cambio, cuando vayan dirigidas a una autoridad u órgano partidista, las notificaciones deberán ser por oficio, atendiendo a las reglas que para el caso señala el artículo 9 del Reglamento de Fiscalización.

Por otro lado, la notificación automática, se entenderá hecha al momento de la aprobación por el Consejo General de la resolución que ponga fin a un procedimiento, si el interesado, quejoso o denunciado es un partido, coalición o candidato independiente, siempre y cuando su representante se encuentre presente en la sesión y tenga a su alcance todos los elementos necesarios para quedar enterado de su contenido.

Además de los anteriormente señalados, el Reglamento señala como tipos de notificaciones, la que se realizará por estrados cuando no sea posible notificar personalmente al interesado o así lo establezca el Reglamento, y por comparecencia cuando el interesado, su representante o su autorizado acudan a notificarse directamente ante el órgano que corresponda.

Caso Relevante

Respecto a este tema resulta relevante mencionar que, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, al resolver el recurso de apelación identificado con la clave SUP-RAP-230/2008 señaló que la notificación personal debe llevarse a cabo en el domicilio señalado por el destinatario para tal efecto y entenderse, de ser posible, con el interesado o con las personas que en su caso hubiesen sido habilitadas para tales efectos, aunque de actualizarse la ausencia de uno y otros, la diligencia debe realizarse de todas formas, con la persona que se encuentre presente en el domicilio. De igual forma, mediante SUP-RAP-104/2010 sostuvo que el notificador deberá cerciorarse, por cualquier medio, que la persona que deba ser notificada tiene su domicilio en el inmueble designado.

Mediante SUP-RAP-103/2010 se estableció que antes de practicarse la notificación, quien la lleve a cabo deberá cerciorarse "por cualquier medio, que la persona que deba ser notificada tiene su domicilio en el inmueble designado y, después de ello, practicará la diligencia". Otro supuesto opera "si a quien se busca se niega a recibir la notificación, o las personas que se encuentran en el domicilio se rehúsan a recibir el citatorio, o no se encuentra nadie en el lugar, éste se fijará en la puerta de entrada, procediéndose a realizar la notificación por estrados, asentándose razón de ello en autos". De este modo, una vez que el notificador se ha cerciorado de ser el domicilio correcto, si quien se encuentra en el domicilio se niega a recibir el citatorio, se fijará un citatorio en la puerta y se realizará la notificación por estrados.

En este sentido, el Reglamento de Fiscalización recoge las disposiciones contenidas en la Ley, así como en los diversos criterios sostenidos por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, con la finalidad que las notificaciones realizadas con motivo de los procedimientos en materia de fiscalización tengan plena validez.

Plazos de las notificaciones

Como ya fue señalado, durante el proceso electoral todos los días y horas son hábiles, por lo que los plazos se computarán en días naturales.

Ahora bien, el Reglamento menciona que el día en que concluya la revisión de los informes, los sujetos obligados deben recibir los oficios mediante los cuales se les notifique la existencia de errores u omisiones técnicas, hasta las 24 horas; y que para tal efecto, la Unidad Técnica deberá notificar a los sujetos obligados, al menos con 5 días de anticipación, la fecha de conclusión de la etapa de revisión.

El día de vencimiento de respuestas a oficios de errores y omisiones, la Unidad Técnica deberá disponer las medidas necesarias, a efecto de recibir los oficios respectivos hasta las 24 horas del día en que venza el plazo.

Orientación y asesoría

Es importante destacar que el Reglamento de Fiscalización prevé la posibilidad de que los sujetos obligados, soliciten a la Unidad Técnica la orientación, asesoría y capacitación, necesarias en materia del registro contable de los ingresos y egresos, de las características de la documentación comprobatoria correspondiente al manejo de los recursos y los requisitos de los informes.

Para tal efecto, las consultas se deben formular de manera clara y precisa, cumpliendo con los siguientes requisitos:

- a) Presentarse por escrito
- b) Señalar el nombre del solicitante, la personalidad con la que se ostenta y domicilio para recibir notificación.
- a) Fundamento legal y motivación.
- b) Contenido de la consulta.
- c) Firma autógrafa.
- d)

Momento en que ocurren y se realizan las operaciones

Se entiende que los sujetos obligados realizan las operaciones de ingresos cuando éstos se reciben en efectivo o en especie. Los gastos ocurren cuando se pagan, cuando se pactan o cuando se reciben los bienes o servicios, de conformidad con la NIF A2 “Postulados básicos”.

CONTABILIDAD DURANTE LA CAMPAÑA

Financiamiento de Campaña

Los partidos políticos tendrán derecho al financiamiento público de sus actividades, estructura, sueldos y salarios, independientemente de las demás prerrogativas otorgadas por la Ley, destacando el financiamiento para gastos de campaña en los términos siguientes:

I. En el año de la elección en que se renueven el Poder Ejecutivo federal o local y las dos Cámaras del Congreso de la Unión o la Cámara de alguna entidad federativa, a cada partido político nacional o local, en su caso, se le otorgará para gastos de campaña un monto equivalente al **50%** del financiamiento público que para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes le corresponda en ese año;

II. En el año de la elección en que se renueve solamente la Cámara de Diputados federal o los Congresos de las entidades federativas, a cada partido político nacional o local, respectivamente, se le otorgará para gastos de campaña un monto equivalente al **30%** del financiamiento público que para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes le corresponda en ese año, y

III. El financiamiento de campaña será administrado en su totalidad por los partidos políticos; estableciendo el prorrateo conforme lo previsto en la Ley; teniendo que informarlas a la Comisión de Fiscalización **10 días antes del inicio de la campaña electoral**, la cual lo hará del conocimiento del Consejo General del INE en la siguiente sesión, sin que dichos porcentajes de prorrateo puedan ser modificados.

De acuerdo con la Constitución el financiamiento público debe prevalecer sobre el financiamiento privado.

Financiamiento Privado

Los partidos políticos podrán recibir financiamiento que no provenga del erario público, con las modalidades siguientes:

- a) Financiamiento por la militancia;
- b) Financiamiento de simpatizantes;
- c) Autofinanciamiento, y
- d) Financiamiento por rendimientos financieros, fondos y fideicomisos.

Límite a las aportaciones

- Para el caso de las **aportaciones de militantes**, el **2%** del financiamiento público otorgado a la totalidad de los partidos políticos para el sostenimiento de sus actividades ordinarias en el año de que se trate.
- Para el caso de las **aportaciones de candidatos, así como de simpatizantes durante los procesos electorales**, el **10%** del tope de gasto para la elección presidencial inmediata anterior, para ser utilizadas en las campañas de sus candidatos.
- Cada partido político, determinará libremente los montos mínimos y máximos y la periodicidad de las cuotas ordinarias y extraordinarias de sus militantes, así como de las aportaciones voluntarias y personales que los precandidatos y candidatos aporten exclusivamente para sus precampañas y campañas, y
- Las **aportaciones de simpatizantes** tendrán como límite individual anual el **0.5%** del tope de gasto para la elección presidencial inmediata anterior.

El 21 de enero de 2015 se aprobó el acuerdo del Consejo General del INE CG17/2015 con los siguientes límites:

PRIMERO. El límite de las aportaciones que cada partido político podrá recibir en el año dos mil quince por aportaciones de militantes, en dinero o en especie, será la cantidad de \$78'190,916.06 (setenta y ocho millones ciento noventa mil novecientos dieciséis pesos 06/100 M.N.).

SEGUNDO. El límite de las aportaciones que cada partido político podrá recibir por aportaciones de simpatizantes durante el Proceso Electoral Federal 2014- 2015, en dinero o en especie, será la cantidad de \$37'406,344.57 (treinta y siete millones cuatrocientos seis mil trescientos cuarenta y cuatro pesos 57/100 M.N.).

TERCERO. El límite de las aportaciones de los precandidatos y candidatos durante el Proceso Electoral Federal 2014-2015, en dinero o en especie, será la cantidad de \$37'406,344.57 (treinta y siete millones cuatrocientos seis mil trescientos cuarenta y cuatro pesos 57/100 M.N.).

CUARTO. El límite individual anual de las aportaciones de los simpatizantes durante el Proceso Electoral Federal 2014-2015, en dinero o en especie, será la cantidad de \$1'870,317.23 (un millón ochocientos setenta mil trescientos diecisiete pesos 23/100 M.N.).

QUINTO. Cada partido político determinará libremente los montos mínimos y máximos de las aportaciones de sus militantes, así como las aportaciones voluntarias y personales que los precandidatos y candidatos aporten exclusivamente para sus precampañas y campañas. En el caso de las aportaciones de precandidatos y candidatos, dicho monto no podrá ser mayor al tope de gastos de precampaña o campaña, según corresponda.

Las aportaciones en efectivo por montos superiores al equivalente a 90 días de salario mínimo, realizado por una sola persona, deberá ser a través de cheque o transferencia electrónica, de tal suerte que el documento que compruebe el depósito permita la identificación de los datos personales del aportante:

- número de cuenta y banco origen,
- fecha,
- nombre completo del titular,
- número de cuenta y banco destino, y
- nombre del beneficiario.

El control de folio mensual de aportantes, se presentará durante los 10 días hábiles posteriores al mes que se reporte y deberá incluir la siguiente información del aportante:

- nombre completo y domicilio completo,
- RFC,
- monto aportado,
- número de recibo,
- descripción si es militante o simpatizante, y
- fecha de la aportación.

Aportaciones en Especie

Se consideran **aportaciones en especie** las siguientes:

- a. Las donaciones de bienes muebles o inmuebles.
- b. El uso de los bienes muebles o inmuebles otorgados en comodato al sujeto obligado.
- c. La condonación de la deuda principal y/o sus accesorios a favor de los sujetos obligados distintas a contribuciones.
- d. Los servicios prestados a los sujetos obligados a título gratuito, con excepción de los que presten los órganos directivos y los servicios personales de militantes inscritos en el padrón respectivo o simpatizantes, que no tengan actividades mercantiles o profesionales y que sean otorgados gratuita, voluntaria y desinteresadamente.
- e. Los servicios prestados a los sujetos obligados que sean determinados por la Unidad Técnica por debajo del valor de mercado.

¡OJO! Si una aportación en especie representa un beneficio a una precampaña o campaña, se acumulará a los gastos en los informes respectivos y computará para el tope de gastos correspondiente.

Las aportaciones que reciban en especie los sujetos obligados deberán contener, cuando menos:

- Los datos de identificación del aportante y del bien aportado (Clave elector),
- El costo de mercado o estimado del mismo bien o servicio,
- La fecha y lugar de entrega,
- El carácter con el que se realiza la aportación respectiva según su naturaleza (donación, Uso),
- Documentarse con Contratos,
- Situación del bien,
- Disposiciones legales

En caso de que el valor de registro de las aportaciones en especie declarado por el sujeto obligado, no corresponda al valor nominal o bien no se haya sustentado en bases objetivas tomando en cuenta el análisis de mercado, precios de referencia, catálogos de precios, precios reportados por los sujetos obligados, cotizaciones o precios obtenidos del Registro Nacional de Proveedores; la Comisión a través de la Unidad Técnica, podrá ordenar que sea determinado de conformidad con lo dispuesto en la NIF A-6 “Reconocimiento y Valuación”.

En caso de que el bien aportado corresponda a **propaganda en bardas**, el aportante deberá presentar las facturas que amparen la compra de los materiales, diseño, pinta, limpieza y en su caso, asignación de espacio. El valor de registro será nominal, al valor consignado en los documentos.



Caso relevante

El Consejo General del IFE aprobó la resolución CG86/2013 en acatamiento a la sentencia del recurso de apelación SUP-RAP-06/2013 para imponer al PRI una multa consistente en 7,739 días de salario mínimo diario general vigente para el Distrito Federal en el dos mil doce, equivalente a \$482,371.87 (Cuatrocientos ochenta y dos mil trescientos setenta y un pesos 87/100 M. N.).

Lo anterior derivado de procedimientos oficiosos una vez que la autoridad sustanciadora acreditó el reporte de tres espectaculares (en los informes de gastos de campaña), se presume que el resto de la propaganda denunciada, es decir **tres espectaculares y veintiséis bardas**, constituyen una aportación de ente prohibido no identificado, consistente en la elaboración y colocación destacando que contenían propaganda electoral a favor del entonces candidato a la Presidencia de la República, el C. Enrique Peña Nieto, ya que en todas aparece la palabra “PEÑA” los cuales fueron difundidos en diversos puntos de los Distritos Electorales Federales 06 y 08 del estado de Chihuahua.

Ingresos Prohibidos

El partido político o candidatos deben rechazar aportaciones o donativos, en dinero o en especie, préstamos, donaciones, condonaciones de deuda, bonificaciones, descuentos, prestación de servicios o entrega de bienes a título gratuito o en comodato de los siguientes:

- ✘ Los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de la Federación y de las entidades federativas, y los Ayuntamientos;
- ✘ Las dependencias, entidades y organismos de la Administración Pública Federal, Estatal o Municipal, centralizadas o paraestatales, y los órganos del Distrito Federal;
- ✘ Los organismos autónomos federales, estatales y del Distrito Federal;
- ✘ Los partidos políticos, personas físicas o morales extranjeras;
- ✘ Las organizaciones gremiales, sindicatos y corporativos.
- ✘ Los organismos internacionales de cualquier naturaleza;
- ✘ Los ministros de culto, asociaciones, iglesias o agrupaciones de cualquier religión;
- ✘ Las personas que vivan o trabajen en el extranjero;
- ✘ Las personas morales;
- ✘ Las empresas mexicanas de carácter mercantil;
- ✘ Las organizaciones sociales o adherentes que cada partido declare, nuevas o previamente registradas, y;
- ✘ Personas no identificadas.

Caso relevante

Sin duda los casos más sonados de procedimientos sancionadores son los conocidos como “Amigos de Fox” y el “Pemexgate”, ambos en el contexto de la elección presidencial del año 2000.

En el primero de ellos se sancionó con una multa millonaria la creación de una sociedad paralela para el financiamiento a la campaña presidencial, a través de la cual se recibieron recursos económicos provenientes del extranjero.

En el caso de PEMEX, se descubrió una red ilegal de financiamiento al PRI proveniente del Sindicato de Trabajadores de PEMEX.

Las sentencias de estos asuntos pueden consultarse en la página de internet www.te.gob.mx en el menú *Tesis y Jurisprudencia*, con la opción *Buscar y Datos de la sentencia*, con la clave SUP RAP 98 2003 (Amigos de Fox) y SUP RAP 18 2003 (PEMEX).

Facultad de Verificación

La Unidad Técnica, podrá solicitar a la unidad administrativa competente en materia de inteligencia financiera de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público informes de operaciones financieras ante la presunción sobre el origen ilícito de los recursos aportados a los partidos políticos.

Asimismo a solicitud del órgano de fiscalización la unidad administrativa competente en materia de inteligencia financiera de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público informará respecto de disposiciones en efectivo que realice cualquier órgano o dependencia de la Federación, de las entidades federativas y de los municipios durante cualquier proceso electoral, cuando tales operaciones se consideren relevantes o inusuales de conformidad con los ordenamientos aplicables.

Otras prohibiciones

No está permitido realizar transferencias entre candidatos locales y federales, en efectivo o en especie.

Los precandidatos o candidatos que incumplan el presente artículo, se harán acreedores a las sanciones que van desde amonestación pública; multa de hasta 5 mil días de salario mínimo general vigente para el DF, y la pérdida del derecho a ser registrado o cancelación del registro.

Queda prohibido para los partidos y candidatos realizar actos de campaña electoral en el extranjero.

CAMPAÑAS ELECTORALES

Concepto

Se entiende como campaña electoral, al conjunto de actividades llevadas a cabo por los partidos políticos nacionales y locales, las coaliciones, los candidatos y los candidatos independientes registrados para la obtención del voto.

Por actos de campaña, se entiende a las reuniones públicas, asambleas, marchas y en general aquellos en que los candidatos o voceros de los partidos políticos se dirigen al electorado para promover sus candidaturas.

Y por propaganda electoral, al 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.

Así, tenemos que las campañas están sujetas a diversas restricciones entre ellas la de financiamiento y fiscalización como a continuación se explica.

Plazos

En los casos que solo se renueve la Cámara de Diputados, no podrán durar más de **60 días**.

Las campañas electorales de los partidos, coaliciones y candidatos independientes se **iniciarán a partir del día siguiente al de la sesión de registro** de candidaturas para la elección respectiva, debiendo **concluir tres días antes de celebrarse la jornada electoral**.

Para efectos de los plazos de campaña local, se estará a lo dispuesto a la normatividad electoral de cada una de las Entidades Federativas del País.

Topes de gastos

Para la determinación de los topes de gastos de campaña de partidos y coaliciones, el Consejo General en la elección de diputados y senadores, a más tardar el día último de diciembre del año de la elección, procederá en los siguientes términos:

El tope máximo de gastos de campaña para la elección de diputados por el principio de mayoría relativa será la cantidad que resulte de dividir el tope de gasto de campaña establecido para la elección presidencial entre trescientos. Para el año en que solamente se renueve la Cámara de Diputados, la cantidad que aquí se refiere será actualizada con el índice de crecimiento del salario mínimo diario en el Distrito Federal.

En caso de que existan candidatos sustitutos, en el informe que presenten deberán acumular los ingresos y gastos que hayan realizado los candidatos a los que sustituyeron.

Gastos de campaña

Se entenderán como **gastos de campaña** los siguientes conceptos:

- 1. 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. Para ello la UTF solicita y recaba muestras.

Comprobación

Deberán ser reportados con:

- a) Facturas expedidas por lo proveedores o prestadores de servicios
- b) Contrato en los que se establezcan claramente las obligaciones y derechos de ambas partes, el objeto del contrato, tiempo, tipo y condiciones del mismo, importe contratado, formas de pago, penalizaciones y todas las demás condiciones a las que se hubiere comprometido.
- c) Para efectos de la propaganda electoral y/o propaganda utilitaria que rebasen el tope de los 500 días de salario mínimo, se deberán registrar y controlar a través de la cuenta de "Gastos por Amortizar", llevando un control físico de kardex, notas de entrada y salida de almacén.
- d) Las muestras correspondientes a los bienes y servicios adquiridos.

Los pagos a los proveedores o prestadores de bienes se deberán realizar mediante cheque o transferencia de una cuenta bancaria

2. **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.

Comprobación

Deberán ser reportados con:

- a) Facturas expedidas por los proveedores o prestadores de servicios.
- b) Contrato en los que se establezcan claramente las obligaciones y derechos de ambas partes, el objeto del contrato, tiempo, tipo y condiciones del mismo, importe contratado, formas de pago, penalizaciones y todas las demás condiciones a las que se hubiere comprometido.
- c) Las muestras correspondientes a los bienes y servicios adquiridos.

3. **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.

Comprobación

Deberán ser reportados con:

- a) Facturas expedidas por los proveedores o prestadores de servicios.
- b) Contrato en el que se establezcan claramente las obligaciones y derechos de ambas partes, el objeto del contrato, tiempo, tipo y condiciones del mismo, importe contratado, formas de pago, penalizaciones y todas las demás condiciones a las que se hubiere comprometido.

c) Una relación de cada una de las inserciones que ampara la factura, las fechas de publicación, el tamaño de cada inserción, el valor unitario y el nombre del candidato beneficiado con cada una de ellas.

d) La página completa del ejemplar original de las publicaciones que deberá contener la leyenda “inserción pagada”, seguida del nombre de la persona responsable del pago.

Los pagos realizados para estos conceptos, deberán realizarse mediante cheque o transferencia de una cuenta bancaria

4. 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.

Comprobación

Deberán ser reportados con:

a) Las facturas expedidas por lo proveedores o prestadores de servicios.

b) Contrato en el que se establezcan claramente las obligaciones y derechos de ambas partes, el objeto del contrato, tiempo, tipo y condiciones del mismo, importe contratado, formas de pago, penalizaciones y todas las demás condiciones a las que se hubiere comprometido.

c) Un programa piloto, en el cual se pueda verificar la calidad del contenido así como un presupuesto o cotización de los servicios a contratar.

d) Un reporte de avance de actividades por la producción de los spots.

e) Las muestras de las distintas versiones de promocionales en radio y televisión.

Los pagos realizados para estos conceptos deberán efectuarse mediante cheque o transferencia de una cuenta bancaria.

5. Otros:

- ✓ Los relativos a **estructuras electorales**, mismos que comprenden el conjunto de erogaciones necesarias para el sostenimiento y funcionamiento del personal que participa a nombre o beneficio del partido en el ámbito sectorial, distrital, municipal, estatal o nacional de los partidos políticos en las campañas.
- ✓ Los correspondientes a la **estructura partidista de campaña** realizados dentro de los procesos electorales, **los pagos realizados durante el proceso electoral, a los representantes generales y de casilla del día de la jornada comicial**, así como los gastos que el Consejo General, a propuesta de la Comisión, y previo inicio de la campaña electoral, determine.¹
- ✗ No se considerarán dentro de los topes de campaña los gastos que realicen los partidos para su operación ordinaria y para el sostenimiento de sus órganos directivos y de sus organizaciones.

6. Gasto personalizado: Cuando los gastos de la propaganda susceptibles de inventariarse, sean amparados con facturas en las que se precise a uno o varios candidatos en específico, se deberá registrar directamente al gasto del candidato beneficiado. En caso contrario, se le dará tratamiento a través de la cuenta “Gastos por Amortizar”.

¹ Mediante acción de inconstitucionalidad 22/2010, el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación determinó que los gastos de “estructuras electorales” y de “estructura partidista”, no se pueden encontrar presupuestalmente dentro de las actividades ordinarias permanentes de los partidos políticos, tal y como se contemplaba en la Ley General de Partidos Políticos, al tratarse de ministraciones asociadas indisolublemente a los gastos erogados durante los procesos electorales, y por sustraerse de la función fiscalizadora de las campañas electorales. Por lo que se resolvió declarar la invalidez del artículo 72, numeral 2, incisos b) y f), y numeral 3 de la Ley General de Partidos Políticos.

GASTO DE CAMPAÑA POR RUBRO

1. De los gastos identificados a través de Internet

Serán considerados como gastos de campaña, además de los antes señalados, los que la Unidad Técnica mediante pruebas selectivas, identifique o determine, con base en la información difundida en internet de los partidos, coaliciones, precandidatos, aspirantes, candidatos y candidatos independientes.

2. Propaganda utilitaria

Los gastos de propaganda utilitaria comprenden los artículos promocionales utilitarios que contengan imágenes, signos, emblemas y expresiones que tengan por objeto difundir la imagen y propuestas del partido político, coalición, precandidatos, aspirantes, candidatos o candidatos independientes beneficiados, los cuales solo podrán ser elaborados con material textil, estos pueden ser: banderas, banderines, gorras, camisas, playeras, chalecos, chamarras, sombrillas, paraguas y otros similares elaborados con material textil.

Los partidos, coaliciones, precandidatos, aspirantes, candidatos y candidatos independientes, deberán conservar y presentar muestras de la propaganda cuando la Unidad Técnica lo solicite y deberán incorporar en el Sistema de Contabilidad en Línea, una imagen de las muestras referidas.

Ejemplos:



3. Operativos de campaña

Los gastos que deberán ser reportados por los partidos, coaliciones, precandidatos y candidatos por concepto de logística, planeación, seguridad privada, estudios de opinión o diagnósticos relativos a la preferencia electoral o posicionamiento de los candidatos y otros similares que sean utilizados o aplicados durante el periodo de las campañas electorales.

4. Anuncios espectaculares

Los partidos, coaliciones y candidatos independientes, **solo podrán contratar publicidad considerada como anuncios espectaculares, panorámicos o carteleras para sus campañas electorales**, ajustándose a las disposiciones siguientes:

- Se entenderán como **espectaculares**, los anuncios panorámicos colocados en estructura de publicidad exterior, consistente en un soporte plano sobre el que se fijan anuncios que contengan la imagen, el nombre de aspirantes, precandidatos, candidatos o candidatos independientes; emblemas, lemas, frases o plataformas electorales que identifiquen a un partido o coalición o a cualquiera de sus precandidatos o candidatos, cuando hagan alusión a favor o en contra cualquier tipo de campaña o candidato, que fueron o debieron ser contratados y pagados, invariablemente por el partido o coalición.
- Se entiende por **anuncios espectaculares panorámicos o carteleras**, toda propaganda asentada sobre una estructura metálica con **un área igual o superior a 12 m², que se contrate y difunda en la vía pública; así como la que se coloque en cualquier espacio físico en lugares donde se celebren eventos públicos, de espectáculos o deportivos**, así sea solamente durante la celebración de estos y cualquier otro medio similar.

Durante las actividades de campañas electorales, cada partido, deberá entregar a la Unidad Técnica un **informe pormenorizado** de toda contratación hecha con las empresas propietarias o concesionarias, dedicadas a la renta de espacios y colocación de anuncios espectaculares en la vía pública, así como con las empresas dedicadas a la producción, diseño y manufactura de toda publicidad que se utilice para dichos anuncios. Los informes deberán anexar copia del contrato respectivo y las facturas originales correspondientes, con la información siguiente:

- Nombre de la empresa.
- Condiciones y tipo de servicio.
- Ubicación (dirección completa) y características de la publicidad.
- Precio total y unitario.
- Duración de la publicidad y del contrato.
- Condiciones de pago.
- Fotografías.
- Número asignado en el Registro Nacional de Proveedores,

Se deberá incluir una cláusula que obligue al proveedor a facturar los servicios prestados, distinguiendo la entidad federativa, el municipio o delegación, en donde se prestó efectivamente el servicio.

Los contratos que se celebren en campañas y precampañas, deberán ser informados por parte de la Comisión a través de la Unidad Técnica al Consejo General, en un plazo máximo de **3 días** posteriores a su recepción, para comprobar el contenido de los avisos de contratación, de conformidad con los procedimientos que para tal efecto emita el Consejo General.

Los comprobantes de los gastos efectuados en anuncios espectaculares en la vía pública deberán incluir, **en hojas membretadas de la empresa** que se anexen a cada factura, una relación de cada uno de los anuncios que ampara la factura y el periodo en el que permanecieron colocados. En dichas hojas deberá incluirse el valor unitario de todos y cada uno. El importe y el número total de los anuncios detallados deben coincidir con el valor y número de anuncios que ampare la factura respectiva. Asimismo deberá presentar, en medio magnético y en hoja impresa, un resumen con la información de las hojas membretadas en hoja de cálculo electrónica, la cual deberá contener cada uno de los anuncios espectaculares que amparan las facturas de sus proveedores con los datos señalados en el presente artículo. Adicionalmente, tales hojas del proveedor deberán contener:

- Nombre del partido que contrata.
- Nombre del aspirante, precandidato, candidato o candidato independiente que aparece en cada espectacular.
- Número de espectaculares que ampara.
- Valor unitario de cada espectacular, así como el Impuesto al Valor Agregado de cada uno de ellos.
- Periodo de permanencia de cada espectacular rentado y colocado.
- Ubicación exacta de cada espectacular: nombre de la calle principal, número, calles aledañas, colonia, municipio o delegación.

- Entidad Federativa en donde se rentaron y colocaron los espectaculares.
- Medidas de cada espectacular.
- Detalle del contenido de cada espectacular.
- Fotografías.
- Número asignado en el Registro Nacional de Proveedores, en términos de lo dispuesto en el artículo 358, numeral 1 del presente Reglamento.

Toda la información aquí mencionada deberá ser reportada en los informes de campaña, junto con los registros contables que correspondan.

Se deberá conservar y presentar muestras y/o fotografías de la publicidad utilizada en anuncios espectaculares en la vía pública a solicitud de la Unidad Técnica.

Las mantas cuyas dimensiones aproximadas sean iguales o superiores a 12 m², se considerarán como espectaculares; sin embargo, se sujetará a las reglas de colocación de propaganda electoral.

Concepto de propaganda exhibida en vía pública distinta a espectaculares.

Se entiende por **propaganda en la vía pública** distinta a los anuncios espectaculares panorámicos o carteleras, toda propaganda que se contrate o difunda en espectaculares, buzones, cajas de luz, carteleras, marquesinas, muebles urbanos de publicidad con o sin movimiento, muros, panorámicos, para buses, puentes, vallas, vehículos o cualquier otro medio similar; así como toda aquella que se contrate y difunda a través de pantallas fijas o móviles, columnas o cualquier otro medio similar y aquella como: mantas, lonas, vinilonas y pancartas colocadas en cualquier espacio físico o en lugares donde se celebren eventos públicos, de espectáculos o deportivos, así sea solamente durante la celebración de estos.

- Se entenderá por **pantalla fija**: aquella publicidad que se proyecte de forma digital en estructuras en espacios públicos y por **pantalla móvil**: aquella publicidad expuesta de forma digital en vehículos para la visualización en la vía pública.
- Se entenderá como **muebles urbanos de publicidad sin movimiento**: aquellas estructuras que se localizan en lugares públicos donde se plasmen imágenes sin movimiento para una mayor cobertura en la difusión de la publicidad y se entenderá como muebles urbanos de publicidad con movimiento: aquellas estructuras que se localizan en lugares públicos donde se transmiten imágenes digitales para una mayor cobertura en la difusión de la publicidad, tales como para buses, columnas, puestos de periódicos y boleros.
- Se entenderá como **publicidad en medios de transporte**: aquella publicidad donde se plasmen imágenes en estructuras dentro y fuera de las instalaciones que se localizan en aeropuertos, estaciones del metro y centrales de autobuses y cualquier otro medio similar.

Mantas

Para efecto de las mantas cuyas dimensiones aproximadas sean inferiores a 12 m² colocadas en un inmueble particular, deberán presentar el permiso de autorización para la colocación, anexando la copia de credencial de elector, o de otra identificación oficial vigente, de quien otorga el permiso.

Requisitos de la contratación cuando existe más de una campaña beneficiada

Cuando la organización de actividades promocionales implique el beneficio a una o varias campañas electorales o a uno o varios candidatos, al contratar la prestación de servicios, se deberá hacer mediante la celebración de contratos que contengan:

- costos,
- fechas de pago,
- características del servicio,
- vigencia del contrato,
- derechos y obligaciones,
- impuestos, así como las penalizaciones en caso de incumplimiento.

De igual forma, en los citados contratos debe incluirse una cláusula mediante la cual se autorice a la Unidad Técnica, a solicitar a la empresa que corresponda, la información que estime necesaria con la finalidad de verificar el origen y monto de los recursos obtenidos.

5. Propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos

Los comprobantes de los gastos efectuados por los partidos, coaliciones, aspirantes y candidatos independientes, en propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos, deberán incluir:

- una relación de cada una de las inserciones que ampara la factura,
- las fechas de publicación,
- el tamaño de cada inserción o publicación,
- el valor unitario de cada inserción o publicación, y
- el nombre del candidato beneficiado con cada una de ellas.

Los partidos o coaliciones deberán conservar la página completa de un ejemplar original de las publicaciones que contengan las inserciones en diarios, revistas y otros medios impresos que realicen en cada una de las campañas electorales, así como todos aquellos que realicen durante los periodos que comprenden las campañas electorales, aun cuando

no se refieran directamente a dichas campañas. Cada una de las inserciones deberá contener la leyenda “inserción pagada” seguida del nombre de la persona responsable del pago. La página con la inserción deberá anexarse a la documentación comprobatoria y presentarse junto con esta a la Unidad Técnica cuando sea solicitada.

En caso de aportaciones en especie por este concepto, las inserciones deberán contener el nombre del aportante responsable del pago, debiendo coincidir con el nombre indicado en la leyenda “inserción pagada”.

Caso Relevante

En la sentencia del recurso de apelación con número SUP-RAP-117/2007, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, confirmó la multa impuesta a los partidos que integraban la coalición “Por el bien de todos” por la publicación del siguiente desplegado



sentencia concluye que al margen de si en las reseñadas notas periodísticas se promociona o no plataforma electoral alguna, atento al contexto en que se realizó su

publicación como lo es que, sin existir justificación alguna, se introdujo una cuestión que no tiende a la promoción de la empresa SEDLA Servicios de Logística Aeroportuaria S.A. de C.V., esto es, exponer que el dueño "es el ahora candidato a senador de la Alianza por el Bien de Todos, Greg Sánchez Martínez", asimismo, que se propagaron dentro de la campaña electoral e incluso éste pagó dos de esas publicaciones, debe estimarse que tales desplegados revisten la característica de proselitismo político, por lo que constituyó una indebida aportación en especie por parte de una empresa mercantil a favor del candidato, así como que éste omitió reportar al Instituto Federal Electoral las diversas notas pagadas por él publicadas en los periódicos.

6. Propaganda exhibida en salas de cine

Los partidos deberán contar con los contratos y facturas correspondientes a la propaganda que se exhiba en salas de cine, manifestados 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. La ubicación de las salas de cine en las 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.

Deberán conservar y presentar muestra del contenido de la propaganda proyectada en las salas de cine.

En los casos en que elaboren directamente su propaganda, deberán señalarlo de manera expresa en el informe respectivo y deberán acreditar que la propaganda fue realizada con recursos propios.

Caso Relevante

El 6 de febrero de 2015 la Sala Regional Especializada en procedimientos sancionadores electorales del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación resolvió la sentencia con el número SER-PRC-14/2015 en la que entre otros aspectos, los hechos objeto de la citada queja fueron los promocionales conocidos como "cineminutos" que se difundían en las salas cinematográficas del país; la entrega y distribución de papel grado alimenticio para envolver tortillas y las papeletas intituladas: Hay Promesas que sí Cumplen y Felices fiestas, con el emblema impreso del PVEM y la leyenda "Verde sí Cumple" y con una alusión a los siguientes temas: i. Cuotas escolares; ii. Circo sin animales; iii. El que contamina paga, y iv. Cadena perpetua.

En el mencionado fallo, la Sala Regional Especializada tuvo por acreditadas tanto la contratación y difusión de los materiales objeto de la denuncia, como el contenido de los promocionales y propaganda denunciada y, con base en ello, estimó que con su difusión el Partido Verde Ecologista de México puso en riesgo el principio de equidad en el contexto del proceso electoral federal, al propiciar una sobreexposición indebida de su imagen de cara a la ciudadanía a partir de una estrategia reiterada y permanente que, entre otros aspectos, se apoyó en la utilización de elementos idénticos, tales como la frase "Verde sí cumple" y la mención de los cuatro temas señalados anteriormente, que se incluyeron recientemente en múltiples informes de labores de sus legisladores.

7. Propaganda exhibida en internet

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.

8. Bardas

Es necesario llevar una relación que detalle la ubicación y las medidas exactas de las bardas utilizadas en cada campaña para la pinta de propaganda electoral, la descripción de los costos, el detalle de los materiales y mano de obra utilizados, la identificación del candidato, y la fórmula o campaña beneficiada con este tipo de propaganda, debiendo cumplir, en su caso, con lo dispuesto en los criterios de prorrateo. Dicha relación deberá conservarse anexa a las pólizas y documentación soporte correspondiente.

Se deberá conservar y presentar fotografías de la publicidad utilizada en bardas, indicando su ubicación exacta.

Conceptos que se excluyen como gastos de campaña

No se considerarán dentro de los gastos de campaña los siguientes:

- ✘ Los pagos u honorarios de los funcionarios o empleados que preparan los informes o la contabilidad para los procesos de rendición de cuentas.
- ✘ Los honorarios, sueldos, viáticos o gastos de transporte, de los funcionarios o prestadores de servicios, que capaciten a los responsables de la rendición de cuentas de candidatos, partidos y candidatos independientes o que atiendan a los auditores de la Unidad Técnica.

Los partidos deberán reportar a la Unidad Técnica a la presentación del informe de campaña, la relación de las personas que realizarán las actividades antes listadas, describiendo nombre completo, cargo, dirección, y clave de elector y monto total de remuneraciones otorgadas por dichas actividades; asimismo, deberán informar a la Unidad Técnica los movimientos a la referida relación de personas, dentro de los 3 días siguientes a su modificación.

Deslinde de gastos

Para el caso de que un partido, candidato o precandidato, se deslinde respecto a la existencia de algún tipo de gasto de campaña no reconocido como propio, deberá realizar el siguiente procedimiento:

- El deslinde deberá ser a través de escrito presentado ante la Unidad Técnica y deberá ser jurídico, oportuno, idóneo y eficaz. Su presentación podrá ser a través de las juntas distritales o juntas locales quienes a la brevedad posible deberán enviarlas a la Unidad Técnica.
 - ✓ Será **jurídico** si se presenta por escrito ante la Unidad Técnica.
 - ✓ Será **oportuno** si se presenta antes de las 48 horas contadas a partir de la fecha en que lo identifique, siempre que esto ocurra en fecha anterior a la publicación del monitoreo de propaganda referida en el artículo 405 de este Reglamento en la que aparezca el destino del gasto y antes de la notificación de los oficios de errores y omisiones de la propia Unidad Técnica.
 - ✓ Será **idóneo** si la notificación describe con precisión el concepto, su ubicación, su temporalidad, sus características y todos aquellos elementos o datos que permitan a la autoridad generar convicción.
 - ✓ Será **eficaz** solo si realiza actos tendentes al cese de la conducta y genere la posibilidad cierta que la Unidad Técnica conozca el hecho.

La Unidad Técnica deberá notificar el resultado de la valoración del deslinde al sujeto obligado que lo presente a más tardar con la presentación del dictamen del informe respectivo

Lo anterior en aplicación de la jurisprudencia de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación identificada con el número 17/2010 que establece lo siguiente:

RESPONSABILIDAD DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS POR ACTOS DE TERCEROS. CONDICIONES QUE DEBEN CUMPLIR PARA DESLINDARSE.- De la interpretación sistemática y funcional de los artículos 38, párrafo 1, inciso a); 49, párrafo 4; 341, párrafo 1, incisos d) e i); 342, párrafo 1, inciso a); 345, párrafo 1, inciso b), y 350, párrafo 1, inciso b), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, se desprende que los partidos políticos, como garantes del orden jurídico, pueden deslindarse de responsabilidad respecto de actos de terceros que se estimen infractores de la ley, cuando las medidas o acciones que adopten cumplan las condiciones siguientes: a) Eficacia: cuando su implementación produzca el cese de la conducta infractora o genere la posibilidad cierta de que la autoridad competente conozca el hecho para investigar y resolver sobre la licitud o ilicitud de la conducta denunciada; b) Idoneidad: que resulte adecuada y apropiada para ese fin; c) Juridicidad: en tanto se realicen acciones permitidas en la ley y que las autoridades electorales puedan actuar en el ámbito de su competencia; d) Oportunidad: si la actuación es inmediata al desarrollo de los hechos que se consideren ilícitos, y e) Razonabilidad: si la acción implementada es la que de manera ordinaria se podría exigir a los partidos políticos.

Gasto encubierto en cuentas por cobrar

Si derivado del ejercicio de facultades de comprobación en el rubro de “Cuentas por Cobrar”, la Unidad Técnica detecta registros contables que no cumplan con los requisitos establecido en la NIF C-3, procederá de la forma siguiente:

- a) Las originadas durante procesos electorales, además de ser consideradas como erogaciones sin objeto partidista, serán acumuladas a los informes de gastos de precampaña o campaña respectivos.
- b) En términos de lo dispuesto por el artículo 445 de la Ley de Instituciones, en el Dictamen y Resolución correspondiente, se deberá proponer la sanción a la que se haya hecho acreedor el precandidato o candidato según corresponda, se harán acreedores a las sanciones que van desde amonestación pública; multa de hasta 5 mil días de salario mínimo general vigente para el DF, y la pérdida del derecho a ser registrado o cancelación del registro.

PRORRATEO DE GASTOS

Los gastos de campaña sujetos de prorrateo, son:

- ✓ Los genéricos de campaña
- ✓ Los gastos en los que se promocionen a dos o más candidatos a cargos de elección popular

Para campañas, el gasto será prorrateado entre las campañas beneficiadas, conforme a la tabla de distribución siguiente:

Tabla de prorrateo				
Inciso	Presidente	Candidato a Senador	Candidato a Diputado Federal	Candidato Local
Inciso a)	40%	60%		
Inciso b)	60%		40%	
Inciso c)	20%	50%	30%	
Inciso d)	15%	35%	25%	25%
Inciso e)	40%			60%
Inciso f)	20%	60%		20%
Inciso g)	40%		35%	25%
Inciso h)		70%	30%	
Inciso i)		50%	30%	20%
Inciso j)		75%		25%
Inciso k)			50%	50%

En los casos de campaña federal, si se suman más de dos candidatos a senadores o diputados que coincidan en el mismo ámbito geográfico, el porcentaje se dividirá entre los que se involucren según la campaña que corresponda. Este mismo supuesto será aplicable al caso de las campañas locales.

Para campañas locales

Tratándose de los casos, en los que se promoció a dos o más candidatos a cargos de elección popular en el ámbito local, para la distribución de los gastos de campaña se estará a lo siguiente:

- Se deben identificar los candidatos beneficiados.
- Cuando los candidatos beneficiados sean locales y federales, primero se aplicará la distribución antes dispuesta y posteriormente la concerniente a la distribución local, es decir, el monto resultante de la determinación de la aplicación de la primera distribución, se convertirá en el 100% a distribuir para la tabla aplicable a lo local.
- Se debe identificar el tope de gasto de cada candidato beneficiado.
- Se obtiene la sumatoria de los topes de gastos de campaña identificados en la tabla anterior.
- Para asignar el porcentaje de participación del gasto, se dividirá el tope de gasto de cada candidato beneficiado, entre la sumatoria obtenida en el punto anterior.
- Con base en el porcentaje determinado, se calculará el monto que le corresponde reconocer en su informe de gastos de campaña a cada candidato beneficiado, con base en el valor nominal del gasto a distribuir o, en su caso, en la parte proporcional que corresponda.

Para el caso de **prorrato de gastos en candidatos postulados por coaliciones parciales o flexibles**, aplicará lo siguiente:

- Los candidatos postulados por un partido, no podrán ser beneficiados por el mismo gasto que haya sido destinado a candidatos postulados por una coalición. De igual forma los candidatos postulados por una coalición, no podrán ser beneficiados por el mismo gasto que haya sido destinado a candidatos postulados por un partido.
- El número máximo de candidatos en los que se podrá distribuir el gasto sujeto a prorrato, no podrá ser mayor al número de candidatos registrados por la coalición o por el partido, en el ámbito geográfico que corresponda.

El partido que hubiere sido designado como responsable de finanzas de la coalición, deberá separar los gastos que realice en beneficio propio y en beneficio de la coalición.

Informes

Sujetos obligados

Se deberá presentar un informe por cada una de las campañas en que el partido o coalición haya contendido a nivel federal o local, especificando los gastos ejercidos en el ámbito territorial correspondiente; así como el origen de los recursos que se hayan utilizado para financiar la campaña. En consecuencia, de acuerdo con las elecciones federales registradas, deberán presentar:

- a. Informe por cada fórmula de candidatos a Diputados por el principio de mayoría relativa que hayan registrado ante las autoridades electorales.
- b. Los candidatos por el principio de representación proporcional que realicen gastos de campaña, deberán presentar el informe respectivo. Si se reporta este tipo de gastos, se deberá identificar la campaña beneficiada de los candidatos de mayoría relativa, a efecto de que la Unidad Técnica mandate el reconocimiento y acumulación de los mismos.

Requisitos

Los informes en la etapa de campaña deberán:

- a. Incluir la totalidad de ingresos y gastos realizados durante el ejercicio objeto del informe.
- b. Considerar para su elaboración a la totalidad de registros contables incorporados en el Sistema de Contabilidad en Línea.
- c. Tener soporte documental de la totalidad de operaciones.
- d. Ser soportados por balanzas de comprobación y demás documentos contables previstos en el Reglamento.
- e. Presentar la primera versión y última del informe debidamente suscritos por el o los responsables del órgano de finanzas o su equivalente.

Formato

Los informes de campaña deberán reportarse a través del Sistema de Contabilidad en Línea, con base en los formatos "IC" o "IC-COA", según corresponda, y deberán incluir la totalidad de los ingresos recibidos y de los gastos efectuados por cada uno de los candidatos, desde que estos son registrados como tales hasta **3 días** antes de celebrarse la jornada electoral.

El candidato es responsable solidario del cumplimiento de los informes de gastos que se refieren en el inciso anterior.

Los informes de ingresos y gastos se presentarán por periodos de 30 días contados a partir del inicio la etapa de campaña, dentro de los 3 días naturales siguientes a la conclusión de cada periodo.

Contenido

En los informes serán incorporados los ingresos que se recibieron dentro del periodo que se reporta.

Los gastos que deberán ser reportados serán los ejercidos dentro del periodo comprendido entre la fecha de registro de los candidatos en la elección correspondiente y hasta el fin de las campañas electorales, con cortes parciales cada treinta días.

Prorrateo por ámbito y tipo de campaña

El prorrateo en cada ámbito y tipo de campaña se sujetará a lo siguiente:

- a) **Campañas a senadores.-** El resultado de multiplicar el gasto genérico o conjunto por el porcentaje que le corresponda del artículo 83 de la Ley de Partidos, se distribuirá entre los candidatos a senadores beneficiados en proporción a su límite de gastos de campaña que corresponda según la entidad federativa de que se trate.
- b) **Campañas a diputados federales.-** El resultado de multiplicar el gasto genérico o conjunto por el porcentaje que le corresponda del artículo 83 de la Ley de Partidos, se distribuirá entre los candidatos a diputados federales beneficiados de manera igualitaria.
- c) **Campañas locales.-** El resultado de multiplicar el gasto genérico o conjunto por el porcentaje que le corresponda del artículo 83 de la Ley de Partidos, se distribuirá entre los tipos de campaña y los candidatos beneficiados en los términos que establezca el artículo 218 del Reglamento.

Criterios para identificación de beneficio

El Reglamento de fiscalización señala que se entenderá que se beneficia a una campaña electoral cuando:

- a) El nombre, imagen, emblema, leyenda, lema, frase o cualquier otro elemento propio de la propaganda, permita distinguir una campaña o candidato o un conjunto de campañas o candidatos específicos.
- b) En el ámbito geográfico donde se coloca o distribuya propaganda de cualquier tipo o donde se lleve a término un servicio contratado.
- c) Cuando entre las campañas beneficiadas se encuentren candidatos cuyo ámbito geográfico sea inferior al de la entidad federativa, se entenderá como ámbito geográfico aquel de menor dimensión, es decir, distrito electoral federal, distrito electoral local o municipio o delegación para el caso del Distrito federal.
- d) En el acto en el que se distribuya propaganda de cualquier tipo y todos los servicios contratados o aportados para ese acto.

En caso de que la propaganda no haga referencia a alguno o alguno de los candidatos que se piensa resultan beneficiados con ella, los criterios para identificar el beneficio serán los siguientes:

- a) Tratándose de la propaganda utilitaria, en razón de su distribución según lo señale el correspondiente kardex, notas de entrada y salida de almacén y cualquier otra evidencia documental que le genere convicción a la autoridad del beneficio.
- b) En el caso de la propaganda en anuncios espectaculares, en función de la entidad federativa donde sean colocados dichos anuncios.
- c) En el caso de la propaganda exhibida en salas de cine, de acuerdo a la entidad federativa donde se ubiquen.
- d) Respecto a la propaganda difundida en internet se considerarán la totalidad de las candidaturas a nivel nacional del partido o coalición, siempre y cuando no se advierta la referencia a uno o varios candidatos.
- e) Por lo que se refiere a los gastos de producción de radio y televisión, se considerarán las campañas y candidatos en función al contenido del mensaje y al catálogo de cobertura que apruebe el Comité de Radio y Televisión vigente.
- f) Tratándose de gastos en diarios, revistas y medios impresos será en función de la cobertura geográfica de cada publicación.
- g) Tratándose de gastos en actos de campaña se considerará como campañas beneficiadas únicamente aquellas donde los candidatos correspondan a la zona geográfica en la que se lleva a cabo el evento; siempre y cuando hayan participado en el evento mediante la emisión de mensajes transmitidos por sí mismos, por terceros o mediante la exhibición de elementos gráficos que hagan alusión a ellos.

Documentación anexa de informes presentados

Junto con los informes de campaña deberán remitirse a la Unidad Técnica:

Se debe exhibir
<p>a) Para el caso de los gastos de propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos:</p> <ol style="list-style-type: none">I. La especificación de las fechas de cada inserción.II. El nombre de la publicación.III. El número de póliza de diario con la que se creó el pasivo correspondiente.IV. El tamaño de cada inserción.V. El valor unitario de cada inserción, así como el Impuesto al Valor Agregado de cada uno de ellos.VI. El candidato, y campaña beneficiada.VII. La relación de cada una de las inserciones que ampara la factura.VIII. La página original completa de las inserciones.
<p>b) Tratándose de anuncios espectaculares colocados en la vía pública deberá presentar el informe de contratación, la copia del contrato y el registro contable con la factura correspondiente por la exhibición de estos anuncios, además de los establecidos con las empresas dedicadas a la producción, diseño y manufactura de toda publicidad que se utilice, los cuales deberán contener:</p> <ol style="list-style-type: none">I. La empresa o empresas con las que se contrató la producción, diseño y manufactura, así como la renta del espacio y colocación de cada anuncio espectacular, especificando de forma clara en qué consistió el servicio prestado por cada una.II. Las fechas en las que permanecieron los anuncios espectaculares en la vía pública.III. La ubicación de cada anuncio espectacular precisando la calle, el número del inmueble en la que se encuentra la estructura para la colocación del anuncio y la colonia.IV. El número de póliza de diario con la que se creó el pasivo correspondiente.V. Las dimensiones de cada anuncio espectacular.VI. Fotografías de los anuncios espectaculares.VII. El valor unitario de cada anuncio espectacular, así como el Impuesto al Valor Agregado de cada uno de ellos.VIII. El candidato y campaña beneficiada.
<p>c) En el caso de propaganda en bardas deberá presentar la relación que detalle la ubicación y las medidas exactas de las bardas utilizadas en cada campaña para la pinta de propaganda electoral, especificando los datos de la autorización para su fijación en inmuebles de propiedad privada o lugares de uso común, la descripción de los costos, el detalle de los materiales y mano de obra utilizados, la identificación del candidato, y la fórmula o campaña beneficiada con este tipo de propaganda, debiendo cumplir, en su caso, con los criterios de prorrateo. Dicha relación deberá conservarse anexa a las pólizas y documentación soporte correspondiente. El partido</p>

deberá conservar y presentar fotografías de la publicidad utilizada en bardas, indicando su ubicación exacta.

- d) En el caso de la **propaganda exhibida en salas de cine**, los contratos y facturas, junto con los registros contables correspondientes. Además de la relación impresa y en medio magnético, que detalle lo siguiente:
- I. La empresa con la que se contrató la exhibición.
 - II. Las fechas en las que se exhibió la propaganda.
 - III. La ubicación de las salas de cine.
 - IV. El número de póliza de diario con la que se creó el pasivo correspondiente.
 - V. El valor unitario de cada tipo de propaganda, así como el Impuesto al Valor Agregado.
 - VI. El candidato, y la campaña beneficiada.
 - VII. La muestra del contenido de la propaganda.
- e) En el caso de la **propaganda colocada en las páginas de Internet**, los contratos y facturas correspondientes, junto con los registros contables correspondientes. Además deberá presentar una relación, impresa y en medio magnético que detalle lo siguiente:
- I. La empresa o empresas con las que se contrató la elaboración y exhibición de la propaganda.
 - II. Las fechas en las que se colocó la propaganda.
 - III. Las direcciones electrónicas o en su caso los dominios en los que se colocó la propaganda.
 - IV. El número de póliza de diario con la que se creó el pasivo correspondiente.
 - V. El valor unitario de cada tipo de propaganda colocada, así como el Impuesto al Valor Agregado de cada uno de ellos.
 - VI. El candidato, y la campaña beneficiada con la propaganda colocada.
 - VII. Las muestras del contenido de la propaganda colocada en Internet.
- f) Los contratos de servicios para la **producción de mensajes en radio y televisión**, firmados entre el partido y los proveedores o prestadores de bienes y servicios participantes en el diseño y producción de los mensajes para radio y televisión.
- g) Copia de todas las **versiones de los audios de las personas que llamen al número con clave 01-900** y la transcripción de las llamadas, detallando las fechas en las que se pusieron a disposición del público.
- h) Las **pólizas del registro contable** que soportan las aportaciones realizadas bajo el mecanismo de recaudación de **llamadas con clave 01-800**, las cuales deberán especificar el número de folio, la serie y tipo de recibo expedido.
- i) En un anexo se mencionarán todos los **gastos centralizados que hayan ejercido y prorrateado**, con la especificación de los distritos electorales o estados en los que hayan sido distribuidos los montos señalados en las facturas correspondientes, así como la identificación y el número de la cuenta bancaria a través de la cual se hayan realizado las erogaciones.
- j) Los **estados de cuenta bancarios de todas las cuentas** señaladas en el Reglamento, incluidas las establecidas para gastos de campaña, así como las **conciliaciones bancarias** correspondientes a los meses que hayan durado las campañas electorales.

- k) Las **balanzas de comprobación del CEN, CEE y CDE** de los meses que hayan durado las campañas electorales, la **balanza consolidada** de dicho periodo, así como los **auxiliares contables** por el periodo de la campaña electoral, estos últimos en hoja de cálculo, de forma impresa y en medio magnético.
- l) El **Inventario de activo fijo adquirido** y el **recibido por las aportaciones de uso o goce temporal**, realizadas durante el periodo de campaña, en hoja de cálculo de forma impresa y en medio magnético.

IMPORTANTE

Es relevante considerar que el **alterar el costo real de los bienes o servicios prestados en las facturas o documentos comprobatorios del gasto del partido político, es un delito que se persigue de oficio**; en el que se impondrá de cincuenta a cien días multa y prisión de seis meses a tres años, con la agravante de que, si quien altera la factura es un funcionario partidista o candidato, la multa será de cien a doscientos días y prisión de dos a seis años; de acuerdo a lo previsto en la Ley General en Materia de Delitos Electorales.

RENDICIÓN DE CUENTAS

De los responsables

El responsable de finanzas del partido político, será el responsable de la autorización en el Sistema de Contabilidad en Línea o en su caso, de la presentación de los informes, su contenido y su documentación comprobatoria.

El **responsable de finanzas** tiene las siguientes obligaciones:

- a. Capacitar a quienes designen en los CDE o CDD como responsables de los órganos de administración y finanzas locales o equivalentes y contar con constancia escrita de ello.
- b. Capacitar a los precandidatos y candidatos en la aplicación del Reglamento y contar con constancia escrita de ello.
- c. Establecer las medidas de control interno necesarias para garantizar la aplicación estricta del Reglamento.
- d. Elaborar e implementar los manuales para el registro contable de las operaciones, de conformidad con el Reglamento y la Ley de Partidos.
- e. Elaborar el PAT en términos de lo dispuesto por el Reglamento y la Ley de Partidos.
- f. Vigilar el cumplimiento de los objetivos, las metas y los indicadores integrados al PAT.
- g. Documentar el aprovechamiento de la capacitación impartida.
- h. Realizar los registros de ingresos y egresos, en tiempo real, en la contabilidad de los CDE´s, CDD´s, así como de precandidatos y candidatos; para el efecto se utilizaran equipos informáticos conectados en línea con los del responsable de finanzas.

Es responsabilidad de los **titulares de los órganos de administración y finanzas en los CDE o CDD**, lo siguiente:

- a. Acreditar la capacitación impartida por el CEN o CEE.
- b. Vigilar el estricto cumplimiento del Reglamento.

Los **precandidatos y candidatos** postulados por los partidos o coalición, serán responsables de:

- a. Presentar su informe de gastos de precampaña o campaña al partido o coalición.
- b. Reportar en los informes respectivos los recursos recibidos, en dinero o en especie, destinados a su precampaña o campaña.
- c. Reportar todos los ingresos en efectivo recibidos y depositados a la cuenta bancaria abierta, exclusivamente para la administración de los ingresos y gastos de precampaña y campaña.
- d. Solicitar o recibir recursos mediante aportaciones o donativos, en dinero o en especie por sí o por interpósita persona y bajo ninguna circunstancia de personas no autorizadas por la Ley de Instituciones.
- e. No exceder el tope de gastos de precampaña y campaña establecidos por el Consejo General.
- f. De designar a un responsable de la rendición de cuentas.
- g. Vigilar que se expidan recibos foliados por los ingresos recibidos para su precampaña y campaña.

- h. Verificar que los egresos realizados sean pagados con cheque de la cuenta bancaria autorizada por el CEN o CEE's que contengan la leyenda "para abono en cuenta del beneficiario", que sean nominativos y que se documentan con facturas que cumplen con requisitos fiscales.
- i. La entrega de documentación comprobatoria de ingresos y gastos al partido o coalición, en estricto cumplimiento al presente Reglamento.

Los **partidos** serán responsables de:

- a. Presentar los informes de gastos de precampaña o campaña de sus precandidatos y candidatos.
- b. Respetar el tope de gastos de precampaña y campaña establecidos por el Consejo General.
- c. La información reportada mediante el Sistema de Contabilidad en Línea.
- d. Expedir recibos foliados por los ingresos recibidos para sus precampañas y campañas.
- e. Verificar que los egresos realizados sean pagados con cheque de la cuenta bancaria autorizada por el CEN o CEE's que contengan la leyenda "para abono en cuenta del beneficiario", que sean nominativos y que se documentan con facturas que cumplen con requisitos fiscales.
- f. Las demás acciones que al respecto se establezcan en el Reglamento.

De las Infracciones

Constituyen infracciones de los **precandidatos o candidatos**, las siguientes:

- a. La realización de actos anticipados de precampaña o campaña, según sea el caso.
- b. En el caso de los aspirantes o precandidatos, solicitar o recibir recursos, en dinero o en especie, de personas no autorizadas por la Ley de Instituciones.
- c. Omitir en los informes respectivos los recursos recibidos, en dinero o en especie, destinados a su precampaña o campaña.
- d. No presentar el informe de gastos de precampaña o campaña establecidos en la Ley de Instituciones.
- e. Exceder el tope de gastos de precampaña o campaña establecidos.
- f. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en la Ley de Instituciones, Ley de Partidos, en el presente Reglamento y demás disposiciones aplicables.

Constituyen infracciones de los **Partidos Políticos**, las siguientes:

- a. El incumplimiento de las resoluciones o acuerdos del Instituto o de los Organismos Públicos Locales.
- b. El incumplimiento de las obligaciones o la infracción de las prohibiciones y topes que en materia de financiamiento y fiscalización les impone la Ley de Instituciones y demás disposiciones aplicables.
- c. No presentar los informes trimestrales, anuales, de precampaña o de campaña, o no atender los requerimientos de información de la unidad de fiscalización del Instituto, en los términos y plazos previstos en la Ley de Instituciones, el presente Reglamento y demás disposiciones aplicables.
- d. La realización anticipada de actos de precampaña o campaña atribuible a los propios partidos.
- e. Exceder los topes de gastos de campaña.
- f. La realización de actos de precampaña o campaña en territorio extranjero cuando se acredite que se hizo con consentimiento de aquellos, sin perjuicio de que se determine la responsabilidad de quien hubiese cometido la infracción.

- g. El incumplimiento de las demás disposiciones previstas en la Ley de Instituciones en materia de precampañas y campañas electorales.
- h. La contratación, en forma directa o por terceras personas, de tiempo en cualquier modalidad en radio o televisión.
- i. La difusión de propaganda política o electoral que contenga expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas.
- j. El incumplimiento de las obligaciones establecidas por la Ley de Instituciones en materia de transparencia y acceso a la información.
- k. El incumplimiento de las reglas establecidas para el manejo y comprobación de sus recursos o para la entrega de la información sobre el origen, monto y destino de los mismos.
- l. La omisión o el incumplimiento de la obligación de proporcionar en tiempo y forma, la información que les sea solicitada por los órganos del Instituto.
- m. La comisión de cualquier otra falta de las previstas en la Ley de Instituciones, en el presente Reglamento y demás disposiciones aplicables.

INFORMES DE PARTIDOS POLÍTICOS

Los partidos políticos tienen la obligación de generar informes trimestrales, anuales, de precampaña y campaña, ello mediante el sistema de contabilidad en línea, con el deber de presentarlos dentro de los 3 días siguientes a la conclusión de cada periodo.

Para lo cual, se deben realizar en los siguientes términos.

Los partidos deben presentar los siguientes informes

- **Trimestrales:** deben presentarse dentro de los 30 días siguientes a la conclusión del trimestre correspondiente;
- **Anuales:** dentro de los 60 días siguientes a la conclusión del ejercicio que se reporte;
- **De precampaña** dentro de los 10 días posteriores a la conclusión de la misma, y
- **De campaña,** por periodos de 30 días contados a partir del inicio de la misma.

En los informes mensuales, trimestrales y anuales, según corresponda, se deberán reportar como saldo inicial, el saldo final de todas las cuentas contables de caja, bancos y, en su caso, inversiones en valores correspondientes al ejercicio sujeto a revisión inmediato anterior.

Calendario de presentación de informes

Cargo	Inicio de campaña	Presentación informe (campañas de más de 60 días).	Errores y Omisiones	Respuesta errores y omisiones	Presentación 1er informe	Errores y Omisiones	Respuesta errores y omisiones	Fin campaña	Presentación 2° informe	Jornada Electoral	Errores y Omisiones	Respuesta errores y omisiones	Dictamen y Resolución CF	CF aprueba y presenta al CG	CG vota los proyectos
		29 + 3 días	10 días	5 días	29 + 3 días	10 días	5 días		29 + 3 días	07-jun-15	10 días	5 días	10 días	6 días	6 días
DMR	05-abr-15	N/A	N/A	N/A	07-may-15	17-may-15	22-may-15	03-jun-15	06-jun-15	07-jun-15	16-jun-15	21-jun-15	01-jul-15	07-jul-15	13-jul-15
DRP	05-abr-15	N/A	N/A	N/A	07-may-15	17-may-15	22-may-15	03-jun-15	06-jun-15	07-jun-15	16-jun-15	21-jun-15	01-jul-15	07-jul-15	13-jul-15

AVISOS

Otra de las obligaciones que tienen los partidos políticos, es la de dar aviso al Consejo General como a la Unidad Técnica de todos aquellos actos inherentes a la actividad del partido, tanto en el proceso electoral como fuera de esta etapa; entre las que se encuentran el dar aviso de los contratos a celebrar para la renta de espacios y colocación de anuncios espectaculares, como sus respectivas modificaciones, de la apertura de créditos y cuentas bancarias, de los proveedores y prestadores de servicios con los cuales se realicen operaciones durante el periodo de precampaña y campaña, de la realización de espectáculos y eventos culturales, entre otras.

El incumplimiento de esta obligación es sancionada desde una amonestación pública, con una multa, la reducción de hasta el 50% de las ministraciones del financiamiento público, hasta con la cancelación del registro como partido político.

TÉRMINOS	AVISOS	REQUISITOS
Dentro de los 5 días posteriores a su registro ante el Instituto	La lista de los precandidatos y candidatos por tipo de elección	Nombre completo, clave de elector, RFC, dirección, teléfono, estado, distrito o fórmula.
Dentro de los 5 días siguientes a la firma del contrato respectivo	La apertura de cuentas bancarias o de inversión, de cualquier naturaleza	Lo establecido en el artículo 54.2 y 58.2 del Reglamento.
A más tardar dentro de 3 días posteriores a que ocurra	Las modificaciones a los contratos para la renta de espacios y colocación de anuncios espectaculares en la vía pública, remitiendo copia de la modificación realizada	Los previstos en el artículo 207, numeral 4 del Reglamento.
Al momento en que se entreguen los informes respectivos a la Unidad Técnica	De los proveedores y prestadores de servicios con los cuales realicen operaciones durante el periodo de precampaña, campaña o ejercicio objeto de revisión, por montos superiores a los quinientos días de salario mínimo	Los previstos en el artículo 82 del Reglamento.
Al momento en que se entreguen los informes respectivos a la Unidad Técnica	De los proveedores y prestadores de servicios con los cuales realicen operaciones durante el periodo de precampaña, campaña o ejercicio objeto de revisión, por montos superiores a los cinco mil días de salario mínimo	Los previstos en el artículo 83 del Reglamento.
Con el informe anual.	Informe de los anuncios espectaculares colocados en la vía pública durante el periodo objeto del informe, que aún no hayan sido pagados al momento de la presentación del informe anual.	Lo dispuesto por el artículo 262 del Reglamento.
Con el informe anual.	Informe de la propaganda consistente en diarios, revistas y otros medios impresos, gastos de producción de mensajes para radio y televisión, anuncios espectaculares y propaganda en salas de cine e internet durante el periodo objeto del informe, que aún no hayan sido pagados al momento de la presentación de los informes de precampaña o campaña	Lo dispuesto por el artículo 143 del Reglamento.
A más tardar dentro de los 10 días siguientes al de la conclusión de las precampañas	Informes de ingresos y gastos a que se refiere la fracción III, inciso b) numeral 1, del artículo 79 de la Ley de Partidos. (de precampañas)	Conforme a lo establecido por el artículo 80.1 c) de la Ley de Partidos.
A más tardar a los 10 días siguientes al último día del mes que se trate	La relación mensual de los nombres de los aportantes y, en su caso, las cuentas del origen del recurso a que hace referencia el artículo 56, numeral 5 de la Ley de Partidos.	-----

FISCALIZACIÓN

El procedimiento de fiscalización comprende el ejercicio de las funciones de comprobación, investigación, información y asesoramiento, que tiene por objeto verificar la veracidad de lo reportado por los sujetos obligados, así como el cumplimiento de las obligaciones que en materia de financiamiento y gasto imponen las leyes de la materia y, en su caso, la imposición de sanciones, de conformidad con la Ley de Partidos, Ley de Instituciones, el Reglamento y demás disposiciones aplicables.

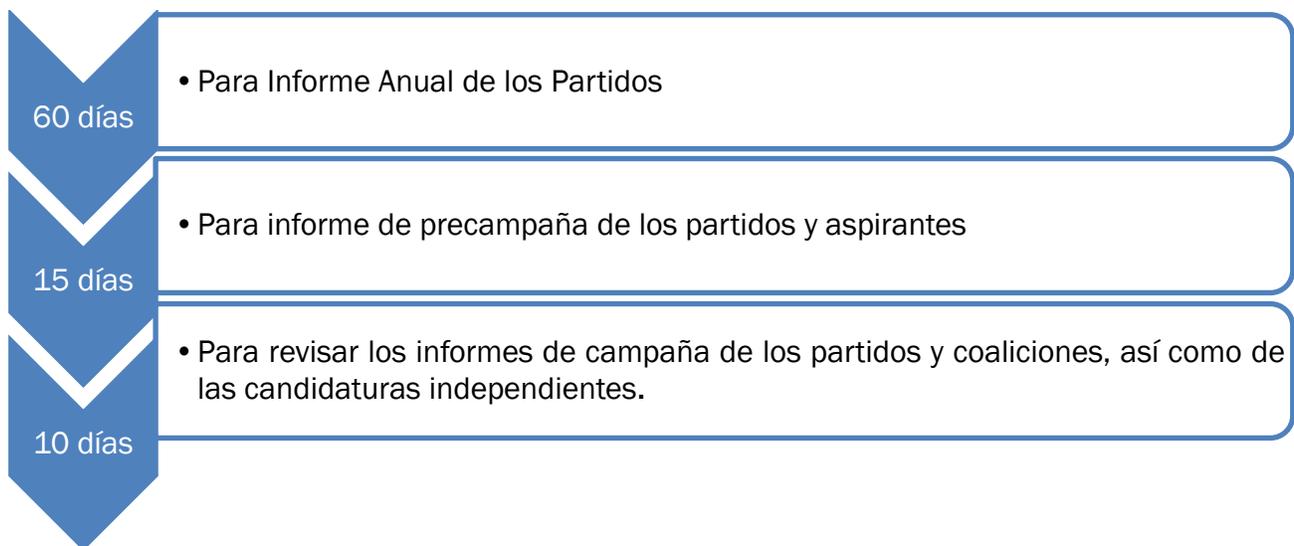
La Comisión, a través de la Unidad Técnica, ejercerá las facultades de fiscalización mediante los procedimientos de revisión de informes de sujetos obligados y la tramitación y sustanciación de procedimientos administrativos sancionadores.

Plazos

Con el propósito de facilitar a los partidos, y demás sujetos obligados, el cumplimiento en tiempo de la presentación de los informes, la Unidad Técnica efectuará el cómputo de los plazos, señalará la fecha de inicio y terminación de los mismos, y les informará a ellos por oficio y lo publicará en el Diario Oficial cuando menos 10 días antes del inicio del plazo.

Para revisión de informes

La Unidad Técnica contará, para revisar los informes que presentemos, con los plazos siguientes:



Los plazos anteriormente señalados, empezarán a computarse, al día siguiente de la fecha límite para su presentación.

Visitas de verificación

Concepto

La visita de verificación es la diligencia de carácter administrativo que ordena la Comisión, y que tiene por objeto corroborar el cumplimiento de las obligaciones y la veracidad de los informes presentados por los partidos políticos, aspirantes y candidatos independientes.

Requisitos de las visitas

Las visitas de verificación ordenadas se harán constar en un acta que contenga, los datos siguientes:

- Nombre del partido, candidato, precandidato, aspirante o candidato independiente, tipo de evento verificado, fecha y lugar del evento.
- Circunstancias de tiempo, modo y lugar que se presentaron en su desarrollo, así como los datos y hechos más relevantes que hubieren sido detectados, así como los elementos probatorios que se consideren pertinentes.
- El contenido del acta que harán prueba plena de la existencia de los hechos asentados en la misma, para efectos de la revisión de informe respectivos.

Modalidades

Las visitas de verificación a los partidos políticos tendrán las modalidades siguientes:

- a) Las relacionadas con actividades y eventos realizados en las etapas de precampaña, obtención del apoyo ciudadano y campaña.
- b) Las relacionadas con las actividades específicas que desarrollan los partidos y respecto del liderazgo político de las mujeres

Programación

El calendario de las visitas de verificación en relación con los informes anuales, de precampaña y campaña deberá ordenarse por parte de la Comisión, en los plazos siguientes:

- a) Respecto a los informes de precampaña, de actos tendentes para la obtención del apoyo ciudadano y campaña que presenten los aspirantes y candidatos independientes y los partidos políticos respectivamente, 15 días antes del inicio de las etapas respectivas.

Las visitas de verificación podrán realizarse por el personal designado por la propia Unidad Técnica con el auxilio, en su caso, del personal de la Junta Local o Distrital que corresponda.

Auditoría a las finanzas

Concepto

La auditoría a las finanzas de los Partidos Políticos consistirá en la revisión del cumplimiento de los requisitos en materia de origen y aplicación de los recursos señalados en la Ley de Instituciones, en la Ley de Partidos, en el Reglamento, en las NIF, así como de los ordenamientos legales que regulen las operaciones que realicemos; mismas que serán aplicables a las auditorías practicadas por terceros.

El objeto de esta diligencia, es permitir a la Unidad Técnica obtener resultados previos a la revisión de los Informes Anuales que presenten los sujetos obligados.

Procedimiento de fiscalización

Dentro de los procedimientos de fiscalización, que llevara a cabo la Unidad Técnica de Fiscalización destaca el de monitoreo, para el que existen reglas específicas, respecto al que habrá llevarse en diarios, revistas y otros medios impresos, espectaculares y en propaganda en vía pública.

Asimismo, es dable destacar que una novedad del nuevo reglamento de fiscalización, encuentra su sustento en lo señalado en el apartado B, del artículo 41 Constitucional, del que se advierte que el Consejo General no estará limitado por los secretos bancario, fiduciario y fiscal, y para ello contará con la unidad técnica de fiscalización, que será el conducto para superar la limitación referida, lo que trae como consecuencia que la autoridad electoral pueda verificar la veracidad de los ingresos y egresos de los sujetos obligados.

Monitoreo

La Comisión, a través de la Unidad Técnica, realizará las gestiones necesarias para llevar a cabo monitoreo de:

- En diarios, revistas y otros medios impresos
- De espectaculares
- De propaganda en vía pública

Tendientes a obtener o promover a precandidatos o candidatos y candidatos independientes o bien promocionar genéricamente a un partido político y/o coalición durante el Proceso Electoral.

La Comisión a propuesta de la Unidad Técnica, establecerá la metodología para el monitoreo.

El costo de la propaganda no reportada se determinará conforme a lo siguiente:

- a) Se deberá identificar el tipo de bien o servicio recibido y sus condiciones de uso y beneficio.
- b) Las condiciones de uso se medirán en relación con la disposición geográfica y el tiempo. El beneficio será considerado conforme a los periodos del ejercicio ordinario y de los procesos electorales.
- c) Se deberá reunir, analizar y evaluar la información relevante relacionada con el tipo de bien o servicio a ser valuado. La información se podrá obtener de cámaras o asociaciones del ramo de que se trate.
- d) Se deberá identificar los atributos de los bienes o servicios sujetos de valuación y sus componentes deberán ser comparables.
- e) Para su determinación, el procedimiento a utilizar será el de valor razonable.

Con base en los valores descritos en el numeral anterior, así como con la información recabada durante el proceso de fiscalización, la Unidad Técnica deberá elaborar una matriz de precios, con información homogénea y comparable.

Para la valuación de los gastos no reportados, la Unidad Técnica deberá utilizar el valor más alto de la matriz de precios, correspondiente al gasto específico no reportado.

El monto de la propaganda no reportada o no reconocida por los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes, durante los procesos electorales se acumulará a los gastos de campaña de la elección de que se trate y de ser el caso, se prorrateará en los términos antes expuestos.

Superación del secreto bancario, fiduciario y fiscal

De conformidad con lo señalado en el apartado B, del artículo 41 Constitucional, en el cumplimiento de sus atribuciones, el Consejo General no estará limitado por los secretos bancario, fiduciario.

- **Procedimiento**

A fin de verificar la veracidad de los ingresos y egresos de los sujetos obligados y en uso de la facultad para superar el secreto bancario, fiduciario y fiscal, en materia bancaria, fiduciaria y fiscal, la Unidad Técnica, con la aprobación de la Comisión, podrá:

- a) Solicitar la información y documentación que los sujetos obligados realicen, mantengan u obtengan con cualquiera de las entidades del sector financiero.
- b) Solicitar información a los Órganos Gubernamentales, Instituciones Públicas o Privadas.

Las solicitudes de información que formule la Unidad Técnica, procederán en los casos siguientes:

- a) Procedimientos administrativos oficiosos y de queja en materia de fiscalización.
- b) Informes anual, de precampaña y campaña que presenten los partidos políticos.
- c) Informes de actos tendentes para la obtención del apoyo ciudadano, y campaña que presenten los aspirantes y candidatos independientes respectivamente.
- d) Informes que presenten las Organizaciones de observadores, las organizaciones de ciudadanos que pretendan constituirse como partido político y las Agrupaciones.
- e) Cuando sea el conducto de los Organismos Públicos Locales que ejerzan facultades de fiscalización, con la finalidad de superar los secretos bancario, fiduciario y fiscal.
- f) En el supuesto de que el Secretario del Consejo, requiera información relativa a la situación financiera, bancaria y fiscal, con la finalidad de ejercer las facultades de investigación de los procedimientos administrativos sancionadores.



**MANUAL DE
FISCALIZACIÓN**

**CAMPAÑAS
ELECTORALES**

**PROCESO FEDERAL
2014-2015**

TESORERÍA NACIONAL