

INE/CG468/2015

DICTAMEN CONSOLIDADO QUE PRESENTA LA COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN RESPECTO DE LA REVISIÓN DE LOS INFORMES DE CAMPAÑA DE LOS INGRESOS Y GASTOS DE LOS CANDIDATOS A LOS CARGOS DE DIPUTADOS FEDERALES, CORRESPONDIENTES AL PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2014-2015

Índice

1. Marco Legal
2. Metodología de la revisión
 - 2.1 Procedimiento de revisión de los Informes de Ingresos y Gastos de Campañas.
 - 2.1.1. Sistemas utilizados para la fiscalización
 - 2.1.2 Determinación de las pruebas de auditoría
 - 2.1.3 Monitoreo de campaña.
 - 2.2.3.1 Monitoreo a Espectaculares
 - 2.2.3.2 Monitoreo de Medios Impresos
 - 2.2.3.3 Monitoreo en Páginas de Internet y Redes Sociales
 - 2.1.4 Determinación de Costos
 - 2.1.5 Confirmación de operaciones con instancias externas
 - 2.1.6 Preparación y elaboración del Dictamen Consolidado
3. Información relevante de la fiscalización
4. Informe de la revisión de Partidos Políticos, Coaliciones, Candidatos y Candidatos Independientes
 - 4.1 Campaña de Diputado Federal
 - 4.1.1 Partido Acción Nacional
Conclusiones
 - 4.1.2 Partido Revolucionario Institucional
Conclusiones

- 4.1.3 Partido de la Revolución Democrática
Conclusiones
- 4.1.4 Partido del Trabajo
Conclusiones
- 4.1.5 Partido Verde Ecologista de México
Conclusiones
- 4.1.6 Movimiento Ciudadano
Conclusiones
- 4.1.7 Nueva Alianza
Conclusiones
- 4.1.8 MORENA
Conclusiones
- 4.1.9 Partido Humanista
Conclusiones
- 4.1.10 Encuentro Social
Conclusiones
- 4.1.11 Coaliciones Federales
 - 4.1.11.1 Coalición Parcial integrada por PRI y PVEM
Conclusiones
 - 4.1.11.2 Coalición De Izquierda Progresista integrada por PRD y PT
Conclusiones
- 4.1.12 Candidatos independientes
Conclusiones

1. Marco Legal

El presente dictamen está sustentado en el marco jurídico vigente y es resultado de la revisión a los Informes de Campaña presentados por los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes.

Disposiciones Generales en materia de Fiscalización

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 41, Base V, Apartado B, penúltimo párrafo.

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, Artículos 32, fracción VI; 190; 191; 192; 196 numeral 1; 199.

Ley General de Partidos Políticos, Artículos 7, inciso d); 25, fracción k).

Reglamento de Fiscalización, Artículo 287.

Del financiamiento público a partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 116, fracción IV, incisos g) y h).

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, Artículos 426, numeral 1; 430, numeral 1.

Ley General de Partidos Políticos, Artículos 50; 52; 53, numeral 1 inciso a, b, c, d.

De la verificación de las operaciones financieras

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, Artículo 426, numeral 2.

Ley General de Partidos Políticos, Artículo 58.

Informes de campañas

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, Artículo 431, numerales 1, 3.

Ley General de Partidos Políticos, Artículos 72; 79 numeral, 1 inciso b; 80 fracción d).

Reglamento de Fiscalización, Artículo 243.

De la operación, registro contable e informes de los ingresos y gastos de los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, Artículos 377, numeral 1; 403; 428, numeral 1; 430.

Ley General de Partidos Políticos, Artículos 59; 60; 61, fracciones I, II, III.

Reglamento de Fiscalización, Artículos 244; 245.

De la Revisión y confronta

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, Artículo 429, numerales 1, 2.

Ley General de Partidos Políticos, Artículo 80, inciso d), fracciones I; II; III; IV.

Reglamento de Fiscalización, Artículos 289, numeral 1 inciso d); 290; 291, numerales 1, 3, 4; 295.

Además, considera el contenido de los acuerdos que se enuncian a continuación:

Consejo General del INE

Acuerdo INE/CG93/2014 por el cual se determinan normas de transición en materia de fiscalización (9-jul-2014).

Acuerdo INE/CG273/2014 por el que se emiten los criterios aplicables, el modelo único de estatutos y la convocatoria para el registro de candidatas y candidatos independientes a diputadas y diputados por el principio de mayoría relativa para el Proceso Electoral Federal 2014-2015 (19-nov-2014).

Acuerdo INE/CG01/2015 por el que se establecen las cifras del financiamiento público para el sostenimiento de actividades ordinarias permanentes, gastos de campaña y actividades específicas de los partidos políticos nacionales para el ejercicio 2015 (14-ene-2015).

Acuerdo INE/CG02/2015 por el que se actualiza el tope máximo de gastos de campaña para la elección de diputados por el principio de mayoría relativa para el Proceso Electoral Federal 2014-2015 en cumplimiento al resolutivo segundo del acuerdo identificado con el número INE/CG301/2014 (14-ene-2015).

Acuerdo INE/CG17/2015 por el que se determinan los límites del financiamiento privado que podrán recibir los partidos políticos por sus militantes y simpatizantes, las aportaciones de los precandidatos, candidatos, aspirantes y candidatos independientes, así como el límite individual de las aportaciones de simpatizantes, durante el ejercicio 2015 (22-ene-2015).

Acuerdo INE/CG47/2015 por el que se instruye a la Junta General Ejecutiva realizar las acciones necesarias para el desarrollo e implementación de una aplicación informática que contribuya al cumplimiento de las obligaciones de los partidos políticos y candidatos, así como de las atribuciones que en materia de fiscalización tiene el Instituto Nacional Electoral (28-ene-2015).

Acuerdo INE/CG72/2015 por el que se aprueba el Plan de Trabajo para el desarrollo e implementación de una aplicación informática que contribuya al cumplimiento de las obligaciones de los partidos políticos y candidatos, así como de las atribuciones que en materia de fiscalización tiene el INE (25-feb-2015).

Acuerdo INE/CG73/2015 por el que se establecen las disposiciones para el registro de las operaciones que deberán cumplir los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes, en la aplicación informática del Proceso de Campañas Electorales del 2015 (25-feb-2015).

Acuerdo INE/CG74/2015 por el que se aprueban los Lineamientos que deberán observar los partidos políticos, coaliciones y candidatos, así como la UTF respecto de la identificación de la campaña beneficiada y del prorrateo del gasto genérico, conjunto o personalizado (25-feb-2015).

Acuerdo INE/CG84/2015 del por el que se modifica el diverso INE/CG17/2015, mediante el cual se determinaron los límites del financiamiento privado que podrán recibir los partidos políticos por sus militantes y simpatizantes, las aportaciones de los precandidatos, candidatos, aspirantes y candidatos independientes, así como el límite individual de las aportaciones de simpatizantes, durante el ejercicio 2015, en cumplimiento a lo resuelto en la sentencia identificada con el número de expediente SUP-RAP-22/2015 y sus acumulados (6-mzo-2015).

Acuerdo INE/CG85/2015 por el que se aprueba el procedimiento para el envío de los avisos de contratación, a que se refiere el artículo 61, numeral 1, inciso f), fracciones II y III de la Ley General de Partidos Políticos (6-mzo-2015).

Acuerdo INE/CG88/2015 por el que se determinan las cifras del financiamiento público para gastos de campaña, así como las relativas a la distribución del financiamiento público por concepto de franquicias postales de las candidatas y candidatos independientes para contender al cargo de diputada y diputado federal por el principio de mayoría relativa para el Proceso Electoral Federal 2014-2015 (11-mzo-2015).

Comisión de Fiscalización del INE

Acuerdo CF/005/2015 por el que se emiten los lineamientos que deberá observar la UTF para el inicio y práctica de las visitas de verificación a los partidos políticos, coaliciones, precandidatos, aspirantes, candidatos y candidatos independientes con el fin de corroborar el cumplimiento de sus obligaciones durante 2015 (27-ene-2015).

Acuerdo CF/014/2015 por el que se aprueban los lineamientos que establecen la metodología para la realización de los monitoreos de anuncios espectaculares y demás propaganda colocada en la vía pública que promuevan a candidatos postulados por los partidos políticos y coaliciones; así como a los candidatos independientes o promocióne genéricamente a un partido o coalición, durante el Proceso Electoral Federal y los Procesos Electorales Locales 2014-2015 (9-mzo-2015).

Acuerdo CF/022/2015 por el que se aprueban los lineamientos que establecen la metodología para la realización de los monitoreos en diarios, revistas y otros medios impresos que promuevan a candidatos postulados por los partidos políticos y coaliciones; así como a los candidatos independientes o promociónen genéricamente a un partido o coalición, durante el Proceso Electoral Federal y los Procesos Electorales Locales 2014-2015 (23-mzo-2015).

2. Metodología de la revisión

2.1 Procedimiento de revisión de los Informes de Ingresos y Gastos de Campañas

2.1.1 Sistemas utilizados para la fiscalización

Registro Nacional de Proveedores (RNP)

El 18 de enero de 2015, inicia la operación del RNP, el cual permite que registren sus datos las personas físicas o morales que vendan, enajenen, arrienden o proporcionen bienes o servicios de manera onerosa a los partidos políticos, coaliciones, precandidatos, candidatos, aspirantes y candidatos independientes, para su operación ordinaria o la realización de sus precampañas y campañas.

El objetivo del RNP es contar con un sistema que permita identificar a los proveedores que enajenan bienes o prestan servicios a los sujetos obligados, por importes mayores a los 1500 salarios mínimos (en una o más operaciones en un mismo periodo), por vía de un registro totalmente en línea, que valida la información existente en el RFC y reportes de la UIF.

Al cierre del periodo de campaña por el Proceso Electoral 2014-2015, se tiene un registro de 18,897 proveedores.

Lo anterior con fundamento en lo previsto en los artículos 41, Base I, segundo párrafo; II, penúltimo párrafo; y Base V, apartados A, párrafos primero y segundo y B, penúltimo párrafo de la CPEUM; artículo 6, numeral, 199 numeral 1 inciso h de la LGIPE; artículo 7 fracción XXI de la Ley General en Materia de Delitos Fiscales; Artículos 82, 356, 357, 358, 359, 360 y 361 del Reglamento de Fiscalización; así como al acuerdo CF/001/2015 y el acuerdo CF/002/2015 que establecen el procedimiento y funcionamiento del RNP.

Sistema Integral de Fiscalización (SIF)

Para dar cumplimiento a lo establecido en el Artículo 191, incisos a) y b) de la LGIPE, y por corresponder a sus atribuciones, la UTF desarrolló el SIF. El objetivo de este sistema es contar con una aplicación informática basada en criterios estandarizados, para que la captación, clasificación, valuación y registro de los ingresos y egresos relativos a las campañas federal y locales de los Procesos Electorales 2014-2015, se realice conforme a lo dispuesto en el Reglamento de Fiscalización, la información que

se integra al sistema contribuye al cumplimiento de las obligaciones de los sujetos obligados. El SIF integra la información de diversas fuentes, permite la creación de repositorios de información, documentos y datos explotables por la autoridad y es un apoyo para las atribuciones que en materia de fiscalización competen al INE, de conformidad con lo establecido en la normativa electoral vigente.

El SIF se integra por tres módulos:

- Captura y registro de ingresos y gastos. Módulo que brinda la posibilidad para que los partidos políticos asienten y presenten los informes correspondientes a sus ingresos y gastos, den de alta a cada uno de sus candidatos y adjunten a cada registro la documentación soporte o evidencia correspondiente.
- Administración de fuentes de información. Para el registro de la información proporcionada por el SAT, la UIF y la generada por el propio Instituto con motivo de la fiscalización.
- Reportes para la fiscalización. Mediante el cual se generan los reportes para dar seguimiento a los gastos de campaña (que incluyen gasto directo y gasto centralizado), permite la consulta de operaciones, evidencia e informes presentados por los partidos políticos, coaliciones, candidatos y candidatos independientes, así como la captura de los ingresos o gastos determinados por la autoridad.

De conformidad con lo dispuesto en el Artículo 39, Numeral 5 del Reglamento de Fiscalización y el Artículo 11, Numeral Quinto del Acuerdo del Consejo General INE/CG73/2015, del 25 de febrero de 2015, por el que se establecen las disposiciones para el registro de las operaciones que deberán cumplir los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes, en la aplicación informática del Proceso de Campañas Electorales del 2015, la UTF mediante los Comités Ejecutivos Nacionales, proporcionó vía correo electrónico y oficio al Representante de Finanzas de los partidos políticos y coaliciones, la cuenta y contraseña de acceso al SIF; así como las cuentas y contraseñas de los administradores de cuentas, candidatos, capturistas y capturistas de cuenta concentradora, conforme al detalle siguiente:

Núm. de cuentas asignadas	Tipo de usuario	Responsabilidades en el SIF
2	Representante de Finanzas a nivel federal	<ul style="list-style-type: none"> - Habilitar, asignar, modificar y consultar cuentas de administradores de sujetos obligados, candidatos y capturistas - Asignar contabilidades a los capturistas - Presentar y consultar informes - Consultar pólizas y evidencias - Generar reportes de los candidatos
17	Representante de Finanzas a nivel local (uno por cada Entidad con elección local)	<ul style="list-style-type: none"> - Habilitar cuentas de administradores de sujetos obligados, candidatos y capturistas a nivel local - Asignar contabilidades a los capturistas - Presentar y consultar informes a nivel local - Consultar pólizas y evidencias a nivel local - Generar reportes de los candidatos a nivel local
1	Por cada cargo de elección en el ámbito local y federal	<ul style="list-style-type: none"> - Consultar su información de candidatura - Registrar operaciones y adjuntar evidencias de su contabilidad - Presentar y consultar sus informes - Consultar sus pólizas y evidencias - Generar sus reportes contables y de prorratio - Cargar operaciones contables de forma masiva - Subir cargas masivas de proveedores, cuentas bancarias y aportantes
165	Administradores de sujeto obligado	<ul style="list-style-type: none"> - Habilitar, asignar, modificar y consultar cuentas de candidatos y capturistas - Asignar contabilidades a los capturistas
65	Capturistas de cuenta concentradora	<ul style="list-style-type: none"> - Registrar operaciones y adjuntar evidencias de la contabilidad de la concentradora - Consultar pólizas y evidencias de la concentradora - Generar cédulas de prorratio - Generar sus reportes contables y de prorratio - Cargar operaciones contables de forma masiva - Subir cargas masivas de proveedores, cuentas bancarias y aportantes
320	Capturistas	<ul style="list-style-type: none"> - Registrar operaciones y adjuntar evidencias de los candidatos asignados - Presentar y consultar sus informes de los candidatos asignados - Consultar sus pólizas y evidencias de los candidatos asignados - Generar sus reportes contables y de prorratio de los candidatos asignados - Cargar operaciones contables de forma masiva de los candidatos asignados - Subir cargas masivas de proveedores, cuentas bancarias y aportantes de los candidatos asignados

Por otra parte, a los partidos políticos locales y coaliciones se les proporcionaron las cuentas de usuario de conformidad con lo siguiente:

Núm. de cuentas asignadas	Tipo de usuario	Responsabilidades en el SIF
1	Representante de Finanzas a nivel federal (para coalición Federal)	<ul style="list-style-type: none"> - Habilitar, asignar, modificar y consultar cuentas de administradores de sujetos obligados, candidatos y capturistas - Asignar contabilidades a los capturistas - Presentar y consultar informes - Consultar pólizas y evidencias - Generar reportes de los candidatos
1	Representante de Finanzas a nivel local por cada Entidad	<ul style="list-style-type: none"> - Habilitar cuentas de Administradores de sujetos obligados, candidatos y capturistas a nivel local - Asignar contabilidades a los capturistas - Presentar y consultar informes a nivel local - Consultar pólizas y evidencias a nivel local - Generar reportes de los candidatos a nivel local
1	Por cada cargo de elección en el ámbito local y federal	<ul style="list-style-type: none"> - Consultar su información de candidatura - Registrar operaciones y adjuntar evidencias de su contabilidad - Presentar y consultar sus informes - Consultar sus pólizas y evidencias - Generar sus reportes contables y de prorrateo - Cargar operaciones contables de forma masiva - Subir cargas masivas de proveedores, cuentas bancarias y aportantes
1	Administrador de sujeto obligado por entidad	<ul style="list-style-type: none"> - Habilitar, asignar, modificar y consultar cuentas de candidatos y capturistas - Asignar contabilidades a los capturistas
1	Capturistas de Concentradora por Entidad (para el caso de coaliciones una cuenta de cuenta concentradora federal)	<ul style="list-style-type: none"> - Registrar operaciones y adjuntar evidencias de la contabilidad de la concentradora - Consultar pólizas y evidencias de la Concentradora - Generar cédulas de prorrateo - Generar sus reportes contables y de prorrateo - Cargar operaciones contables de forma masiva - Subir cargas masivas de proveedores, cuentas bancarias y aportantes
10	Capturistas por Entidad	<ul style="list-style-type: none"> - Registrar operaciones y adjuntar evidencias de los candidatos asignados - Presentar y consultar sus informes de los candidatos asignados - Consultar sus pólizas y evidencias de los candidatos asignados - Generar sus reportes contables y de prorrateo de los candidatos asignados - Cargar operaciones contables de forma masiva de los candidatos asignados - Subir cargas masivas de proveedores, cuentas bancarias y aportantes de los candidatos asignados

Asimismo, se proporcionó al candidato independiente, la cuenta y contraseña de acceso al SIF, así como las cuentas y contraseñas de administrador de sujeto obligado y cinco capturistas.

Las cuentas del candidato y sujeto obligado se entregan habilitadas para su ingreso al SIF.

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

El objetivo del SIMEI es contar con un sistema que contribuya a la detección de anuncios espectaculares colocados en la vía pública y facilitar la búsqueda de información en medios impresos de circulación nacional y local, respecto de toda publicidad y propaganda, para cotejarla con lo reportado por los partidos políticos y coaliciones bajo este rubro. Asimismo, facilitar la coordinación y comunicación con las instancias nacionales (Juntas locales y distritales o auditores designados), en lo relacionado con los temas mencionados.

El SIMEI registra información sobre:

- Anuncios espectaculares y otra propaganda colocada en la vía pública, detectada por la autoridad en los recorridos realizados en campo, aplicando la metodología establecida en el acuerdo CF/014/2015, de fecha 9 de marzo de 2015.

Para este caso, se utilizan dispositivos móviles GPS, con sistema operativo ANDROID y pantalla táctil, para enviar en tiempo real la imagen de la propaganda detectada, su localización y otros datos útiles que permitan contar con la información suficiente de referencia para la fiscalización. Una vez capturada y enviada la información, no puede ser modificada.

- Inserciones en medios impresos de circulación nacional.

Para alimentar esta parte del sistema, la CNCS registra información sobre la propaganda encontrada en medios impresos de mayor circulación nacional y local, conforme al acuerdo CF/022/2015, del 6 de junio de 2014.

Lo anterior con fundamento en lo previsto en los artículos 41, Base V, Apartado B, penúltimo y último párrafos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 199, numeral 1, incisos c), d) y g); 426, numeral 1 de la LGIPE; 319 y 320 del Reglamento de Fiscalización; en relación con los "Lineamientos que establecen la

metodología para la realización de los monitoreos de anuncios espectaculares y demás propaganda colocada en la vía pública que promuevan a candidatos postulados por los partidos políticos y coaliciones; candidatos independientes o promocióne genéricamente a un partido o coalición, durante el Proceso Electoral Federal y los Procesos Electorales Locales 2014-2015”, aprobados por la Comisión de Fiscalización el 9 de marzo de 2015, mediante acuerdos CF/014/2015 y CF/022/2015; así como la circular No. INE/SE/015/2015 de fecha 27 de marzo de 2015, emitida por la Secretaría Ejecutiva, dirigida a los Vocales Ejecutivos Locales del INE, mediante el cual los instruyó para que en el ámbito de su competencia atendieran y coadyuvaran con la UTF en el marco del Proceso Electoral 2014-2015, en el desempeño de las actividades de monitoreo de anuncios espectaculares y demás propaganda colocada en la vía pública.

2.2.2 Determinación de las pruebas de auditoría

Los procedimientos de auditoría se basan en las disposiciones normativas establecidas en la LGIPE, la LGPP y el Reglamento de Fiscalización; en el presente apartado se describen los principales procedimientos aplicados en el Proceso de Campaña Electoral Federal 2014-2015.

a) Revisión de Gabinete

El objetivo de estos procedimientos es llevar a cabo la revisión de la información registrada por los sujetos obligados en el SIF, la disponible derivada de otras fuentes.

- Comprobar que los Informes de campaña hayan sido presentados dentro de los plazos señalados en la normativa aplicable.
- Verificar que el partido político, asociación civil o partido político responsable de la administración de la coalición, haya presentado junto con los informes de campaña, la documentación siguiente:
 - Estados de cuenta bancarios CEN, CDE’S, campaña y concentradora o centralizada.
 - Conciliaciones bancarias.
 - Contratos de apertura y escritos de cancelación de las cuentas bancarias relativos a la campaña y concentradora o centralizada.
 - Balanzas de Comprobación del CEN y CDE’s de los meses que hayan durado las campañas.
 - Balanzas de comprobación consolidada por el periodo de campaña.

- Informe de la propaganda aún no pagada por el partido político, asociación civil o partido político responsable de la administración de la coalición, al momento de la presentación de sus informes en los formatos “REL-PROM.
 - Controles de Folios (RM, RSES, REPAP).
 - Inventario de Activo Fijo por las adquisiciones durante el periodo de revisión (en medio impreso y en medio magnético).
- Verificar que los candidatos y candidatos independientes no hayan rebasado el tope de gastos de campaña.
 - Revisar para la campaña que el registro de las operaciones en los informes se apeguen a lo establecido en la aplicación informática que apruebe el Consejo General y en el Reglamento.
 - Verificar que el partido político, asociación civil o partido político responsable de la administración de la coalición, haya presentado la totalidad de:
 - Estados de Cuenta Bancarios.
 - Conciliaciones bancarias con base en los Estados de Cuenta presentados.
 - Contratos de apertura de las cuentas bancarias de campaña y concentradora.
 - Documentos donde conste la cancelación de las cuentas de Campaña dentro del periodo que establece el Reglamento de la materia.
- Asimismo, deberá verificarse que los saldos de las conciliaciones bancarias concuerden con los estados de cuenta bancarios.

b) Informes de campaña

El objetivo de estos procedimientos es verificar el cumplimiento por parte de los sujetos obligados, de registrar su información en el SIF.

- Constatar que el partido político, asociación civil o partido político responsable de la administración de la coalición, presente los informes de campaña, respecto al origen y monto de los ingresos por cualquier modalidad de financiamiento.
- Revisar que se especifiquen los gastos que el partido, asociación civil o partido político responsable de la coalición, candidatos y candidatos independientes, haya ejercido en el ámbito territorial correspondiente.

c) Bancos

El objetivo de estos procedimientos es comprobar la existencia del efectivo, ya sea que esté en poder de los partidos políticos, responsables de las coaliciones, candidatos o candidatos independientes o en custodia de terceros, que se incluyan todas las cuentas bancarias a su nombre; verificar su correcta valuación y determinar su disponibilidad o la existencia de restricciones.

Estados de Cuenta

- Verificar que se hayan aperturado cuentas bancarias en forma mancomunada.
- Constatar que en caso de que se hayan invertido recursos líquidos, se hayan presentado los avisos correspondientes al INE.
- Verificar que la cancelación de las cuentas bancarias se haya realizado dentro de los límites establecidos y en su caso, los remanentes hayan sido reintegrados a alguna cuenta CBCEN o CBE.
- Verificar de las conciliaciones bancarias, que se hayan elaborado en forma mensual, que se encuentren debidamente depuradas y que en el caso de partidas en conciliación ajustadas, estas hayan sido investigadas, aclaradas y autorizadas.

d) Origen de los recursos

El objetivo de estos procedimientos es identificar las fuentes de los recursos, verificar los límites de financiamiento privado, comprobar la veracidad en el registro de las operaciones de ingreso y el reporte de la totalidad de las operaciones.

Aportaciones del CEN

- Ingresos en efectivo
- Verificar de los ingresos bancarios, que la cuenta de bancos no reciba transferencias o cheques provenientes de cuentas bancarias que no estén a nombre del partido político, coalición y candidatos independientes, exceptuando las cuotas voluntarias y personales que los candidatos aporten para sus campañas.
- Comprobar que los ingresos en efectivo que reciba el partido, se registren contablemente y que el comprobante de transferencia interna o la ficha de depósito estén anexos a su respectiva póliza contable, además de que se

- haya emitido el recibo interno foliado, firmado por el responsable de las finanzas del candidato.
- Verificar que el partido político, coalición y candidato independiente acredite que los recursos que ingresen por vía de transferencia a la cuenta bancaria, se apeguen a lo establecido en la normatividad aplicable.
 - Ingresos en especie
 - Verificar que la aportación en especie provenga directamente del CEN o CDE y que no rebase los topes establecidos en el Reglamento.
 - Confirmar que el bien transferido esté debidamente registrado en la contabilidad y soportado con facturas en las que se detallen los bienes, los precios unitarios y la campaña a la que serán transferidos.
 - Verificar de los ingresos por donaciones de bienes muebles la información siguiente:
 - El bien aportado,
 - El criterio de valuación utilizado,
 - El registro contable,
 - La existencia de los contratos de comodato
 - Cotizaciones y personas que realizaron donaciones.
 - Si se trata de equipo de transporte, se deberá contar con el contrato y la factura de la operación por la que se haya transferido al donante la propiedad de dicho bien.
 - Revisar en el caso de que el bien aportado sea considerado gasto de campaña, el aportante haya proporcionado la factura que ampare la compra de los bienes o contratación y el valor de registro será invariablemente el consignado en dicho documento.
 - Constatar de los ingresos por donaciones de bienes inmuebles que se hayan registrado a valor comercial de mercado y que cuenten con escritura pública si el valor del avalúo del inmueble excede a 365 días de SMG (inscrita ante el Registro Público de la Propiedad).
 - Comprobar de las aportaciones otorgadas en comodato tanto de bienes muebles como inmuebles lo siguiente:
 - Que se haya tomado el valor de uso promedio de 2 cotizaciones solicitadas por el partido.
 - En caso de contrato constatar que contenga la clave de elector de la persona que otorga el bien en comodato.

- Se cuente con la póliza la propiedad o dominio del bien otorgado en comodato por parte del aportante.
- Cerciorarse de que los comprobantes de la aportación se expidan dentro del periodo de campaña. y los gastos que amparen cumplan con los fines exclusivos de la campaña.
- Verificar que las aportaciones en especie que beneficien a una o más campañas por gastos centralizados, se hayan registrado conforme a la normatividad aplicable y sean computados en los informes de campaña correspondientes.

Aportaciones del Candidato

- Ingresos en efectivo
- Validar el correcto registro contable de los ingresos.
- Verificar que las fichas de depósito o comprobantes de transferencia y recibos “RM” estén anexos a su respectiva póliza contable y que los ingresos se hayan depositado en cuentas a nombre del sujeto obligado.
- Confirmar que la aportación que se efectúe a la campaña, provenga del CEN u órgano equivalente con excepción de las aportaciones del candidato y éstas sean depositadas en las cuentas bancarias.
- En caso de que el candidato realice una aportación y la aportación por si sola o acumulada en el mes exceda los 90 días de SMGV, asegurarse de que se haya realizado con cheque nominativo a nombre del sujeto obligado y provengan de una cuenta personal del aportante, o bien, mediante una transferencia bancaria, a partir del excedente de esta cantidad.
- Cotejar que los recibos “RM” detallados en el control de folios, coincidan con los recibos adjuntos a su póliza contable y que los recibos no utilizados al terminar el proceso de campaña se hayan cancelado.
- Ingresos en especie
- Verificar que las aportaciones del precandidato no excedan los topes de aportaciones de militantes establecido por el partido político.
- Validar el correcto registro contable de las aportaciones realizadas por los militantes y comprobar que se encuentre soportado con la documentación original correspondiente.
- Revisar que las aportaciones recibidas consideradas en especie estén documentadas con contratos escritos.
- Validar que las aportaciones en especie que beneficien a una o más campañas por gastos centralizados, se hayan registrado conforme al prorrateo señalado en la normativa aplicable y que se hayan computado en los informes de campaña correspondientes.

Aportaciones de militantes y de simpatizantes

- Ingresos en especie
- Validar el correcto registro contable de las aportaciones realizadas.
- Revisar que las aportaciones estén documentadas con contratos.
- Verificar de los ingresos por donaciones de bienes muebles la información siguiente:
 - El bien aportado.
 - El criterio de valuación utilizado.
 - Su registro contable.
 - La existencia de los contratos de comodato.
 - Cotizaciones y personas que realizaron donaciones.
 - Si se trata de equipo de transporte verificar que se cuente con el contrato y la factura correspondiente a la operación por la que se haya transferido al donante la propiedad previa de dicho bien.
- Constatar que los ingresos por donaciones de bienes inmuebles cumplan con lo siguiente.
 - Se registre a valor comercial de mercado.
 - Conste en escritura pública si el valor del avalúo del inmueble excede a 365 días de SMG y esté inscrita ante el Registro Público de la Propiedad.
- Revisar que para determinar el valor de registro de las aportaciones de los servicios profesionales, prestados a título gratuito al partido, se tomó el valor promedio de dos cotizaciones.
- Verificar que el órgano de finanzas presente en medio impreso y magnético, el registro centralizado y el registro individual del financiamiento de su militancia.
- Revisar que las aportaciones en especie que beneficien a una o más campañas por gastos centralizados se hayan registrado conforme al prorrateo señalado en la Ley y el Reglamento y sean computados en los informes de campaña correspondientes.
- Verificar en la relación de a portantes los nombres de las personas a las que se les expidieron recibos de aportación, verificando que coincidan los bienes aportados y montos.

Rendimientos Financieros

- Confirmar que los recursos estén debidamente identificados, soportados y registrados en contabilidad.

- Revisar que los rendimientos, fondos y fideicomisos se hayan destinado a los objetivos del partido.
- En el caso de que el sujeto obligado haya reportado fondos y fideicomisos, revisar:
 - Que hayan sido registrados ante la UTF y que se haya entregado copia fiel del contrato correspondiente dentro de los cinco días posteriores a su firma.
 - Que se hayan sujetado a las reglas establecidas en el Reglamento de la materia.
- Verificar que los créditos bancarios contratados por el partido se hayan sujetado a lo establecido en el reglamento en la materia.
- Constatar que el informe sobre el contrato de apertura de crédito del partido político se haya presentado en tiempo y forma.

e) Aplicación y destino de los recursos

El objetivo de estos procedimientos es verificar que las erogaciones se destinen a los gastos relativos a las campañas, comprobar si se ajustaron a los límites de gastos de campañas y para los actos tendentes a recabar el apoyo ciudadano; la veracidad en el registro de las erogaciones y el reporte de la totalidad de las erogaciones.

Gastos de Propaganda

- Gasto de artículos promocionales utilitarios
- Confirmar que los gastos de artículos promocionales utilitarios estén comprendidos dentro de los topes de gastos de campaña y de los actos tendentes a recabar el apoyo ciudadano para contender como candidato o candidata independiente a Diputado o Diputada por el principio de mayoría relativa en el PEF 2014-2015
- Verificar que la documentación soporte reúna lo siguiente:
 - Requisitos fiscales.
 - La póliza contenga la documentación soporte.
 - Comprobante a nombre del Partido o Asociación Civil para el caso de los aspirantes;
 - Contabilización correcta.
 - Si el gasto es mayor a 90 DSM, se realizará mediante cheque nominativo a nombre del proveedor, con la leyenda “para abono en cuenta del beneficiario”.

- Verificar el cobro del cheque o el registro de la contra cuenta respectiva.
- Verificar que en los gastos de propaganda susceptible de inventariarse, amparados con facturas en las que no se precisó a un candidato en específico, se haya utilizado la cuenta 105 “Gastos por Amortizar”, llevando un control físico adecuado a través de kárdex, notas de entrada y salida de almacén.
 - Verificar que para el control y registro contable de la propaganda electoral de artículos promocionales utilitarios que rebasaron los 500 DSM, se utilizó la cuenta “gastos por amortizar” como cuenta de almacén, abriendo las subcuentas que requieran.
 - Páginas de internet
- Verificar en las facturas por pago de páginas de internet lo siguiente:
 - Cumplan con los requisitos fiscales.
 - Estén a nombre del Partido u organización civil para el caso de aspirantes.
 - Estén soportadas con la documentación original.
 - Estén registradas contablemente de forma adecuada.
- Verificar que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 DSM se haya realizado con cheque nominativo a nombre del proveedor y que contenga la leyenda “Para abono en cuenta del beneficiario”.
- Verificar que la póliza contable contenga la documentación comprobatoria original y se anexe copia fotostática del cheque.
- Validar que el registro contable sea correcto.
- Cotejar que los informes de campaña incluyan las pólizas contables soportadas con la siguiente documentación:
 - Contratos
 - Facturas
- Validar que el Partido o candidato independiente, haya presentado un informe de la propaganda que haya sido publicada, colocada o exhibida durante el periodo de campaña y que aún no haya sido pagada al momento de la presentación de sus informes, el cual debe especificar lo siguiente:
 - Número de Póliza de diario con la que se registro la deuda.
 - Orden de servicio o documento expedido por el proveedor en el que se especifique el importe del servicio prestado.
- Confirmar que los informes contengan los siguientes datos, con base en los formatos “REL-PROM” anexos:
 - La empresa con la que se contrató la colocación.
 - Las fechas en las que se colocó la propaganda.
 - Las direcciones electrónicas en las que se colocó la propaganda.

- El número de póliza de diario con la que se creó el pasivo correspondiente.
- El valor unitario de cada tipo de propaganda colocada.
- El candidato y campaña beneficiada.
- Cotejar que la propaganda en páginas de internet publicada o colocada durante las campañas electorales, se dirija a la obtención del voto, independientemente de la fecha de contratación y pago, cuando presenten al menos una de las características señaladas en el Reglamento.
 - Cine
- Revisar que las facturas:
 - Cumplan con los requisitos fiscales.,
 - Estén a nombre del Partido o Asociación civil para el caso de aspirantes.
 - Estén soportadas con lo documentación original.
 - Registradas contablemente de forma adecuada.
- Cerciorarse que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 DSM se haya realizado con cheque nominativo a nombre del proveedor y que contenga la leyenda “Para abono en cuenta del beneficiario”.
- Verificar que los informes de campaña incluyan las pólizas contables soportadas con la siguiente documentación:
 - Contratos.
 - Facturas.
- Validar que el Partido o aspirante haya presentado una relación impresa y en medios magnético que detalle lo siguiente:
 - La empresa con la que se contrató la exhibición.
 - Las fechas en las que se exhibió la propaganda.
 - La ubicación de las salas de cine en las que se exhibió la propaganda.
 - El valor unitario de cada tipo de propaganda exhibida, así como el Impuesto al Valor Agregado de cada uno de ellos.
 - El candidato y la campaña beneficiada con la propaganda exhibida.
- Verificar que el Partido o candidato independiente, conserve y presente muestra del contenido de la propaganda proyectada en las salas de cine.
- Revisar que el Partido o candidato independiente, presente un informe de la propaganda que haya sido publicada, colocada o exhibida durante el periodo de campaña y que aún no haya sido pagada al momento de la presentación de sus informes, el cual debe especificar lo siguiente:
 - Número de Póliza de diario con la que se registró la deuda.

- Orden de servicio o documento expedido por el proveedor en el que se especifique el importe del servicio prestado.
- Asegurarse que los informes contengan los siguientes datos, con base en los formatos “REL-PROM” anexos:
 - La empresa con la que se contrató la exhibición.
 - Las fechas en las que se exhibió la propaganda.
 - La ubicación de las salas de cine en las que se exhibió la propaganda.
 - El número de póliza de diario con la que se creó el pasivo correspondiente.
 - El valor unitario de cada tipo de propaganda exhibida.
 - El candidato y campaña beneficiada.
- Verificar que el registro contable sea correcto.
 - Espectaculares
 - Comprobar que las facturas cumplan con los requisitos fiscales.
 - Confirmar que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 DSM se haya realizado con cheque nominativo a nombre del proveedor y que contenga la leyenda “Para abono en cuenta del beneficiario”.
 - Revisar que el Partido o candidato independiente, integre dentro del concepto de anuncios espectaculares en la vía pública para sus campañas, los siguientes conceptos:
 - Difusión en buzones, cajas de luz, carteleras, columnas, mantas, marquesinas, muebles urbanos de publicidad con o sin movimiento, muros, panorámicos, parabuses, puentes, vallas, vehículos de transporte público o de transporte privado de pasajeros; así como la que se coloque en cualquier espacio físico en lugares donde se celebren eventos públicos, de espectáculos o deportivos.
 - Verificar que el Partido o aspirante, haya entregado un informe detallado de todas las contrataciones efectuadas, anexando copia de los contratos y las facturas originales.
 - Cerciorarse que el Partido o aspirante, haya anexado a cada factura, en hojas membretadas de la empresa, la relación de cada uno de los anuncios espectaculares.
 - Cerciorarse de que el Partido o aspirante, presente la información impresa y en medio magnético y conserve y presente muestras y/o fotografías de la publicidad utilizada en anuncios de espectaculares en la vía pública.
 - Verificar que el Partido o aspirante, presente un informe de la propaganda que haya sido publicada, colocada o exhibida durante el periodo de

- campaña y que aún no haya sido pagada al momento de la presentación de sus informes.
- Cotejar que los informes contengan los siguientes datos, con base en los formatos “REL-PROM” anexos:
 - La empresa con la que se contrató la producción, diseño y manufactura, así como la renta del espacio y colocación de cada anuncio espectacular.
 - Las fechas en las que permanecieron los anuncios espectaculares en la vía pública.
 - La ubicación de cada anuncio espectacular.
 - El número de póliza de diario con la que se creó el pasivo correspondiente.
 - Las dimensiones de cada anuncio espectacular.
 - El valor unitario de cada anuncio espectacular y el IVA.
 - El candidato y campaña beneficiada.
 - Cerciorarse de que el registro contable sea correcto y verificar que las facturas cumplan con los requisitos fiscales.
 - Bardas
 - Cotejar que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 DSM se haya realizado con cheque nominativo a nombre del proveedor y que contenga la leyenda “Para abono en cuenta del beneficiario”.
 - Comprobar que el partido o aspirante, haya entregado una relación que detalle la ubicación y las medidas exactas de las bardas utilizadas en cada campaña para la pinta de propaganda electoral.
 - Verificar que el partido o aspirante, conserve y presente la relación anexa a las pólizas y con su documentación soporte correspondiente.
 - Verificar que el partido o aspirante, conserve y presente fotografías de la publicidad utilizada en bardas, indicando su ubicación exacta.
 - Asegurarse que los gastos que haya reportado el partido en el informe de campaña, o los aspirantes en el Informe respectivo, sean los ejercidos dentro del período comprendido entre la fecha de registro de los candidatos en la elección de que se trate y hasta el fin de las campañas electorales.
 - Revisar que los bienes y servicios que haya contratado, utilizado o aplicado el Partido, cumplan con dos o más de los siguientes criterios:
 - Durante el periodo de campaña.
 - Con fines tendientes a la obtención del voto en las elecciones locales.
 - Con el propósito de presentar a la ciudadanía las candidaturas registradas del Partido y su respectiva promoción.

- Con la finalidad de propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el público de los programas y acciones de los candidatos registrados, así como la plataforma electoral.
- Cuyo provecho sea exclusivamente para la campaña electoral, aunque la justificación de los gastos se realice posteriormente.
- Cotejar que no se hayan incluido en los informes los gastos que realicen los partidos para su operación ordinaria y para el sostenimiento de sus órganos directivos y organizaciones, ni aquellos respecto a los que exista prohibición legal expresa para ser considerados dentro de los topes de gasto de campaña.
- Validar que al contratar los partidos políticos o aspirantes, la compra de bienes o la prestación de servicios, éstos deberán hacerlo a través de la celebración de contratos.

Gastos Operativos

- Rentas, teléfono, luz, artículos de oficina, entre otros.
- Analizar si el registro contable, así como la documentación original está a nombre del Partido o Asociación civil en el caso de aspirantes, expedida por la persona a quien se efectuó el pago.
 - Sueldos
- Comprobar que el Partido o aspirante, presente las pólizas con su respectivo soporte documental. En original a nombre del partido o asociación civil en el caso de los aspirantes.
- Verificar que los recibos estén debidamente elaborados conforme al reglamento de la materia.
 - Honorarios
- Asegurarse que el Partido o aspirante, presente las pólizas con su respectivo soporte documental.
- Cotejar que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 DSM, se haya realizado con cheque nominativo a nombre del proveedor con la leyenda “Para abono en cuenta del beneficiario”
- Revisar que el partido o asociación civil en el caso de los aspirantes, hayan celebrado contratos de prestación de servicios.
- Verificar que los recibos estén debidamente elaborados conforme al reglamento de la materia.

- Viáticos y pasajes
- Revisar que los egresos en campaña electoral, excepto los de viáticos y pasajes, registrados dentro de las bitácoras de gastos menores no exceden del diez por ciento del total.
- Gastos en diarios revistas y medios impresos
 - Diarios, revistas y medios impresos
 - Validar que el partido político o aspirante, presenten las pólizas con su respectivo soporte documental a nombre del partido o asociación civil en el caso de los aspirantes.
 - Cerciorarse de que el comprobante reúna requisitos fiscales y corresponda al período de campaña.
 - Revisar que los gastos se encuentren registrados e identificados en las cuentas contables del Partido, de conformidad con el catálogo de cuentas previsto en el reglamento.
 - Si el pago excede de 90 DSM, verificar que se haya expedido cheque nominativo a nombre del proveedor con la leyenda “Para Abono en Cuenta del Beneficiario”.
 - Confirmar que junto con los comprobantes de los gastos efectuados en propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos, el Partido o aspirante, haya incluido una relación de cada una de las inserciones que ampara la factura.
- Viáticos y pasajes
- Revisar que el Partido o aspirante, presenten un informe de la propaganda que haya sido publicada, colocada o exhibida durante el periodo de campaña y que aún no haya sido pagada al momento de la presentación de sus informes, el cual debe especificar lo siguiente:
 - Número de Póliza de diario;
 - Orden de servicio o documento expedido por el proveedor en el que se especifique el importe del servicio prestado.
- Gastos de Producción de Mensajes de Radio y Televisión
- Gastos de producción
- Cerciorarse de que todo pago que rebase la cantidad equivalente a 90 DSM, se haya realizado con cheque nominativo a nombre del proveedor y que contenga la leyenda “Para abono en cuenta del beneficiario”.
- Revisar que los comprobantes de los gastos efectuados se encuentren a nombre del Partido, conforme al Reglamento y que especifiquen el concepto

- del servicio prestado, ya sea pagos de servicios profesionales, uso de equipo técnico, locaciones o estudios de grabación y producción, así como los demás inherentes al mismo objetivo.
- Revisar que se haya presentado la documentación comprobatoria correspondiente a las muestras de las distintas versiones de promocionales en radio y televisión.
- Cuentas por cobrar y por pagar
- Examinar si al término de las campañas electorales existen saldos en las cuentas por cobrar y pagar, y si estos fueron registrados en la contabilidad del Comité Ejecutivo Nacional u órgano equivalente conforme al Reglamento.
 - Revisar que el Partido o aspirante, presente en medio impreso y magnético la integración de los Pasivos.
 - Validar el correcto registro de los Pasivos y que se encuentren debidamente soportados y autorizados.
 - Solicitar confirmación de operaciones y saldos con las personas que hayan extendido comprobantes de ingresos o egresos.
 - De las verificaciones efectuadas a los diferentes distritos seleccionados realizar lo siguiente:
 - Correlacionar la documentación proporcionada en la visita de verificación vs la documentación entregada con el informe.
 - En su caso, verificar que la propaganda detectada mediante observación directa se encuentre registrada en los gastos campaña.
 - Dar seguimiento a circunstancias especiales detectadas en la verificación.
- Visitas de verificación
- De las verificaciones efectuadas a los diferentes distritos seleccionados realizar lo siguiente:
 - Correlacionar la documentación proporcionada en la visita de verificación vs la documentación entregada con el informe.
 - En su caso, verificar que la propaganda detectada mediante observación directa se encuentre registrada en los gastos campaña.
 - Dar seguimiento a circunstancias especiales detectadas en la verificación.

Determinación de observaciones

Cuando de la aplicación de los anteriores procedimientos se deriven incumplimientos de las obligaciones de los sujetos obligados que no hayan sido aclarados, se incorporan en el Dictamen Consolidado observaciones que pueden tener las características siguientes:

- a) Vinculadas directamente con la identificación del origen y destino de los recursos.

Estas observaciones derivan de la revisión de las operaciones que integran el universo de ingresos y gastos reportados por los partidos políticos, coaliciones, candidatos y candidatos independientes, conforme a las disposiciones normativas aplicables.

Las observaciones vinculadas al origen y destino de los recursos, tienen un impacto directo en el cumplimiento de los principios fundamentales de la normativa electoral por parte de los sujetos obligados; por tanto, invariablemente se considerarán como *No Atendidos* aquellos casos en los que no haya sido aclarada fehacientemente la situación observada y por tanto será materia del Proyecto de Resolución.

- b) Faltante de documentación en la que no está en riesgo la identificación del origen y destino de los recursos.

Este tipo de observaciones se determinan también como consecuencia de la revisión de las operaciones que integran el universo de ingresos y gastos reportados por los partidos políticos, coaliciones, candidatos y candidatos independientes, conforme a las disposiciones normativas aplicables, pero no ponen en riesgo la aplicación de los principios esenciales que deben respetar los sujetos obligados, relacionados con el origen y destino de los recursos.

2.2.3 Monitoreo de Campaña

La fiscalización incluyó el monitoreo de la propaganda en espectaculares y vía pública, medios impresos, internet y promocionales, con el objetivo de aportar elementos adicionales a la revisión de los egresos que en este rubro realizaron los partidos, coaliciones, candidatos y candidatos independientes y la fuente de financiamiento utilizada, para cotejar esta información con la reportada en los respectivos informes presentados por los sujetos obligados, durante el periodo de campaña.

Este proceso considera la utilización del SIMEI, en el cual se registran los testigos que mediante recorridos programados, realiza la autoridad y la información que las áreas de comunicación social obtienen de la revisión de la información en medios masivos de comunicación.

Para complementar el trabajo del monitoreo, se determinó el costo de la propaganda en espectaculares y vía pública, medios impresos e internet, para determinar los gastos no reportados, subvaluados o sobrevalorados por los sujetos obligados, conforme a lo establecido en el Artículo 27 del Reglamento de Fiscalización. Lo anterior con la finalidad de acumular lo que resultara aplicable a los gastos de campaña.

2.2.3.1 Monitoreo a Espectaculares y propaganda en vía pública

La Comisión de Fiscalización en sesión extraordinaria del 9 de marzo de 2015, aprobó el acuerdo CF/014/2015 que establece los Lineamientos para la metodología y la realización del monitoreo de anuncios espectaculares y demás propaganda colocada en la vía pública que promuevan a candidatos postulados por los partidos políticos y coaliciones, así como a los candidatos independientes o promoció genéricamente a un partido o coalición durante el Proceso Electoral 2014-2015.

En cumplimiento de este acuerdo, de lo dispuesto en los artículos 319 y 320 del Reglamento de Fiscalización; así como lo señalado en el punto 39.2.1 del Plan y Calendario Integral del Proceso Electoral 2014-2015, la UTF realizó el monitoreo de anuncios espectaculares y demás propaganda colocada en la vía pública, durante el periodo del 5 de abril al 7 de junio de 2015. En el monitoreo participaron funcionarios de las Juntas Ejecutivas Locales y Distritales del INE, así como personal contratado en las entidades con elecciones locales.

Para la campaña del Proceso Electoral 2014-2015, se realizó un monitoreo a nivel nacional, tomando como base los 300 distritos electorales federales, de la forma siguiente:

- a) Se monitorearon tres veces la totalidad de los distritos electorales federales en aquellas entidades donde se celebraron elecciones para el cargo de Gobernador:
 - i. Baja California Sur
 - ii. Campeche
 - iii. Colima
 - iv. Guerrero
 - v. Nuevo León
 - vi. Michoacán

- vii. Querétaro
- viii. San Luis Potosí
- ix. Sonora

b) Se monitorearon dos veces la totalidad de los distritos electorales federales del resto de las entidades federativas.

El calendario autorizado para llevar a cabo el monitoreo fue el siguiente:
Para entidades con elección concurrente:

ENTIDAD	NÚM. DE DISTRITOS	PERIODOS		
		PRIMER	SEGUNDO	TERCER
Baja California Sur	2	Del 29-04-15 al 05-05-15	Del 05-05-15 al 12-05-15	Del 29-05-15 al 07-06-15
Campeche	2	(1)	Del 21-04-15 al 28-04-15	Del 29-05-15 al 07-06-15
Colima	2	(1)	Del 29-04-15 al 05-05-15	Del 29-05-15 al 07-06-15
Chiapas	12	Del 23-06-15 al 30-06-15	Del 01-07-15 al 07-07-15	Del 08-07-15 al 19-07-15
Distrito Federal	27	Del 13-04-15 al 28-04-15	Del 29-04-15 al 12-05-15	Del 13-05-15 al 28-05-15
Guanajuato	14	Del 05-04-15 al 12-04-15	Del 21-04-15 al 05-05-15	Del 13-05-15 al 28-05-15
Guerrero	9	(1)	Del 29-04-15 al 05-05-15	Del 29-05-15 al 07-06-15
Jalisco	19	Del 05-04-15 al 12-04-15	Del 21-04-15 al 05-05-15	Del 21-05-15 al 07-06-15
México	40	Del 13-04-15 al 28-04-15	Del 29-04-15 al 12-05-15	Del 13-05-15 al 28-05-15
Michoacán	12	Del 05-04-15 al 12-04-15	Del 29-04-15 al 05-05-15	Del 29-05-15 al 07-06-15
Morelos	5	Del 13-04-15 al 20-04-15	Del 05-05-15 al 12-05-15	Del 21-05-15 al 28-05-15
Nuevo León	12	(1)	Del 05-05-15 al 12-05-15	Del 29-05-15 al 07-06-15
Querétaro	4	Del 05-04-15 al 12-04-15	Del 29-04-15 al 05-05-15	Del 29-05-15 al 07-06-15
San Luis Potosí	7	(1)	Del 13-04-15 al 20-04-15	Del 29-05-15 al 07-06-15
Sonora	7	(1)	Del 05-04-15 al 12-04-15	Del 29-05-15 al 07-06-15
Tabasco	6	Del 21-04-15 al 28-04-15	Del 13-05-15 al 20-05-15	Del 29-05-15 al 07-06-15
Yucatán	5	Del 05-04-15 al 12-04-15	Del 05-05-15 al 12-05-15	Del 21-05-15 al 28-05-15
Total	185			

(1) Entidades con cargos de elección a Gobernador, las cuales tuvieron su primer monitoreo de espectaculares y demás propaganda en vía pública en el periodo de intercampaña de las no concurrentes.

Para entidades con elección no concurrente:

ENTIDAD	NÚM. DE DISTRITOS	PERIODOS	
		PRIMER	SEGUNDO
Aguascalientes	1	Del 13-04-15 al 05-05-15	Del 13-05-15 al 07-06-15
Baja California	8	Del 05-04-15 al 28-04-15	Del 05-05-15 al 07-06-15
Coahuila	7	Del 13-04-15 al 05-05-15	Del 13-05-15 al 07-06-15
Chihuahua	9	Del 05-04-15 al 28-04-15	Del 05-05-15 al 07-06-15
Durango	4	Del 13-04-15 al 05-05-15	Del 13-05-15 al 07-06-15
Hidalgo	7	Del 13-04-15 al 05-05-15	Del 13-05-15 al 07-06-15
Nayarit	3	Del 13-04-15 al 05-05-15	Del 13-05-15 al 07-06-15
Oaxaca	11	Del 05-04-15 al 28-04-15	Del 05-05-15 al 07-06-15

ENTIDAD	NÚM. DE DISTRITOS	PERIODOS	
		PRIMER	SEGUNDO
Puebla	16	Del 05-04-15 al 28-04-15	Del 05-05-15 al 07-06-15
Quintana Roo	3	Del 13-04-15 al 05-05-15	Del 13-05-15 al 07-06-15
Sinaloa	8	Del 13-04-15 al 05-05-15	Del 13-05-15 al 07-06-15
Tamaulipas	8	Del 13-04-15 al 05-05-15	Del 13-05-15 al 07-06-15
Tlaxcala	8	Del 13-04-15 al 05-05-15	Del 13-05-15 al 07-06-15
Veracruz	21	Del 05-04-15 al 28-04-15	Del 05-05-15 al 07-06-15
Zacatecas	4	Del 13-04-15 al 05-05-15	Del 13-05-15 al 07-06-15
Total	115		

Lo anterior para detectar anuncios espectaculares colocados en la vía pública y cotejar esta información con la reportada en los informes presentados por los sujetos obligados durante el periodo de campaña.

El monitoreo se documentó con actas circunstanciadas y con testigos recopilados en el sitio de la colocación de la propaganda, los cuales se almacenaron en el SIMEI.

Los principales datos sobre espectaculares que maneja el sistema son:

- a) ID de registro o número consecutivo de captura
- b) Periodo Electoral (Precampaña, Intercampaña o Campaña)
- c) Ámbito (federal, local o ambos)
- d) Partido (federal o local)
- e) En su caso, cargos a los que va dirigido
- f) Nombre del o los candidatos
- g) Entidad, municipio
- h) Dirección de ubicación (calle, número, colonia, código postal)
- i) Distrito
- j) Características de los anuncios
- k) Geolocalización

Durante el periodo de campaña 2014-2015, se obtuvieron 40,066 testigos, conforme a lo siguiente:

Por entidad federativa

Entidad	Federal	Ambos	Local	Total
AGUASCALIENTES	660			660
BAJA CALIFORNIA	737			737

Entidad	Federal	Ambos	Local	Total
BAJA CALIFORNIA SUR	60	2	505	567
CAMPECHE	26	2	146	174
CHIAPAS	895	38	12	945
CHIHUAHUA	579			579
COAHUILA DE ZARAGOZA	658			658
COLIMA	54	10	223	287
DISTRITO FEDERAL	1,034	77	1,810	2,921
DURANGO	184			184
GUANAJUATO	154	27	646	827
GUERRERO	127	17	633	777
HIDALGO	1,451		1	1,452
JALISCO	274	118	1,109	1,501
MÉXICO	1,162	72	796	2,030
MICHOACÁN DE OCAMPO	174	120	626	920
MORELOS	481	9	280	770
NAYARIT	598			598
NUEVO LEÓN	278	17	1,230	1,525
OAXACA	1,721		10	1,731
PUEBLA	4,037		5	4,042
QUERÉTARO	3	1	559	563
QUINTANA ROO	512			512
SAN LUIS POTOSÍ	154	37	1,290	1,481
SINALOA	556			556
SONORA	38	5	353	396
TABASCO	34	6	182	222
TAMAULIPAS	836			836
TLAXCALA	4,435		1	4,436
VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	4,010		16	4,026
YUCATÁN	89	180	459	728
ZACATECAS	2,422		3	2,425
Total	28,433	738	10,895	40,066

Por partido político

Partido	Ámbito			Total
	Federal	Ambos	Local	
001 PARTIDO ACCIÓN NACIONAL	5,961	88	3,066	9,115
002 PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL	2,949	237	1,931	5,117
003 PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA	2,413	37	1,641	4,091
004 PARTIDO DEL TRABAJO	1,979	24	347	2,350
005 PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO	3,045	49	382	3,476
006 MOVIMIENTO CIUDADANO	1,838	44	838	2,720
007 NUEVA ALIANZA	1,391	19	201	1,611
008 MORENA	1,326	107	468	1,901
009 PARTIDO HUMANISTA	290	40	93	423
010 ENCUENTRO SOCIAL	662	3	133	798
011 CANDIDATO INDEPENDIENTE	339		216	555
012 COALICIÓN PRI-PVEM	4,653	38	440	5,131
013 COALICIÓN PRD-PT	1,587	52	104	1,743
COALICIÓN MC-NUAL			5	5
COALICIÓN MC-PT			2	2
COALICIÓN MC-PVEM			1	1
COALICIÓN NUAL-PRD-PT			4	4
COALICIÓN PAN-PRD			47	47
COALICIÓN PAN-PRD-PT			1	1
COALICIÓN PAN-PRS			7	7
COALICIÓN PAN-PVEM			1	1
COALICIÓN PRD-CONCIENCIA POPULAR			2	2
COALICIÓN PRD-ES-PH-PT			1	1
COALICIÓN PRD-NUAL			20	20
COALICION PRD-PT-CONCIENCIA POPULAR			39	39
COALICIÓN PRD-PT-MC			79	79
COALICIÓN PRI-NUAL			7	7
COALICIÓN PRI-NUAL-PVEM			3	3
COALICIÓN PRI-NUAL-PVEM-PSD			98	98
COALICIÓN PRI-PT			14	14
COALICIÓN PRI-PVEM-NUAL			462	462
COALICIÓN PRI-PVEM-NUAL-PD			31	31

Partido	Ámbito			Total
	Federal	Ambos	Local	
COALICIÓN PRI-PVEM-NUAL-PT			86	86
COALICIÓN PRI-PVEM-PT			1	1
COALICIÓN PVEM-NUAL			1	1
PARTIDO CHIAPAS UNIDO			8	8
PARTIDO CONCIENCIA POPULAR			55	55
PARTIDO CRUZADA CIUDADANA			7	7
PARTIDO DE LOS POBRES DE GUERRERO			21	21
PARTIDO FUTURO DEMOCRATICO			5	5
PARTIDO MOVER A CHIAPAS			3	3
PARTIDO SOCIAL DEMOCRATA			24	24
Total	28,433	738	10,895	40,066

Por tipo de anuncio

Tipo Anuncio	Ámbito			Total
	Federal	Ambos	Local	
BUZONES			1	1
CAJAS DE LUZ	34		20	54
CARTELERAS	396	5	114	515
COLUMNAS	69	1	6	76
EVENTO PÚBLICO	22	14	141	177
MANTAS	9,833	263	3,253	13,349
MARQUESINAS	278	5	188	471
MUEBLES URBANOS DE PUBLICIDAD	490	15	171	676
MUROS	11,521	238	2,696	14,455
PANORÁMICOS	4,132	164	3,573	7,869
PARABUSES	581	5	104	690
PROPAGANDA UTILITARIA	773	22	422	1,217
PUENTES	54	2	41	97
VALLAS	250	4	165	419
Total	28,433	738	10,895	40,066

2.2.3.2 Monitoreo de Medios Impresos

En sesión extraordinaria del 23 de marzo de 2015, mediante Acuerdo CF/022/2015, la Comisión de Fiscalización aprobó los lineamientos que establecen la metodología para la realización de los monitoreos en diarios, revistas y otros medios impresos, que promuevan a candidatos postulados por los partidos políticos y coaliciones; así como a los candidatos independientes o promocionen genéricamente a un partido o coalición durante el Proceso Electoral 2014-2015.

El monitoreo tiene como propósito transparentar los ingresos y egresos de los sujetos obligados, mediante la revisión y cotejo de los gastos reportados, de conformidad con lo establecido en el artículo 318 del Reglamento de Fiscalización. En el proceso de Elección Federal, este monitoreo se realizó por vía de la CNCS del INE y las Juntas Locales, mediante el registro, clasificación y revisión de la propaganda en medios impresos locales y de circulación nacional, de lo cual se obtuvieron datos sobre la cantidad y las características de la propaganda.

El monitoreo se realizó de acuerdo con el Plan y Calendario Integral del Proceso Federal aprobado mediante el Acuerdo INE/CG183/2014 del 7 de octubre de 2014, conforme a lo siguiente:

ALCANCE	RESPONSABLES	FECHA DE INICIO	FECHA DE TERMINO
Los 31 estados y el Distrito Federal	Comunicación Social	A partir del inicio de las precampañas, conforme al calendario de cada estado.	17 de junio de 2015
	Juntas Locales	A nivel nacional comenzó el 1º de enero de 2015	

Los testigos y propaganda detectados fueron concentrados por la CNCS para su revisión, validación, sistematización y clasificación; esta información se incorporó a una base de datos del SIMEI, la cual contiene la información que se enuncia a continuación:

- a) ID de registro o número consecutivo de captura
- b) Periodo Electoral
- c) Fecha de publicación

- d) Entidad federativa
- e) Nombre del Medio (Listado de medios a monitorear)
- f) Tipo de candidatura
- g) Sección
- h) Página
- i) Medidas
- j) Partido o Coalición
- k) Candidato
- l) Grupo/organización/asociación
- m) Inserción pagada
- n) Nombre del responsable del pago
- o) Imagen digitalizada del testigo

Por Entidad

Entidad	Categoría			Total general
	Federal	Genérico	Local	
Aguascalientes	18	0	0	18
Baja California	51	0	1	52
Baja California Sur	14	1	306	321
Campeche	16	2	173	191
Chihuahua	22	0	0	22
Colima	1	10	177	188
Distrito Federal	20	373	122	515
Durango	29	0	0	29
Estado de México	6	2	5	13
Guanajuato	104	17	538	659
Guerrero	2	4	79	85
Jalisco	257	58	679	994
Michoacán	1	9	61	71
Morelos	25	6	16	47
Nayarit	17	1		18
Nuevo León	4	7	739	750
Oaxaca	32	0	0	32
Puebla	75	1	1	77
Querétaro	10	19	551	580
San Luis Potosí	19	26	219	264
Sonora	157	22	963	1142

Tabasco	10	0	5	15
Tamaulipas	83	0	0	83
Tlaxcala	13	0	0	13
Veracruz	99	0	0	99
Yucatán	33	35	163	231
Zacatecas	25	1	1	27
Total general	1143	594	4799	6536

Por Partido Político

Entidad	Federal	Genérico	Local	Total General
Partido Acción Nacional	348	50	1703	2101
Partido Revolucionario Institucional	134	54	1308	1496
Partido de la Revolución Democrática	51	18	157	226
Partido Verde Ecologista de México	232	306	310	848
Partido Movimiento Ciudadano	50	25	274	349
Partido Nueva Alianza	42	14	41	97
Partido del Trabajo	248	46	725	1019
Morena	11	25	56	92
Partido Encuentro Social	2	34	18	54
Partido Humanista	11	1	15	27
Partido Socialdemócrata de Morelos	0	0	1	1
Partido Conciencia Popular	0	0	4	4
Otro	6	21	109	136
Candidato Independiente	8	0	78	86
Total general	1143	594	4799	6536

2.2.3.3 Monitoreo en Páginas de Internet y Redes Sociales

Con la finalidad de que la autoridad electoral contara con mayores elementos de convicción que le permitan tener certeza respecto de los ingresos y egresos reportados en los informes presentados por los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes, en términos del artículo 195 del Reglamento de Fiscalización, se realizó el monitoreo en internet de la propaganda y actos de campaña publicados en las principales páginas web, redes sociales, periódicos digitales y noticias, durante el periodo de campaña del Proceso Electoral 2014-2015.

El objetivo del monitoreo es identificar la propaganda, actos de campaña o cualquier otra actividad que beneficie las campañas electorales y cotejar esta información con la reportada en los informes presentados por los sujetos obligados durante el periodo de campaña.

La fiscalización se realizó del 5 de abril al 3 de junio de 2015, e involucró la búsqueda en internet, páginas oficiales y no oficiales de partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes, a efecto de identificar:

- Eventos públicos para difundir las propuestas de campaña, lugares y número de asistentes,
- Casas de campaña de candidatos,
- Propaganda exhibida en páginas de internet tendente a obtener el voto o promover a los candidatos.

Las principales páginas que se consultaron para el monitoreo fueron los buscadores de yahoo y google, las redes sociales de youtube, facebook y twitter; así como prensa digital y noticieros en internet.

En el proceso se asistió a los actos públicos identificados, se levantó razón y constancia de los hallazgos detectados, se elaboraron bitácoras de visitas, tanto de hallazgos como de aquellos resultados que no procedió levantar la citada razón y constancia.

2.1.4 Determinación de Costos

2.1.4.1 Matriz de Precios

Para efectos de cuantificar los gastos de propaganda colocada en la vía pública (panorámicos, mantas y bardas), se utilizó la siguiente metodología:

De conformidad con el artículo 27 del Reglamento de Fiscalización, esta autoridad elaboró una matriz de precios a partir de las operaciones reportadas por los partidos políticos y coaliciones correspondientes al Proceso Electoral Federal 2014-2015, a efecto de contar con información homogénea y comparable.

La matriz antes mencionada, fue elaborada conforme a lo siguiente:

- Se identificaron las características de los gastos no reportados por los sujetos obligados en función de lo siguiente:
 - a. Tipo de bien o servicio recibido y sus condiciones de uso y beneficio, en relación con la disposición geográfica y la temporalidad.
 - b. Información relevante relacionada con el tipo de bien o servicio a ser valuado.
 - c. Atributos de los bienes o servicios sujetos de valuación y sus componentes.
- Una vez determinado el universo objeto de valuación, se obtuvo la información de las operaciones más representativas por tipo de gasto sujeto a cuantificación y por cada sujeto obligado.
- La información antes mencionada fue incorporada en una matriz por cada tipo de bien o servicio, considerando 5 casos diferentes identificados por cada entidad federativa.

2.1.4.1.1 Gastos de Propaganda Colocada en la Vía Pública

Una vez integrada la información en la matriz de precios, para la valuación de los gastos no reportados por concepto de propaganda en la vía pública se realizó el siguiente procedimiento:

- Para todos los casos, los costos fueron determinados por unidad y por metros cuadrados en el caso de propaganda en espectaculares, mantas y pinta de bardas.
- La información fue procesada y presentada por cada tipo de bien o servicio sujeto a cuantificación, misma que contiene el número de factura, nombre del proveedor, sujeto obligado que reportó el gasto, entidad federativa a la que

corresponde y el desglose de la información relativa a las medidas, periodos de contratación, costos totales y en su caso, costos unitarios.

Una vez procesada la información, se obtuvieron los valores de referencia más altos en cada entidad federativa y por cada tipo de bien o servicio y se integró una lista de precios de referencia que fueron utilizados para la determinación del valor de los gastos no reportados de todos los sujetos obligados en el ámbito federal.

Los precios de referencia utilizados para la valuación antes mencionada, se detallan a continuación:

ENTIDAD	COSTO POR METRO CUADRADO		
	MANTAS	BARDAS	ESPECTACULARES
Aguascalientes	81.68	32.48	156.12
Baja California	90.00	26.68	208.80
Baja California Sur	78.79	46.46	257.78
Campeche	82.46	42.92	203.91
Chiapas	77.06	36.65	147.71
Chihuahua	91.00	31.33	139.42
Coahuila	81.30	27.84	207.14
Colima	77.33	23.20	142.86
Distrito Federal	96.43	75.00	174.00
Durango	92.86	29.00	107.67
Guanajuato	69.60	31.58	129.20
Guerrero	88.38	38.86	151.75
Hidalgo	83.13	20.88	129.04
Jalisco	75.71	29.00	138.89
México	69.60	40.60	175.07
Michoacán	74.66	69.60	181.25
Morelos	63.00	43.50	135.03
Nayarit	77.59	29.00	121.67
Nuevo León	81.20	62.64	190.40
Oaxaca	78.00	38.86	174.00
Puebla	78.06	31.25	266.29
Querétaro	69.60	43.23	104.17
Quintana Roo	58.00	43.00	186.67
San Luis Potosí	81.20	34.80	96.45
Sinaloa	78.71	38.10	364.78
Sonora	91.00	31.33	139.42
Tabasco	80.00	17.40	147.71
Tamaulipas	75.40	39.44	145.00
Tlaxcala	88.16	30.41	102.00
Veracruz	85.39	38.67	158.47
Yucatán	52.20	43.00	174.85
Zacatecas	81.20	29.00	179.16

La matriz de precios obtenida conforme a lo antes descrito se adjunta al presente como **Anexo A**.

2.1.4.1.2 Casas de Campaña

Una vez integrada la información en la matriz de precios, para la valuación de los gastos no reportados por concepto de arrendamiento de inmuebles para su uso como casas de campaña se realizó el siguiente procedimiento:

- Para todos los casos, los costos fueron determinados por entidad federativa y por el equivalente a un mes.
- La información fue procesada y presentada en una matriz por cada tipo de bien o servicio sujeto a cuantificación, misma que contiene el número de factura o recibo de aportación, nombre del proveedor o aportante, sujeto obligado que reportó el gasto y costo mensual.
- Una vez procesada la información, se obtuvieron los valores de referencia más altos por cada entidad federativa y se integró una lista de precios de referencia que fueron utilizados para la determinación del valor de los gastos no reportados de todos los sujetos obligados en el ámbito federal.

Los precios de referencia utilizados para la valuación antes mencionada, se detallan a continuación:

ENTIDAD	COSTO MENSUAL
Aguascalientes	18,000.00
Baja California	7,000.00
Baja California Sur	7,626.67
Campeche	6,879.29
Chiapas	4,875.00
Chihuahua	4,000.00
Coahuila	7,540.00
Colima	10,000.00
Distrito Federal	21,350.00
Durango	8,421.50
Guanajuato	7,500.00
Guerrero	9,500.00
Hidalgo	3,000.00
Jalisco	15,000.00
México	6,450.00
Michoacán	2,000.00
Morelos	6,000.00
Nayarit	15,000.00
Nuevo León	4,640.00
Oaxaca	5,000.00
Puebla	7,500.00
Querétaro	3,500.00
Quintana Roo	5,000.00
San Luis Potosí	8,700.00

ENTIDAD	COSTO MENSUAL
Sinaloa	3,500.00
Sonora	8,120.00
Tabasco	4,750.00
Tamaulipas	8,700.00
Tlaxcala	2,500.00
Veracruz	3,500.00
Yucatán	6,879.29
Zacatecas	3,000.00

La matriz de precios obtenida conforme a lo antes descrito se adjunta al presente como **Anexo B**.

2.1.4.2 Valor de Mercado

Para efectos de cuantificar el costo de los gastos no reportados de conformidad con su valor de mercado se utilizó la siguiente metodología:

- Con base en facturas registradas por los sujetos obligados con características similares o iguales a cada partido y/o coalición.
- Las facturas antes mencionadas fueron recabadas de forma individual para cada caso atendiendo a la necesidad de obtener un valor razonable en función de la entidad federativa y de las características particulares de los gastos objeto de valuación.
- La Unidad de Fiscalización utilizó el procedimiento antes descrito para la valuación de gastos no reportados en los siguientes rubros:
 - a) Gastos de Propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos.
 - b) Gastos de producción de mensajes para radio y televisión.
 - c) Gastos operativos de campaña.
 - d) Eventos de campaña.

2.2.4. Confirmación de operaciones con instancias externas

De conformidad con lo establecido en el artículo 190, numeral 3, de la LGIPE, y el Artículo 57 de la LGPP, para el proceso de fiscalización el Consejo General no está limitado por los secretos bancario, fiduciario y fiscal, por lo cual para contar con información directa y oficial que complementara la evidencia obtenida en el proceso de fiscalización y ejercer las facultades de investigación de los procedimientos administrativos sancionadores, se aplicó el procedimiento de confirmación con las autoridades siguientes: SAT, CNBV y UIF, ya que son las instancias que controlan la información oficial fiscal, financiera, bancaria y de prevención de lavado de dinero.

De conformidad con los alcances de la revisión, se obtiene la información que se relaciona a continuación, la cual se envía para confirmación de operaciones y datos a las autoridades antes mencionadas:

- Situación fiscal de los sujetos obligados y principales proveedores; Registros Federales de Contribuyentes y Cumplimiento de Obligaciones Fiscales.
- Cuentas Bancarias a nombre de los partidos políticos y estados de cuenta.
- Cuentas Bancarias aperturadas a nombre de candidatos, candidatos independientes y aportantes a los sujetos obligados, por ser personas políticamente expuestas.

2.2.5 Preparación y elaboración del Dictamen Consolidado

En cumplimiento de sus funciones y en apego a los plazos establecidos en la normativa para el Proceso Electoral 2014-2015, la UTF verificó la veracidad de lo reportado por los sujetos obligados y el cumplimiento de las obligaciones en materia de financiamiento y gasto. Derivado de los trabajos de fiscalización, notificó sus observaciones mediante oficios de errores y omisiones, realizó reuniones de confronta y analizó las respuestas e información complementaria que proporcionaron los partidos, coaliciones, candidatos y candidatos independientes para determinar la situación final de las observaciones determinadas.

Una vez concluidas las actividades mencionadas y con fundamento en lo dispuesto en los Artículos 335 del Reglamento de Fiscalización, la UTF emitió el presente Dictamen Consolidado.

De esta forma, el proceso se realizó conforme al calendario siguiente:

ETAPAS DEL PROCESO ELECTORAL 2014-2015							
	Periodo 60 días (Art. 251, numeral 2, LGIPE)	Entrega de los Informes	Notificación de Oficios de Errores y Omisiones	Respuesta a Oficios de Errores y Omisiones	Dictamen y Resolución	Aprobación de la Comisión de Fiscalización	Aprobación del Consejo General
Informes de Campaña	Del 5 de abril al 3 de junio de 2015 (periodos de 30 días, Art. 79, 1, b), III LGPP)	3 días	10 días	5 días	10 días	6 días	6 días
Primero	Del 5 de abril al 4 de mayo	07-may-15	17-may-15	22-may-15			
Segundo	Del 5 de mayo al 3 de junio	06-jun-15	16-jun-15	21-jun-15	1-jul-15	7-jul-15	13-jul-15

3. Información relevante de la fiscalización

Periodo de campaña

El Consejo General del INE, mediante el Acuerdo INE/CG183/2014 del 7 de octubre de 2014, aprobó el Plan y Calendario Integral del Proceso Electoral Federal 2014-2015, el cual contiene el periodo de campaña siguiente:

Inicio	Conclusión
5 de abril de 2015	3 de junio de 2015

Número de candidatos registrados

Partido Político	Núm. de candidatos
PAN	300
PRI	50
PRD	200
PT	200
PVEM	50
MC	300
NUAL	300
Morena	300

PH	294
PES	300
Coalición PRI-PVEM	250
Coalición PRD-PT	100
Candidatos Independientes	22

Tope de Gastos de Campaña

El Consejo General del INE, mediante el Acuerdo INE/CG301/2014 del 10 de diciembre de 2014, aprobó el tope máximo de gastos de campaña para la elección de diputados por el principio de mayoría relativa, el cual posteriormente se modificó en sesión extraordinaria del 14 de enero de 2015, con el Acuerdo INE/CG02/2015, quedando como se muestra a continuación:

Tope de gastos de campaña para candidatos a Diputados Federales
\$1,260,038.34

Informes presentados

PARTIDO	CANDIDATOS REGISTRADOS	INFORMES PRIMER PERIODO	INFORMES SEGUNDO PERIODO	TOTAL INFORMES PRESENTADOS
PAN	300	300	300	600
PRI	50	50	50	100
PRD	200	200	200	400
PT *	200	183	200	383
PVEM	50	50	50	100
MC	300	300	300	600
NUAL	300	300	300	600
MORENA	300	300	300	600
PH	295	294	295	589
ES	300	300	300	600
COA PRI-PVEM	250	250	250	500

PARTIDO	CANDIDATOS REGISTRADOS	INFORMES PRIMER PERIODO	INFORMES SEGUNDO PERIODO	TOTAL INFORMES PRESENTADOS
COA DE IZQ PROG	100	100	100	200
CANDIDATOS INDEPENDIENTES	22	21	21	42
TOTAL	2667	2648	2666	5314

*Los 17 informes faltantes fueron presentados y no modificados derivado de las observaciones realizadas al partido político.

4. Informe de la revisión de Partidos Políticos, Coaliciones, Candidatos y Candidatos Independientes

Glosario de Siglas y Acrónimos

CDE	Comités Directivos Estatales u órganos equivalentes de los partidos políticos nacionales
CEN	Comité Ejecutivo Nacional u órgano equivalente de los partidos políticos nacionales
CFDI's	Comprobantes Fiscales Digitales
CG	Consejo General
CNCS	Coordinación Nacional de Comunicación Social
CNBV	Comisión Nacional Bancaria y de Valores
CPEUM	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
DSMG	Días de Salario Mínimo General
INE	Instituto Nacional Electoral
IVA	Impuesto al Valor Agregado
LGIPE	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales
LGPP	Ley General de Partidos Políticos
MC	Movimiento Ciudadano
NUAL	Partido Nueva Alianza
MORENA	Movimiento Regeneración Nacional
PAN	Partido Acción Nacional
PES	Partido Encuentro Social
PH	Partido Humanista
PRI	Partido Revolucionario Institucional

PT	Partido del Trabajo
PVEM	Partido Verde Ecologista de México
REPAP	Reconocimiento por Actividades Políticas de Campaña
RFC	Registro Federal de Contribuyentes
RNP	Registro Nacional de Proveedores
SAT	Sistema de Administración Tributaria
SIF	Sistema Integral de Fiscalización
SIMEI	Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Impresos
UIF	Unidad de Inteligencia Financiera
UTF	Unidad Técnica de Fiscalización