

Dictamen respecto de la revisión de los Informes de Campaña de Nueva Alianza correspondiente al Proceso Electoral Federal 2005-2006, en cumplimiento del Resolutivo Segundo de la resolución identificada con el número de expediente SUP-RAP-46/2007 emitido por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

Índice

1. Presentación
2. Marco legal
3. Procedimientos y formas de revisión
4. Informe de la revisión de Nueva Alianza
5. Conclusiones Finales

1. Presentación

El 21 de mayo de dos mil siete, el Consejo General del Instituto Federal Electoral en sesión extraordinaria que concluyó el 22 siguiente, aprobó la resolución CG97/2007, respecto de las irregularidades encontradas en la revisión de los informes de campaña de ingresos y egresos de los partidos políticos correspondientes al proceso electoral federal 2005-2006, la cual fue recurrida por Nueva Alianza.

El veintitrés de noviembre del dos mil siete, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación resolvió el recurso de apelación identificado con el número de expediente SUP-RAP-46/2007, presentado por Nueva Alianza, ordenando en el Resolutivo Segundo a la autoridad responsable reponer el procedimiento de revisión de los Informes de Campaña de Nueva Alianza relativo al proceso electoral federal de 2005-2006, en términos del considerando QUINTO de esa ejecutoria.

Con base en lo antes citado, la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas, en cumplimiento a la ejecutoria citada, llevó a cabo la reposición del procedimiento ordenado por la autoridad judicial.

El catorce de enero del año en curso se publicó en el Diario Oficial de la Federación el decreto por el que se expide el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, decreto cuyo artículo tercero transitorio abroga el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales publicado en el Diario Oficial de la Federación el quince de agosto de mil novecientos noventa, así como sus reformas y adiciones.

Por otro lado, en su artículo cuarto transitorio dispone que los asuntos que se encuentren en trámite a la entrada en vigor de ese decreto, serán resueltos conforme a las normas vigentes al momento de su inicio.

Así, se tiene que el órgano competente para presentar al Consejo General el dictamen y el proyecto de resolución sobre los informes que presenten los partidos políticos es la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos conforme a lo establecido en el artículo 84, incisos d), e) y f) del Código recientemente publicado.

En este orden de ideas, es la Unidad de Fiscalización la facultada para presentar al Consejo General el dictamen aplicando las reglas del procedimiento vigentes al inicio del mismo y dentro de los plazos que la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación determinó para llevar a cabo la reposición del procedimiento.

El presente Dictamen contiene, de conformidad con lo establecido en el artículo 49-A, párrafo 2, inciso d) del Código vigente al inicio de este procedimiento, así como en el artículo 21.2 del Reglamento que establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales lo siguiente:

- El marco legal aplicable en la presentación, revisión y dictamen de los Informes de Campaña **(apartado 2)**.
- Los procedimientos y formas de revisión aplicados **(apartado 3)**.
- El resultado y las conclusiones de la revisión a la documentación relativa a los incisos g), h) e i) del punto 5.4 de la resolución CG97/2007, señalando las aclaraciones y rectificaciones que presentó el partido político después de haber sido notificado con ese fin, así como la valoración correspondiente **(apartado 4)**.
- La mención de los errores o irregularidades encontradas en los informes o generadas con motivo de su revisión, así como las recomendaciones que se formulan al partido político **(apartado 5)**.

Finalmente, cabe mencionar que en la sesión de fecha 28 de enero del 2008, el Consejo General del Instituto Federal Electoral solicitó un

engrose del presente Dictamen, en el que se abordaran los siguientes puntos:

- El motivo de la diferencia entre la cifra de promocionales monitoreados y no reportados correspondientes al partido Nueva Alianza, en el rubro de radio y televisión, que se dieron a conocer por el Consejo General (en el mes de mayo de 2007) y los que fueron presentados junto con el Dictamen que se sometió a su consideración el 28 de enero de 2008.

En este tenor, se incorpora la explicación correspondiente, en la que se aprecia que la única diferencia se relaciona con los promocionales monitoreados con los que se llevó a cabo la conciliación en el rubro de televisión y que ello se debió a un error mecanográfico; habiéndose presentado las cifras correctas en el Dictamen que se sometió a Consideración del Consejo General en su sesión del 28 de enero de 2008. En el mismo tenor, en el cuerpo del Dictamen y sus anexos se describe y aprecia el detalle de cada una de las etapas que se siguieron en la revisión de los promocionales de radio y televisión.

- Respecto a la descarga de promocionales con motivo de la detección de repetidoras, se solicitó que se aclarara el proceso de conciliación así como las posibles inconsistencias y cuál fue exactamente el ejercicio que se realizó y, finalmente, que se llevara a cabo una revaloración del gasto reportado, para efecto de conciliar los promocionales.

En este sentido, en el presente Dictamen, además de la descripción de los distintos procedimientos que se siguieron en relación con los promocionales, se incorporan anexos que permiten distinguir cada una de las etapas, así como el detalle de aquellos que fueron descargados con motivo de la detección de repetidoras.

2. Marco legal

2.1. La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece los principios básicos del régimen de fiscalización de los recursos de los partidos y las agrupaciones políticas. Dichos principios han sido recogidos y desarrollados posteriormente en la legislación que resulta aplicable para la revisión de los informes de campaña de los partidos políticos y coaliciones, para la elaboración del presente dictamen y del proyecto de resolución que lo acompaña. La parte conducente del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, vigente al 13 de noviembre del 2007, se transcribe a continuación:

ARTÍCULO 41

“(…)

I. Los partidos políticos son entidades de interés público; la ley determinará las formas específicas de su intervención en el proceso electoral. Los partidos políticos nacionales tendrán derecho a participar en las elecciones estatales y municipales.

Los partidos políticos tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo. Sólo los ciudadanos podrán afiliarse libre e individualmente a los partidos políticos.

II. La ley garantizará que los partidos políticos nacionales cuenten de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades. Por tanto, tendrán derecho al uso en forma permanente de los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establezca la misma. Además, la ley señalará las reglas a que se sujetará el financiamiento de los partidos políticos y sus campañas

electorales, debiendo garantizar que los recursos públicos prevalezcan sobre los de origen privado.

(...)

La ley fijará los criterios para determinar los límites a las erogaciones de los partidos políticos en sus campañas electorales; establecerá los montos máximos que tendrán las aportaciones pecuniarias de sus simpatizantes y los procedimientos para el control y vigilancia del origen y uso de todos los recursos con que cuenten y asimismo, señalará las sanciones que deban imponerse por el incumplimiento de estas disposiciones.

III. La organización de las elecciones federales es una función estatal que se realiza a través de un organismo público autónomo denominado Instituto Federal Electoral, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, en cuya integración participan el Poder Legislativo de la Unión, los partidos políticos nacionales y los ciudadanos, en los términos que ordene la ley. En el ejercicio de esa función estatal, la certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad serán principios rectores.

El Instituto Federal Electoral será autoridad en la materia, independiente en sus decisiones y funcionamiento y profesional en su desempeño; contará en su estructura con órganos de dirección, ejecutivos, técnicos y de vigilancia. El Consejo General será su órgano superior de dirección y se integrará por un Consejero Presidente y ocho Consejeros Electorales, y concurrirán, con voz pero sin voto, los Consejeros del Poder Legislativo, los representantes de los partidos políticos y un Secretario Ejecutivo; la ley determinará las reglas para la organización y funcionamiento de los órganos, así como las relaciones de mando entre éstos. Los órganos ejecutivos y técnicos dispondrán del personal calificado necesario para prestar el Servicio Profesional Electoral. Las disposiciones de la ley electoral y del Estatuto que con base en ella apruebe el Consejo General, regirán las relaciones de trabajo de los servidores del organismo público. Los órganos de vigilancia se

integrarán mayoritariamente por representantes de los partidos políticos nacionales. Las mesas directivas de casilla estarán integradas por ciudadanos.

(...)

El Instituto Federal Electoral tendrá a su cargo en forma integral y directa, además de las que le determine la ley, las actividades relativas a la capacitación y educación cívica, geografía electoral, los derechos y prerrogativas de las agrupaciones y de los partidos políticos, al padrón y lista de electores, impresión de materiales electorales, preparación de la jornada electoral, los cómputos en los términos que señale la ley, declaración de validez y otorgamiento de constancias en las elecciones de Diputados y Senadores, cómputo de la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos en cada uno de los distritos electorales uninominales, así como la regulación de la observación electoral y de las encuestas o sondeos de opinión con fines electorales. Las sesiones de todos los órganos colegiados de dirección serán públicas en los términos que señale la ley.

(...)”.

Es preciso señalar que el trece de noviembre de dos mil siete se publicó en el Diario Oficial de la Federación el decreto por el cual se reforma, entre otros, el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, decreto en cuyos últimos tres párrafos de la base V, del referido artículo, se establece la creación del órgano técnico del Consejo General del Instituto Federal Electoral, el cual será el encargado de la fiscalización de las finanzas de los partidos políticos, en consecuencia, dicho órgano será el encargado de la presentación del presente dictamen.

2.2. En relación con los derechos y obligaciones de los partidos políticos nacionales, cuyo cumplimiento se verificó en la revisión de los informes de campaña, las disposiciones aplicables del Código Federal de Instituciones y

**Procedimientos Electorales, vigente al 14 de enero de 2008,
se transcriben a continuación, en su parte conducente:**

ARTÍCULO 22

“(…)

3. Los partidos políticos nacionales, tienen personalidad jurídica, gozan de los derechos y de las prerrogativas y quedan sujetos a las obligaciones que establecen la Constitución y este Código”.

ARTÍCULO 23

- “1. Los partidos políticos, para el logro de los fines establecidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, ajustarán su conducta a las disposiciones establecidas en el presente Código.

(…)”.

ARTÍCULO 27

- “1. Los estatutos establecerán:

(…)

- c) Los procedimientos democráticos para la integración y renovación de los órganos directivos así como las funciones, facultades y obligaciones de los mismos. Entre sus órganos deberá contar, cuando menos, con los siguientes:

(…)

- IV. Un órgano responsable de la administración de su patrimonio y recursos financieros y de la presentación de los informes de ingresos y egresos anuales y de campaña a que se refiere el párrafo 1 del artículo 49-A de este Código.

(…)”.

ARTÍCULO 36

“1. Son derechos de los partidos políticos nacionales:

(...)

c) Disfrutar de las prerrogativas y recibir el financiamiento público en los términos del artículo 41 de la Constitución General de la República y de este Código, para garantizar que los partidos políticos promuevan la participación del pueblo en la vida democrática, contribuyan a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos, hagan posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulen y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo;

(...)”.

ARTÍCULO 38

“1. Son obligaciones de los partidos políticos nacionales:

a) Conducir sus actividades dentro de los cauces legales y ajustar su conducta y la de sus militantes a los principios del Estado democrático, respetando la libre participación política de los demás partidos políticos y los derechos de los ciudadanos;

(...)

k) Permitir la práctica de auditorías y verificaciones que ordene la comisión de consejeros a que se refiere el párrafo 6 del artículo 49 de este Código, así como entregar la documentación que la propia comisión le solicite respecto a sus ingresos y egresos;

(...)

o) Utilizar las prerrogativas y aplicar el financiamiento público exclusivamente para el sostenimiento de sus actividades ordinarias, para sufragar los gastos de campaña, así como para

realizar las actividades enumeradas en el inciso c) del párrafo 1 del artículo 36 de este Código;

(...)

t) Las demás que establezca este Código

(...”).

ARTÍCULO 48

“1. Es derecho exclusivo de los partidos políticos contratar tiempos en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales, conforme a las normas y procedimientos que se establecen en el presente artículo. Los candidatos sólo podrán hacer uso de los tiempos que les asigne su partido político, o coalición, en su caso, de conformidad con lo previsto en el artículo 59, párrafo 1, inciso c).

(...)

13. En ningún caso, se permitirá la contratación de propaganda en radio y televisión en favor o en contra de algún partido político o candidato por parte de terceros.

(...”).

ARTÍCULO 49

“1. El régimen de financiamiento de los partidos políticos tendrá las siguientes modalidades:

a) Financiamiento público, que prevalecerá sobre los otros tipos de financiamiento;

b) Financiamiento por la militancia;

c) Financiamiento de simpatizantes;

d) Autofinanciamiento; y

- e) Financiamiento por rendimientos financieros, fondos y fideicomisos.
2. No podrán realizar aportaciones o donativos a los partidos políticos, en dinero o en especie, por sí o por interpósita persona y bajo ninguna circunstancia:
- a) Los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de la Federación y de los Estados, y los Ayuntamientos, salvo los establecidos en la ley;
 - b) Las dependencias, entidades u organismos de la administración pública federal, estatal o municipal, centralizados o paraestatales, y los órganos de gobierno del Distrito Federal;
 - c) Los partidos políticos, personas físicas o morales extranjeras;
 - d) Los organismos internacionales de cualquier naturaleza;
 - e) Los ministros de culto, asociaciones, iglesias o agrupaciones de cualquier religión o secta;
 - f) Las personas que vivan o trabajen en el extranjero; y
 - g) Las empresas mexicanas de carácter mercantil.
3. Los partidos políticos no podrán solicitar créditos provenientes de la banca de desarrollo para el financiamiento de sus actividades. Tampoco podrán recibir aportaciones de personas no identificadas, con excepción de las obtenidas mediante colectas realizadas en mítines o en la vía pública.
- (...)
5. Los partidos políticos en los términos de la fracción IV del inciso c) del párrafo 1 del artículo 27 de este Código, deberán tener un órgano interno encargado de la obtención y administración de sus recursos generales y de campaña, así como de la presentación de los informes a que se refiere el artículo 49-A de este mismo

ordenamiento. Dicho órgano se constituirá en los términos y con las modalidades y características que cada partido libremente determine.

(...)

7. Los partidos políticos tendrán derecho al financiamiento público de sus actividades, independientemente de las demás prerrogativas otorgadas en este Código, conforme a las disposiciones siguientes:

(...)

b) Para gastos de campaña:

- I. En el año de la elección, a cada partido político se le otorgará para gastos de campaña, un monto equivalente al financiamiento público que para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes le corresponda en ese año; y
- II. El monto para gastos de campaña se otorgará a los partidos políticos en forma adicional al resto de las prerrogativas.

(...)

8. Los partidos políticos que hubieren obtenido su registro con fecha posterior a la última elección, tendrán derecho a que se les otorgue financiamiento público conforme a las siguientes bases:

- a) Se le otorgará a cada partido político el 2% del monto que por financiamiento total les corresponda a los partidos políticos para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes a que se refiere este artículo, así como en el año de la elección una cantidad adicional igual para gastos de campaña; y

(...)

11. El financiamiento que no provenga del erario público tendrá las siguientes modalidades:

- a) El financiamiento general de los partidos políticos y para sus campañas que provenga de la militancia estará conformado por las cuotas obligatorias ordinarias y extraordinarias de sus afiliados, por las aportaciones de sus organizaciones sociales y por las cuotas voluntarias y personales que los candidatos aporten exclusivamente para sus campañas conforme a las siguientes reglas:
- I. El órgano interno responsable del financiamiento de cada partido deberá expedir recibo de las cuotas o aportaciones recibidas, de los cuales deberá conservar una copia para acreditar el monto ingresado;
 - II. Cada partido político determinará libremente los montos mínimos y máximos y la periodicidad de las cuotas ordinarias y extraordinarias de sus afiliados, así como las aportaciones de sus organizaciones; y
 - III. Las cuotas voluntarias y personales que los candidatos aporten exclusivamente para sus campañas tendrán el límite que fije el órgano interno responsable del manejo del financiamiento de cada partido.
- b) El financiamiento de simpatizantes estará conformado por las aportaciones o donativos, en dinero o en especie, hechas a los partidos políticos en forma libre y voluntaria por las personas físicas o morales mexicanas con residencia en el país, que no estén comprendidas en el párrafo 2 de este artículo. Las aportaciones se deberán sujetar a las siguientes reglas:
- I. Cada partido político no podrá recibir anualmente aportaciones en dinero de simpatizantes por una cantidad superior al diez por ciento del total del financiamiento público para actividades ordinarias que corresponda a todos los partidos políticos;
 - II. De las aportaciones en dinero deberán expedirse recibos foliados por los partidos políticos en los que se harán constar los datos de identificación del aportante, salvo que

hubieren sido obtenidas mediante colectas realizadas en mítines o en la vía pública, siempre y cuando no impliquen venta de bienes o artículos promocionales. En el caso de colectas, sólo deberá reportarse en el informe correspondiente el monto total obtenido. Las aportaciones en especie se harán constar en un contrato celebrado conforme a las leyes aplicables;

- III. Las aportaciones en dinero que realice cada persona física o moral facultada para ello, tendrán un límite anual equivalente al 0.05% del monto total de financiamiento público para el sostenimiento de actividades ordinarias permanentes otorgado a los partidos políticos, en el año que corresponda;
 - IV. Las aportaciones en dinero podrán realizarse en parcialidades y en cualquier tiempo, pero el monto total aportado durante un año por una persona física o moral no podrá rebasar, según corresponda los límites establecidos en la fracción anterior; y
 - V. Las aportaciones de bienes muebles o inmuebles deberán destinarse únicamente para el cumplimiento del objeto del partido político que haya sido beneficiado con la aportación.
- c) El autofinanciamiento estará constituido por los ingresos que los partidos obtengan de sus actividades promocionales, tales como conferencias, espectáculos, juegos y sorteos, eventos culturales, ventas editoriales, de bienes y de propaganda utilitaria así como cualquier otra similar que realicen para allegarse fondos, las que estarán sujetas a las leyes correspondientes a su naturaleza. Para efectos de este Código, el órgano interno responsable del financiamiento de cada partido político reportará los ingresos obtenidos por estas actividades en los informes respectivos; y
- d) Para obtener financiamiento por rendimientos financieros los partidos políticos podrán crear fondos o fideicomisos con su patrimonio o con las aportaciones que reciban, adicionalmente

a las provenientes de las modalidades del financiamiento señaladas en el presente artículo. El financiamiento por rendimientos financieros se sujetará a las siguientes reglas:

- I. A las aportaciones que se realicen, a través de esta modalidad, les serán aplicables las disposiciones contenidas en los párrafos 2 y 3, y en la fracción III del inciso b) de este párrafo y demás disposiciones aplicables a este Código y las leyes correspondientes, atendiendo al tipo de operación realizada;
- II. Los fondos y fideicomisos que se constituyan serán manejados a través de las operaciones bancarias y financieras que el órgano responsable del financiamiento de cada partido político considere conveniente, con excepción de la adquisición de acciones bursátiles; y
- III. Los rendimientos financieros obtenidos a través de esta modalidad deberán destinarse para el cumplimiento de los objetivos del partido político”.

ARTÍCULO 49-A

“1. Los partidos políticos y las agrupaciones políticas deberán presentar ante la comisión del Instituto Federal Electoral a que se refiere el párrafo 6 del artículo anterior, los informes del origen y monto de los ingresos que reciban por cualquier modalidad de financiamiento, así como su empleo y aplicación, atendiendo a las siguientes reglas:

(...)

b) Informes de campaña:

- I. Deberán presentarse por los partidos políticos, por cada una de las campañas en las elecciones respectivas, especificando los gastos que el partido político y el candidato hayan realizado en el ámbito territorial correspondiente;

- II. Serán presentados a más tardar dentro de los sesenta días siguientes contados a partir del día en que concluyan las campañas electorales;
- III. En cada informe será reportado el origen de los recursos que se hayan utilizado para financiar los gastos correspondientes a los rubros señalados en el artículo 182-A de este Código, así como el monto y destino de dichas erogaciones.

(...)"

ARTÍCULO 182

- “1. La campaña electoral, para los efectos de este Código, es el conjunto de actividades llevadas a cabo por los partidos políticos nacionales, las coaliciones y los candidatos registrados para la obtención del voto.
2. Se entienden por actos de campaña 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.
3. Se entiende por propaganda electoral el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas.
4. Tanto la propaganda electoral como las actividades de campaña a que se refiere el presente artículo, deberán propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones fijados por los partidos políticos en sus documentos básicos y, particularmente, en la plataforma electoral que para la elección en cuestión hubieren registrado”.

ARTÍCULO 182-A

- “1. Los gastos que realicen los partidos políticos, las coaliciones y sus candidatos, en la propaganda electoral y las actividades de campaña, no podrán rebasar los topes que para cada elección acuerde el Consejo General.
2. Para los efectos de este artículo quedarán comprendidos dentro de los topes de gasto los siguientes conceptos:
 - a) Gastos de propaganda:
 - I. Comprenden los realizados en bardas, mantas, volantes, pancartas, equipos de sonido, eventos políticos realizados en lugares alquilados, propaganda utilitaria y otros similares;
 - b) Gastos operativos de la campaña:
 - I. 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; y
 - c) Gastos de propaganda en prensa, radio y televisión:
 - I. Comprenden los realizados en cualquiera de estos medios tales como mensajes, anuncios publicitarios y sus similares, tendientes a la obtención del voto.
3. No se considerarán dentro de los topes de campaña los gastos que realicen los partidos por el siguiente concepto:

Para su operación ordinaria y para el sostenimiento de sus órganos directivos y de sus organizaciones.
4. El Consejo General, en la determinación de los topes de gastos de campaña, aplicará las siguientes reglas:

a) Para la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a más tardar el día último de noviembre del año anterior al de la elección, procederá en los siguientes términos:

I. El tope máximo de gastos de campaña, será la cantidad que resulte de multiplicar por 2.5, el costo mínimo para la campaña de diputado fijado para efectos del financiamiento público en los términos del párrafo 7, inciso a), fracción I, del artículo 49 de este Código, actualizado al mes inmediato anterior, por 300 distritos, dividida entre los días que dura la campaña para diputado y multiplicándola por los días que dura la campaña para Presidente.

b) Para la elección de diputados y senadores, a más tardar el día último de enero del año de la elección, procederá en los siguientes términos:

I. El tope máximo de gastos de campaña para la elección de diputados por el principio de mayoría relativa, será la cantidad que resulte de multiplicar por 2.5, el costo mínimo de la campaña para diputados que se haya fijado para efectos del financiamiento público, actualizado al mes inmediato anterior; y

II. Para cada fórmula en la elección de senadores por el principio de mayoría relativa, el tope máximo para gastos de campaña, será la cantidad que resulte de multiplicar el costo mínimo de la campaña para senadores que se haya fijado para efectos del financiamiento público, actualizado al mes inmediato anterior, por 2.5 y por el número de distritos que comprenda la entidad de que se trate. En ningún caso el número de distritos a considerar será mayor de veinte.

(...)"

ARTÍCULO 190

“1.Las campañas electorales de los partidos políticos 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.

2. El día de la jornada electoral y durante los tres días anteriores no se permitirá la celebración ni la difusión de reuniones o actos públicos de campaña, de propaganda o de proselitismo electorales.

(...)

2.3. Se verificó el cumplimiento del Reglamento que establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, aprobado en sesión extraordinaria del Consejo General del Instituto Federal Electoral celebrada el 10 de noviembre del 2005 y publicado en el Diario Oficial de la Federación el 26 de diciembre del mismo año.

2.4. En relación con la revisión de los informes de campaña, fue llevada a cabo por la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas, siendo aplicables las disposiciones del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, vigente al 14 de enero de 2008, que se transcriben a continuación, en su parte conducente:

ARTÍCULO 2

“1. Para el desempeño de sus funciones las autoridades electorales establecidas por la Constitución y este Código, contarán con el apoyo y colaboración de las autoridades federales, estatales y municipales”.

ARTÍCULO 3

“1. La aplicación de las normas de este Código corresponde al Instituto Federal Electoral, al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación y a la Cámara de Diputados, en sus respectivos ámbitos de competencia.

2. La interpretación se hará conforme a los criterios gramatical, sistemático y funcional, atendiendo a lo dispuesto en el último párrafo del artículo 14 de la Constitución”.

ARTÍCULO 49

“(…)

6. Para la revisión de los informes que los partidos políticos y las agrupaciones políticas presenten sobre el origen y destino de sus recursos anuales y de campaña, según corresponda, así como para la vigilancia del manejo de sus recursos, se constituirá la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas. Esta comisión funcionará de manera permanente.

(…)”.

ARTÍCULO 49-A

“(…)”

2. El procedimiento para la presentación y revisión de los informes de los partidos políticos y las agrupaciones políticas se sujetará a las siguientes reglas:
 - a) La Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas contará con sesenta días para revisar los informes anuales y con ciento veinte días para revisar los informes de campaña presentados por los partidos políticos y, en su caso, por las agrupaciones políticas. Tendrá en todo momento la facultad de solicitar a los órganos responsables del financiamiento de cada partido político y a las agrupaciones políticas, la documentación necesaria para comprobar la veracidad de lo reportado en los informes;
 - b) Si durante la revisión de los informes la comisión advierte la existencia de errores u omisiones técnicas, notificará al partido político o a la agrupación política que hubiere incurrido en ellos, para que en un plazo de diez días contados a partir de dicha notificación, presente las aclaraciones o rectificaciones que estime pertinentes;

(...)

- f) Los partidos así como las agrupaciones políticas, podrán impugnar ante el Tribunal Electoral el dictamen y resolución que en su caso se emita por el Consejo General, en la forma y términos previstos en la ley de la materia; y
- g) El Consejo General del Instituto deberá:
 - I. Remitir al Tribunal Electoral, cuando se hubiere interpuesto el recurso, junto con éste, el dictamen de la comisión y el informe respectivo;
 - II. Remitir, una vez cumplido el plazo para la interposición del recurso, o presentado éste, habiendo sido resuelto por el Tribunal Electoral, al Diario Oficial de la Federación el dictamen y, en su caso, la resolución recaída al recurso, para su publicación; y
 - III. Acordar los mecanismos que considere convenientes para la difusión pública del dictamen y, en su caso, de las resoluciones. En la Gaceta del Instituto Federal Electoral deberán publicarse los informes anuales de los partidos”.

ARTÍCULO 49-B

- “1. Para la Fiscalización del manejo de los recursos de los partidos políticos y las agrupaciones políticas, así como la recepción, revisión y dictamen a que se refiere el artículo anterior, la comisión prevista en el párrafo 6 del artículo 49 de este Código, contará con el apoyo y soporte de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Federal Electoral, cuyo titular fungirá como secretario técnico de la propia comisión.
- 2. La comisión tendrá a su cargo, entre otras atribuciones, las siguientes:
 - a) Elaborar lineamientos con bases técnicas, para la presentación de los informes del origen y monto de los ingresos que los

partidos políticos y las agrupaciones políticas reciban por cualquier modalidad de financiamiento, así como su empleo y aplicación;

b) Establecer lineamientos para que los partidos políticos y las agrupaciones políticas lleven el registro de sus ingresos y egresos y de la documentación comprobatoria sobre el manejo de sus recursos;

c) Vigilar que los recursos que sobre el financiamiento ejerzan los partidos políticos y las agrupaciones políticas, se apliquen estricta e invariablemente para las actividades señaladas en la ley;

(...)

e) Revisar los informes que los partidos políticos y las agrupaciones políticas presenten sobre el origen y destino de sus recursos anuales y de campaña, según corresponda;

(...)

j) Proporcionar a los partidos políticos y a las agrupaciones políticas la orientación y asesoría necesarias para el cumplimiento de las obligaciones consignadas en este artículo; y

k) Las demás que le confiera este Código.

3. La comisión de consejeros, para su eficaz desempeño, podrá contar con el personal técnico que autorice el Consejo General.

(...)"

ARTÍCULO 80

"(...)

2. Independientemente de lo señalado en el párrafo anterior, las comisiones de: Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas; Prerrogativas, Partidos Políticos y

Radiodifusión; Organización Electoral; Servicio Profesional Electoral; y Capacitación Electoral y Educación Cívica, funcionarán permanentemente y se integrarán exclusivamente por consejeros electorales.

3. En todos los asuntos que les encomienden, las comisiones deberán presentar un informe, dictamen o proyecto de resolución, según el caso.
4. El Secretario del Consejo General colaborará con las comisiones para el cumplimiento de las tareas que se les hayan encomendado.

(...)”.

ARTÍCULO 93

- “1. La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos tiene las siguientes atribuciones:

(...)

- l) Actuar como Secretario Técnico de la Comisión a que se refiere el párrafo 6 del artículo 49 y de la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos y Radiodifusión prevista en el párrafo 2 del artículo 80 de este Código;

(...)”.

2.5 Es atribución de la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos la presentación ante el Consejo General del presente dictamen, lo anterior de acuerdo con lo establecido en los artículos 81 y 84 inciso d), e) y f) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de enero del año en curso, los cuales se transcriben a continuación:

ARTÍCULO 81

1. La Unidad tendrá las siguientes facultades:

(...)

- i) Presentar al Consejo General los informes de resultados y proyectos de resolución sobre las auditorías y verificaciones practicadas a los partidos políticos. Los informes especificarán las irregularidades en que hubiesen incurrido los partidos políticos en el manejo de sus recursos; el incumplimiento de su obligación de informar sobre la aplicación de los mismos y, en su caso, propondrán las sanciones que procedan conforme a la normatividad aplicable;

ARTÍCULO 84

- 1. El procedimiento para la presentación y revisión de los informes de los partidos políticos se sujetará a las siguientes reglas:

(...)

- d) Al vencimiento del plazo señalado en el inciso a) de este párrafo o, en su caso, al concedido para la rectificación de errores u omisiones, la Unidad dispondrá de un plazo de veinte días para elaborar un dictamen consolidado, que deberá presentar al Consejo General dentro de los tres días siguientes a su conclusión;
- e) El dictamen deberá contener por lo menos:
 - I. El resultado y las conclusiones de la revisión de los informes que hayan presentado los partidos políticos;
 - II. En su caso, la mención de los errores o irregularidades encontrados en los mismos; y
 - III. El señalamiento de las aclaraciones o rectificaciones que presentaron los partidos políticos, después de haberles notificado con ese fin.
- f) En el Consejo General se presentará el dictamen y proyecto de resolución que haya formulado la Unidad, y se procederá a imponer, en su caso, las sanciones correspondientes;

(...).”

Es importante mencionar que la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación al dictar la sentencia SUP-RAP-46/2007 señaló que se dispondría de un plazo de diez días hábiles para elaborar el dictamen respectivo, dada la circunstancia extraordinaria de reposición de procedimiento.

2.6 Otros Acuerdos.

Se verificó el cumplimiento al Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral que presenta la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas por el que se instruye a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos que contrate los servicios de empresas especializadas para la realización de monitoreos de los promocionales que los partidos políticos difundan a través de la radio y la televisión, así como de los anuncios espectaculares colocados en la vía pública y se ordena a la Unidad Técnica de Coordinación Nacional de Comunicación Social que lleve a cabo un monitoreo de los desplegados que publiquen los partidos políticos en medios impresos en todo el país, durante las campañas electorales correspondientes al Proceso Electoral Federal 2005-2006, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 7 de noviembre del 2005.

Se verificó el cumplimiento del Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral, por el que se determina el tope máximo de gastos de campaña para la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos en el año 2006, aprobado en sesión ordinaria de dicho Consejo el 30 de noviembre de 2005.

De igual forma, se verificó el cumplimiento al Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral, por el que se determinan los Topes de gastos de las Campañas de Diputados y Senadores por el Principio de Mayoría Relativa para las Elecciones Federales en el año 2006, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de febrero del 2006.

Se verificó el cumplimiento del Acuerdo de la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas del Instituto Federal Electoral, por medio del cual se establecen los criterios de prorrateo que los partidos y coaliciones deberán aplicar a los promocionales y desplegados genéricos difundidos o publicados durante las campañas electorales 2006, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 23 de junio de 2006.

Conviene mencionar que las disposiciones antes mencionadas resultan aplicables a la revisión, conforme a lo dispuesto por el artículo cuarto transitorio del Decreto por el que se expidió el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el cual señala que los asuntos que se encuentren en trámite a la entrada en vigor de dicho Decreto, serán resueltos conforme a las normas vigentes al momento de su inicio.

2.7 En relación con las irregularidades encontradas en la revisión de los Informes de Campaña que se hacen del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral a efecto de que éste, en su caso, imponga las sanciones procedentes, resultan aplicables las disposiciones del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales vigente al 14 de enero de 2008 que a continuación se transcriben en su parte conducente:

ARTÍCULO 39

- “1. El incumplimiento de las obligaciones señaladas por este Código se sancionará en los términos del Título Quinto del Libro Quinto del presente ordenamiento.
2. Las sanciones administrativas se aplicarán por el Consejo General del Instituto con independencia de las responsabilidades civil o penal que en su caso pudieran exigirse en los términos de la ley a los partidos políticos, las agrupaciones políticas, dirigentes y candidatos”.

ARTÍCULO 73

“1. EL Consejo General es el órgano superior de dirección, responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral, así como de velar porque los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad guíen todas las actividades del Instituto”.

ARTÍCULO 82

“1. El Consejo General tiene las siguientes atribuciones:

(...)

h) Vigilar que las actividades de los partidos políticos nacionales y las agrupaciones políticas se desarrollen con apego a este Código y cumplan con las obligaciones a que están sujetos;

i) Vigilar que en lo relativo a las prerrogativas de los partidos y agrupaciones políticas se actúe con apego a este Código, así como a lo dispuesto en el reglamento que al efecto expida el Consejo General;

(...)

w) Conocer de las infracciones y, en su caso, imponer las sanciones que correspondan, en los términos previstos en la presente ley;

(...)”.

ARTÍCULO 191

“1. Cualquier infracción a las disposiciones contenidas en el presente capítulo será sancionada en los términos de este Código”.

ARTÍCULO 269

"1. Los partidos políticos y las agrupaciones políticas, independientemente de las responsabilidades en que incurran sus dirigentes, miembros o simpatizantes, podrán ser sancionados:

- a) Con amonestación pública;
- b) Con multa de 50 a 5 mil días de salario mínimo general vigente para el Distrito Federal;
- c) Con la reducción de hasta el 50% de las ministraciones del financiamiento público que les corresponda, por el período que señale la resolución;
- d) Con la supresión total de la entrega de las ministraciones del financiamiento que les corresponda, por el período que señale la resolución;
- e) Con la negativa del registro de las candidaturas;
- f) Con la suspensión de su registro como partido político o agrupación política; y
- g) Con la cancelación de su registro como partido político o agrupación política.

2. Las sanciones a que se refiere el párrafo anterior, podrán ser impuestas cuando:

- a) Incumplan con las obligaciones señaladas en el artículo 38 y demás disposiciones aplicables de este Código;
- b) Incumplan con las resoluciones o acuerdos del Instituto Federal Electoral;
- c) Acepten donativos o aportaciones económicas de las personas o entidades que no estén expresamente facultadas para ello o soliciten crédito a la banca de desarrollo para el financiamiento

de sus actividades, en contravención a lo dispuesto por el artículo 49, párrafos 2 y 3, de este Código;

- d) Acepten donativos o aportaciones económicas superiores a los límites señalados en el artículo 49, párrafo 11, inciso b), fracciones III y IV, de este Código;
 - e) No presenten los informes anuales o de campaña en los términos y plazos previstos en los artículos 35 y 49-A de este Código;
 - f) Sobrepasen durante la campaña electoral los topes a los gastos fijados conforme el artículo 182-A de este Código; y
 - g) Incurran en cualquier otra falta de las previstas en este Código.
3. Las sanciones previstas en los incisos d), f) y g) del párrafo 1 de este artículo sólo podrán imponerse cuando el incumplimiento o infracción sea grave o reiterada. La violación a lo dispuesto en el inciso o) del párrafo 1 del artículo 38 de este Código, se sancionará, si la infracción se comete durante las campañas electorales, con multa y la suspensión total o parcial de la prerrogativa prevista en el inciso c) del párrafo 1, del artículo 47 de este mismo ordenamiento, y sólo con multa si la misma se cometiere en cualquier otro tiempo.
4. Cuando la pérdida de registro obedezca a alguna de las causales previstas en los artículos 35 y 66, se estará a lo dispuesto en el artículo 67 de este Código”.

ARTÍCULO 270

“1. Para los efectos del artículo anterior, el Instituto Federal Electoral conocerá de las irregularidades en que haya incurrido un partido político o una agrupación política.

(...)

5. El Consejo General del Instituto Federal Electoral, para fijar la sanción correspondiente, tomará en cuenta las circunstancias y la

gravedad de la falta. En caso de reincidencia se aplicará una sanción más severa.

6. Las resoluciones del Consejo General del Instituto, podrán ser recurridas ante el Tribunal Electoral, en los términos previstos por la ley de la materia.
7. Las multas que fije el Consejo General del Instituto, que no hubiesen sido recurridas, o bien, que fuesen confirmadas por el Tribunal Electoral, deberán ser pagadas en la Dirección Ejecutiva de Administración del Instituto en un plazo improrrogable de quince días contados a partir de la notificación. Transcurrido el plazo sin que el pago se hubiere efectuado, el Instituto podrá deducir el monto de la multa de la siguiente ministración del financiamiento público que corresponda”.

ARTÍCULO 271

- “1. Para los efectos previstos en este Título, sólo serán admitidas las siguientes pruebas:
 - a) Documentales públicas y privadas;
 - b) Técnicas;
 - c) Pericial Contable;
 - d) Presuncionales; y
 - e) Instrumental de actuaciones.
2. Las pruebas deberán ser exhibidas junto con el escrito en el que se comparezca al procedimiento.
3. Ninguna prueba aportada fuera del plazo previsto para ello será tomada en cuenta”.

ARTÍCULO 272

“(…)

2. Las multas que no hubiesen sido recurridas, o bien, que fuesen confirmadas por la autoridad competente, deberán ser pagadas en la Dirección Ejecutiva de Administración del Instituto en un plazo improrrogable de quince días contados a partir de la notificación. Transcurrido el plazo sin que el pago se hubiere efectuado, el Instituto podrá deducir el monto de la multa de la siguiente ministración del financiamiento público que corresponda. De no resultar posible lo anterior, el Instituto Federal Electoral notificará a la Tesorería de la Federación para que se proceda a su cobro en términos de la normatividad aplicable”.

3. Procedimientos y formas de revisión

3.1. Procedimiento de revisión de los Informes de Campaña

En el procedimiento de revisión se realizó la verificación de la documentación a la que hacen referencia los incisos g), h) e i) del punto 5.4 de la resolución CG97/2007, en virtud de lo mandado por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación al emitir la sentencia recaída al recurso de apelación interpuesto por Nueva Alianza identificado con el número de expediente SUP-RAP-46/2007.

Con el objeto de dar cabal cumplimiento a lo ordenado por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, se le informó al partido que los documentos, constancias y, en general, toda la documentación relacionada con los promocionales objeto de los procedimientos administrativos oficiosos señalados en el punto 5.4. de la resolución antes mencionada, se encontraban a su disposición para su consulta; lo anterior mediante el oficio STCFRPAP/2404/07 del 27 de noviembre del 2007.

Asimismo, tomando en consideración lo establecido por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, se dio vista al partido con el ejercicio de conciliación de los promocionales de radio y televisión monitoreados por IBOPE y los reportados por su partido detallados en el inciso i), de igual forma se detallaron las bases de datos y los procedimientos diseñados para su conciliación, así

como para que la documentación faltante a que hace referencia el inciso h) del punto 5.4 de la citada resolución fuera presentada, por lo que se le solicitaron al referido partido las aclaraciones y rectificaciones correspondientes, en términos del artículo 49-A, párrafo 2, inciso b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales a través de los oficios que a continuación se detallan:

PARTIDO	N° DE OFICIO
Nueva Alianza	STCFRPAP/2412/07
	STCFRPAP/2413/07
	STCFRPAP/2414/07

Por lo que se refiere a la documentación faltante consistente en estados de cuenta bancarios, contratos de apertura y cartas de cancelación, los cuales se detallaron en el inciso g) de la resolución recurrida, le fue solicitada nuevamente al partido en comento en términos del artículo 49-A, párrafo 2, inciso b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre del 2007.

Se efectuó la recepción de las aclaraciones solicitadas al partido político sobre los errores y omisiones detectadas en la documentación antes referida, procediendo a su análisis.

Una vez concluida dicha revisión, se procedió a la elaboración del presente Dictamen para su presentación al Consejo General del Instituto, en los términos dispuestos por el Código de la materia y en atención a lo dispuesto en el artículo cuarto transitorio del Código Electoral Federal vigente a partir del 15 de enero de 2008, así como a lo ordenado por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en la Sentencia dictada en el expediente SUP-RAP-46/2007.

El procedimiento señalado se ajustó a las normas de información financiera, antes principios de contabilidad generalmente aceptados, así como al cumplimiento del marco legal expuesto.

4. Nueva Alianza

Ingresos

Senadores

- ◆ Al revisar la cuenta “Aportaciones de Simpatizantes CF”, subcuenta “Aportaciones en Efectivo”, se observó el registro de una póliza que carecía de su respectiva documentación soporte. La póliza en comento se detalla a continuación:

ENTIDAD FEDERATIVA	FÓRMULA	REFERENCIA CONTABLE	IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
Tamaulipas	2	PAj-1/06-06	\$3,000.00	13
			9,500.00	
			9,500.00	
			9,000.00	
TOTAL			\$31,000.00	

Convino señalar al partido que las aportaciones en efectivo que realizaron los simpatizantes para sufragar gastos de campaña, debieron ingresar primeramente a una cuenta CBCEN o CBE.

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- La póliza antes citada con su respectiva documentación soporte (recibos y fichas de depósito).
- Los estados de cuenta bancarios y las conciliaciones correspondientes, en los cuales se reflejaran los depósitos antes señalados.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k), 49, párrafo 3 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.3, 1.4, 1.7, 4.6, 4.10, 12.4, 12.7, 17.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido manifestó lo que a la letra se transcribe:

“(...) se precisa que la documentación que se solicita ya fue entregada a esta autoridad adjunta al oficio No. NA-JEN-CEF-048/07 desde el día 15 de mayo de 2007, por lo cual se envía copia del acuse que hace constar dicha entrega; siendo preciso señalar que esa Autoridad Electoral reconoce la referida entrega en el dictamen consolidado, habiendo hecho clara mención de la misma y aduciendo que no la había valorado por considerarla extemporánea, (sic) siendo el caso que el Tribunal Electoral ha resuelto sobre la procedencia de la valoración de esa información que ya obra en poder del Instituto Electoral. (...)”

Derivado de la contestación del partido, se verificó nuevamente la documentación presentada en el escrito antes citado, constatándose que presentó la póliza solicitada, así como una relación denominada “control de eventos de colectas” y el estado de cuenta bancario donde se refleja el depósito por \$31,000.00; por lo pronto la observación se consideró subsanada

- ◆ Al revisar la cuenta “Aportaciones Militantes CF”, subcuenta “Aportaciones en Efectivo”, se observó el registro de una póliza que presentaba como soporte documental un recibo “RM-CF-PNA-TAMAULIPAS” y su respectiva ficha de depósito; sin embargo, no indicaba el número de cuenta bancaria en la que se realizó el depósito correspondiente y al omitir presentar el estado de cuenta del mes de junio, no se tenía la certeza de que hubiese sido depositado en la cuenta correspondiente a la campaña. La póliza en comento se indica a continuación:

ENTIDAD FEDERATIVA	FÓRMULA	REFERENCIA CONTABLE	FECHA DE LA FICHA DE DEPÓSITO	BANCO	NOMBRE DEL APORTANTE	IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
Tamaulipas	1	PI-1/06-06	28-06-06	Banorte	Enrique Meléndez Pérez	\$70,000.00	19

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- El estado de cuenta bancario y la conciliación correspondiente en el que se reflejara el depósito antes señalado.

- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.3, 1.4, 12.4, 17.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido manifestó lo que a la letra se transcribe:

“(...) se entrega la documentación por la cual la autoridad puede constatar el depósito observado por \$70,000.00 (...)”

De la verificación a la documentación, se constató que el partido presentó el estado de cuenta bancario y la conciliación bancaria en los que se refleja el depósito observado; por lo tanto la observación se consideró subsanada.

Diputados

- ◆ De la revisión a la cuenta “Aportaciones Simpatizantes CF”, subcuenta “Aportaciones en Efectivo”, se observó el registro de pólizas por concepto de ingresos por colecta y aportaciones de simpatizantes que presentaban como soporte documental, fichas de depósito que señalaban el nombre del aportante; sin embargo, no indicaban el número de cuenta en que fueron depositados. A continuación se indican las pólizas en comento:

ENTIDAD/ DISTRITO	REFERENCIA CONTABLE	CONCEPTO DE LA PÓLIZA	IMPORTE	DATOS DE LA FICHA DE DEPÓSITO			IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
				BANCO	FECHA	NOMBRE DEL CLIENTE		
Sonora								
2	PI-2/06-06	Ingresos por colecta	\$1,000.00	Banorte	22-06-06	Guadalupe Adela García Benítez	\$1,000.00	14
	PI-3/06-06	Ingresos por colecta	15,000.00		27-06-06		5,000.00	
							5,000.00	
							5,000.00	
	Subtotal		\$16,000.00				\$16,000.00	

ENTIDAD/ DISTRITO	REFERENCIA CONTABLE	CONCEPTO DE LA PÓLIZA	IMPORTE	DATOS DE LA FICHA DE DEPÓSITO			IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
				BANCO	FECHA	NOMBRE DEL CLIENTE		
Sonora								
5	PI-4/06-06	Aportaciones de Simpatizantes	\$4,000.00	Banorte	22-06-06	José Humberto López Caballero	\$4,000.00	
			11,000.00		27-06-06		1,500.00	
							500.00	
							2,000.00	
							2,000.00	
							1,500.00	
							500.00	
							3,000.00	
	Subtotal		\$15,000.00				\$15,000.00	
TOTAL			\$31,000.00				\$31,000.00	

Al respecto es importante recordar que los recursos en efectivo que se utilizaron para sufragar los gastos de campaña debieron ingresar primeramente a una cuenta CBCEN o CBE.

Ahora bien, tomando en consideración que en los estados de cuenta bancarios correspondientes a los Distritos antes señalados, no se localizaron los depósitos indicados en las columnas “Datos de la ficha de depósito” se solicitó al partido presentar lo siguiente.

- Los estados de cuenta bancarios y las conciliaciones correspondientes en los que se reflejaran los depósitos señalados en el cuadro que antecede.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) 49, párrafo 3 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.4, 1.7, 5.2, 9.3, 12.4, 12.7, 17.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido manifestó lo que a la letra se transcribe:

“(...) se entrega a la autoridad la documentación solicitada a fin de que pueda corroborar los depósitos observados (...)”

Aún cuando el partido presentó estados de cuenta bancarios en donde señala importes similares a los depósitos observados, de la verificación a las fichas de depósito presentadas, se observó que las fechas difieren de las señaladas en los estados de cuenta bancarios, por lo que no se tiene la certeza de que los depósitos observados corresponden a los reflejados en los estados de cuenta; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$31,000.00.

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

- ◆ De la verificación a la cuenta “Aportaciones de Militantes CF”, subcuenta “Aportaciones en Efectivo”, se observó el registro de pólizas que presentaban como soporte documental recibos “RM-CF-PNA” que rebasaban el tope de los 200 días de salario mínimo general vigente para el Distrito Federal, que en el año 2006 equivalían a \$9,734.00, así como fichas de depósito, las cuales aún cuando indicaban que los depósitos se realizaron con cheque a nombre del partido, no acompañaban copia del cheque mediante el cual se realizaron y, por lo tanto no señalaban la cuenta bancaria del aportante. A continuación se detallan los casos en comento:

ENTIDAD FEDERATIVA	DISTRITO	REFERENCIA CONTABLE	NÚMERO DE RECIBO	NOMBRE DEL APORTANTE	IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
Coahuila	3	PI-01/06-06	0001	Juan de Dios	\$50,000.00	20
		PI-03/06-06	0002	Lozano Pérez	30,000.00	
		PI-08/06-06	0003	(Candidato)	20,000.00	
				\$100,000.00		
Sonora	5	PI-01/06-06	001	López	\$99,000.00	
		PI-02/06-06	002	Caballero José	22,000.00	
		PI-03/06-06	003	Humberto	151,000.00	
		PI-03/06-06	004		14,000.00	
				\$286,000.00		
TOTAL					\$386,000.00	

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las pólizas señaladas en el cuadro que antecede con la totalidad de la documentación soporte, incluyendo la copia del cheque con el cual fue realizada cada una de las aportaciones.

- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.4, 1.8, 1.9, 12.7 y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido manifestó lo que a la letra se transcribe:

*“ (...) sírvase encontrar en el **Anexo 4** las copias solicitadas de los cheques relativos a las aportaciones de los distritos 3 de Coahuila por un importe de \$100,000.00 y 5 de Sonora por un importe de \$286,000.00 (...)”*

De la verificación a la documentación proporcionada, se constató que el partido presentó las pólizas con sus respectivas copias de cheque; por tal razón, la observación se consideró subsanada.

- ◆ Al verificar la cuenta “Aportaciones Militantes CF”, subcuenta “Aportaciones en Efectivo”, se observó el registro de una póliza que rebasaba el tope de los 200 días de salario mínimo general vigente para el Distrito Federal, que en el año 2006 equivalían a \$9,734.00; sin embargo, carecían de la copia del cheque a nombre del partido. A continuación se indica la póliza en comento:

ENTIDAD FEDERATIVA	DISTRITO	REFERENCIA CONTABLE	IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
Tamaulipas	6	PAj-1/06-06	\$10,051.00	21

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- La póliza señalada en el cuadro que antecede, con la copia del cheque a nombre del partido y que proviniera de la cuenta personal del candidato.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.3, 1.4, 1.8, 1.9 y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido manifestó lo que a continuación se transcribe:

“Atendiendo la solicitud realizada en la observación número 2, de presentar la copia del cheque correspondiente a la aportación registrada (...) en el Anexo 5, encontrará la documentación en comento.”

De la verificación a la documentación proporcionada, se constató que el partido presentó la póliza con su respectiva copia del cheque con el cual fue realizada la aportación; por tal razón, la observación se consideró subsanada.

Bancos

Presidente

- ◆ De la revisión a la documentación presentada se observó que el partido no presentó la totalidad de los estados de cuenta, de la cuenta aperturada para el manejo de los recursos destinados a la campaña de su candidato a la presidencia, así como sus respectivas conciliaciones bancarias de la cuenta siguiente:

INSTITUCIÓN BANCARIA	No. DE CUENTA	DOCUMENTACIÓN FALTANTE	
		ESTADOS DE CUENTA	CONCILIACIONES BANCARIAS
Banorte	505531759	Enero a abril de 2006	Enero a abril de 2006

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Los estados de cuenta y las conciliaciones bancarias de enero a abril de 2006 de la cuenta antes citada.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.4, 12.4, 17.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada.

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

Senadores

- ◆ De la verificación a la documentación proporcionada por el partido, se observó que no presentó la totalidad de los estados de cuenta, así como sus respectivas conciliaciones. Los casos en comento se detallaron en el **Anexo 1** del oficio STCFRPAP/2452/07. (**Anexo 1** del presente Dictamen).

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Los 60 estados de cuenta y las 64 conciliaciones bancarias señaladas en las columnas “Documentación Faltante” del **Anexo 1** del oficio STCFRPAP/2452/07. (**Anexo 1** del presente Dictamen).

- En su caso, las cartas de cancelación con el sello del banco de las cuentas bancarias señaladas con (1) en el **Anexo 1** del oficio STCFRPAP/2452/07. (**Anexo 1** del presente Dictamen).
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.4, 12.4, 12.5, 17.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada.

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

- ◆ De la revisión a las balanzas de comprobación al 30 de junio de 2006, correspondientes a las campañas de los candidatos a Senadores, específicamente de la cuenta “Bancos”, se observó que algunas presentaban movimientos y saldo final; sin embargo, no se localizaron los estados de cuenta bancarios correspondientes. A continuación se detallan los casos en comento:

ENTIDAD FEDERATIVA	FÓRMULA	No. DE CUENTA	SALDOS AL 30 DE JUNIO DE 2006 SEGÚN BALANZA DE COMPROBACIÓN			DOCUMENTOS PRESENTADOS	DOCUMENTOS FALTANTES	
			DEBE	HABER	SALDO		ESTADOS DE CUENTA	CONCILIACIONES BANCARIAS
Tamaulipas	1	515526352	250,000.00	249,444.20	555.80	-Escrito de solicitud de Tarjeta de Firmas de fecha 23-11-06 -Escrito de solicitud de Cancelación de fecha 28-08-06 - Escrito de solicitud de estados de cuenta del 03-10-06	De Junio, Julio y Agosto/06	Desde Mayo y hasta el mes de Agosto/06

ENTIDAD FEDERATIVA	FÓRMULA	No. DE CUENTA	SALDOS AL 30 DE JUNIO DE 2006 SEGÚN BALANZA DE COMPROBACIÓN			DOCUMENTOS PRESENTADOS	DOCUMENTOS FALTANTES	
			DEBE	HABER	SALDO		ESTADOS DE CUENTA	CONCILIACIONES BANCARIAS
Tamaulipas	2	515527555	31,000.00	31,000.00	0.00	-Escrito de solicitud de Tarjeta de Firmas de fecha 23-11-06 -Escrito de solicitud de Cancelación de fecha 28-08-06 - Escrito de solicitud de estados de cuenta del 03-10-06	De Junio, Julio y Agosto/06	Desde Mayo y hasta el mes de Agosto/06

El partido presentó un escrito del banco Banorte, S.A. del 3 de octubre de 2006, en el cual señalaba lo siguiente:

“De acuerdo a la solicitud de proporcionarle los estados de cuenta correspondientes al mes de junio del presente año, de las cuentas de cheque que fueron aperturadas por Grupo Financiero Banorte en nuestras Sucursales Lindavista-México (C.R. 679) y Oro (C.R. 2115) para la Campaña federal de Diputados y Senadores del Partido Político Nacional Nueva Alianza, me permito informara (sic) a Usted que debido a que no se registraron movimientos desde la fecha de la apertura en 179 de las cuentas mencionadas, el sistema Banorte no permite la emisión ni reimpresión de los estados de cuenta correspondientes”

Aún cuando se mencionaba en el escrito antes referido que no fue posible proporcionar los estados de cuenta del mes de junio, debido a que las cuentas observadas no registraron movimientos desde la fecha de su apertura como se aprecia en el cuadro que antecede, las cuentas según las balanzas de comprobación presentaban movimientos de cargos y abonos, por lo que no se tenía la certeza de que las citadas cuentas bancarias no presentaban movimientos en el mes de junio.

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Los estados de cuenta, así como las conciliaciones bancarias de los meses señalados en las columnas “Estados de Cuenta” y “Conciliaciones Bancarias” y, en su caso, hasta la fecha de cancelación.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.4, 12.4, 12.5, 12.6, 17.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada.

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

- ◆ Al revisar las balanzas de comprobación correspondientes a las campañas de los candidatos a Senadores, específicamente de la cuenta “Bancos”, se observó que reportaba números de cuentas bancarias; sin embargo, en la documentación presentada a la autoridad electoral no se localizaron la totalidad de los estados de cuenta correspondientes y, en algunos casos, los contratos de apertura y cartas de cancelación. A continuación se detallan las cuentas en comento.

ENTIDAD FEDERATIVA	FÓRMULA	No. DE CUENTA	DOCUMENTACIÓN FALTANTE		
			CARTA DE CANCELACIÓN	ESTADOS DE CUENTA	CONCILIACIONES
Aguascalientes	1	514122364	x	Junio y hasta la fecha de su cancelación	Julio y Agosto/ 2006
	2	514122319	x	Junio y hasta la fecha de su cancelación	Julio y Agosto/ 2006
Baja California Sur	1	514781725	x	Junio y hasta la fecha de su cancelación	Julio y Agosto/ 2006
	2	516465971	x	Junio y hasta la fecha de su cancelación	Julio y Agosto/ 2006
Campeche	1	516993018		Junio, Julio y Agosto	Julio y Agosto/ 2006
Coahuila	1	515638929		Julio y Agosto-2006	Julio y Agosto-2006
Colima	1	516952163		Junio, Julio y Agosto 2006.	Julio-Agosto 2006
Distrito Federal	1	515738940		Mayo, Julio y Agosto-2006	Julio y Agosto-2006
Jalisco	1	516993072		Julio y Agosto-2006	Julio-Agosto 2006
San Luis Potosí	2	515638901		Julio y Agosto-2006	Julio-Agosto 2006
Tabasco	1	514781846		Julio y Agosto-2006	Julio-Agosto 2006
Veracruz	1	516460305		Julio y Agosto-2006	Julio-Agosto 2006

Nota: La X significaba documento no presentado.

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las cartas de cancelación, con el sello del banco, de las cuentas señaladas con “X” en la columna respectiva.
- Los estados de cuenta, así como las conciliaciones bancarias de los meses señalados en las columnas “Documentación Faltante”.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.4, 12.4, 17.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada.

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

Diputados

- ◆ De la revisión a la documentación proporcionada por el partido, se observó que no presentó la totalidad de los estados de cuenta, así como sus respectivas conciliaciones bancarias. Los casos en comento se detallan en el **Anexo 2** del oficio STCFRPAP/2452/07. (**Anexo 2** del presente Dictamen).

El partido presentó un escrito del banco Banorte del 3 de octubre de 2006, el cual mencionaba lo siguiente:

“De acuerdo a la solicitud de proporcionarle los estados de cuenta correspondientes al mes de junio del presente año, de las cuentas de cheque que fueron aperturadas por Grupo Financiero Banorte en nuestras Sucursales Lindavista-México (C.R. 679) y Oro (C.R. 2115) para la Campaña federal de Diputados y Senadores del Partido Político Nacional Nueva Alianza, me permito informar a Usted que debido a que no se registraron movimientos desde la fecha de la apertura en 179 de las cuentas mencionadas, el sistema Banorte no permite la emisión ni reimpresión de los estados de cuenta correspondientes (sic)”.

Asimismo, proporcionó un escrito de solicitud de cancelación de cuentas dirigido a la institución bancaria Banorte del 28 de agosto de 2006.

Por lo anterior, no se tenía la certeza respecto de los movimientos efectuados en 150 cuentas bancarias en los meses de julio y agosto, siendo necesaria la presentación de dichos estados de cuenta y conciliaciones correspondientes.

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Los 296 estados de cuenta y las 309 conciliaciones bancarias señaladas en las columnas “Documentación Faltante” del **Anexo 2** del oficio STCFRPAP/2452/07. (**Anexo 2** del presente Dictamen).
- Las 3 cartas de cancelación con el sello del banco, de las cuentas bancarias señaladas con (1) en el **Anexo 2** del oficio STCFRPAP/2452/07. (**Anexo 2** del presente Dictamen).
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.4, 12.4, 17.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada.

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

- ◆ Se observaron 10 cuentas bancarias de las cuales el partido presentó escrito del 28 de agosto de 2006, solicitando a la Institución bancaria la cancelación de la mismas; sin embargo, los estados de cuenta bancarios correspondientes presentaban un saldo final, como a continuación se detalla:

ENTIDAD FEDERATIVA	DISTRITO	BANCO	NÚMERO DE CUENTA	SALDO FINAL SEGÚN ESTADO DE CUENTA DE AGOSTO	DOCUMENTACIÓN SOLICITADA	
					ESTADOS DE CUENTA	CONCILIACIONES BANCARIAS
Coahuila	3	Banorte	514781770	\$252.92	De septiembre hasta su cancelación	De mayo hasta su cancelación
	6		515786361	0.83	De septiembre hasta su cancelación	De mayo hasta su cancelación
Estado de México	18		516909747	102.50	De septiembre hasta su cancelación	De junio hasta su cancelación
Nuevo León	1		509243395	(*) 481.32	Junio y de octubre hasta su cancelación	De abril hasta su cancelación
Querétaro	2		513775969	5,409.50	De septiembre hasta su cancelación	De mayo hasta su cancelación
Sinaloa	5		515491937	0.10	De septiembre hasta su cancelación	De julio hasta su cancelación
Sonora	2		515945542	23.96	De septiembre hasta su cancelación	De mayo hasta su cancelación
	5		515491982	0.75	De septiembre hasta su cancelación	De mayo hasta su cancelación
Tamaulipas	1		517212136	(**) 0.75	De septiembre hasta su cancelación	De septiembre hasta su cancelación
	7		515497359	80.00	De septiembre hasta su cancelación	De mayo hasta su cancelación

Nota: (*) Saldo al mes de septiembre/06.

(**) Saldo al mes de julio/06.

Fue conveniente señalar que el partido no realizó la aplicación contable de la cancelación; por lo tanto, al presentar un saldo final, no se tenía la certeza de que dichas cuentas se cancelaron.

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- La póliza de aplicación contable de la cancelación de dichos saldos y los estados de cuenta bancarios donde se reflejaran los depósitos antes señalados.

- En su caso, los estados de cuenta, así como las conciliaciones bancarias indicadas en las columnas “Documentación Solicitada”.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.4, 12.4, 12.5, 12.6, 15.2, 17.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada.

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

- ◆ Al conciliar los movimientos reflejados en los estados de cuenta bancarios de una cuenta de la Institución bancaria Banorte, contra lo registrado en la cuenta “Bancos”, no se identificó el siguiente retiro:

ENTIDAD	DISTRITO	NÚMERO DE CUENTA	BANCO	FECHA DE OPERACIÓN	CONCEPTO	RETIRO
Nuevo León	10	512168340	Banorte	13-07-06	Cheque pagado	\$5,000.00

Respecto a la cuenta señalada en el cuadro que antecede, el partido presentó un escrito del banco Banorte del 3 de octubre de 2006, en el cual señalaba lo siguiente:

“De acuerdo a la solicitud de proporcionarle los estados de cuenta correspondientes al mes de junio del presente año, de las cuentas de cheque que fueron aperturadas por Grupo Financiero Banorte en nuestras Sucursales Lindavista-México (C.R. 679) y Oro (C.R. 2115)

para la Campaña federal de Diputados y Senadores del Partido Político Nacional Nueva Alianza, me permito informar a Usted que debido a que no se registraron movimientos desde la fecha de la apertura en 179 de las cuentas mencionadas, el sistema Banorte no permite la emisión ni reimpresión de los estados de cuenta correspondientes”.

En la relación anexa al escrito en comento, se indicaba que dicha cuenta no registró movimientos desde la fecha de apertura al mes de junio; sin embargo, presentó un estado de cuenta del mes de julio con un saldo inicial; por lo tanto, no se tenía la certeza respecto de los movimientos efectuados en la citada cuenta en el mes de junio.

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- La póliza contable donde se reflejara el registro del retiro antes citado con su respectiva documentación soporte en original (facturas y copia de los cheques a nombre del proveedor)
- El estado de cuenta, con su respectiva conciliación bancaria correspondiente al mes de junio.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.3, 1.4, 11.1, 12.7, 15.2, 17.1 y 19.2 del Reglamento de la materia en relación con los numerales 102, párrafo primero de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, 1-A, fracción II, inciso a) de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, 29, párrafos primero, segundo y tercero, 29-A, párrafo primero, fracciones I, II, III, IV, V, VI, VIII y segundo del Código Fiscal de la Federación, así como en la Regla 2.4.7 de la Resolución Miscelánea Fiscal publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de mayo de 2005 y 28 de abril de 2006.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada.

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

- ◆ De la revisión a los estados de cuenta bancarios proporcionados por el partido, se observó uno del mes de mayo que reportaba un saldo de \$0.00, como a continuación se detalla:

ENTIDAD FEDERATIVA	DISTRITO	NÚMERO DE CUENTA	SALDO FINAL EN EL ESTADO DE CUENTA DE MAYO/06	SALDO INICIAL EN EL ESTADO DE CUENTA DE JULIO/06
Sinaloa	5	515491937	\$0.00	\$ 120,000.00

Convino señalar, que el partido presentó un escrito del banco Banorte del 3 de octubre de 2006, el cual mencionaba lo siguiente:

“De acuerdo a la solicitud de proporcionarle los estados de cuenta correspondientes al mes de junio del presente año, de las cuentas de cheque que fueron aperturadas por Grupo Financiero Banorte en nuestras Sucursales Lindavista-México (C.R. 679) y Oro (C.R. 2115) para la Campaña federal de Diputados y Senadores del Partido Político Nacional Nueva Alianza, me permito informar a Usted que debido a que no se registraron movimientos desde la fecha de la apertura en 179 de las cuentas mencionadas, el sistema Banorte no permite la emisión ni reimpresión de los estados de cuenta correspondientes”.

En la relación anexa al escrito en comento se indicaba que dicha cuenta no registró movimientos desde su fecha de apertura al mes de junio; sin embargo, presentó un estado de cuenta del mes de julio con un saldo inicial; por lo tanto, no se tenía la certeza respecto de los movimientos efectuados en la citada cuenta en el mes de junio.

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- El estado de cuenta del mes de junio de 2006, con su respectiva conciliación bancaria, de la cuenta citada en el cuadro que antecede.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.4, 12.4, 17.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada.

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

- ◆ De la revisión a las balanzas de comprobación correspondientes a las campañas de los candidatos a Diputados, específicamente de la cuenta “Bancos”, se observó que reportaban números de cuentas bancarias; sin embargo, en la documentación presentada a la autoridad electoral, no se localizó la totalidad de los estados de cuenta correspondientes, así como los contratos de apertura y escritos de cancelación, como se detalla en el **Anexo 3** del oficio STCFRPAP/2452/07. (**Anexo 3** del presente Dictamen).

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Los 156 estados de cuenta, así como las 126 conciliaciones bancarias de los meses señalados en las columnas “Documentación Faltante” del **Anexo 3** del oficio STCFRPAP/2452/07. (**Anexo 3** del presente Dictamen).

- En su caso, las 11 cartas de cancelación con el sello del banco, de las cuentas señaladas con “X” en el **Anexo 3** del oficio STCFRPAP/2452/07. (**Anexo 3** del presente Dictamen).
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.4, 12.4, 12.5, 17.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada.

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

- ◆ Al verificar los escritos de cancelación y las conciliaciones bancarias, se observó que el partido no registró la totalidad de las cuentas aperturadas para las campañas de los candidatos a diputados, como se detalla en el **Anexo 4** del oficio STCFRPAP/2452/07. (**Anexo 4** del presente Dictamen).

En consecuencia, se solicitó al partido lo siguiente:

- Realizar los registros contables de las cuentas señaladas en el **Anexo 4** del oficio STCFRPAP/2452/07. (**Anexo 4** del presente Dictamen).
- Presentar las pólizas, los auxiliares contables y las balanzas de comprobación a último nivel, en donde se reflejaran los registros contables efectuados.

- Proporcionar los contratos de apertura de las cuentas señaladas con “X” en el **Anexo 4** del oficio STCFRPAP/2452/07. (**Anexo 4** del presente Dictamen), en los cuales se indicara claramente el régimen del manejo.
- En su caso, presentar las cartas de cancelación con el sello del banco, de las cuentas señaladas con “X” detalladas en el **Anexo 4** del oficio STCFRPAP/2452/07. (**Anexo 4** del presente Dictamen).
- Proporcionar los 112 estados de cuenta, así como las 78 conciliaciones bancarias de los meses señalados en las columnas “Documentación Faltante” del **Anexo 4** del oficio STCFRPAP/2452/07. (**Anexo 4** del presente Dictamen).
- Presentar las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.4, 12.4, 12.5, 15.2, 17.1, 17.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada.

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

Junta Ejecutiva Nacional

- ◆ De la revisión a los estados de cuenta bancarios, presentados por el partido, se observó que no presentó las conciliaciones bancarias de la siguiente cuenta:

INSTITUCIÓN BANCARIA	No. DE CUENTA	DOCUMENTACIÓN	
		PRESENTADA	SOLICITADA
Banorte	507228183	Estados de cuenta de febrero a septiembre	- Conciliaciones bancarias de febrero a septiembre

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las conciliaciones bancarias de los meses de febrero a septiembre de la cuenta antes citada.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 1.4, 12.4, 17.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2452/07 del 19 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-001/08 del 18 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada.

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

Gastos en Radio

Diputados

- ◆ Al verificar la cuenta “Gastos en Radio”, subcuenta “Diputados Federales”, se localizó el registro de una póliza que presentaba como soporte documental una factura por concepto de gastos en radio, la cual carecía de su respectiva hoja membretada. El caso en comento se detalla a continuación:

ENTIDAD FEDERATIVA	DISTRITO	REFERENCIA CONTABLE	DATOS DEL CHEQUE			CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
			NÚMERO	A FAVOR DE:	IMPORTE	
SONORA	2	PE-11/06-06	031	Rodrigo Rodríguez Reyes	\$11,781.00	56

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- La póliza señalada en el cuadro que antecede con el original de la factura en comento.
- Las hojas membretadas que ampararan los promocionales en radio, con la totalidad de los datos señalados en la normatividad, de forma impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 11.1, 12.10, inciso b), 12.17, inciso b) y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414/07 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$11,781.00.

En consecuencia, al no presentar las hojas membretadas, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso b) y 19.2 del Reglamento de la materia.

- ◆ Al revisar la cuenta “Gastos en Radio”, subcuenta “Diputados Federales”, se observó el registro de pólizas contables que carecían de su respectivo soporte documental, así como de las hojas membretadas correspondientes. A continuación se detallan las pólizas en comento:

ENTIDAD FEDERATIVA	DISTRITO	REFERENCIA CONTABLE	IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
Sonora	2	PE-1/06-06	\$8,000.00	60
		PE-7/06-06	6,930.00	
TOTAL			\$14,930.00	

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las pólizas señaladas en el cuadro que antecede con su respectiva documentación soporte (facturas) en original, a nombre del partido y con la totalidad de los requisitos fiscales.
- Las respectivas hojas membretadas que ampararan los promocionales en radio, con la totalidad de los datos señalados en la normatividad, de manera impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente.
- Las copias fotostáticas de los cheques correspondientes a los pagos que hubieran excedido el tope de 100 días de salario mínimo general vigente para el Distrito Federal, que en el año de 2006 equivalían a \$4,867.00.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 11.1, 11.7, 11.8, 11.9, 12.10, incisos b) y c), 12.17, inciso b) y 19.2 del Reglamento de mérito, en relación con

los numerales 102, párrafo primero de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, 1-A, fracción II, inciso a) de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, 29, párrafos primero, segundo y tercero, 29-A, párrafo primero, fracciones I, II, III, IV, V, VI, VIII y segundo del Código Fiscal de la Federación, así como en la Regla 2.4.7 de la Resolución Miscelánea Fiscal publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de mayo de 2005 y 28 de abril de 2006.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414/07 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$14,930.00.

En consecuencia, al no presentar la documentación solicitada, consistente en facturas, hojas membretadas y copia de cheques, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 11.1, 11.7, 12.10, inciso b) y 19.2 del Reglamento de mérito.

- ◆ De la revisión a la cuenta “Gastos en Radio”, subcuenta “Diputados Federales”, se observó el registro de un pasivo que presentaba como soporte documental una factura en copia fotostática, la cual carecía de su respectiva hoja membretada. A continuación se detalla el caso en comento:

DISTRITO	REFERENCIA CONTABLE	FACTURA					CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
		NÚMERO	FECHA	PROVEEDOR	CONCEPTO	IMPORTE	
Puebla							
13	PD-1/06-06	6151	30-05-06	Radio XHVP-FM, S.A. de C.V.	184 spots transmitidos para el Diputado Federal distrito 13.	\$29,756.25	60

Como se observa en el cuadro que antecede, la factura por sí sola excedió los 100 días de salario mínimo general vigente para el Distrito Federal, que en el 2006 equivalían a \$4,867.00, razón por la cual esta autoridad verificó que en caso de haber sido pagada, fuese mediante cheque nominativo expedido a nombre del prestador del bien o

servicio, con la leyenda “Para abono en cuenta del beneficiario”, conservando el partido copia del mismo, así como de la póliza cheque, por lo cual se requería de éste.

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las respectivas hojas membretadas que ampararan los promocionales en radio, con la totalidad de los datos señalados en la normatividad, de manera impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente.
- En su caso, el formato “REL-PROM-R” con la totalidad de los datos señalados por la normatividad, de forma impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), así como la documentación del proveedor que amparara el pasivo.
- En su caso, la copia fotostática del cheque y de su respectiva póliza cheque, correspondiente al pago.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 11.7, 11.8, 11.9, 12.10, incisos b), 12.17, inciso b) y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414/07 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$29,756.25.

En consecuencia, al no presentar el “REL-PROM-R”, las hojas membretadas, ni la copia de cheque con que fue pagado el gasto, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k)

del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 11.7, 12.10, inciso b) y 19.2 del Reglamento de la materia.

- ◆ De la revisión a la cuenta “Gastos en Radio”, subcuenta “Diputados Federales”, se observó el registro de una póliza que presentaba como soporte documental una factura por concepto de transmisión de spots en radio, la cual carecía de su respectiva hoja membretada. A continuación se detalla el caso en comento:

ENTIDAD	FACTURA				IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
	NÚM.	FECHA	PROVEEDOR	CONCEPTO		
Puebla	A 1683	27-06-06	Organización Radiofónica Estrellas de Oro de Puebla, S.A. de C.V.	15 Spots de 20 Seg. en XHORO. del 26 al 28 de Jun-06.	\$17,595.00	60

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las hojas membretadas que ampararan los promocionales en radio de la factura citada en el cuadro que antecede con la totalidad de los datos señalados en la normatividad, de forma impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 12.10, inciso b), 12.17, inciso b) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414/07 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$17,595.00.

En consecuencia, al no presentar las hojas membretadas, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso b) y 19.2 del Reglamento de mérito.

- ◆ Al verificar la cuenta “Gastos en Radio”, subcuenta “Diputados Federales”, se observó el registro de pólizas que presentaban como soporte documental facturas con sus respectivas hojas membretadas, las cuales no reunían la totalidad de los datos establecidos en la normatividad, toda vez que carecían de lo siguiente:

ENTIDAD O DISTRITO	REFERENCIA CONTABLE	FACTURA		DATOS FALTANTES DE LA HOJA MEMBRETADA							
		No.	IMPORTE	IDENTIFICACIÓN DEL PROMOCIONAL	TIPO DE PROMOCIONAL DE QUE SE TRATA	NOMBRE DEL CANDIDATO	FECHA DE TRANSMISIÓN DE CADA PROMOCIONAL	LA HORA DE TRANSMISIÓN (INCLUYENDO EL MINUTO Y SEGUNDO)	LA DURACIÓN DE LA TRANSMISIÓN	VALOR UNITARIO DE CADA PROMOCIONAL E.I.V.A.	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
Puebla											
1	PD-1/06-06	5437	\$4,200.09		X	X	X			X	61
6	PE 4/06.06	56419	\$50,738.00	X		X	X				61
9	PAJ-5/06-06	7567	\$14,904.00			X	X				61
	PE 4/06.06	A 1427	112,959.90	X		X	X	X	X		61
	SUBTOTAL		\$127,863.90								
10	PAJ-4/06-06	5007	\$13,800.00			X	X	X			61
	PE 3/06.06	597	18,091.80			X	X				61
	SUBTOTAL		\$31,891.80								
11	PAJ-7/06-06	11975	\$4,450.50			X	X				61
Sonora											
2	PE-6/06-06	7382	\$2,200.00					X	X		61
	PE-2/06-06	3764	9,502.54				X	X			
		3778									
	SUBTOTAL		\$11,702.54								
5	PE-2/06-06	A 6306	\$8,050.00				X	X			61
	TOTAL		\$238,896.83								

NOTA: La “X” significaba que carecía del requisito.

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las respectivas hojas membretadas que ampararan los promocionales en radio, con la totalidad de los datos señalados en la normatividad, de manera impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso b), 12.17, inciso b) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414/07 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$238,896.83.

En consecuencia, al no presentar las hojas membretadas con la totalidad de los datos establecidos en la normatividad, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso b) y 19.2 del Reglamento de mérito.

- ◆ De la revisión a la documentación presentada por el partido, se localizó una factura por concepto de transmisión de spots en radio, de la cual no se localizó el registro contable correspondiente. La factura en comento se detalla a continuación:

ENTIDAD	FACTURA				IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
	NÚM.	FECHA	PROVEEDOR	CONCEPTO		
Sinaloa	Contrato D-18113	04-05-06	Grupo Acir, S.A. de C.V.	Spots en Radio Culiacán	\$71,760.00	63

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las hojas membretadas que ampararan los promocionales en radio de las facturas citadas en el cuadro que antecede con la totalidad de los datos señalados en la normatividad, de forma impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente.

- Las pólizas, los auxiliares contables y las balanzas de comprobación a último nivel, en donde se reflejara el registro contable de la póliza.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 12.10, inciso b), 12.17, inciso b), 12.18, 15.2, 17.2, inciso c), 17.5, inciso a), 19.2 y 24.1 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414/07 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$71,760.00.

En consecuencia, al no presentar el registro contable de la factura en comento, así como las hojas membretadas respectivas, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso b), 12.18, 15.2, 17.2, inciso c), 17.5, inciso a), 19.2 y 24.1 del Reglamento de mérito.

Gastos Centralizados

- ◆ Al revisar la cuenta “Gastos en Radio”, subcuenta “Presidente”, se observó el registro de pólizas contables que presentaban como soporte documental facturas con sus respectivas hojas membretadas, las cuales no reunían la totalidad de los datos establecidos en la normatividad, toda vez que carecían de lo siguiente:

REFERENCIA CONTABLE	NO. DE FACTURA	PROVEEDOR	IMPORTE	DATOS FALTANTES		CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
				LA FECHA DE TRANSMISIÓN DE CADA PROMOCIONAL	LA HORA DE TRANSMISIÓN (INCLUYENDO EL MINUTO Y SEGUNDO)	
PD-6228/06-06	47507	Radorama, S.A. de C.V.	\$2,889,904.00	X	X	61
	47259		997,280.00	X	X	
TOTAL			\$3,887,184.00			

NOTA: La "X" significaba que carecía del dato.

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las hojas membretadas que ampararan los promocionales en radio de las facturas del cuadro anterior, con la totalidad de los datos señalados en la normatividad, en forma impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), así como el resumen de los spots.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 12.10, inciso b), 12.17, inciso b) y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presento documentación ni aclaración alguna.

Sin embargo, es preciso señalar que, aun cuando el partido no presentó la documentación solicitada, ni las aclaraciones correspondientes, derivado del engrose solicitado por el Consejo General en su sesión del 28 de enero de 2008, específicamente de la revaloración del gasto, se detectó que con escrito NA-JEN-CEF-044/07, presentado en forma extemporánea respecto del Dictamen Consolidado del mes de mayo de 2007, el partido sí exhibió las hojas membretadas señaladas en el cuadro que antecede con la totalidad de

los datos establecidos en la normatividad, aunque relacionándolas con un rubro diferente, por lo tanto la observación se consideró subsanada por \$3,887,184.00

- ◆ De la revisión a la documentación presentada se determinó que el partido presentó hojas membretadas del proveedor Sistema Radiópolis, S.A. de C.V, por un importe de \$2,631,372.60, el cual no coincidía con el importe total de las facturas registradas contablemente en las cuentas de Presidente y de la Junta Ejecutiva Nacional. A continuación se detalla el caso en comento:

REGISTRADO CONTABLEMENTE EN:	REFERENCIA CONTABLE	FACTURA		IMPORTE EN HOJAS MEMBRETADAS	IMPORTE SIN HOJAS MEMBRETADAS	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
		NÚMERO	IMPORTE			
Presidente	PE-18/02-06	78347	\$589,521.05			60
Junta Ejecutiva Nacional	PD-6020/06-06	79713	510,899.00			
	PD-6046/06-06	79786	510,899.00			
	PD-6228/06-06	80099	1,835,400.00			
TOTAL			\$3,446,719.05	\$2,631,372.60	\$815,346.45	

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las hojas membretadas que ampararan los promocionales en radio de las facturas señaladas en el cuadro anterior, con la totalidad de los datos señalados en la normatividad, de manera impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente, las cuales deberían coincidir con el importe total de las facturas.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso b), 12.17, inciso b) y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal

razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$815,346.45.

En consecuencia, al no presentar las hojas membretadas con la totalidad de los datos establecidos en la normatividad, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso b) y 19.2 del Reglamento de la materia.

- ◆ Al revisar la cuenta “Gastos en Radio”, se observó el registro de pólizas contables que presentaban como soporte documental facturas, por conceptos que no correspondían a la transmisión de spots en radio, los cuales fueron reclasificados por el partido a las cuentas correspondientes; sin embargo, omitió presentar las muestras de las versiones de los promocionales. A continuación se detallan los casos en comento:

COMITÉ	REFERENCIA CONTABLE	FACTURA			IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO	
		NÚMERO	FECHA	PROVEEDOR			CONCEPTO
JUNTA EJECUTIVA NACIONAL	PD-6228/06-06	086	05-05-06	Producciones Carbajo, S.A. de C.V.	1 día de producción en Zacatecas para los spots de “Martín Carrillo”	\$112,700.00	75
		090	05-05-06		7 sesiones fotográficas para candidatos de Morelos	80,500.00	
		117	08-06-06		4 días de entrenamiento de medios para el candidato.	69,000.00	
		118	08-06-06		2 spots de radio para el candidato en Morelos.	12,650.00	
		119	08-06-06		1 Spot de T.V. versión “Debate”, incluye; grabación digital, locutor, cabina de audio, captura y digitalización de imágenes.	57,500.00	
		132	12-07-06		Una producción de evento “Día de” que incluye; renta de pantalla de plasma, renta de equipo de audio, cableado, renta de máquina recorder y distribuidor de video	57,500.00	
		133 (*)	12-07-06		Producción de spot de T.V. versión “Bala” Irma Martínez	667,000.00	
		134	14-07-06		Producción de spots de T.V. genérico para candidatos de Mérida.	333,500.00	
		135	14-07-06		Producción de spots de T.V. genérico para candidatos de Jalisco.	333,500.00	
		JUNTA EJECUTIVA NACIONAL	PD-6228/06-06		138	17-07-06	
Subtotal					\$3,299,350.00		
	PD-6012/06-06	301	19-09-06	Alejandro Torres Parra	Producción de audio en radio	\$46,000.00	

COMITÉ	REFERENCIA CONTABLE	FACTURA				IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
		NÚMERO	FECHA	PROVEEDOR	CONCEPTO		
PRESIDENTE	PD-20/04-06	111	30/05/2006	Producciones Carbajo, S.A. de C.V.	Producción de spot de radio 4 versiones; cabina de radio, locutor y musicalización.	37,500.00	75
SONORA DISTRITO 5	PE-24/06-06	1087	09/06/2006	Moreno Yepiz Luís Carlos	1 Producción de spot de radio de 20 segundos para la campaña de José Humberto López Caballero, por la Diputación del 5to. Distrito.	1,725.00	
TOTAL						\$3,384,575.00	

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las muestras de las versiones de los promocionales.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.11, inciso e) y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó las muestras ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$3,384,575.00.

En consecuencia, al no presentar las muestras solicitadas el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.11, inciso e) y 19.2 del Reglamento de la materia.

- ◆ Adicionalmente, respecto al Distrito 5 del Estado de Sonora, el partido presentó la póliza de ajuste EAJ-3/06-06 por un importe de \$1,725.00; sin embargo, de la verificación a la balanza de comprobación al 30 de junio de 2006, presentada por el partido, no

se localizó el registro contable de la reclasificación referida en el punto anterior. (Conclusión 76 del Dictamen Consolidado)

En consecuencia, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- La reclasificación correspondiente al Distrito 5 de Sonora.
- Las pólizas, los auxiliares contables y las balanzas de comprobación a último nivel, donde se reflejaran las correcciones en comento.
- Los informes de campaña debidamente corregidos, en medio impreso y magnético.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.11, inciso e), 12.18, 15.2, 15.3, 19.2, 24.1 y 24.3 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$1,725.00.

En consecuencia, al no registrar la reclasificación del gasto a la cuenta solicitada, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.18, 15.2, 15.3, 19.2, 24.1 y 24.3 del Reglamento de la materia.

Monitoreo de Promocionales Transmitidos en Radio

En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 12.19 del Reglamento en la materia y al “Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral (CG197/2005) que presenta la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas por el que se instruye a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos que contrate los servicios de empresas especializadas para la realización de monitoreos de los promocionales que los partidos políticos difundan a través de la radio y la televisión, (...) durante las campañas electorales correspondientes al Proceso Electoral Federal 2005-2006”, aprobado en sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el 30 de septiembre de 2005 y publicado en el Diario Oficial de la Federación el 7 de noviembre del mismo año, el Instituto Federal Electoral realizó un monitoreo de la propaganda de campaña de los partidos políticos y coaliciones transmitida en radio. Lo anterior, con el propósito de llevar a cabo una compulsa de la información monitoreada contra los promocionales reportados y registrados por el partido, en términos de los artículos 49-A, párrafo 1, inciso b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 12.10 y 17.2, inciso c) del Reglamento de la Materia.

Para la realización del monitoreo de los promocionales transmitidos por los partidos políticos y coaliciones a través de la radio, el Instituto contrató los servicios de la empresa especializada IBOPE AGB MÉXICO, S. A. de C. V.

El método empleado para realizar el monitoreo de promocionales transmitidos en radio fue el siguiente:

- a) Se contrató a la empresa especializada para la realización de un monitoreo muestral de los promocionales transmitidos por los partidos políticos y coaliciones a través de la radio, por el periodo del 19 de enero al 28 de junio de 2006.
- b) Las plazas y siglas monitoreadas que aparecen en el sistema “Spot Locator” son las siguientes:

NÚMERO	PLAZA	SIGLAS
1	ACAPULCO	XEKOK-AM
2	ACAPULCO	XHAGE-FM
3	ACAPULCO	XHBB-FM
4	ACAPULCO	XHNQ-FM
5	ACAPULCO	XHNS-FM
6	ACAPULCO	XHNU-FM
7	ACAPULCO	XHPA-FM
8	ACAPULCO	XHPO-FM
9	CANCUN	XHCAQ-FM
10	CANCUN	XHCBJ-FM
11	CANCUN	XHNUC-FM
12	CANCUN	XHYI-FM
13	CD. JUAREZ	XEFV-AM
14	CD. JUAREZ	XEZOL-AM
15	CD. JUAREZ	XHEM-FM
16	CD. JUAREZ	XHGU-FM
17	CD. JUAREZ	XHH-FM
18	CD. JUAREZ	XHIM-FM
19	CD. JUAREZ	XHNZ-FM
20	CD. JUAREZ	XHPX-FM
21	CD. JUAREZ	XHUAR-FM
22	CULIACAN	XEBL-AM
23	CULIACAN	XECQ-AM
24	CULIACAN	XEEX-AM
25	CULIACAN	XEVQ-AM
26	CULIACAN	XEWT-AM
27	CULIACAN	XHBL-FM
28	CULIACAN	XHCLI-FM
29	CULIACAN	XHCNA-FM
30	CULIACAN	XHIN-FM
31	CULIACAN	XHNW-FM
32	DISTRITO FEDERAL	XEAI-AM
33	DISTRITO FEDERAL	XEBS-AM
34	DISTRITO FEDERAL	XECO-AM
35	DISTRITO FEDERAL	XEDA-FM
36	DISTRITO FEDERAL	XEDF-AM
37	DISTRITO FEDERAL	XEDF-FM
38	DISTRITO FEDERAL	XEFR-AM
39	DISTRITO FEDERAL	XEINFO-AM
40	DISTRITO FEDERAL	XEJP-AM
41	DISTRITO FEDERAL	XEJP-FM
42	DISTRITO FEDERAL	XEL-AM
43	DISTRITO FEDERAL	XEN-AM
44	DISTRITO FEDERAL	XENET-AM
45	DISTRITO FEDERAL	XENK-AM
46	DISTRITO FEDERAL	XEOY-AM
47	DISTRITO FEDERAL	XEOYE-FM

NÚMERO	PLAZA	SIGLAS
48	DISTRITO FEDERAL	XEPH-AM
49	DISTRITO FEDERAL	XEQ-AM
50	DISTRITO FEDERAL	XEQ-FM
51	DISTRITO FEDERAL	XEQR-AM
52	DISTRITO FEDERAL	XEQR-FM
53	DISTRITO FEDERAL	XERC-FM
54	DISTRITO FEDERAL	XERED-AM
55	DISTRITO FEDERAL	XERFR-AM
56	DISTRITO FEDERAL	XERFR-FM
57	DISTRITO FEDERAL	XEW-AM
58	DISTRITO FEDERAL	XEW-FM
59	DISTRITO FEDERAL	XEX-AM
60	DISTRITO FEDERAL	XEX-FM
61	DISTRITO FEDERAL	XHDFM-FM
62	DISTRITO FEDERAL	XHDL-FM
63	DISTRITO FEDERAL	XHEXA-FM
64	DISTRITO FEDERAL	XHFAJ-FM
65	DISTRITO FEDERAL	XHFO-FM
66	DISTRITO FEDERAL	XHM-FM
67	DISTRITO FEDERAL	XHMM-FM
68	DISTRITO FEDERAL	XHMVS-FM
69	DISTRITO FEDERAL	XHPOP-FM
70	DISTRITO FEDERAL	XHRED-FM
71	DISTRITO FEDERAL	XHSH-FM
72	GUADALAJARA	XEAAA-AM
73	GUADALAJARA	XEAD-AM
74	GUADALAJARA	XEBA-FM
75	GUADALAJARA	XEDK-AM
76	GUADALAJARA	XEMIA-AM
77	GUADALAJARA	XETIA-FM
78	GUADALAJARA	XHBIO-FM
79	GUADALAJARA	XHDK-FM
80	GUADALAJARA	XHPI-FM
81	GUADALAJARA	XHVOZ-FM
82	HERMOSILLO	XEDL-AM
83	HERMOSILLO	XEDM-AM
84	HERMOSILLO	XESON-AM
85	HERMOSILLO	XEYF-AM
86	HERMOSILLO	XHBH-FM
87	HERMOSILLO	XHHB-FM
88	HERMOSILLO	XHHLL-FM
89	HERMOSILLO	XHMMO-FM
90	HERMOSILLO	XHMV-FM
91	HERMOSILLO	XHUSS-FM
92	LEON	XELEO-AM
93	LEON	XELG-AM
94	LEON	XERPL-AM
95	LEON	XERW-AM

NÚMERO	PLAZA	SIGLAS
96	LEON	XHLG-FM
97	LEON	XHMD-FM
98	LEON	XHOO-FM
99	LEON	XHPQ-FM
100	LEON	XHRPL-FM
101	LEON	XHSO-FM
102	MERIDA	XEMH-AM
103	MERIDA	XHGL-FM
104	MERIDA	XHMH-FM
105	MERIDA	XHMRA-FM
106	MERIDA	XHMRI-FM
107	MERIDA	XHMT-FM
108	MERIDA	XHMYL-FM
109	MERIDA	XHVG-FM
110	MERIDA	XHYU-FM
111	MERIDA	XHYUC-FM
112	MEXICALI	XED-AM
113	MEXICALI	XEMBC-AM
114	MEXICALI	XEMX-AM
115	MEXICALI	XEWV-FM
116	MEXICALI	XHJC-FM
117	MEXICALI	XHMMF-FM
118	MEXICALI	XHMOE-FM
119	MEXICALI	XHPF-FM
120	MEXICALI	XHSU-FM
121	MEXICALI	XHVG-FM
122	MONTERREY	XEAW-AM
123	MONTERREY	XEFZ-AM
124	MONTERREY	XEMON-AM
125	MONTERREY	XET-AM
126	MONTERREY	XET-FM
127	MONTERREY	XHFMTU-FM
128	MONTERREY	XHJD-FM
129	MONTERREY	XHPAG-FM
130	MONTERREY	XHQQ-FM
131	MONTERREY	XHSP-FM
132	MORELIA	XEATM-AM
133	MORELIA	XEI-AM
134	MORELIA	XEKW-AM
135	MORELIA	XELQ-AM
136	MORELIA	XEREL-AM
137	MORELIA	XERPA-AM
138	MORELIA	XHCR-FM
139	MORELIA	XHMO-FM
140	MORELIA	XHMRL-FM
141	MORELIA	XHREL-FM
142	PUEBLA	XEHR-AM
143	PUEBLA	XHJE-FM

NÚMERO	PLAZA	SIGLAS
144	PUEBLA	XHNP-FM
145	PUEBLA	XHORO-FM
146	PUEBLA	XHPBA-FM
147	PUEBLA	XHRC-FM
148	PUEBLA	XHRH-FM
149	PUEBLA	XHRS-FM
150	PUEBLA	XHVC-FM
151	PUEBLA	XHZM-FM
152	QUERETARO	XEKH-AM
153	QUERETARO	XEQG-AM
154	QUERETARO	XEXE-AM
155	QUERETARO	XHJHS-FM
156	QUERETARO	XHMQ-FM
157	QUERETARO	XHOE-FM
158	QUERETARO	XHOZ-FM
159	QUERETARO	XHQTO-FM
160	QUERETARO	XHRQ-FM
161	SAN LUIS POTOSI	XERASA-AM
162	SAN LUIS POTOSI	XHBM-FM
163	SAN LUIS POTOSI	XHNB-FM
164	SAN LUIS POTOSI	XHOB-FM
165	SAN LUIS POTOSI	XHOD-FM
166	SAN LUIS POTOSI	XHPM-FM
167	SAN LUIS POTOSI	XHQK-FM
168	SAN LUIS POTOSI	XH SNP-FM
169	SAN LUIS POTOSI	XHSS-FM
170	TIJUANA	XEBG-AM
171	TIJUANA	XERCN-AM
172	TIJUANA	XHA-FM
173	TIJUANA	XHFG-FM
174	TIJUANA	XHGLX-FM
175	TIJUANA	XHLTN-FM
176	TIJUANA	XHRST-FM
177	TIJUANA	XHTIM-FM
178	TIJUANA	XHTY-FM
179	TOLUCA	XECH-AM
180	TOLUCA	XEGEM-AM
181	TOLUCA	XEQY-AM
182	TOLUCA	XHEDT-FM
183	TOLUCA	XHENO-FM
184	TOLUCA	XHRJ-FM
185	TOLUCA	XHTOM-FM
186	TOLUCA	XHZA-FM
187	TORREON	XEGZ-AM
188	TORREON	XETOR-AM
189	TORREON	XEWN-AM
190	TORREON	XHCTO-FM
191	TORREON	XHEN-FM

NÚMERO	PLAZA	SIGLAS
192	TORREON	XHLZ-FM
193	TORREON	XHMP-FM
194	TORREON	XHPE-FM
195	TORREON	XHRCA-FM
196	TORREON	XHTRR-FM
197	VERACRUZ	XEFM-AM
198	VERACRUZ	XEHV-AM
199	VERACRUZ	XEIL-AM
200	VERACRUZ	XEQT-AM
201	VERACRUZ	XEU-AM
202	VERACRUZ	XHCS-FM
203	VERACRUZ	XHPB-FM
204	VERACRUZ	XHPR-FM
205	VERACRUZ	XHPS-FM
206	VERACRUZ	XHRN-FM
207	VERACRUZ	XHVE-FM
208	VILLAHERMOSA	XEVA-AM
209	VILLAHERMOSA	XEVHT-AM
210	VILLAHERMOSA	XEVT-AM
211	VILLAHERMOSA	XEVX-AM
212	VILLAHERMOSA	XHJAP-FM
213	VILLAHERMOSA	XHKV-FM
214	VILLAHERMOSA	XHLI-FM
215	VILLAHERMOSA	XHOP-FM
216	VILLAHERMOSA	XHSAT-FM
217	VILLAHERMOSA	XHTR-FM

c) El monitoreo se realizó de la siguiente manera:

- Por cada promocional se registraron los siguientes datos: empresa o grupo radiofónico concesionario o permisionario de la frecuencia en que se transmitió el promocional registrando siglas, frecuencia, entidad, plaza, versión, fecha, hora y duración; programa en el caso del Área Metropolitana de la Ciudad de México (AMCM) y para el caso del resto de las plazas se identifica al programa con el nombre de la emisora (programa genérico por emisora); nombre del contendiente; partido o coalición y el tipo de campaña.
- Se grabaron en forma digital los promocionales transmitidos en formato MP3.
- Se hizo un archivo audiográfico de las grabaciones, lo que permitió la continuidad del audio, realizando grabaciones de una hora completa, contando así, además de la transmisión del

“promocional” con un “testigo” que permite constatar el programa de radio en que fue transmitido el promocional, los comerciales y/o los cortes de la emisión.

- Con el acopio de registros se elaboró una base completa de los promocionales monitoreados, en archivos en hoja de cálculo Excel.
- Se tienen las grabaciones en una base de datos que contiene uno a uno los “testigos” de los promocionales monitoreados. El “testigo” es la transmisión del promocional acompañado con una hora de grabación de la emisión radial.
- Se tiene un sistema de localización y consulta de testigos de promocionales denominado “Spot Locator”, que permite consultar y localizar todos y cada uno de los testigos y/o promocionales monitoreados, que aparecen en la base de datos.

Ahora bien, tomando en consideración lo establecido por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en la sentencia recaída al expediente SUP-RAP46/2007, en el sentido de dar vista a al partido con el **ejercicio de conciliación** realizado y especificar **los promocionales monitoreados que no encuentran coincidencia con los reportados**, a efecto de que el partido estuviera en posibilidad de subsanar las deficiencias u omisiones detectadas, mediante el oficio STCFRPAP/2413/07, de fecha 10 de diciembre de 2007, se le comunicó lo siguiente:

A. Bases de Datos

Tomando en consideración que dentro del procedimiento de revisión de los Informes de Campaña se detectaron diversas cuestiones técnicas del monitoreo que fueron advertidas tanto por la autoridad electoral, como por los entes sujetos a fiscalización, fue importante destacar que las bases de datos utilizadas para la conciliación atienden las siguientes cuestiones que fueron planteadas por los representantes de los partidos políticos ante el Consejo General a través del escrito sin número de fecha 17 de abril de 2007, a saber:

a) *Vallas contratadas en estadios de fútbol.*

- b) *Promocionales repetidos en dos o más ocasiones.*
- c) *Promocionales que derivan de interferencias de bandas o casos en los que no funcionan los bloqueos de las concesionarias.*
- d) *Horas de transmisión inexistentes tales como la “hora 25”.*
- e) *Promocionales contabilizados en más de una ocasión, sin tomar en cuenta que se trata del mismo spot transmitido en varias ocasiones por las distintas repetidoras en las entidades de la República Mexicana.*
- f) *Promocionales que se contabilizan como diversos, no obstante que se trata del mismo spot, pero transmitido en distinta hora como consecuencia de los diversos husos horarios que existen en el país.*
- g) *Promocionales adquiridos por el Instituto Federal Electoral.*
- h) *Promocionales de elecciones locales.*

A continuación se detalla la forma en la que se atendieron las observaciones antes señaladas:

- a) *Vallas contratadas en estadios de fútbol.*

Considerando el gasto reportado por los partidos en el rubro “Anuncios Espectaculares”, este tipo de propaganda no forma parte de los registros de la base de datos de la conciliación.

- b) *Promocionales repetidos en dos o más ocasiones.*

Cada uno de los promocionales de la base de datos del monitoreo cuenta con un registro único, el cual al verificar las variables, partido, fecha, siglas, hora (incluyendo hora, minuto y segundos), plaza, no cuenta con registros idénticos pues, por lo menos los segundos no pueden ser idénticos.

- c) *Promocionales que derivan de interferencias de bandas o casos en los que no funcionan los bloqueos de las concesionarias.*

Tomando en consideración el procedimiento de conciliación de lo reportado por los partidos y lo observado por el monitoreo, en concreto el procedimiento diseñado para la eliminación de repetidoras esta hipótesis queda sin efectos. Lo anterior, toda vez que si alguna banda interfiere la de otra y, en consecuencia se tiene dos registros similares uno de ellos se concilia con el observado y los subsecuentes son

descargados. Esta situación también es aplicable a los casos en los que no se realizaron los bloqueos pues, el procedimiento de conciliación identifica las posibles repetidoras, independientemente de los esquemas de comercialización entre los concesionarios.

d) Horas de transmisión inexistentes tales como la “hora 25”.

Aun cuando por cuestiones técnicas de la industria publicitaria el procedimiento de grabación de los monitoreos inicia a las 2:00:00 a.m. y concluye a las 25:59:59 a.m. del día siguiente, criterio que no obstaculiza la conciliación, con la finalidad de aclarar la utilización de la denominada hora 25, se tomó en consideración la hora estándar para realizar la conciliación. En consecuencia, los horarios corren de las 00:00:01 a las 24:00:00 horas.

e) Promocionales contabilizados en más de una ocasión, sin tomar en cuenta que se trata del mismo spot transmitido en varias ocasiones por las distintas repetidoras en las entidades de la República Mexicana.

Los promocionales considerados como atribuibles a repetidoras fueron debidamente identificados y conciliados con su posible original, con independencia del número de repetidoras. Así, anexo al oficio se encontraba la información atinente a los promocionales clasificados como “posibles originales” y “posibles repetidoras”. En estos casos se logró conciliar un promocional observado por el monitoreo con dos o más promocionales reportados por el partido que presenten identidad en las variables fecha, hora y programa.

f) Promocionales que se contabilizan como diversos, no obstante que se trata del mismo spot, pero transmitido en distinta hora como consecuencia de los diversos husos horarios que existen en el país.

Esta observación fue atendida mediante un proceso automatizado de selección de los promocionales que atiende a +/- 3 horas en razón de los diferentes husos horarios, montaña, centro y pacífico.

g) Promocionales adquiridos por el Instituto Federal Electoral

Se elaboró un reporte de los promocionales adquiridos por el Instituto Federal Electoral, el cual se utilizó para descargar de la base de datos del monitoreo tanto los originales como los transmitidos a través de repetidoras.

h) Promocionales de elecciones locales

Tomando en cuenta el contenido de las versiones observadas por el monitoreo y los criterios de clasificación establecidos por la Comisión de Fiscalización, los promocionales que corresponden a elecciones locales concurrentes, es decir, los que únicamente refieren a candidatos no federales y que no encuadran en las clasificaciones de “promocional genérico”, “promocional genérico mixto” no se consideraron para la conciliación.

Ahora bien, para efectos de atender a cabalidad lo establecido por la Sala Superior del Tribunal Electoral, a continuación se detallan las bases de datos y los procedimientos diseñados para la conciliación de los promocionales observados por el monitoreo y los reportados por el partido.

1. La Comisión de Fiscalización analizó la información contenida en tres **bases de datos**:
 - a. La primera base de datos contiene la información de los promocionales transmitidos en radio en 20 plazas del país, mismos que fueron **monitoreados por la empresa IBOPE** y respecto de los cuales se cuenta con la evidencia en audio.
 - b. La segunda base de datos contiene la información de los **promocionales contratados y pagados por el Instituto Federal Electoral, en adelante IFE**. Esta base de datos fue generada por la Dirección de Radiodifusión de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos del IFE, con base en las pautas de compra acordadas por la Comisión de Radiodifusión.
 - c. La tercera base de datos considera la información sobre los **promocionales que el partido reportó** dentro de sus Informes de Campaña 2006, así como todo aquello que complementó dentro del procedimiento de revisión de dichos informes y que entregó hasta

antes del 21 de mayo de 2007. Esta base de datos fue generada por la Dirección de Análisis de Informes Anuales y de Campaña de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos del IFE y que tiene sustento en las facturas y hojas membretadas originales presentadas por el partido político.

2. Husos horarios, hora 25 y programa:

- a. La variable Hora registró la hora local de transmisión, por tanto, la base incluye registros con tres husos horarios diferentes: la hora del pacífico, la hora de la montaña y la hora del centro. Este problema se soluciona considerando un rango de +/- 3 en la hora de transmisión del promocional.
- b. En la base de los promocionales monitoreados, entregada por IBOPE aparecen registros con hora 24:00:01 a 24:59:59 y 25:00:00 a 25:59:59 que son equivalentes a las 00:00:01 a 00:59:59 y 01:00:00 a 01:59:59 del día siguiente. Para solucionar este problema se homogeneizó el horario creando una variable adicional, denominada hora estándar, en la que el horario se establece en un rango que va de las 00:00 a 23:59 horas por día. Esta variable se aplicó para las tres bases utilizadas en el proceso de conciliación: la base de promocionales monitoreados, la base de promocionales pagados por el IFE y la base de promocionales reportados por el partido político.
- c. En ocasiones los radiodifusores no especifican el nombre del programa o simplemente se transmite un bloque musical, toda vez que la variable Programa no podía ser detallada en todos los casos de programación musical la Dirección de Análisis de Informes Anuales y de Campaña del IFE escuchó los 601,688 registros y se identificaron los casos en que fue posible detectar el nombre específico del programa en el que los promocionales fueron transmitidos. En los casos en que se trataba de programación musical se incorporó el nombre de la estación en la que se transmitía el promocional o si no era posible escuchar la identificación de la estación únicamente se clasificaba como "bloque musical". Es importante mencionar que las adiciones que se hicieron no se realizaron directamente en la base del Spot Locator instalada por IBOPE, sino que se construyó una base de datos alterna en la

que se fijaron todos los registros y se agregó un catálogo de programas para homogeneizar la información contenida en la base.

d. En el caso específico del Partido Nueva Alianza, la base de datos de los promocionales monitoreados daba un total de 20,570 promocionales correspondientes a este partido; sin embargo, al revisar a detalle las versiones transmitidas de la totalidad de partidos políticos, se detectaron 3 promocionales correspondientes a la VERSIÓN 2156000 “NVA/CANCIÓN DIGO GRITO AVANZA”, que fueron clasificados por IBOPE en la base de datos del Spot Locator como de la Alianza por México. Dicha versión correspondía a un promocional del Partido Nueva Alianza, por lo que esos 3 promocionales se sumaron a este partido, resultando en un total de promocionales monitoreados en radio de 20,573.

3. Promocionales reportados dos o más veces por el partido político:

a. La generación de la base de datos de los promocionales reportados por el partido permitió a esta autoridad detectar promocionales reportados en dos o más ocasiones, es decir, los casos en los que un mismo promocional se repitió dentro de las hojas membretadas entregadas por el partido.

b. Los promocionales “duplicados” (dos o más con la misma información) que fueron detectados, se utilizaron para conciliar considerando la posibilidad de que el partido político pudiera comprar más de un promocional en el mismo bloque comercial.

B. Sistema de Conciliación

La conciliación se realizó tomando como base la información presentada por el partido mediante los escritos siguientes escritos:

OFICIO DE ERRORES Y OMISIONES		RESPUESTA DEL PARTIDO	
FECHA	NÚMERO DE OFICIO	FECHA	NÚMERO DE ESCRITO
07-MAR-07	STCFRPAP/434/07	23-MAR-07	NA-JEN-CEF-022/07
30-MAR-07	STCFRPAP/605/07	17-ABR-07 26-ABR-07	NA-JEN-CEF-033/07 NA-JEN-CEF-036/07

OFICIO DE ERRORES Y OMISIONES		RESPUESTA DEL PARTIDO	
FECHA	NÚMERO DE OFICIO	FECHA	NÚMERO DE ESCRITO
		11-MAY-07 15-MAY-07	NA-JEN-CEF-044/07 NA-JEN-CEF-046/07

Con la información proporcionada mediante los escritos antes señalados, se generó una base de datos de los promocionales reportados por el partido, la cual fue compulsada con los datos del monitoreo de promocionales transmitidos en radio.

Es importante destacar que dentro del procedimiento de revisión de los informes de campaña, así como dentro del periodo para la elaboración del dictamen respectivo, el partido entregó diversa información y documentación la cual fue considerada para la realización del ejercicio de conciliación. Lo anterior, tomando en consideración que a fojas 144 de la sentencia SUP-RAP-46/2007 se establece:

Adicionalmente, se considera igualmente necesario, que para la debida reparación de la garantía de audiencia (...) debe dar vista al inconforme con el resultado del ejercicio de conciliación de los promocionales, así como con las constancias, actuaciones y determinaciones realizadas para ese efecto y que sirvan de base a él (...).

Ahora bien, para la conciliación de los promocionales reportados por el partido con los promocionales monitoreados se llevaron a cabo siete procedimientos para detectar cinco conjuntos:

- I. Promocionales acreditados;
- II. Repetidoras de promocionales acreditados;
- III. Promocionales reportados y no detectados por el monitoreo;
- IV. Promocionales no reportados; y
- V. Repetidoras de promocionales no reportados.

Los siete procedimientos realizados para la determinación de los conjuntos antes señalados son los siguientes:

I. Detección de promocionales de precampañas y campañas locales que fueron monitoreados

Se detectó la existencia de promocionales transmitidos en radio que aparecían en la base de datos del monitoreo, que resultaron relacionados con campañas locales en entidades con elecciones concurrentes y, en otros casos a precampañas de los aspirantes a alguna candidatura federal. Una vez detectados, se depuró la base de datos, eliminando los promocionales clasificados como de precampaña y de campañas locales. Estos promocionales no fueron contemplados dentro del ejercicio de conciliación.

II. Detección de promocionales contratados por el IFE

Se compararon los registros de la base de datos de los promocionales monitoreados con los de la base de datos de los promocionales contratados y pagados por el IFE.

La comparación se realizó con base en cuatro variables:

1. Fecha de transmisión del promocional.
2. Hora de transmisión del promocional.
3. Siglas de la radiodifusora que transmitió el promocional.
4. Plaza en la que opera la radiodifusora que transmitió el promocional.

La forma en la que el sistema fue comparando los registros de los promocionales monitoreados con los promocionales contratados por el IFE fue la siguiente:

1. Inicialmente se buscaron los registros en los que las cuatro variables (siglas, plaza, fecha y hora) coincidieron plenamente. Estos registros fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
2. En un segundo momento se buscaron los registros en los que las variables siglas, plaza y fecha coincidieron plenamente, y en los que la hora de transmisión fue un segundo antes o un segundo después de la hora reportada por el partido político. Al igual que en

el caso anterior, los registros que coincidieron en estas variables fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.

3. En un tercer momento se buscaron los registros en los que las variables siglas, plaza y fecha coincidieron plenamente, y en los que la hora de transmisión fue de dos segundos antes o dos segundos después de la hora reportada. Al igual que en el caso anterior, los registros que coincidieron en estas variables fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
4. Este proceso se repitió hasta que la diferencia en la hora de transmisión y la hora reportada fue de +/- 24 horas. Es importante considerar que la fecha también se mueve debido a que al estar en los primeros minutos del día, al restarle segundos llegamos al día anterior, lo mismo sucede en los minutos al final del día, al incrementar los segundos llegamos al día siguiente.

En este sentido, el procedimiento para conciliar los promocionales transmitidos con los pagados por el IFE fue iterativo.

III. Detección de repeticiones de los promocionales contratados por el IFE que fueron transmitidos por una radiodifusora y que la señal se repitió en otra radiodifusora.

El cotejo se realizó comparando de nuevo los registros de la base de los promocionales transmitidos con la base de datos de los promocionales pagados por el IFE. La diferencia con el procedimiento anterior es la siguiente:

1. La base de datos de los promocionales monitoreados que se utilizó en este segundo procedimiento no incluyó los registros de los promocionales que se descargaron en el procedimiento anterior. En otras palabras, no incluyó los promocionales transmitidos de origen que fueron pagados por el IFE.
2. La base de datos de los promocionales pagados por el IFE incluyó los promocionales que se descargaron en el primer procedimiento. Ello, con la finalidad de descargar las repetidoras de la base de datos de los promocionales monitoreados.

3. Cabe señalar que para este procedimiento se incluyeron tres nuevas variables para conciliar:
 - a. Código de Versiones del promocional.
 - b. Versión del promocional.
 - c. Programa de radio o bloque musical durante el cual se transmitió el promocional.

4. Una vez que con el anterior procedimiento se detectó la versión que correspondía entre los promocionales contratados por el IFE y los promocionales monitoreados, se utilizaron dichas coincidencias, junto con el programa de transmisión para detectar los repetidos.

5. Por todo lo anterior, para detectar repetidoras, la comparación se realizó con base en siete variables:
 - a. Código de Versión del promocional.
 - b. Versión del promocional.
 - c. Programa de transmisión.
 - d. Fecha de transmisión del promocional.
 - e. Hora de transmisión del promocional.
 - f. Siglas de la radiodifusora que transmitió el promocional.
 - g. Plaza en la que se transmitió el promocional.

6. La forma en la que el sistema fue comparando los registros de los promocionales transmitidos con los registros de los promocionales reportados fue el siguiente:
 - a. Inicialmente se buscaron los registros en los que las variables código de versión, versión, programa, fecha y hora coincidieron plenamente y en los que las variables siglas y plaza eran diferentes. Lo anterior debido a que una repetición sólo puede hacerse en una radiodifusora diferente a la emisora original. Estos registros fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.

 - b. En un segundo momento se buscaron los registros en los que las variables código de versión, versión, programa y fecha coincidieron plenamente; y en los que la hora de transmisión fue un segundo antes o un segundo después de la hora en la que se transmitió el

promocional original; y en los que las variables siglas y plaza eran diferentes en ambas bases. Al igual que en el caso anterior, los registros que cumplieron con estas condiciones fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.

- c. Este proceso se repitió hasta que la diferencia entre la hora de transmisión del promocional original y la hora de transmisión del promocional repetido fue de – 3 horas o de + 24 horas. Al igual que en el procedimiento anterior se debe considerar que al estar en un rango de hora cercano al día siguiente o al día anterior, al aumentar o disminuir segundos puede cambiar también la fecha.

Al igual que en el primer procedimiento, el segundo procedimiento en el que se localizaron los promocionales repetidos fue iterativo.

IV. Cotejo de promocionales monitoreados que fueron reportados por el partido político dentro de los Informes de Campaña 2006.

El cotejo se realizó comparando los registros de la base de datos de los promocionales monitoreados con los de la base de datos de los promocionales que reportó el partido dentro de los Informes de Campaña 2006. Esto se hizo una vez que los promocionales contratados por el IFE ya habían sido descargados.

1. La comparación se realizó con base en cuatro variables:
 - a. Siglas de la radiodifusora que transmitió el promocional.
 - b. Plaza en la que la radiodifusora transmitió el promocional.
 - c. Fecha de transmisión del promocional.
 - d. Hora de transmisión del promocional.
2. Los promocionales transmitidos originalmente y que fueron reportados por el partido político, son aquellos en los que la información de las primeras tres variables (siglas, plaza y fecha) coincidió y en los que la hora de transmisión del promocional se encontró dentro de un rango de +/- 24 horas con relación a la hora de emisión que reportó el partido político, el procedimiento fue

similar al que se utilizó en la comparación de los promocionales transmitidos con los promocionales pagados por el IFE:

- a. Inicialmente se buscaron los registros en los que las cuatro variables (siglas, plaza, fecha y hora) coincidieron plenamente. Estos registros fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
- b. En un segundo momento se buscaron los registros en los que las variables siglas, plaza y fecha coincidieron, y en los que la hora de transmisión fue un segundo antes o un segundo después de la hora reportada por el partido político. Al igual que en el caso anterior, los registros que coincidieron estas variables fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
- c. En un tercer momento se buscaron los registros en los que las variables siglas, plaza y fecha coincidieron, y en los que la hora de transmisión fue de dos segundos antes o dos segundos después de la hora reportada. Al igual que en el caso anterior, los registros que coincidieron estas variables fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
- d. Este proceso se repitió hasta que la diferencia entre la hora de transmisión y la hora reportada fue de +/- 24 horas. Al igual que en el procedimiento anterior se debe considerar que al estar en un rango de hora cercano al día siguiente o al día anterior al aumentar segundos puede cambiar la fecha.

El resultado de este cotejo es lo que se entregó al partido político como detalle de conciliación, es decir, contiene el detalle de cada promocional de la base de los promocionales transmitidos que coincide con la base de datos de los promocionales reportados por el partido político.

V. Detección de promocionales transmitidos en una radiodifusora, cuya señal se repitió en otra radiodifusora, y que se vinculan con los promocionales monitoreados y que fueron reportados por el partido político. A estos promocionales se les ha denominado como repetidoras de promocionales reportados.

El cotejo se realizó comparando de nuevo los registros de la base de los promocionales monitoreados con la base de datos de los promocionales reportados por el partido político. La diferencia con el procedimiento anterior es la siguiente:

1. La base de datos de los promocionales monitoreados que se utilizó en este segundo procedimiento no incluyó los registros de los promocionales que se descargaron en el primer procedimiento.
2. La base de datos de los promocionales que reportó el partido político incluyó solamente a los promocionales que se descargaron en el primer procedimiento. Lo anterior, con la finalidad de detectar las repetidoras de los promocionales reportados por el partido que ya habían coincidido con alguno de la base de datos de los promocionales monitoreados.
3. Se incluyeron tres nuevas variables:
 - a. Código de la Versión del promocional.
 - b. Versión del promocional.
 - c. El Programa de radio durante el cual se transmitió el promocional.

La información de estas variables se obtuvo de la base de datos de promocionales transmitidos. Lo anterior fue posible en los casos en los que, a partir del procedimiento anterior, se detectaron los promocionales monitoreados que coincidieron con alguno de los promocionales reportados por el partido.

4. Por lo anterior, la comparación para detectar repetidoras se realizó con base en siete variables:
 - a. Código de Versión.
 - b. Versión.
 - c. Programa.
 - d. Fecha de transmisión del promocional.
 - e. Hora de transmisión del promocional.
 - f. Siglas de la radiodifusora que transmitió el promocional.
 - g. Plaza de la radiodifusora que transmitió el promocional.

5. La forma en la que el sistema fue comparando los registros de los promocionales monitoreados con los registros de los promocionales reportados fue la siguiente:
 - a. Inicialmente se buscaron los registros en los que las variables versión, código de versión, programa, fecha y hora coincidieron plenamente y en los que las variables siglas y plaza eran diferentes. Lo anterior debido a que una repetición solo puede hacerse en una radiodifusora diferente a la emisora presuntamente original. Estos registros fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
 - b. En un segundo momento se buscaron los registros en los que las variables versión, código y fecha coincidieron; en los que la hora de transmisión fue un segundo antes y un segundo después de la hora en la que se transmitió el promocional original; y en los que las variables sigla y plaza era diferente en ambas bases. Al igual que en el caso anterior, los registros que cumplieron con estas condiciones fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
 - c. Este proceso se repitió hasta que la diferencia entre la hora de transmisión del promocional original y la hora de transmisión del promocional repetido fue de -3 horas o de +24 horas. Al igual que en el procedimiento anterior se debe considerar que al estar en un rango de hora cercano al día siguiente o al día anterior, al aumentar o disminuir segundos puede cambiar también la fecha.

Es importante enfatizar que el Reglamento de Fiscalización, en su artículo 12.10, incisos a) y b), es claro al establecer que los partidos debían reportar una relación pormenorizada de cada uno de los promocionales que amparara cada factura, independientemente de que dicha difusión se realizara a través de canales de origen o repetidoras.

Con independencia de lo anterior, las repetidoras fueron descargadas de la base de datos de los promocionales monitoreados, siempre y cuando el partido hubiese reportado el original.

VI. Detección de promocionales reportados por el partido que no aparecen en la base de los promocionales monitoreados, es decir, que no fueron transmitidos.

A partir de los procedimientos identificados con los numerales **I** al **V** fue posible detectar los promocionales reportados por el partido que no aparecían en la base de datos de los promocionales monitoreados, es decir, que no tienen evidencia y se consideraban que no fueron transmitidos.

Esta base se generó depurando la base de datos de los promocionales que reportó el partido, eliminando los promocionales conciliados en los procedimientos identificados con los numerales **IV** y **V**, que coinciden con plazas y siglas monitoreadas. Dado que la autoridad cuenta con la grabación de la totalidad de transmisiones de dichas siglas y plazas durante las campañas federales, fue posible determinar que un promocional reportado no fue transmitido.

VII. Detección de promocionales no reportados y sus repetidoras.

A partir de los procedimientos identificados del **I** al **V** se detectaron los promocionales monitoreados que no fueron reportados por el partido político, es decir, todos aquellos promocionales monitoreados que no fueron descargados de la base, se consideraban no reportados.

Adicionalmente, algunos de dichos registros pueden ser considerados como repetidoras, es decir, un mismo promocional fue transmitido por una radiodifusora y la señal fue repetida por otra. Con la finalidad de que el partido contará con la totalidad de elementos para ejercer su derecho de audiencia, esta autoridad dio cuenta del detalle de aquellos promocionales que fueron monitoreados y que pudieran ser considerados como repetidoras.

1. Se analizó la base de datos de los promocionales no reportados por el partido y se compararon los registros con base en las siguientes variables:
 - a. Código de Versión.
 - b. Versión.

- c. Programa.
- d. Fecha.
- e. Hora.
- f. Siglas.
- g. Plaza.

2. La comparación se realizó agrupando los registros en los que:

- a. Las variables Versión, Código de Versión y Programa coincidieron.
- b. Las variables siglas y plaza eran diferentes.
- c. Las variables fecha y hora estuvieron dentro de un rango de +/- 3 horas.

3. A cada grupo de registros coincidentes se les asignó un número de conjunto. Cabe señalar que existen conjuntos integrados por un solo registro, es decir, en los que no existieron coincidencias de la base.

4. Además, del número de conjunto, se incluyó la variable subconjunto en la que, para cada conjunto, se identifican los promocionales presuntamente originales y sus repetidoras.

Una vez realizados los procedimientos descritos con anterioridad se obtuvieron los siguientes resultados:

RUBRO O CONCEPTO	CIFRA	ANEXO DEL OFICIO STCFRPAP/2413/07
Promocionales monitoreados	20,573	
Precampañas y Campañas Locales	469	
Promocionales para Conciliar	20,104	
Promocionales contratados por el IFE	508	
DETALLE DE CONCILIACIÓN		
Promocionales monitoreados, que fueron reportados por el partido político	12,594	1 Impreso y CD
Monitoreados y Reportados originales	11,702	
Monitoreados y Reportados repetidoras	892	
Promocionales reportados por el partido y no observados por el monitoreo	7,077	2 Impreso y CD

RUBRO O CONCEPTO	CIFRA	ANEXO DEL OFICIO STCFRPAP/2413/07
Promocionales no Reportados	7,002	3 Impreso, CD y Evidencias grabadas en Disco Duro Externo
No Reportados Originales	6,060	
No Reportados Repetidoras	942	

Ahora bien a efecto de que el partido contara con mayor información respecto del contenido de los anexos antes señalados, y estuviera en posibilidad tener conocimiento fehaciente, es decir, pleno e indubitable sobre los hechos antes descritos, se le detallaron cada una de las variables contenidas en ellos.

ANEXO 1 del oficio STCFRPAP/2413/07.

Con la finalidad de salvaguardar la garantía de audiencia del partido, se proporcionó la totalidad de los promocionales conciliados, derivados de los promocionales detectados por el monitoreo contra los reportados por el partido en los informes de campaña, mismos que se detallaban como Anexo 1 del oficio STCFRPAP/2413/07. La tabla contenida dentro de dicho Anexo contiene el Detalle de Promocionales Conciliados y se componen de 12 variables de identificación:

- a. **NO.**, es el número consecutivo asignado a los promocionales conciliados.
- b. **FECHA**, es la que se utilizó para conciliar, derivada de la base de los promocionales monitoreados y la base de los promocionales reportados por el partido.
- c. **HORA**, es el comparativo entre la hora que reportó el partido político y la que se registro en la base IBOPE.
- d. **HORA ESTANDAR**, es la hora que se utilizó para conciliar y que se estandarizó en todas las bases. Contiene seis dígitos y va de cero a veintitrés horas.
- e. **SIGLAS**, es aquella detectada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.

- f. **PLAZA**, es aquella detectada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- g. **VERSIÓN**, es el nombre utilizado para clasificar los promocionales, en cada registro va aparecer el nombre que le asignó el partido político y el nombre que aparece en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- h. **PROGRAMA PARTIDO POLÍTICO**, en los casos que fue posible se registró el nombre del programa que los partidos políticos y coaliciones reportaron.
- i. **PROGRAMA SPOT LOCATOR**, es el nombre del programa registrado en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator, que después del proceso de conciliación se asocia con el promocional reportado.
- j. **CANDIDATO REPORTADO POR EL PARTIDO POLÍTICO**, es el nombre del candidato asignado a cada promocional, la información puede diferir porque es la información que el partido político reportó contrastada con la información contenida en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot.
- k. **CANDIDATO PRORRATEO**, es el nombre del candidato asignado a cada promocional, la información puede diferir porque es la información que el partido político reportó contrastada con la información contenida en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot.
- l. **ORIGEN**, esta variable es para identificar el origen de la información.

El Anexo 1 del oficio STCFRPAP/2413/07, se entregó en medio impreso y magnético para facilitar el manejo de la información.

ANEXO 2 del oficio STCFRPAP/2413/07.

Al cotejar los datos arrojados por el monitoreo de promocionales en radio contra lo reportado por el partido, se observó que existen promocionales reportados que no aparecen dentro de la base de datos

de los promocionales monitoreados y por lo tanto, se consideran como no transmitidos. Dichos promocionales se detallaron dentro del Anexo 2 del oficio STCFRPAP/2413/07.

Para que el partido estuviera en posibilidad de ejercer en plenitud su garantía de audiencia, se le proporcionó dicho Anexo impreso y en medio magnético. Este Anexo contiene el detalle de promocionales reportados por el partido, pero que no aparecen en la base de datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator. La tabla se compone de 10 variables de identificación, que son las siguientes:

- a. **NO.**, es el número consecutivo asignado a los promocionales.
- b. **FECHA**, es aquella que el partido político reportó.
- c. **HORA**, es aquella que el partido político reportó. La hora fue estandarizada en un rango de cero a veintitrés horas.
- d. **SIGLAS**, es aquella que el partido político reportó.
- e. **PLAZA**, es aquella que el partido político reportó.
- f. **VERSIÓN**, es aquella que el partido político reportó. En muchos casos está información no fue reportada por el partido político o coalición por lo que el campo puede estar vacío o contiene información que no es homogénea como números o claves de identificación. Fue retomada íntegramente de la información contenida en las hojas membretadas entregadas.
- g. **FACTURA**, esta información se obtuvo de la revisión de informes de campaña y la documentación presentada por el partido.
- h. **PROVEEDOR**, información que se obtuvo de la revisión de informes de campaña y de la documentación presentada por el partido.
- i. **IDENTIFICACIÓN DE SPOTS**, esta variable se creó para poder identificar los promocionales que fueron reportados por el partido, pero que no fueron localizados en la base de promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator y que presentan ciertas

peculiaridades. Los promocionales identificados como “doble” son los que los partidos políticos y coaliciones reportaron más de una ocasión o registro, es decir los que documentaron y en los cuales existe identidad en: FECHA, SIGLA y HORA. Adicionalmente en la variable hora no detallan el minuto, segundo o ambos de transmisión. Aun cuando los partidos reportaron promocionales con estas características ello no impidió a la autoridad utilizarlos para el procedimiento de conciliación el cual, en estos casos, presentan algunas peculiaridades. En el anexo se detallan para el ejercicio de la garantía de audiencia los promocionales con las características antes citadas, estos promocionales son identificados como “DOBLE”. Los promocionales identificados como “ÚNICO” son aquellos que fueron reportados por el partido, pero que no fueron localizados en la base de promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator y sobre los cuales no existe otro registro que contenga la misma información en las variables: sigla, fecha y hora.

- j. **CVE**, se proporciona una clave de identificación que permite conocer el detalle de la información. Los registros que tienen el mismo número y que están clasificados como “DOBLE” son aquellos que coinciden en fecha, hora y sigla. Existen casos que están clasificados como “DOBLE” y que en la columna clave existe un único número, es decir que no se encuentra el promocional asociado o par debido a que este fue conciliado.

Por lo anterior, se solicitó al partido que aclarara lo relativo a los promocionales detallados dentro del Anexo 2 del oficio STCFRPAP/2413/07, con el fin de que los promocionales reportados por el partido coincidieran con lo registrado por el monitoreo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, así como en los artículos 12.10, inciso b) y 19.2 del Reglamento en la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2413/07 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-103/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio de referencia, sin embargo, no

manifestó aclaración alguna respecto a los 7,077 promocionales que reportó el partido, pero que no aparecieron en la base de datos del monitoreo en la fecha y hora reportadas.

Cabe aclarar que la autoridad electoral le notificó dichos promocionales con el objeto de que el partido aclarara la razón por la que reportó dichos promocionales, así como el gasto aparejado a la contratación de los mismos, pero, ninguno de ellos se transmitió en la fecha y hora contratadas.

Asimismo, ya que dichos promocionales fueron contratados y pagados por el partido eran susceptibles de relacionarse con promocionales que le fueron notificados al partido como no reportados y de esa manera descargar promocionales no reportados.

ANEXO 3 del oficio STCFRPAP/2413/07.

Al contrastar los datos arrojados por el monitoreo de los promocionales en radio transmitidos por los partidos políticos y coaliciones durante las campañas electorales federales de 2006, ordenado por la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas del Instituto Federal Electoral, contra los reportados por el partido en los informes de Campaña correspondientes, de conformidad con los artículos 17.2, inciso c), 17.4, 17.5, inciso a) y 17.6 del Reglamento de la materia, se observó que el partido no reportó la totalidad de los promocionales transmitidos en la radio.

Cabe señalar que de conformidad con los artículos 48, párrafos 1 y 13 y 49, párrafo 2, inciso g) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales así como 2.9 y 12.11, inciso a) del Reglamento de mérito: (1) es derecho exclusivo de los partidos políticos contratar tiempos en radio para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales; (2) los candidatos sólo podrán hacer uso de los tiempos que les asigne su partido político; (3) en ningún caso se permitirá la contratación de propaganda en televisión a favor o en contra de algún partido político o candidato por parte de terceros, incluidos los propios candidatos y (4) no podrán realizar aportaciones o donativos a los partidos políticos en

dinero o especie, por sí o por interpósita persona y bajo ninguna circunstancia las empresas mexicanas de carácter mercantil.

El Anexo 3 del oficio STCFRPAP/2413/07, contiene el detalle de promocionales que no fueron conciliados y que se consideraron como **No Reportados**. La tabla se compone de 12 variables y se encuentra dividido en 2 bloques. El primer bloque está integrado por los promocionales que tienen asociados uno o más promocionales, es decir, un original con sus posibles repetidoras. El segundo bloque contiene los promocionales que se consideran originales y sobre los que no se detectaron promocionales asociados o repetidoras. Las 12 variables de identificación son:

- a. **NO.**, es el número consecutivo asignado a los promocionales.
- b. **FECHA**, es la registrada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- c. **HORA**, es la registrada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator. Un horario reportado por el monitoreo entre las 24:00:01 y 25:59:59 fue modificado en los anexos a un horario de las 00:00:01 a las 01:59:59 hrs. del día siguiente. Tal situación, no se modificó dentro del Spot Locator para salvaguardar la certeza, por lo que cualquier localización y consulta de testigos de promocionales de las 00:00:01 a las 01:59:59 a.m., deberá realizarse en el Spot Locator dentro del horario de las 24:00:01 a.m. a las 25:59:59 a.m.
- d. **HORA ESTANDAR**, es la hora que se utilizó para conciliar y que se estandarizó en todas las bases. Contiene seis dígitos y va de las 00:00:01 a las 23:59:59 horas en una misma fecha.
- e. **SIGLA**, es la detectada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- f. **PLAZA**, es la detectada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.

- g. **VERSIÓN SPOT LOCATOR**, es el nombre que IBOPE asignó a los promocionales y es la registrada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- h. **CANDIDATO SPOT LOCATOR** (nomcandi), es el nombre del candidato asignado a cada promocional y es el registrado en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- i. **CANDIDATO PRORRATEO**, es la clasificación, que de acuerdo a los criterios de prorrateo, la Dirección de Radiodifusión asignó a cada promocional.
- j. **PROGRAMA**, es el nombre del programa registrado en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- k. **POSIBLES ORIGINALES/REPETIDORAS**, cada promocional fue clasificado como presunto original o repetidora. En el primer bloque del Anexo 3 se encuentran los promocionales en los que se detectaron promocionales asociados o repetidoras. El IFE no tiene información sobre cuál es el promocional original y cuál es la repetidora por lo que se clasificaron como “posibles”. El partido debió identificar cual es el promocional original. Es importante enfatizar que el Reglamento, en su artículo 12.10, incisos a) y b), es claro al establecer que los partidos deberán reportar una relación pormenorizada de cada uno de los promocionales que ampare cada factura, independientemente de que dicha difusión se realice a través de canales de origen o repetidoras.
- l. **CVE IDENTIFICACIÓN**, cada promocional tiene un número de identificación. Los promocionales que tienen el mismo número son los que se identifican como promocionales asociados.

Los promocionales detallados en el Anexo 3 en comentario fueron clasificados conforme al punto Primero, Segundo y Séptimo del “Acuerdo de la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas del Instituto Federal Electoral, por medio del cual se establecen los criterios de prorrateo que los partidos y coaliciones deberán aplicar a los promocionales y desplegados

genéricos difundidos o publicados durante las campañas electorales 2006”, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 23 de junio de 2006, que en lo sucesivo se le denominará como Acuerdo de la Comisión de Fiscalización por el que se establecen criterios de prorrateo de los promocionales y desplegados genéricos.

Con base en dicho Acuerdo, se entiende por promocionales o desplegados Genéricos los spots o inserciones que promuevan o inviten a votar por el conjunto de candidatos a cargo de elección popular, sin que se especifique el candidato o el tipo de campaña que promocionan y sin distinguir si se trata de candidatos a Senadores, Diputados Federales, Gobernadores, Miembros de Cabildos Municipales o de Diputados Locales. En estos casos, el nombre que aparece en dicho Anexo 3, columna “Candidato” es “NINGUNO”. Se entiende por Genéricos Federales los que promocionen a 2 o más candidatos a cargo de Elección Popular Federal y por Genéricos Mixtos aquellos casos en los que se promocionen a dos o más candidatos y se trate de campañas combinadas con candidatos federales y locales.

Los promocionales que difundieron imágenes, la voz, frases, slogans, el nombre, apellidos o apelativos de algún candidato de un partido o coalición diferente al que los contrató, fueron considerados en beneficio del partido y candidato que contendió contra aquel al que se alude en el promocional transmitido.

En consecuencia, respecto a los promocionales detallados dentro del Anexo 3 del oficio STCFRPAP/2413/07, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las pólizas con las facturas en original, a nombre del partido, con la totalidad de los requisitos fiscales, además de señalar la campaña o campañas beneficiadas.
- Hojas membretadas que ampararan los promocionales, incluyendo todos y cada uno de los datos que establece la normatividad, en forma impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente.

- Auxiliares contables así como las balanzas de comprobación a último nivel, donde se reflejara el registro contable de las facturas en comento.
- En su caso, las pólizas cheque con las cuales se registró el gasto, así como copia del cheque que haya rebasado los 100 días de salario mínimo general vigente para el Distrito Federal, que en el año 2006 equivalían a \$4,867.00.
- Contratos de prestación de servicios en los cuales consten los servicios prestados, montos, periodos contratados y características de transmisión (nacional, regional, local-repetidoras).
- En su caso, los formatos “REL-PROM” con la totalidad de los datos señalados en la normatividad, de los gastos que no se hubieran pagado (pasivos), así como el documento del proveedor que amparara dicho pasivo.
- Las correcciones que procedieran en los informes de campañas con la finalidad de reportar la totalidad de los promocionales transmitidos en radio.
- El prorrateo correspondiente a los promocionales que beneficiaran a más de una campaña.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior de conformidad con lo establecido en los artículos 38, párrafo 1, inciso k); 48, párrafos 1 y 13; 49, párrafos 2 y 3, 49-A, párrafo 1, inciso b), fracción III y 182-A del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 2.9, 11.1, 11.7, 11.8, 11.9, 12.8, 12.10, incisos b) y c), 12.11, inciso a), 12.17, inciso b), 12.18, 12.19, 15.2, 15.3, 17.1, 17.2, inciso c), 17.4, 17.5, inciso a), 17.6 y 19.2 del Reglamento de la materia, en concordancia con los puntos Primero, Segundo, Tercero y Séptimo del Acuerdo de la Comisión de Fiscalización por el que se establecen criterios de prorrateo de los promocionales y desplegados genéricos, en relación con los artículos 29 y 29-A del Código Fiscal de la Federación y 102, párrafo primero de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Para que el partido estuviera en posibilidad de realizar los trabajos solicitados, se le proporcionaron los anexos referenciados, impresos y en medio magnético.

Adicionalmente, con la finalidad de que el partido contara con las evidencias de los promocionales observados por el monitoreo y no reportados en los informes de campaña, se le proporcionaron los “testigos” de cada uno de los promocionales detectados como no reportados en el Anexo 3 del oficio STCFRPAP/2413/07. Los testigos se entregaron en un disco duro externo, marca *SimpleTech* con número de serie 07235390250200023 con capacidad de almacenamiento de 250 gigabytes, que contiene las evidencias de radio, los cuales pueden ser consultados mediante cualquier programa de software que lea archivos con la terminación ***.mp3**.

Dentro del Disco SimpleDrive se incluyó un folder denominado “**NUAL EVIDENCIAS RADIO**”, que contiene un archivo en excell llamado “**NUAL RADIO EVIDENCIAS.XLS**” con la base de datos de la totalidad de promocionales detallados dentro del Anexo 3 del oficio STCFRPAP/2413/07. En dicha tabla, las últimas 2 columnas denominadas “**ARCHIVO**” y “**ARCHIVO 1**” refieren el nombre del archivo o archivos que contienen la hora completa de transmisión en radio, dentro de la cual se encuentra el promocional detectado. Por lo tanto, para observar cada promocional el partido estuvo en posibilidad de acudir a la tabla en excell para identificar los archivos que contienen la hora de grabación por cada promocional transmitido en radio. La columna **HORA** permite identificar el lugar específico en el que se encuentra el promocional que benefició al partido político, dentro de los 60 minutos de grabación.

Asimismo, dentro del folder denominado **NUAL EVIDENCIAS RADIO** se encuentra la totalidad de archivos con terminación ***.mp3** referenciados dentro de las columnas correspondientes del documento en excell.

No obstante lo anterior la totalidad de los testigos de los promocionales observados se encontraban a su disposición para su consulta, en las oficinas de la Secretaría Técnica de la entonces Comisión de Fiscalización, conforme al Protocolo para la Consulta de

los Partidos Políticos y Coaliciones al sistema “Spot Locator” Anexo 4 del oficio STCFRPAP/2413/07.

Adicionalmente se comunicó que, en caso de que el partido así lo solicitara era posible tener acceso al sistema de conciliación detallado con anterioridad; es decir, el partido podía solicitar que se realizaran los procedimientos antes detallados o, en su caso, solicitar la realización de ejercicios de conciliación en días y horas hábiles. Para tener acceso a lo anterior, el partido debía notificar por escrito a la Secretaria Técnica de la Comisión la solicitud correspondiente, la cual debía realizar con un mínimo de veinticuatro horas de anticipación.

Cabe destacar que dentro del plazo concedido para dar respuesta al oficio de errores y omisiones, el partido no solicitó la realización de ejercicios de conciliación y tampoco solicitó la verificación de algún testigo.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2413/07 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-103/08 del 9 de enero de 2008, el partido manifestó lo que a la letra se transcribe:

“(…)

En relación con las observaciones planteadas por Ustedes, se insiste, en que resulta especialmente gravoso para este instituto político que la autoridad electoral haya notificado la lista de promocionales observados incluyendo únicamente las siglas de la radiodifusora y el nombre del programa, porque éstos datos son insuficientes para que el partido haga aclaración alguna, siendo lo debido y correcto que la autoridad electoral identifique plenamente a la empresa radiofónica tenedora de la concesión de la frecuencia.

El listado propuesto por la autoridad revela que la Dirección a su cargo actúa bajo la suposición de que un partido político puede y tiene acceso a la ‘programación íntegra de todos los medios masivos de comunicación del país’, siendo que dicha suposición es incorrecta en tanto no existe ninguna base de datos pública o

privada, y mucho menos gubernamental, a la que un partido político pueda acceder para conocer en su totalidad cuales son los 'programas' de radio o televisión, porque la programación de una estación no es una condición estable en ninguna empresa del ramo, en consideración a que es la propia empresa la que decide de forma libre qué programas y a qué hora entra 'al aire' modificándoles arbitrariamente pues, con excepción hecha de ciertos noticieros en cadena nacional y algunos locales con varios años de transmisión, el resto de programas tiene una alta volatilidad.

Nuevamente y ante la imposibilidad humana de interpelar, en el término de 10 días, a todos y cada uno de los medios de comunicación radiofónicos y televisivos del país, incluyendo los nacionales y locales, (más de mil trescientos) y sin contar siquiera con el nombre y domicilio de las empresas dedicadas a ese ramo, el partido político, como ya se ha dicho, hace y hará su mejor intento de aclarar ante la autoridad los promocionales por ella señalados, tratando de investigar las siglas de la supuesta 'frecuencias y programas', así como a las empresas a las que pertenecen, sin que tal hecho implique que las observaciones planteadas por la autoridad en el oficio que ser (sic) contesta, satisfagas (sic) los extremos del derecho de aclaración.

Por otro lado y para el caso de radio, la autoridad sigue siendo omisa en todos sus oficios, respecto de la práctica comercial del 'minuto 42' que significa que las radiodifusoras que tiene repetidoras en diversas partes del territorio nacional obligan a todas ellas a que en el minuto 42 de cada hora, las locales desbloqueen la señal (es decir, interrumpen su programación local) para que entren promocionales contratados por el grupo radiofónico a nivel nacional, contratación que, obviamente, se realiza en las oficinas centrales y que, como en el caso de la televisión, no puede suceder a la inversa (que los canales locales 'bloqueen' la programación nacional), siendo que este acontecimiento del "minuto 42" tiene su origen en políticas absolutamente discrecionales que instrumentan las radiodifusoras, e implica que el partido no cuente con documentación alguna que soporte las 'repeticiones' consecuencias de esta política, en el caso que el partido sólo cuenta con las cartas que - eventualmente - las

radiodifusoras y televisoras locales nos han expedido, sin que siquiera haya podido o pueda obligarlas a que las expidan, donde consta que jamás contratamos con aquellas. Lo que inevitablemente vuelve a ser otro caso en el que se de traslada la carga probatoria respecto de un hecho negativo.

Expuesto lo anterior, se procede a relacionar las cartas expedidas por las diferentes radiodifusoras que explican y corroboran lo ya manifestado y, anexo a las cartas originales, se incorporan la relación de los promocionales de los cuales la autoridad solicita su aclaración. Anexo 1

RADIODIFUSORA	FECHA
<i>Grupo Fórmula Querétaro</i>	<i>11-junio-2007</i>
<i>Grupo Acir (Querétaro)</i>	<i>15-junio-2007</i>
<i>MVS Radio</i>	<i>20-junio-2007</i>
<i>Grupo Fórmula</i>	<i>20-junio-2007</i>
<i>Organización Radiofónica del Bajío S.A DE C.V</i>	<i>12-junio-2007</i>
<i>Radio Fórmula Yucatán</i>	<i>12-junio-2007</i>
<i>Grupo Acir (Tabasco)</i>	<i>13-junio-2007</i>

Promocionales Emitidos por Repetidoras

La autoridad electoral nuevamente violenta las garantías del ocurrente con su indebido procedimiento de ‘conciliación’ por que, en franca burla de las reglas de la sana lógica, llega a deducir ‘lo posible’ a partir de lo ‘improbable’, reconociendo de forma expresa que no sabe, (ni tiene como saber), cuáles promocionales son originales y cuáles son repetición de aquellos. Lo que significa que el proceso de conciliación, contra lo que previenen las leyes del país, se hizo fundado en la mera aproximación intuitiva del gobernante.

En efecto, de la lectura del oficio que se contesta se advierte que la autoridad corrió traslado al partido con un anexo 3 que contiene el listado de diversos promocionales que, a su juicio, no habían sido reportados por el partido, señalando en la columna ‘POSIBLES ORIGINALES/REPETIDORAS’ cuáles de esos promocionales, según su errático y arbitrario juicio, eran ‘originales’ y cuáles eran una ‘repetición’ de esos originales. Finalmente, y en relación a este punto, en la foja 20, inciso K), de su oficio objeto de esta

contestación, en franca contradicción y rayando en el absurdo, la autoridad electoral afirma:

*“ ...
El IFE no tiene información sobre cuál es el promocional original y cuál es la repetidora por lo que se clasificaron como ‘posibles’. El partido debe identificar cuál es el promocional original.
... ”*

*Siendo así que en su ‘creencia de lo posible’, aunado a un visible desconocimiento del sector de telecomunicaciones, la autoridad incurre en la absurda afirmación de que radiodifusoras locales de distintas entidades federativas ‘TRANSMITEN EN CADENA NACIONAL’, siendo de muy elemental cultura general (y hasta popular) que **SÓLO TRANSMITEN EN CADENA NACIONAL LAS RADIODIFUSORAS CON SEDE EN LA CIUDAD DE MÉXICO DISTRITO FEDERAL.***

Dicho de otro modo, si el IFE en su errático proceso de conciliación no puede distinguir para los partidos que promocional es ‘original’ y cuales son ‘repeticiones’ de aquel, en obvia deducción, tampoco puede distinguir cuáles son originales o repeticiones de sus propios promocionales; ¡lo que es más!, si el IFE si pudo distinguir entre sus propios promocionales cuales son ‘originales’ y cuales ‘repeticiones’. ¿Porqué no puede hacer esa distinción tratándose de los promocionales de Nueva Alianza?.

Así las cosas, del listado de 7002 promocionales observados como ‘ORIGINALES’, en 5396 (cinco mil tres cientos noventa y seis) casos, que implican el 77.06% del total de observados, la autoridad afirma que fueron transmitidos en cadena nacional desde ciudades como Torreón, Guadalajara, Monterrey, Veracruz, Querétaro, Culiacán o similares y que en esas ciudades, en sus televisoras locales, se producen programas tales como ‘el noticiero de Joaquín López Dóriga’ o ‘El Weso’, siendo que dichos programas se producen y transmiten desde las instalaciones de las radiodifusoras en la ciudad de México porque las nacionales, a diferencia de las radiodifusoras locales:

- ✓ *Si cuentan con la tecnología energética (generación de watts para la proyección y programación de las ondas hertzianas, incluso por la vía satelital y sin guía artificial) suficiente para la transmisión que implique la cobertura del territorio nacional,*
- ✓ *Si cuentan con los elementos humanos (conductores, locutores, reporteros y similares) para materializar el formato de producción que implican;*

Los promocionales que se encuentran es este supuesto se integra el anexo 2.

Por otro lado es necesario precisar a la autoridad que los espacios noticiosos de grupos radiofónicos como Sistema Radiópolis (Televisa Radio), se transmiten de manera simultánea en la ciudad de México en ambas bandas (frecuencia AM y FM), por lo cual los 969 promocionales que se integran en el anexo 3 deben considerarse como repeticiones. Siendo prueba de lo anterior las cartas emitidas por las diversas radiodifusoras entregadas en el anexo 1”.

Del análisis a lo manifestado por el partido y de la revisión a la documentación presentada, la autoridad determina lo siguiente:

Respecto a la **identificación de la empresa radiofónica tenedora de las frecuencias**, el partido manifestó que “(...) resulta especialmente gravoso para este instituto político que la autoridad electoral haya notificado la lista de promocionales observados incluyendo únicamente las siglas de la radiodifusora y el nombre del programa, porque éstos datos son insuficientes para que el partido haga aclaración alguna (...)”.

Al respecto, esta autoridad considera que la información de la sigla es dato suficiente para que el partido realizara las aclaraciones correspondientes, en virtud de que la sigla corresponde directamente a la concesión de una sola estación radiodifusora; asimismo, se complementa con la información proporcionada de la plaza y el programa en los que se transmitieron los promocionales, señalados en los anexos.

De la documentación presentada por el partido, dentro del proceso de revisión de los informes de campaña, se desprende que las hojas membretadas entregadas también contienen las frecuencias y plazas en que se transmitieron los promocionales reportados; por lo que resultaba sencillo identificar las frecuencias y plazas notificadas, contra aquellas que reportó el partido a fin de solventar las observaciones.

Además, el monitoreo de promocionales en radio y televisión registró lo que se transmitió en 20 plazas y 217 frecuencias radiofónicas, sin que existiera obligación de esta autoridad de identificar los grupos a los que pertenecen las frecuencias monitoreadas. Es decir, bastaba con presentar al partido los datos generales de identificación que se incluían en el Anexo 3 del oficio aludido.

Dentro del oficio que le fue notificado se puso a su disposición la consulta al sistema “Spot Locator”; sin embargo, el partido no acudió a consultarlo. De haberlo hecho, podría haber identificado la variable “grupo”, que argumenta le era necesaria para dar contestación al oficio. El hecho de que el partido no haya utilizado los medios a su alcance para obtener información adicional, no puede ser razón para argumentar que la autoridad no le proporcionó la identificación debida.

Respecto a la supuesta práctica del “**Minuto 42**”, el partido lo argumenta como si se tratara de una práctica generalizada en la totalidad de estaciones radiofónicas del país; sin embargo, el hecho de que algunas radiodifusoras del Grupo Fórmula lo argumenten, no implica que suceda en el resto de los grupos y en todas las plazas.

El mismo partido refiere que la práctica del minuto 42 tiene su origen en políticas absolutamente discrecionales que implementan las radiodifusoras, por lo que la autoridad electoral tampoco tiene la certeza de que se realice en todos los casos.

Por lo anterior, la autoridad es receptiva respecto a los promocionales específicos sobre los cuales se pronuncian las radiodifusoras que alegan esta práctica; pero no es posible generalizar y descargar la totalidad de promocionales que aparezcan como transmitidos dentro del minuto 42 en la totalidad de las siglas monitoreadas porque habrá radiodifusoras que no operen con ese tipo de políticas.

Por lo que se refiere a las cartas presentadas, provenientes de las radiodifusoras, se realizó lo siguiente:

RADIODIFUSORA	FECHA	COMENTARIOS
Grupo Fórmula Querétaro	11-junio-2007	Si del listado final de promocionales no reportados, se desprende que continúa apareciendo el spot de la sigla XEXE-AM señalado por el proveedor como repetición de Radio Formula México del minuto "42", se descargará de la base de datos.
Grupo Acir (Querétaro)	15-junio-2007	Aun cuando la radiodifusora señala no tener órdenes de transmisión de publicidad del partido Nueva Alianza dentro de las estaciones con siglas XHQTO, XHJHS y XEGV, esta autoridad cuenta con las evidencias de transmisión de promocionales que beneficiaron a los candidatos federales del partido Nueva Alianza.
MVS Radio	20-junio-2007	Aun cuando la radiodifusora señala no haber contratado spots de campaña federal del partido Nueva Alianza dentro de las estaciones con siglas XHEXA y XHMVS, esta autoridad cuenta con las evidencias de transmisión de promocionales que beneficiaron a los candidatos federales del partido Nueva Alianza. Dado que se trata de promocionales "genéricos", es decir, que beneficiaron tanto a los candidatos federales, como locales; es muy probable que hayan sido contratados en el ámbito local. Ahora bien, dado que benefician indudablemente a candidatos federales, el partido estaba obligado a reportarlos y a reportar el gasto aparejado.
Grupo Fórmula	20-junio-2007	Aun cuando la radiodifusora señala que las contrataciones para el partido las realizó el Instituto Federal Electoral, estas fueron verificadas como posibles reposiciones realizadas por la misma radiodifusora.
Organización Radiofónica del Bajío S.A DE C.V	12-junio-2007	Si del listado final de promocionales no reportados, se desprende que continúan apareciendo los spots de las siglas XHOO, señalados por el proveedor como repeticiones de Radiorama oficina matriz ubicada en México, D.F., serán descargados de la base de datos.
Radio Fórmula Yucatán	12-junio-2007	Si del listado final de promocionales no reportados, se desprende que continúan apareciendo 3 spots de la sigla XHVG-FM señalados por el proveedor como repetición de Radio Formula del Distrito Federal por la práctica del minuto "42" al "46"., se descargarán de la base de datos.
Grupo Acir (Tabasco)	13-junio-2007	Aun cuando la radiodifusora señala no haber transmitido en su estación ni contratado publicidad del partido dentro de las estaciones con siglas

RADIODIFUSORA	FECHA	COMENTARIOS
		XHOP-FM y XHSAT-FM, esta autoridad cuenta con las evidencias de transmisión de promocionales que beneficiaron a los candidatos federales del partido Nueva Alianza.

Por lo que respecta a los **“Promocionales Emitidos por Repetidoras”**, cabe señalar que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 12.10, inciso b) del Reglamento de la materia, el partido estaba obligado a entregar la evidencia documental de los promocionales originales transmitidos con sus respectivas repetidoras, sin embargo, a fin de determinar cabalmente las transmisiones originales se han eliminado las repetidoras en la base de los promocionales no reportados y por lo tanto, el partido es responsable únicamente por aquellos promocionales transmitidos en radio, considerados como originales, que no reportó a la autoridad electoral.

La autoridad electoral no tiene forma de conocer cuál fue la señal originalmente contratada, pues de la información proporcionada por los partidos políticos se desprende que la señal pudo ser contratada en el Distrito Federal para repetirse en las 32 plazas del país; sin embargo, también se encuentran promocionales originalmente contratados en alguna radiodifusora de alguna entidad federativa, cuya señal se retransmite en otra plaza de otra entidad federativa.

En el caso de los promocionales no reportados, al no tener la documentación que los ampara, derivado de la falta de presentación de hojas membretadas por parte del partido, la autoridad está imposibilitada para conocer el origen de la señal. En ese sentido, el primero que se encuentra, se considera original y los subsecuentes, se eliminan dándoles el tratamiento de repetidoras. Es decir, bastaba con que el partido hubiese reportado un promocional contratado para que en caso de detectar repetidoras del mismo, se le descargaran de la base de datos de los no reportados.

Tomando en consideración la documentación y aclaraciones presentadas por el partido, la autoridad se dio a la tarea de llevar a cabo varios procedimientos con los siguientes objetivos:

- I. Detección y descarga de los promocionales considerados como repetidoras de promocionales reportados.

- II. Descarga de los promocionales que son repetidoras de otros que aparecen en la misma base de los promocionales no reportados.
- III. Cotejo de los promocionales no reportados con los 7,077 promocionales considerados reportados y no observados por el monitoreo.
- IV. Detección de repetidoras de promocionales, objeto de reposiciones de los promocionales originalmente contratados por el IFE.
- V. Detección de aquellos promocionales cuyos testigos presentan algún tipo de falla técnica de grabación dentro del sistema “Spot Locator”.

I. Detección y descarga de los promocionales considerados como repetidoras de promocionales reportados.

Se llevó a cabo un análisis minucioso de los 7,002 promocionales considerados como no reportados, Anexo 3 del oficio citado, que resultaron de la Primera Fase, con la finalidad de ampliar los rangos para detectar posibles repetidoras, de tal forma que únicamente se tome en consideración para efectos del presente Dictamen la transmisión de aquellos promocionales considerados originales, es decir, aquellos que pudieron ser contratados en forma individual, independientemente de que la señal de una misma versión se hubiese transmitido en otra plaza y otras siglas, pero en la misma fecha. Esto se hace así, pues se toma en cuenta que por los esquemas de comercialización que ofrecen las radiodifusoras, un promocional que se transmite en una estación y plaza, puede ser transmitido a la misma hora y hasta con diferencia de minutos, en otra estación y plaza.

Para este procedimiento se realizó lo siguiente, que consiste en una variación del procedimiento V de la Primera Fase:

El cotejo se realizó comparando de nuevo los registros de la base de los promocionales considerados no reportados con la base de datos de los promocionales reportados por el partido.

1. La base de datos de los promocionales que reportó el partido incluyó solamente a los promocionales que se descargaron en el procedimiento IV de la primera fase. Lo anterior, con la finalidad de detectar las repetidoras de los promocionales reportados por el partido, que ya habían coincidido con alguno de la base de datos de los promocionales monitoreados.
2. Por lo anterior, la comparación para detectar repetidoras se realizó con base en las siguientes variables:
 - a. Código de Versión.
 - b. Versión.
 - c. Fecha de transmisión del promocional.
 - d. Hora de transmisión del promocional.
 - e. Siglas de la radiodifusora que transmitió el promocional.
 - f. Plaza de la radiodifusora que transmitió el promocional.
3. La forma en la que el sistema fue comparando los registros de los promocionales monitoreados con los registros de los promocionales reportados fue la siguiente:
 - a. Se buscaron los registros en los que las variables versión, código de versión, fecha y hora coincidieron plenamente y en los que las variables siglas y plaza eran diferentes. Lo anterior debido a que una repetición solo puede hacerse en una radiodifusora diferente a la emisora presuntamente original. Estos registros fueron conciliados y se descargaron la base de los no reportados.
 - b. En un segundo momento se buscaron los registros en los que las variables versión, código y fecha coincidieron; en los que la hora de transmisión fue un segundo antes y un segundo después de la hora en la que se transmitió el promocional original; y en los que las variables sigla y plaza era diferente en ambas bases. Al igual que en el caso anterior, los registros que cumplieron con estas condiciones fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
 - c. Este proceso se repitió hasta que la diferencia entre la hora de transmisión del promocional original y la hora de transmisión del promocional repetido fue de -3 horas o de +24 horas.

4. A cada grupo de registros coincidentes se les asignó un número de conjunto. A aquellos promocionales detectados en esta Segunda Fase se les asignó la clave de identificación E2.

Se enfatiza que el Reglamento aplicable a Partidos Políticos en su artículo 12.10, incisos a) y b), es claro al establecer que los partidos deberán reportar una relación pormenorizada de cada uno de los promocionales que ampare cada factura, independientemente de que dicha difusión se realice a través de canales y estaciones de origen o repetidoras.

Con independencia de lo anterior, las repetidoras fueron descargadas de la base de datos, siempre y cuando el partido hubiese reportado al menos uno.

A partir de este procedimiento se detectaron 3,581 promocionales, **Anexo 5** del presente Dictamen, adicionales, que se descargaron de la base de los no reportados obtenida de la Primera Fase, por considerar que se trata de repetidoras de los promocionales que reportó el partido, identificadas en la columna “Origen del Promocional” con E2.

De lo anterior se desprende que en esta etapa se descargaron los 892 promocionales notificados al partido como “Monitoreados y Reportados repetidoras”, identificadas con “E”; y otros 3,581, **Anexo 5** del presente Dictamen, que se descargan de los 7,002 notificados como no reportados. A los 7,002 se le restan los 3,581 promocionales descargados por repetidoras de promocionales reportados, lo cual resulta en un total de 3,421 que permanecen como no reportados.

En relación con este procedimiento, cabe mencionar lo siguiente. En el caso de los promocionales difundidos en la radio, como se señala en el numeral “4. Nueva Alianza”, apartado “Monitoreo de Promocionales Transmitidos en Radio”, inciso “A. Bases de Datos”, subinciso e), dentro del procedimiento de revisión de los informes de campaña existieron cuestiones técnicas del monitoreo que fueron advertidas tanto por la autoridad como por los partidos y coaliciones; específicamente se hace mención de los promocionales que fueron “contabilizados en más de una ocasión, sin tomar en cuenta que se trata del mismo spot transmitido en varias ocasiones por las distintas

repetidoras en las entidades de la República Mexicana". Asimismo, se describe a detalle la metodología utilizada para detectar tales "repetidoras" a fin de que los promocionales involucrados no se atribuyeran al partido como "no reportados", misma que se complementó con el procedimiento que se trata en este punto. Como puede apreciarse, esa metodología se desarrolló en dos fases, la primera antes de la presentación del escrito NA-JEN-CEF-103/08 del 9 de enero de 2008, en el que se dio respuesta al oficio de "errores y omisiones" y la segunda en atención a las manifestaciones y/o soportes que fueron aportadas por el partido. La diferencia básica entre los procedimientos de ambas fases consistió en que, en la primera, la coincidencia entre promocionales atendió a las variables "versión", "código de versión", "programa", "fecha" y "hora" y en la segunda fase únicamente a las variables "versión", "código de versión", "fecha" y "hora", es decir, sin considerar la variable "programa". En ambos casos tampoco se controló la variable "sigla" o "plaza" pues evidentemente una repetición sólo puede hacerse en una radiodifusora diferente a la emisora "original", asimismo, cabe tomar en cuenta que en ambas fases el cotejo se realizó comparando de nuevo los registros de la base de los promocionales considerados "no reportados" sobrantes de las depuraciones anteriores con la base de datos de los promocionales reportados por el partido. Así, es precisamente en el desarrollo del procedimiento de la segunda fase que, al dejar de controlar la variable "programa" y contando sólo con las diversas "versión", "código de versión", "fecha" y "hora", se obtienen resultados como los que fueron observados en la sesión del Consejo General del 28 de enero del 2008, en los que pareciera que se considera como "repetidoras" a estaciones que no pertenecen a la misma cadena o que, inclusive, son competidoras. Empero, esta situación obedece y atiende, precisamente, el último punto que se solicitó formara parte del engrose ordenado por el Consejo General en su sesión del 28 de enero de 2008, relativo a la revaloración del gasto. Es decir, el partido reportó a la autoridad electoral gastos en radio y televisión, sin embargo, en muchos de los casos la documentación presentada como soporte no cumplió con los requisitos que establece la normatividad aplicable o no fue presentada. De modo que la autoridad carecía de la información indispensable para llevar a cabo la conciliación de los promocionales, ya que la misma se realiza contrastando, para cada uno de los promocionales, los datos generados por IBOPE contra aquellos que se derivan,

necesariamente, de la información entregada por los partidos o coaliciones. Tomando en cuenta el hecho de que, aunque parcialmente, sí se reportó un gasto, pero ante la imposibilidad real de ligarlo con los promocionales, es a través del procedimiento descrito que fue factible reconocerlo, habiéndose agotado cualquier otra posibilidad de valorarlo. No obstante, para estos casos, se puede sancionar la conducta de no presentar la documentación soporte por concepto de promocionales o presentarla sin la totalidad de los requisitos establecidos por la normatividad, como una falta formal.

Por otro lado, en este dictamen, sí se diferencian, en sus respectivos anexos, los promocionales que fueron “descargados” con motivo del mencionado criterio; es decir en los anexos se distingue entre los que, en rigor, fueron producto de “repetidoras” y aquellos que simplemente fueron promocionales “repetidos” como producto de la adquisición de programas completos en los que no se “bloqueó” la señal durante el bloque comercial, por ejemplo.

El criterio anterior no implica que el gasto realizado por el partido sea considerado como “gasto reportado debidamente soportado” pues no cumple con los requisitos marcados en la norma. Tampoco implica que el gasto se aplique a uno o más promocionales pues, como se ha dicho, ello es imposible ante la falta de datos; el alcance del criterio únicamente consiste en que, para los casos descritos, se reconozcan parcialmente las erogaciones realizadas por lo que respecta al gasto, utilizando como único criterio objetivo y posible la coincidencia de las versiones de los “spots”.

Cabe destacar que estas consideraciones resultan aplicables, en lo conducente, al procedimiento que a continuación se describe.

II. Descarga de los promocionales que son repetidoras de otros que aparecen en la misma base de los promocionales no reportados.

De los 3,421 promocionales que resultaron del procedimiento anterior, a partir del mismo procedimiento identificado con el numeral VII de la primera fase, se identificaron 2,309 como originales y 291 como repetidoras de los primeros.

Por lo anterior, se identificaron plenamente 291 promocionales considerados como “No Reportados Repetidoras”, **Anexo 6** del presente Dictamen e identificadas en la columna “CVE Identificación” con “D”. Lo anterior, con la finalidad de que únicamente se obtuviera la transmisión de aquellos promocionales considerados originales, es decir, aquellos que pudieron ser contratados en forma individual, independientemente de que la señal se hubiese transmitido en otra plaza y otras siglas, pero en la misma fecha y dentro del mismo programa.

Adicionalmente, se amplió el rango de búsqueda de repetidoras, con base en lo siguiente:

1. Se analizó la base de datos de los 2,309 promocionales no reportados por el partido y se compararon los registros con base en las siguientes variables:
 - a. Código de Versiones;
 - b. Versión;
 - c. Fecha;
 - d. Hora;
 - e. Siglas;
 - f. Plaza; y
 - g. Grupo
2. La comparación se realizó agrupando los registros en los que:
 - a. Las variables Versión, Código de Versión y Grupo coincidieron;
 - b. Las variables siglas y plaza eran diferentes; y
 - c. Las variables fecha y hora estuvieron dentro de un rango de +/- 3 horas.
3. A cada grupo de registros coincidentes se les asignó un número de conjunto.

A partir de este procedimiento se identificaron 821 promocionales considerados como repetidoras de promocionales no reportados, **Anexo 6** del presente Dictamen, que fueron descargados de la base de los no reportados. A aquellos promocionales detectados en esta Segunda Fase se les asignó una clave de identificación D2.

Al igual que en el caso de las repetidoras de los promocionales reportados y en consideración al engrose solicitado por el Consejo General en su sesión del 28 de enero de 2008, en los anexos respectivos se hace la distinción entre aquellos que obedecieron al criterio por el que se reconoció el gasto soportado parcialmente, de los que, en rigor, sí constituyeron repetidoras.

III. Cotejo de los promocionales no reportados con los 7,077 promocionales considerados reportados y no observados por el monitoreo.

Se detectaron 7,077 promocionales reportados por el partido que de los procedimientos aplicados en la Primera Fase no pudieron ser conciliados con aquellos que aparecen en la base de datos del monitoreo, Anexo 2 del oficio notificado. El partido fue informado debidamente de estos promocionales para que argumentara lo que a su derecho conviniera, pero no hizo aclaración alguna al respecto.

Sin embargo, dado que es posible que las radiodifusoras los transmitieran en fechas y horarios posteriores a los que aparecen en las hojas membretadas presentadas por el partido, la autoridad llevó a cabo el siguiente procedimiento para detectar coincidencias y estar en posibilidad de conciliarlos:

1. La base de datos de los promocionales monitoreados que se utilizó en esta Segunda Fase fue la de los 2,309 promocionales considerados originales no reportados.
2. La base de datos de los promocionales que reportó el partido incluyó solamente a los 7,077 promocionales que dentro de la Primera Fase no aparecieron como transmitidos.
3. Se analizaron los datos conforme a la siguientes variables:
 - a. Siglas en las que se transmitió el promocional;
 - b. Plaza en la que se transmitió el promocional;
 - c. Fecha en la que se transmitió el promocional; y
 - d. Hora en la que se transmitió el promocional.

4. La forma en la que el sistema fue comparando los registros de los promocionales monitoreados, específicamente los 2,309, con los registros de los 7,077 promocionales reportados y que no aparecían como transmitidos, mismos que resultaron de los procedimientos aplicados en la Primera Fase, fue la siguiente:
 - a. Inicialmente se buscaron los registros en los que las variables sigla y plaza coincidieron plenamente a partir de la fecha y la hora reportada por el partido.
 - b. En la Primera Fase se estableció como límite para conciliar un tiempo máximo de 24 horas posteriores. En esta Segunda Fase se buscaron los registros en los que las variables coincidieron; en los que la hora de transmisión fue más de 24 horas y hasta las 48 horas posteriores en que se reportó como transmitido el promocional. Los registros que cumplieron con estas condiciones fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
 - c. Este proceso se repitió cada 24 horas a partir de la fecha y la hora reportada.

A partir de este procedimiento se conciliaron 225 promocionales **Anexo 7** del presente Dictamen, de los 7,077; por lo que existen 6,852 promocionales reportados por el partido que no encontraron coincidencia alguna con los promocionales detectados por el monitoreo, **Anexo 8** del presente Dictamen; por lo tanto, se consideran como reportados pero no transmitidos.

A los 2,309 promocionales no reportados se le descargaron 225 promocionales derivados de este procedimiento, por lo que resultan 2,084 promocionales no reportados.

IV. Detección de repetidoras de promocionales, objeto de reposiciones de los promocionales originalmente contratados por el IFE.

Se llevó a cabo una revisión minuciosa de la base de datos proporcionada por la Dirección de Radiodifusión contra la base de datos de los promocionales resultado del procedimiento anterior, con

la finalidad de detectar repetidoras de promocionales que las radiodifusoras transmitieron en reposición a promocionales contratados por el IFE y que no fueron transmitidos en las fechas y horarios originalmente acordados. De este procedimiento, se detectaron 149 promocionales que caen en este supuesto de repeticiones de promocionales, objeto de reposiciones, **Anexo 11** del presente Dictamen. Por lo anterior, resultan 1,935 promocionales que permanecen como no reportados por el partido.

Cabe hacer mención de que, mediante oficio STCFRPAP/2413/07 del 10 de diciembre de 2007, se notificó al partido Nueva Alianza sobre las observaciones derivadas del monitoreo en radio para que presentara la documentación y aclaraciones que a su derecho convinieran. Con escrito NA-JEN-CEF-103/08 del 9 de enero de 2008, el partido presentó cartas aclaratorias de grupos de radiodifusoras; específicamente el Grupo Formula señaló que los promocionales que transmitió corresponden a los contratados por el Instituto Federal Electoral.

Mediante oficio STCFRPAP/005/08 del 11 de enero de 2008, se solicitó a la Dirección de Radiodifusión informara si los promocionales contratados por el Instituto correspondían a alguno de los 247 que se enlistaron en medio impreso y magnético. En respuesta, mediante correo electrónico, dicha Dirección indicó cuales promocionales habían sido adquiridos por el IFE y transmitidos en repetidoras; asimismo, por la misma vía informó que se habían localizado 11 promocionales del partido transmitidos en radio, dentro de los programas permanentes y/o complementarios a que tiene derecho el partido como parte de sus prerrogativas. La información anterior se hizo llegar formalmente con oficio DR/0043/2008 recibido por la Dirección de Análisis de Informes Anuales y de Campaña el 23 de enero del 2008. En el citado oficio se indica que de los 247 promocionales que se les remitieron para su verificación, 165 sí habían sido adquiridos por el IFE y que 11 de los restantes correspondían a promocionales del partido transmitidos en radio, dentro de los programas permanentes y/o complementarios descritos. Cabe señalar que dichos promocionales fueron detectados en el proceso de conciliación como repetidoras de promocionales pagados por el Instituto y descargado de la base de datos correspondiente a los “No Reportados”.

V. Detección de aquellos promocionales cuyos testigos presentan algún tipo de falla técnica de grabación dentro del sistema “Spot Locator”.

Se analizaron uno a uno los testigos del sistema “Spot Locator” relacionados con 1,935 promocionales originales resultantes del procedimiento anterior y se encontró lo siguiente:

- a. Se detectaron 5 promocionales sin audio; y
- b. Se detectaron 62 promocionales con error de lectura.

A partir del procedimiento V se descargaron 67 promocionales con algún tipo de falla técnica en la grabación, atribuibles a cuestiones climáticas o técnicas **Anexo 9** del presente Dictamen.

Por lo tanto, como resultado del análisis de la respuesta del partido y de los procedimientos llevados a cabo por la autoridad electoral, a los 7,002 promocionales considerados no reportados y notificados así al partido político, Anexo 3 del oficio notificado, como resultado de la Primera Fase, se le descargaron 3,581 promocionales detectados como repetidoras de promocionales reportados por el partido **Anexo 5** del presente Dictamen; 1,112 promocionales considerados como repetidoras de los mismos no reportados, **Anexo 6** del presente Dictamen; 67 promocionales que presentan algún tipo de falla técnica de grabación dentro del Sistema Spot Locator, **Anexo 9** del presente Dictamen; 225 promocionales que coincidieron en sigla y plaza con un rango mayor de hora a partir de la fecha y hora reportada, **Anexo 7** del presente Dictamen; y 149 promocionales que son repetidoras de reposiciones de promocionales contratados por el IFE, **Anexo 11** del presente Dictamen; lo cual resulta en 1,868 promocionales considerados como no reportados por el partido, **Anexo 10** del presente Dictamen.

Por último, derivado de las respuestas de las radiodifusoras, se analizó la base de datos de los 1,868 promocionales considerados no reportados y se determinó lo siguiente:

RADIODIFUSORA	FECHA	COMENTARIOS
Grupo Fórmula Querétaro	11-junio-2007	En la base de datos de los no reportados no aparecen promocionales transmitidos en la sigla XEXE-AM, minuto 42 al 46.
Grupo Acir (Querétaro)	15-junio-2007	En la base de datos de los no reportados no aparecen promocionales transmitidos en las siglas XHQTO, XHJHS y XEGV.
MVS Radio	20-junio-2007	En la base de datos de los no reportados no aparecen promocionales transmitidos en las siglas XHEXA y XHMVS.
Grupo Fórmula	20-junio-2007	En la base de datos de los no reportados no aparecen promocionales transmitidos en las siglas XERFR-FM y XERFR-AM.
Organización Radiofónica del Bajío S.A DE C.V	12-junio-2007	En la base de datos de los no reportados no aparecen promocionales transmitidos en la sigla XHOO.
Radio Fórmula Yucatán	12-junio-2007	En la base de datos de los no reportados no aparecen promocionales transmitidos en la sigla XHVG-FM, minuto 42 al 46.
Grupo Acir (Tabasco)	13-junio-2007	En la base de datos de los no reportados no aparecen promocionales transmitidos en las siglas XHOP-FM y XHSAT-FM.

Es así, que las aclaraciones presentadas por el partido en su escrito de repuesta fueron atendidas al llevar a cabo los cinco procedimientos derivados de esta segunda fase y por lo tanto, se descargaron a partir de las metodologías empleadas.

Por lo anterior, se concluye lo siguiente:

RUBRO O CONCEPTO	CIFRA	ANEXO DEL PRESENTE DICTAMEN
Promocionales Monitoreados	20,573	
Precampañas y Campañas Locales	469	
Promocionales para Conciliar	20,104	
Promocionales contratados por el IFE	508	
DETALLE DE CONCILIACIÓN		
Promocionales monitoreados, que fueron reportados por el partido político		
Monitoreados y Reportados originales	11,702	Anexo 5
Monitoreados y Reportados repetidoras descargados en la Primera Fase	892	Anexo 5, identificados con "E"
Monitoreados y Reportados repetidoras descargados en la Segunda Fase	3,581	Anexo 5, identificados con "E2"
No Reportados Repetidoras, resultado de la Primera Fase y descargados en la Segunda Fase.	291	Anexo 6, identificados con "D"
No Reportados Repetidoras, descargados como	821	Anexo 6, identificados

RUBRO O CONCEPTO	CIFRA	ANEXO DEL PRESENTE DICTAMEN
resultado de la Segunda Fase.		con "D2"
Promocionales reportados por el partido y considerados no observados por el monitoreo por la falta de coincidencia en sigla, plaza, fecha y hora (en un rango de -3 y +24 horas), resultado de la Primera Fase.	7,077	
Promocionales descargados en la Segunda Fase por coincidir en sigla y plaza, a partir de la fecha y hora reportada	225	Anexo 7
Promocionales reportados por el partido y sobre los que no existió coincidencia alguna en sigla y plaza, por lo que se consideran no transmitidos.	6,852	Anexo 8
Repetidoras de reposiciones de promocionales contratados por el IFE	149	Anexo 11
Promocionales descargados en la Segunda Fase por fallas técnicas de grabación en el Sistema Spot Locator.	67	Anexo 9
Promocionales descargados con base en las respuestas de las radiodifusoras		
Promocionales no Reportados, resultado de la Segunda Fase	1,868	Anexo 10

En el **Anexo A** del presente dictamen se detalla el análisis de contenido de 45 versiones de promocionales transmitidos en radio, mismos que se resumen a continuación:

VERSIÓN EN "SPOT LOCATOR"	PROMOCIONALES "NO REPORTADOS"
NVA/2004 MEGA MARCHA VOZ CANSADO	6
NVA/ACTUAL POLITICO EQUIVALE CORRUPCIÓN	57
NVA/AGRICULTOR COYOTE CAMPOS PESQUEROS	67
NVA/BENDECIDO MAESTRO HIJOS FELICITO	16
NVA/CANCION CLAVE DESARROLLO EDUCACIÓN	13
NVA/CANCION DIGO GRITO AVANZA	710
NVA/CANCION ES EL CANDIDATO HOMBRE	36
NVA/CANCION ES EL HOMBRE IDEAS	22
NVA/CANCION QUEREMOS PAIS COMPETITIVO	20
NVA/CANDIDATOS GENTE DECISION REFORMAS	7
NVA/CARGOS HONESTIDAD MALETA DINERO	59
NVA/CIERRE CAMPANA PROFESOR 22 JUNIO	16
NVA/CIUDADANOS TLAQUEPAQUE INVIT VOTAR	35
NVA/COMPANEROS AMIGO TAREA 2 JULIO	29
NVA/CONOZC CAREN NINOS EDUCACIÓN	11
NVA/CONVENCIDO EDUC SOLUCION EXPERIENCIA	22

VERSIÓN EN “SPOT LOCATOR”	PROMOCIONALES “NO REPORTADOS”
NVA/EDUCACION DESEMPLEO PUNTOS PRINCIPAL	74
NVA/EQUIVOCADOS PIENSAN MAESTROS OBREROS	9
NVA/EXPERIENCIA REFORMA INVERSION EDUCAT	9
NVA/GENTE CONOCEN POLITICOS ANTES	34
NVA/GOBIERNO LIMITADO 3ANOS EDUC GUARDER	43
NVA/HABLAR PROGRESO JUEGAN VIDA	7
NVA/HACE 6 ANOS AVANCE EDUCATIVA	10
NVA/HOY IMPULSO EMPLEO REFORMAS	26
NVA/JOVENES CANSADOS VICIOS EMPLEO	10
NVA/JOVENES CIERRE 24 JUNIO CATEDRAL	48
NVA/MAESTRA CONFIASTE HIJOS FUTURO	12
NVA/MAESTRO EJERCICIO EDUCACION DELINC	87
NVA/MAMA TE QUIERO AMIGOS TESORO	22
NVA/OBRADOR POBRES CALDERON MODERNA	38
NVA/OPORTUNIDADES EMPLEO ESCAZAS SUELDOS	13
NVA/POLIT VOTA GENE NOBLE	2
NVA/POLIT VOTA GENER HONR	3
NVA/PREFERIBLE POLITICA LUCHA SOCIAL	7
NVA/PREGUNTASTE COMO ES APOYO REFORMAS	9
NVA/PREGUNTASTE COMO ES CHAMBEA	8
NVA/PREGUNTASTE COMO ES ESTUDIANTES	8
NVA/PREGUNTASTE COMO ES PADRE FAMILIA	8
NVA/PRESENTE PROFESOR VERACRUZ POR TI	48
NVA/PUEBLO CAMPANA RECORRIDO PROBLEMAS	27
NVA/SOY CHOLULA FALTA EMPLEO	25
NVA/TODOS DIAS CONFIAMOS HIJOS EDUCACION	7
NVA/TU SABES COMO YO CHAMBEA	43
NVA/TU SABRES PADRE VALORES	47
NVA/VIOLENCIA INSEGURID GOBIERNO BATALLA	58
TOTAL	1868

Respecto a los 1,868 promocionales monitoreados y no reportados por el partido, **Anexo 10** del presente Dictamen, se determinó que corresponden a publicidad de campaña federal, por lo que al no reportar los gastos correspondientes a los referidos promocionales el partido incumplió con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k); 49-A, párrafo 1, inciso b), fracción III, en relación con el 182-A, párrafo 2, inciso c) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 11.1, 12.10 inciso b); 17.1; 17.2, inciso c); 17.6 y 19.2 del Reglamento de mérito. Por tal razón la observación no quedó subsanada por lo que hace a 1,868 promocionales transmitidos en radio.

En el Anexo I se describe puntualmente la metodología que se ha descrito, separando cada uno de los procedimientos con los resultados correspondientes.

Gastos en Televisión

Presidente

- ◆ De la revisión a la cuenta “Gastos en Televisión”, subcuenta “Presidente”, se observó el registro de pólizas que presentaban como soporte documental facturas por concepto de transmisión de publicidad; sin embargo, carecían de sus respectivas hojas membretadas. A continuación se detallan las facturas en comento:

REFERENCIA CONTABLE	FACTURA					CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
	NÚMERO	FECHA	PROVEEDOR	CONCEPTO	IMPORTE	
66	2443	23-03-06	Televisa, S.A. de C.V.	Campaña publicitaria.	\$344,747.00	66
66	BB8171	03-03-06	Operación Guerrero Azteca, S.A. de C.V.	Publicidad.	23,061.18	
TOTAL					\$367,808.18	

En consecuencia, se le solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las hojas membretadas que ampararan los promocionales en televisión de las facturas citadas en el cuadro que antecede, con la totalidad de los datos señalados en la normatividad anexas a sus respectivas pólizas, de manera impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso a), 12.17, inciso c) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$367,808.18.

En consecuencia, al no presentar las hojas membretadas con la totalidad de los datos establecidos en la normatividad, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de mérito.

- ◆ De la verificación a la cuenta “Gastos en Televisión”, subcuenta “Presidente”, se observó el registro de una póliza que presentaba como soporte documental una factura con sus respectivas hojas membretadas; sin embargo, al verificar las siglas del canal 9 de Querétaro, se observó que correspondía a una televisora diferente a la señalada en dichas hojas. A continuación se detalla el caso en comento:

REFERENCIA CONTABLE	NÚM. DE FACTURA	PROVEEDOR	SIGLAS	TELEVISORA SEGÚN:		IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
				HOJA MEMBRETADA	AUDITORIA		
PE-51/02-06	N 1025	Canal XXI, S.A. de C.V.	XHQUR	Canal 9 Televisa Querétaro	Canal 9 TV Azteca	\$79,736.40	69

En consecuencia, se le solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 12.10, inciso a), y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, omitió presentar aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$79,736.40.

En consecuencia, al presentar hojas membretadas cuyos datos corresponden a una televisora diferente a la señalada en dichas hojas y al no presentar las aclaraciones correspondientes, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de la materia.

Diputados

- ◆ Al verificar la cuenta “Gastos en Televisión”, subcuenta “Diputados Federales”, se observó el registro de pólizas que presentaban como soporte documental facturas con sus respectivas hojas membretadas, las cuales no reunían la totalidad de los datos establecidos en la normatividad, toda vez que carecían de lo siguiente:

ENTIDAD O DISTRITO	REFERENCIA CONTABLE	FACTURA		DATOS FALTANTES DE LA HOJA MEMEBRETADA				CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
		No.	IMPORTE	LAS SIGLAS Y EL CANAL EN QUE SE TRANSMITIÓ CADA UNO DE LOS PROMOCIONALES	TIPO DE PROMOCIONAL DE QUE SE TRATA	LA HORA DE TRANSMISIÓN (INCLUYENDO EL MINUTO Y SEGUNDO)	VALOR UNITARIO DE CADA PROMOCIONAL E I.V.A.	
Sonora								68
2	PE 3/06-06	29139	\$5,500.00			X		
Puebla								68
1	PD-3/06-06	380	\$4,600.00	X				
	PD-6/06-06	A-554	3,427.00	X	x		x	
	Subtotal		\$8,027.00					
	Total		\$13,527.00					

NOTA: La “X” significaba que carecía del dato.

En consecuencia, se le solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las hojas membretadas que ampararan los promocionales en televisión, con la totalidad de los datos señalados en la normatividad, de manera impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso a), 12.17, inciso c) y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$13,527.00.

En consecuencia, al no presentar las hojas membretadas con la totalidad de los datos establecidos en la normatividad, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de la materia.

- ◆ De la revisión a la cuenta “Gastos en Televisión”, subcuenta “Diputados Federales”, se observó el registro de pólizas que presentaban como soporte documental facturas por concepto de transmisión de publicidad; sin embargo, carecían de sus respectivas hojas membretadas. A continuación se detallan las facturas en comento:

ENTIDAD O DISTRITO	REFERENCIA CONTABLE	FACTURA					CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
		NUM.	FECHA	PROVEEDOR	CONCEPTO	IMPORTE	
Puebla 1	PD-4/06-06	143	28-06-06	Blanca Estela López Martínez	Paquete publicidad grabación, edición y transmisión en audio y video.	\$13,800.00	66
Sonora 5	PE-1/06-06	6362	19-06-06	TV Corporativo de Sonora, S.A. de C.V.	Transmisión de Spots de 20 seg. de duración en programación estelar de Azteca 13	\$18,257.40	
	PE-13/06-06	6370	19-06-06			18,257.40	
Subtotal						\$36,514.80	
TOTAL						\$50,314.80	

En consecuencia, se le solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las hojas membretadas que ampararan los promocionales en televisión de las facturas citadas en el cuadro que antecede, con la totalidad de los datos señalados en la normatividad anexas a sus respectivas pólizas, de manera impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso a), 12.17, inciso c) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$50,314.80.

En consecuencia, al no presentar las hojas membretadas, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento de la materia.

Gastos Centralizados

- ◆ De la verificación a la cuenta “Gastos en Televisión”, subcuenta “Presidente”, se observaron pólizas contables que presentaban como soporte documental facturas, así como sus respectivas hojas membretadas, las cuales no reunían la totalidad de los datos establecidos en la normatividad. Los casos en comento se detallan a continuación:

REFERENCIA CONTABLE	PROVEEDOR	FACTURA	IMPORTE	DATO FALTANTE					CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
				NOMBRE DEL CANDIDATO	IDENTIFICACIÓN DEL PROMOCIONAL TRANSMITIDO	FECHA DE TRANSMISIÓN	HORA DE TRANSMISIÓN (INCLUYENDO MINUTO Y SEGUNDO)	VALOR UNITARIO DE LOS PROMOCIONALES E I.V.A	
PD-6043/06-06	Proveedora de servicios de Televisión, S.A. de C.V.	1071	\$1,233,160.53	X	X	X	X	X	68
PD-4/06-06		1044	1,233,160.53						
TOTAL			\$2,466,321.06						

Nota: La “X” significaba que carecía del dato.

En consecuencia, se le solicitó al partido presentara lo siguiente:

- Las hojas membretadas que ampararan los promocionales en televisión de las facturas señaladas en el cuadro que antecede con la totalidad de los datos establecidos en la normatividad, detallando pormenorizadamente cada uno de los promocionales, de manera impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso a), 12.17, inciso c) y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presento documentación ni aclaración alguna.

Sin embargo es preciso señalar que, aun cuando el partido no presentó la documentación solicitada, ni las aclaraciones correspondientes, derivado del engrose solicitado por el Consejo General en su sesión del 28 de enero de 2008, específicamente de la revaloración del gasto, se detectó que con escrito NA-JEN-CEF-046/07, presentado en forma extemporánea respecto del Dictamen Consolidado del mes de mayo de 2007, el partido sí exhibió las hojas membretadas señaladas en el cuadro que antecede con la totalidad de los datos establecidos en la normatividad, aunque relacionándolas con un rubro diferente, por lo tanto la observación se consideró subsanada por \$2,466,321.06.

- ◆ Al verificar la cuenta “Gastos en Televisión”, subcuenta “Presidente”, se observó el registro de pólizas que presentaban como soporte documental hojas membretadas, así como contratos

celebrados con el proveedor Televisa, S.A. de C.V.; sin embargo, los importes totales de los mismos no coincidían, como se detalla a continuación:

REFERENCIA CONTABLE	PROVEEDOR	IMPORTE SEGÚN			CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
		PÓLIZA	HOJA MEMBRETADA	CONTRATO	
PD-5027/05-06	Televisa, S.A. de C.V.	\$34,396,500.00	\$38,103,053.50	\$34,396,500.00	70
PD-5028/05-06		103,500.00		103,500.00	
PD-6158/06-06		3,258,306.50		4,000,000.00	
TOTAL		\$37,758,306.50	\$38,103,053.50	\$38,500,000.00	

En consecuencia, se le solicitó al partido lo siguiente:

- En su caso, realizar las correcciones que procedieran a su contabilidad.
- Proporcionar las pólizas contables, auxiliares y balanzas de comprobación a último nivel en los cuales se reflejaran las correcciones realizadas.
- En su caso, la totalidad de las facturas y hojas membretadas que ampararan los promocionales en televisión, con todos los requisitos señalados en la normatividad, de manera impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente, las cuales deberían coincidir con lo estipulado en el contrato de referencia.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 11.1, 12.10 incisos a) y c), 12.17, inciso c), 12.18, 15.2, 17.2, inciso c), 17.5, inciso a) y 19.2 del Reglamento de mérito.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada.

En consecuencia, al presentar pólizas contables, hojas membretadas y contratos que en sus respectivos importes no coinciden entre sí y al no presentar las aclaraciones correspondientes, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.18, 15.2, 17.2, inciso c), 17.5, inciso a) y 19.2 del Reglamento de mérito.

- ◆ De la revisión a la cuenta “Gastos en Televisión”, se observó el registro de una póliza contable que presentaba como parte de su soporte documental hojas membretadas por la transmisión de spots por \$873,047.80; sin embargo, de la verificación a los testigos presentados, se identificó que correspondían a la candidata a Senadora plurinominal Irma Martínez. A continuación se detalla el caso en comento:

REFERENCIA CONTABLE	CONTRATO			VERSIÓN DEL SPOT	IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
	NÚMERO	FECHA	PROVEEDOR			
PD 5027/05-06	DF-060781	16-05-06	Televisa, S.A. de C.V.	“El Balazo”	\$873,047.80	79

En consecuencia, se le solicitó al partido lo siguiente:

- Indicar el motivo por el cuál consideró la erogación señalada en el cuadro que antecede, como un gasto de la campaña federal de Senadores aún cuando la Senadora era candidata de Representación Proporcional.
- Indicar las campañas de Mayoría Relativa beneficiadas con el gasto.
- Presentar las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) y 49-A, párrafo 1, inciso b), fracción III del Código

Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, omitió presentar aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$873,047.80.

En consecuencia, al realizar gastos que no corresponden a rubros relativos a campañas electorales, el partido incumplió lo dispuesto en el artículo 49-A, párrafo 1, inciso b), fracción III del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

- ◆ Al revisar la cuenta “Gastos en Televisión”, se observó el registro de pólizas contables que presentaban como soporte documental facturas, por conceptos que no correspondían a la transmisión de spots en televisión, los cuales fueron reclasificados a las cuentas correspondientes; sin embargo, el partido omitió presentar las muestras de las versiones de los promocionales. A continuación se detallan los casos en comento:

COMITÉ	REFERENCIA CONTABLE	FACTURA			IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO	REFERENCIA
		NÚMERO	FECHA	PROVEEDOR			
Junta Ejecutiva Nacional	PD-6017/06-06	1527	02-06-06	Titra Producciones, S.A. de C.V.	\$2,070,000.00	78	(1)
	PD-6012/06-06	301	19-09-06	Alejandro Torres Parra	46,000.00		(2)
Subtotal					\$2,116,000.00		

COMITÉ	REFERENCIA CONTABLE	FACTURA				IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO	REFERENCIA
		NUMERO	FECHA	PROVEEDOR	CONCEPTO			
Presidente	PE-2/02-06	50	23-01-06	Producciones Carbajo, S.A. de C.V.	Producción en 35 mm. para 3 spots de T.V. lanzamiento campaña "Campa Presidente"	\$1,106,300.00		(2)
	PE-4/02-06	105	23-01-06		20 copias en DVD Spot marionetas volumen spot marionetas 30" y cápsula IFE 3, producción cápsula IFE 3 post-producción spot marionetas 30". Grabación Hotel Fontane sesión fotográfica "Roberto Campa"	183,425.00		(2)
	PE-5/02-06	192	20-06-06		Edición: diseño gráfico, producción de originales y digitalización del partido Nueva Alianza "campaña presidencial"	480,000.00		(2)
	PD-11/02-06	107	30-05-06		Producción entrenamiento de medios, producción de spot comercial 20 segundos "Tijuana" post-producción gira candidato 1 volumen y copiado de materiales para spots y distribución regional.	1,247,500.00		(1)
Presidente	PD-17/04-06	114	30-05-06	Producciones Carbajo, S.A. de C.V.	Producción de cápsula de t.v., 4 paquetes de cámara, 4 camarógrafos, 3 plasma walls, iluminación, foro, 4 asistentes de cámara, 1 dolly, 1 grúa 12 metros, 1 escenografía, 8 personal de staff, 1 audio y micrófonos y alimentación.	897,000.00		(2)
	PD-18/04-06	110	30-05-06		Producción spot t.v.; 1 paquete de cámara HD, 1 fotógrafo, 1 asistente de foto, iluminación, 1 foro, 4 staf, 1 dolly, 1 estenografía, 1 sonido directo, 1 video asist, 1 alimentación, 1 personal de producción y planta de luz.	598,000.00		(2)

COMITÉ	REFERENCIA CONTABLE	FACTURA				IMPORTE	CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO	REFERENCIA
		NUMERO	FECHA	PROVEEDOR	CONCEPTO			
	PD-19/04-06	115	30-05-06		Producción video clip; 8 días de cámara digital, 8 días de fotógrafo, 8 días de asistente de foto, 8 días de director, 8 días de 1 staf, 8 días de producción, 1 material de video assist, 1 edición y post-producción.	373,750.00	78	(2)
Subtotal						\$4,885,975.00		
SONORA DISTRITO 5	PE-24/06-06	1087	09-06-06	Moreno Yepiz Luis Carlos	1 Producción de spot de televisión de 20 segundos para la campaña de José Humberto López Caballero por la Diputación por el 5to. Distrito. 1 Producción de spot de radio de 20 segundos para la campaña de José Humberto López Caballero por la Diputación por el 5to. Distrito.	\$20,125.00		(2)
TOTAL						\$7,022,100.00		

En consecuencia, se le solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las muestras de las versiones de los promocionales.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.11, inciso e) y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, mediante escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido manifestó lo que a continuación se transcribe:

“(...) se presenta un CD con la versiones de los promocionales Marionetas y Tijuana.”

De la verificación al CD presentado, se constató que contiene los testigos de las versiones “1 de 3”, “Laura Herrejón”, “Víctor Estrada”, “Genérico”, “Balazo” y “Tijuana Valores”, por tal razón respecto de los importes señalados con (1) en la columna “Referencia” del cuadro que antecede, la observación se consideró subsanada por un importe total de \$3,317,500.00.

Por lo que se refiere a los importes señalados con (2), en la columna “Referencia” del cuadro que antecede por un total de \$3,704,600.00 el partido omitió presentar las muestras solicitadas y tampoco realizó aclaración alguna.

En consecuencia, al no presentar las muestras de las versiones de los promocionales por un total de \$3,704,600.00, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.11, inciso e) y 19.2 del Reglamento de la materia.

- ◆ Adicionalmente, respecto del Distrito 5 del Estado de Sonora, el partido presentó la póliza de ajuste EAJ-3/06-06 por un importe de \$20,125.00; sin embargo, de la verificación a la balanza de comprobación al 30 de junio de 2006, presentada por el partido, no se localizó el registro contable de la reclasificación referida en el punto anterior. (Conclusión 77 del Dictamen Consolidado)

En consecuencia, se le solicitó al partido presentar lo siguiente:

- La reclasificación correspondiente al Distrito 5 del Estado de Sonora.
- Las pólizas, los auxiliares contables y las balanzas de comprobación a último nivel, donde se reflejaran las correcciones en comento.
- Los informes de campaña debidamente corregidos, en medio impreso y magnético.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.11, inciso e), 12.18, 15.2, 15.3, 19.2, 24.1 y 24.3 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$20,125.00.

En consecuencia, al no registrar la reclasificación a la cuenta solicitada, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.18, 19.2, 24.1 y 24.3 del Reglamento de la materia.

Monitoreo de Promocionales Transmitidos en Televisión

En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 12.19 del Reglamento en la materia y al “Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral (CG197/2005) que presenta la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas por el que se instruye a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos que contrate los servicios de empresas especializadas para la realización de monitoreos de los promocionales que los partidos políticos difundan a través de la radio y la televisión, (...) durante las campañas electorales correspondientes al Proceso Electoral Federal 2005-2006”, aprobado en sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el 30 de septiembre de 2005 y publicado en el Diario Oficial de la Federación el 7 de noviembre del mismo año, el Instituto Federal Electoral realizó un monitoreo de la propaganda de campaña de los partidos políticos y coaliciones transmitida en televisión. Lo anterior, con el propósito de llevar a cabo una compulsa de la información monitoreada contra los promocionales reportados y registrados por el

partido, en términos de los artículos 49-A, párrafo 1, inciso b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 12.10 y 17.2, inciso c) del Reglamento de la Materia.

Para la realización del monitoreo de los promocionales transmitidos por los partidos políticos y coaliciones a través de la televisión, el Instituto contrató los servicios de la empresa especializada IBOPE AGB MÉXICO, S. A. de C. V.

El método empleado para el monitoreo de promocionales transmitidos en televisión fue el siguiente:

- a) Se contrató a la empresa especializada para la realización de un monitoreo muestral de los promocionales transmitidos por los partidos políticos y coaliciones a través de la televisión, por el periodo del 19 de enero al 28 de junio de 2006.
- b) Las plazas y siglas monitoreadas, que aparecen dentro del sistema “Spot Locator” son las siguientes:

NUM	PLAZA	SIGLAS
1	ACAPULCO	XHACC-TV
2	ACAPULCO	XHACG
3	ACAPULCO	XHACZ
4	ACAPULCO	XHAL
5	ACAPULCO	XHAP-TV
6	ACAPULCO	XHIE
7	CANCUN	XHAQR
8	CANCUN	XHCCQ
9	CANCUN	XHCCU-TV
10	CANCUN	XHNQR
11	CANCUN	XHQRO
12	CD. JUAREZ	CNNESP
13	CD. JUAREZ	DICHAN
14	CD. JUAREZ	ESPN
15	CD. JUAREZ	FOX
16	CD. JUAREZ	FOXSP0
17	CD. JUAREZ	KINT
18	CD. JUAREZ	TELEMU
19	CD. JUAREZ	TNT
20	CD. JUAREZ	XEJ
21	CD. JUAREZ	XEPM
22	CD. JUAREZ	XHCJE
23	CD. JUAREZ	XHCJH

NUM	PLAZA	SIGLAS
24	CD. JUAREZ	XHIJ-TV
25	CD. JUAREZ	XHJCI
26	CD. JUAREZ	XHJUB-TV
27	CULIACAN	XHBT
28	CULIACAN	XHCUA-TV
29	CULIACAN	XHCUI
30	CULIACAN	XHDO
31	CULIACAN	XHQ-TV
32	CULIACAN	XHSIN
33	DISTRITO FEDERAL	CABLES
34	DISTRITO FEDERAL	CNNE
35	DISTRITO FEDERAL	DICHAN
36	DISTRITO FEDERAL	EXATV
37	DISTRITO FEDERAL	FOXCHA
38	DISTRITO FEDERAL	FOXSP0
39	DISTRITO FEDERAL	FSPOTM
40	DISTRITO FEDERAL	MCIN2
41	DISTRITO FEDERAL	MCMVS
42	DISTRITO FEDERAL	MPRE2
43	DISTRITO FEDERAL	MPREMV
44	DISTRITO FEDERAL	MTV
45	DISTRITO FEDERAL	TNT
46	DISTRITO FEDERAL	UNIVCH
47	DISTRITO FEDERAL	XEIMT-TV
48	DISTRITO FEDERAL	XEIPN-TV
49	DISTRITO FEDERAL	XEQ
50	DISTRITO FEDERAL	XEW-TV
51	DISTRITO FEDERAL	XHDF-TV
52	DISTRITO FEDERAL	XHGC-TV
53	DISTRITO FEDERAL	XHIMT-TV
54	DISTRITO FEDERAL	XHTV-TV
55	DISTRITO FEDERAL	XHTVM-TV
56	DISTRITO FEDERAL	ZAZ
57	GUADALAJARA	XEDK
58	GUADALAJARA	XEWO
59	GUADALAJARA	XHG-TV
60	GUADALAJARA	XHGA
61	GUADALAJARA	XHGUE
62	GUADALAJARA	XHJAL
63	GUADALAJARA	XHSFJ-TV
64	HERMOSILLO	XEWH-TV
65	HERMOSILLO	XHAK-TV
66	HERMOSILLO	XHHES
67	HERMOSILLO	XHHMA
68	HERMOSILLO	XHHO
69	HERMOSILLO	XHHSS
70	LEON	XHCCG

NUM	PLAZA	SIGLAS
71	LEON	XHLEJ
72	LEON	XHLGG
73	LEON	XHLGT-TV
74	LEON	XHMAS
75	MERIDA	XHDH-TV
76	MERIDA	XHMEN
77	MERIDA	XHMEY
78	MERIDA	XHST-TV
79	MERIDA	XHTP
80	MERIDA	XHY-TV
81	MEXICALI	XHAQ
82	MEXICALI	XHBC-TV
83	MEXICALI	XHBM
84	MEXICALI	XHEX
85	MEXICALI	XHILA-TV
86	MEXICALI	XHMEE
87	MONTERREY	XEFB
88	MONTERREY	XET
89	MONTERREY	XHAW-TV
90	MONTERREY	XHCNL-TV
91	MONTERREY	XHFN-TV
92	MONTERREY	XHMOY
93	MONTERREY	XHWX
94	MONTERREY	XHX
95	MORELIA	XHBG
96	MORELIA	XHBUR
97	MORELIA	XHCBM
98	MORELIA	XHFX
99	MORELIA	XHKW
100	PUEBLA	XEX
101	PUEBLA	XHATZ
102	PUEBLA	XHP-TV
103	PUEBLA	XHPUE-TV
104	PUEBLA	XHPUR-TV
105	PUEBLA	XHTEM
106	PUEBLA	XHTM
107	QUERETARO	XEZ
108	QUERETARO	XHQ CZ-TV
109	QUERETARO	XHQUE
110	QUERETARO	XHQUR-TV
111	QUERETARO	XHZ
112	SAN LUIS POTOSI	XHCLP
113	SAN LUIS POTOSI	XHDD
114	SAN LUIS POTOSI	XHDE-TV
115	SAN LUIS POTOSI	XHSLA
116	SAN LUIS POTOSI	XHSLT
117	SAN LUIS POTOSI	XHSLV-TV

NUM	PLAZA	SIGLAS
118	TIJUANA	CARTOO
119	TIJUANA	CNNESP
120	TIJUANA	DICHAN
121	TIJUANA	ESPN
122	TIJUANA	FOX
123	TIJUANA	FOXSP0
124	TIJUANA	TNT
125	TIJUANA	TVC
126	TIJUANA	XEWT-TV
127	TIJUANA	XHAS-TV
128	TIJUANA	XHBJ
129	TIJUANA	XHJK-TV
130	TIJUANA	XHTIT
131	TIJUANA	XHUA
132	TOLUCA	XEQ-TV
133	TOLUCA	XHGEM-TV
134	TOLUCA	XHLUC-TV
135	TOLUCA	XHTOK
136	TOLUCA	XHTOL
137	TOLUCA	XHXEM
138	TORREON	XELN
139	TORREON	XHGDP
140	TORREON	XHGZP
141	TORREON	XHO
142	TORREON	XHOAH-TV
143	TORREON	XHTOB
144	VERACRUZ	XHAH
145	VERACRUZ	XHAI-TV
146	VERACRUZ	XHAJ
147	VERACRUZ	XHCLV
148	VERACRUZ	XHCPE
149	VERACRUZ	XHIC
150	VILLAHERMOSA	XHLL
151	VILLAHERMOSA	XHTVL-TV
152	VILLAHERMOSA	XHVHT-TV
153	VILLAHERMOSA	XHVIH
154	VILLAHERMOSA	XHVIZ

c) El monitoreo se realizó de la siguiente manera:

- Por cada promocional se registraron los siguientes datos: empresa o grupo televisivo concesionario o permisionario del canal en que se transmitió el promocional; siglas; canal; entidad; plaza; versión; fecha; hora; duración; programa; nombre del candidato; partido o coalición y el tipo de campaña.

- Se utilizó el procedimiento de grabación conocido como hora 25 que inicia a las 24:00:01 y concluye a las 25:59:59 horas, que representa las 00:00:01 hasta la 01:59:59 horas del día siguiente. Esta forma de identificar la grabación es convencional entre anunciantes y televisoras y permite con facilidad realizar el proceso de compras y conciliación de inversión publicitaria, así como compararlo con las bases de datos de preferencias de audiencia de televisión. La industria publicitaria y Centrales de Medios lo utilizan como un estándar de monitoreo según lo explica el proveedor.
- Se hizo un archivo videográfico con estas grabaciones lo que permitió la continuidad del video; se generó una solución consistente en una base de datos que aglutinó todos los spots dentro de su contexto de transmisión realizando grabaciones de cinco minutos, contando así, además de la transmisión del “promocional”, con un “testigo” que permite constatar el programa de televisión en que fue transmitido, los comerciales y/o los cortes de la emisión.
- Con el acopio de registros se integró una base completa de los promocionales monitoreados, en archivos en hoja de cálculo Excel.
- Se cuenta con un sistema de localización y consulta de testigos de promocionales denominado ‘Spot Locator’, que permite consultar y localizar todos y cada uno de los testigos y/o promocionales monitoreados.

El monitoreo registró los promocionales transmitidos, de la manera siguiente:

- Los canales 2, 5, 7, 9 y 13 son canales conocidos como “Nacionales”, los cuales tienen cobertura en toda la República, es decir, en todas las ciudades monitoreadas tienen una repetidora; al efecto, las televisoras publican sus tarifas de comercialización en las que especifican que estos canales son nacionales y cuáles son sus estaciones repetidoras (Sigla y Plaza), de donde se desprende que el concepto de repetidora implica la transmisión idéntica de la programación a la de la ciudad de origen.

- Existen canales conocidos como repetidoras instantáneas, que son aquellas que replican a los canales nacionales casi simultáneamente. Estos son distintos a los señalados en el punto anterior.
- Existen estaciones que repiten la totalidad de la programación de origen o sólo parte de la programación, según lo contratado.
- Existen televisoras locales que cuentan con su programación y sus anuncios propios; tienen en ocasiones un horario en el cual se enlazan con otra estación para retransmitir, en su mayoría, noticieros o programas especiales, transmitiendo sus anuncios locales; y en algunas ocasiones, dejan pasar los promocionales que fueron transmitidos en la estación original.

Ahora bien, tomando en consideración lo establecido por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en la sentencia recaída al expediente SUP-RAP 046/2007, en el sentido de dar vista al partido con el **ejercicio de conciliación** realizado y especificar **los promocionales monitoreados que no encuentran coincidencia con los reportados**, a efecto de que el partido estuviera en posibilidad de subsanar las deficiencias u omisiones detectadas, mediante oficio STCFRPAP/2412/07, de fecha 10 de diciembre de 2007, se le comunicó lo siguiente:

C. Bases de Datos

Tomando en consideración que dentro del procedimiento de revisión de los Informes de Campaña se detectaron diversas cuestiones técnicas del monitoreo que fueron advertidas tanto por la autoridad electoral, como por los entes sujetos a fiscalización, fue importante destacar que las bases de datos utilizadas para la conciliación atienden las siguientes cuestiones que fueron planteadas por los representantes de los partidos políticos ante el Consejo General a través del escrito sin número de fecha 17 de abril de 2007, a saber:

- i) *Vallas contratadas en estadios de fútbol.*
- j) *Promocionales repetidos en dos o más ocasiones.*

- k) *Promocionales que derivan de interferencias de bandas o casos en los que no funcionan los bloqueos de las concesionarias.*
- l) *Horas de transmisión inexistentes tales como la “hora 25”.*
- m) *Promocionales contabilizados en más de una ocasión, sin tomar en cuenta que se trata del mismo spot transmitido en varias ocasiones por las distintas repetidoras en las entidades de la República Mexicana.*
- n) *Promocionales que se contabilizan como diversos, no obstante que se trata del mismo spot, pero transmitido en distinta hora como consecuencia de los diversos husos horarios que existen en el país.*
- o) *Promocionales adquiridos por el Instituto Federal Electoral.*
- p) *Promocionales de elecciones locales.*

A continuación se detalla la forma en la que se atendieron las observaciones antes señaladas:

- i) *Vallas contratadas en estadios de fútbol.*

Considerando el gasto reportado por los partidos en el rubro “Anuncios Espectaculares”, este tipo de propaganda no forma parte de los registros de la base de datos de la conciliación.

- j) *Promocionales repetidos en dos o más ocasiones.*

Cada uno de los promocionales de la base de datos del monitoreo cuenta con un registro único, el cual al verificar las variables, partido, fecha, siglas, hora (incluyendo hora, minuto y segundos), plaza, no cuenta con registros idénticos pues, por lo menos los segundos no pueden ser idénticos.

- k) *Promocionales que derivan de interferencias de bandas o casos en los que no funcionan los bloqueos de las concesionarias.*

Tomando en consideración el procedimiento de conciliación de lo reportado por los partidos y lo observado por el monitoreo, en concreto el procedimiento diseñado para la eliminación de repetidoras esta hipótesis queda sin efectos. Lo anterior, toda vez que si alguna banda interfiere la de otra y, en consecuencia se tiene dos registros similares uno de ellos se concilia con el observado y los subsecuentes son descargados. Esta situación también es aplicable a los casos en los que no se realizaron los bloqueos pues, el procedimiento de conciliación identifica las posibles repetidoras, independientemente de los esquemas de comercialización entre los concesionarios.

l) Horas de transmisión inexistentes tales como la “hora 25”.

Aun cuando por cuestiones técnicas de la industria publicitaria el procedimiento de grabación de los monitoreos inicia a las 24:00:01 y concluye a las 25:59:59 horas del día siguiente, criterio que no obstaculiza la conciliación, con la finalidad de aclarar la utilización de la denominada hora 25, se tomó en consideración la hora estándar para realizar la conciliación. En consecuencia, los horarios corren de las 00:00:01 a las 24:00:00 horas.

m) Promocionales contabilizados en más de una ocasión, sin tomar en cuenta que se trata del mismo spot transmitido en varias ocasiones por las distintas repetidoras en las entidades de la República Mexicana.

Los promocionales considerados como atribuibles a repetidoras fueron debidamente identificados y conciliados con su posible original, con independencia del número de repetidoras. Así, anexo al oficio se encontró la información atinente a los promocionales clasificados como “posibles originales” y “posibles repetidoras”. En estos casos se logró conciliar un promocional observado por el monitoreo con dos o más promocionales reportados por el partido que presenten identidad en las variables fecha, hora y programa.

n) Promocionales que se contabilizan como diversos, no obstante que se trata del mismo spot, pero transmitido en distinta hora como consecuencia de los diversos husos horarios que existen en el país.

Esta observación fue atendida mediante un proceso automatizado de selección de los promocionales que atiende a +/- 3 horas en razón de los diferentes husos horarios, montaña, centro y pacífico.

o) Promocionales adquiridos por el Instituto Federal Electoral

Se elaboró un reporte de los promocionales adquiridos por el Instituto Federal Electoral, el cual se utilizó para descargar de la base de datos del monitoreo tanto los originales como los transmitidos a través de repetidoras.

p) Promocionales de elecciones locales

Tomando en cuenta el contenido de las versiones observadas por el monitoreo y los criterios de clasificación establecidos por la Comisión de Fiscalización, los promocionales que corresponden a elecciones locales concurrentes, es decir, los que únicamente refieren a candidatos no federales y que no encuadran en las clasificaciones de “promocional genérico”, “promocional genérico mixto” no se consideraron para la conciliación.

Ahora bien, para efectos de atender a cabalidad lo establecido por la Sala Superior del Tribunal Electoral, a continuación se detallan las bases de datos y los procedimientos diseñados para la conciliación de los promocionales observados por el monitoreo y los reportados por el partido.

4. La Comisión de Fiscalización analizó la información contenida en tres bases de datos:
 - a. La primera base de datos contiene la información de los promocionales transmitidos en televisión en 20 plazas del país, mismos que fueron monitoreados por la empresa IBOPE y respecto de los cuales se cuenta con la evidencia en audio y video.
 - b. La segunda base de datos contiene la información de los promocionales contratados y pagados por el Instituto Federal Electoral, en adelante IFE. Esta base de datos fue generada por la Dirección de Radiodifusión de la Dirección Ejecutiva de

Prerrogativas y Partidos Políticos del IFE, con base en las pautas de compra acordadas por la Comisión de Radiodifusión.

- c. La tercera base de datos considera la información sobre los **promocionales que el partido reportó** dentro de sus Informes de Campaña 2006, así como todo aquello que complementó dentro del procedimiento de revisión de dichos informes y que entregó hasta antes del 21 de mayo de 2007. Esta base de datos fue generada por la Dirección de Análisis de Informes Anuales y de Campaña de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos del IFE y que tiene sustento en las facturas y hojas membretadas originales presentadas por el partido político.

5. Husos horarios, hora 25 y programa:

- a. La variable Hora registró la hora local de transmisión, por tanto, la base incluye registros con tres husos horarios diferentes: la hora del pacífico, la hora de la montaña y la hora del centro. Este problema se soluciona considerando un rango de +/- 3 en la hora de transmisión del promocional.
- b. En la base de los promocionales monitoreados, entregada por IBOPE aparecen registros con hora 24:00:01 a 24:59:59 y 25:00:01 a 25:59:59 que son equivalentes a las 00:00:01 a 00:59:59 y 01:00:01 a 01:59:59 del día siguiente. Para solucionar este problema se homogeneizó el horario creando una variable adicional, denominada hora estándar en la que el horario se establece en un rango que va de las 00:00:01 a 24:00:00 horas por día. Este variable se aplicó para las tres bases utilizadas en el proceso de conciliación: la base de promocionales monitoreados, la base de promocionales pagados por el IFE y la base de promocionales reportados por el partido político.
- c. Para contar con todo el detalle de la variable programa para el caso de televisión, se construyó una nueva variable en la que se homogeneizaron los nombres de los programas. Es importante mencionar que las adiciones que se hicieron no se realizaron directamente en la base del Spot Locator instalada por IBOPE, sino que se construyó una base de datos alterna en la que se fijaron

todos los registros y se agregó un catálogo de programas para homogeneizar la información contenida en la base.

6. Promocionales reportados dos o más veces por el partido político
 - a. La generación de la base de datos de los promocionales reportados por el partido permitió a esta autoridad detectar promocionales reportados en dos o más ocasiones, es decir, los casos en los que un mismo promocional se repitió dentro de las hojas membretadas entregadas por el partido.
 - b. Los promocionales “duplicados” (dos o más con la misma información) que fueron detectados, se utilizaron para conciliar considerando la posibilidad de que el partido político pudiera comprar más de un promocional en el mismo bloque comercial.

D. Sistema de Conciliación

La conciliación se realizó tomando como base la información presentada por el partido mediante los siguientes escritos:

OFICIO DE ERRORES Y OMISIONES		RESPUESTA DEL PARTIDO	
FECHA	NÚMERO DE OFICIO	FECHA	NÚMERO DE ESCRITO
07-MAR-07	STCFRPAP/434/07	23-MAR-07	NA-JEN-CEF-022/07
30-MAR-07	STCFRPAP/605/07	17-ABR-07 26-ABR-07 11-MAY-07 15-MAY-07	NA-JEN-CEF-033/07 NA-JEN-CEF-036/07 NA-JEN-CEF-044/07 NA-JEN-CEF-046/07

Con la información proporcionada mediante los escritos antes señalados, se generó una base de datos de los promocionales reportados por el partido, la cual fue compulsada con los datos del monitoreo de promocionales transmitidos en televisión.

Es importante destacar que dentro del procedimiento de revisión de los informes de campaña, así como dentro del periodo para la elaboración del dictamen respectivo, el partido entregó diversa información y documentación la cual fue considerada para la

realización del ejercicio de conciliación. Lo anterior, tomando en consideración que a fojas 144 de la sentencia SUP-RAP-46/2007 se establece:

Adicionalmente, se considera igualmente necesario, que para la debida reparación de la garantía de audiencia (...) debe dar vista al inconforme con el resultado del ejercicio de conciliación de los promocionales, así como con las constancia, actuaciones y determinaciones realizadas para ese efecto y que sirvan de base a él (...).

Ahora bien, para la conciliación de los promocionales reportados por el partido con los promocionales monitoreados se llevaron a cabo siete procedimientos para detectar cinco conjuntos:

- VI. Promocionales acreditados;
- VII. Repetidoras de promocionales acreditados;
- VIII. Promocionales reportados y no detectados por el monitoreo;
- IX. Promocionales no reportados; y
- X. Repetidoras de promocionales no reportados.

Los siete procedimientos realizados para la determinación de los conjuntos antes señalados son los siguientes:

I. Detección de promocionales de precampañas y campañas locales que fueron monitoreados

Se detectó la existencia de promocionales transmitidos en televisión que aparecían en la base de datos del monitoreo, que resultaron relacionados con campañas locales en entidades con elecciones concurrentes y, en otros casos a precampañas de los aspirantes a alguna candidatura federal. Una vez detectados, se depuró la base de datos, eliminando los promocionales clasificados como de precampaña y de campañas locales. Estos promocionales no fueron contemplados dentro del ejercicio de conciliación.

II. Detección de promocionales contratados por el IFE

Se compararon los registros de la base de datos de los promocionales monitoreados con los de la base de datos de los promocionales contratados y pagados por el IFE.

La comparación se realizó con base en cuatro variables:

1. Fecha de transmisión del promocional;
2. Hora de transmisión del promocional;
3. Siglas de la televisora que transmitió el promocional; y
4. Plaza en la que opera la televisora que transmitió el promocional.

La forma en la que el sistema fue comparando los registros de los promocionales monitoreados con los promocionales contratados por el IFE fue la siguiente:

5. Inicialmente se buscaron los registros en los que las cuatro variables (siglas, plaza, fecha y hora) coincidieron plenamente. Estos registros fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
6. En un segundo momento se buscaron los registros en los que las variables siglas, plaza y fecha coincidieron plenamente, y en los que la hora de transmisión fue un segundo antes o un segundo después de la hora reportada por el partido político. Al igual que en el caso anterior, los registros que coincidieron en estas variables fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
7. En un tercer momento se buscaron los registros en los que las variables siglas, plaza y fecha coincidieron plenamente, y en los que la hora de transmisión fue de dos segundos antes o dos segundos después de la hora reportada. Al igual que en el caso anterior, los registros que coincidieron en estas variables fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
8. Este proceso se repitió hasta que la diferencia en la hora de transmisión y la hora reportada fue de +/- 24 horas. Es importante considerar que la fecha también se mueve debido a que al estar en los primeros minutos del día, al restarle segundos llegamos al día

anterior, lo mismo sucede en los minutos al final del día, al incrementar los segundos llegamos al día siguiente.

En este sentido, el procedimiento para conciliar los promocionales transmitidos con los pagados por el IFE fue iterativo.

III. Detección de repeticiones de los promocionales contratados por el IFE que fueron transmitidos por una televisora y que la señal se repitió en otra televisora.

El cotejo se realizó comparando de nuevo los registros de la base de los promocionales transmitidos con la base de datos de los promocionales pagados por el IFE. La diferencia con el procedimiento anterior es la siguiente:

1. La base de datos de los promocionales monitoreados que se utilizó en este segundo procedimiento no incluyó los registros de los promocionales que se descargaron en el procedimiento anterior. En otras palabras, no incluyó los promocionales transmitidos de origen que fueron pagados por el IFE.
2. La base de datos de los promocionales pagados por el IFE incluyó los promocionales que se descargaron en el primer procedimiento. Ello, con la finalidad de descargar las repetidoras de la base de datos de los promocionales monitoreados.
3. Cabe señalar que para este procedimiento se incluyeron tres nuevas variables para conciliar:
 - a. Código de Versiones del promocional,
 - b. Versión del promocional,
 - c. El programa durante el cual se transmitió el promocional.
4. Una vez que con el anterior procedimiento se detectó la versión que correspondía entre los promocionales contratados por el IFE y los promocionales monitoreados, se utilizaron dichas coincidencias, junto con el programa de transmisión para detectar los repetidos.

5. Por todo lo anterior, para detectar repetidoras, la comparación se realizó con base en siete variables:
 - a. Código de Versión del promocional,
 - b. Versión del promocional,
 - c. Programa de transmisión,
 - d. Fecha de transmisión del promocional,
 - e. Hora de transmisión del promocional,
 - f. Siglas de la televisora que transmitió el promocional,
 - g. Plaza en la que se transmitió el promocional.

6. La forma en la que el sistema fue comparando los registros de los promocionales transmitidos con los registros de los promocionales reportados fue el siguiente:
 - a. Inicialmente se buscaron los registros en los que las variables código de versiones, versión, programa, fecha y hora coincidieron plenamente y en los que las variables siglas y plaza eran diferentes. Lo anterior debido a que una repetición sólo puede hacerse en una televisora o radiodifusora diferente a la emisora original. Estos registros fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
 - b. En un segundo momento se buscaron los registros en los que las variables código de versiones, versión, programa y fecha coincidieron plenamente; y en los que la hora de transmisión fue un segundo antes o un segundo después de la hora en la que se transmitió el promocional original; y en los que las variables siglas y plaza eran diferentes en ambas bases. Al igual que en el caso anterior, los registros que cumplieron con estas condiciones fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
 - c. Este proceso se repitió hasta que la diferencia entre la hora de transmisión del promocional original y la hora de transmisión del promocional repetido fue de -3 horas o de $+24$ horas. Al igual que en el procedimiento anterior se debe considerar que al estar en un rango de hora cercano al día siguiente o al anterior, al aumentar o disminuir segundos puede cambiar también la fecha.

7. Al igual que en el primer procedimiento, el segundo procedimiento en el que se localizaron los promocionales repetidos fue iterativo.

IV. Cotejo de promocionales monitoreados que fueron reportados por el partido político dentro de los Informes de Campaña 2006.

El cotejo se realizó comparando los registros de la base de datos de los promocionales monitoreados con los de la base de datos de los promocionales que reportó el partido dentro de los Informes de Campaña 2006. Esto se hizo una vez que los promocionales contratados por el IFE ya habían sido descargados.

1. La comparación se realizó con base en cuatro variables:
 - a. Siglas de la televisora que transmitió el promocional;
 - b. Plaza en la que la televisora transmitió el promocional;
 - c. Fecha de transmisión del promocional; y
 - d. Hora de transmisión del promocional.

2. Los promocionales transmitidos originalmente y que fueron reportados por el partido político, son aquellos en los que la información de las primeras tres variables (siglas, plaza y fecha) coincidió y en los que la hora de transmisión del promocional se encontró dentro de un rango de +/- 24 horas con relación a la hora de emisión que reportó el partido político, el procedimiento fue similar al que se utilizó en la comparación de los promocionales transmitidos con los promocionales pagados por el IFE:
 - a. Inicialmente se buscaron los registros en los que las cuatro variables (siglas, plaza, fecha y hora) coincidieron plenamente. Estos registros fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.

 - b. En un segundo momento se buscaron los registros en los que las variables siglas, plaza y fecha coincidieron, y en los que la hora de transmisión fue un segundo antes o un segundo después de la hora reportada por el partido político. Al igual que en el caso anterior, los registros que coincidieron estas variables fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.

- c. En un tercer momento se buscaron los registros en los que las variables siglas, plaza y fecha coincidieron, y en los que la hora de transmisión fue de dos segundos antes o dos segundos después de la hora reportada. Al igual que en el caso anterior, los registros que coincidieron estas variables fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
- d. Este proceso se repitió hasta que la diferencia entre la hora de transmisión y la hora reportada fue de +/- 24 horas. Al igual que en el procedimiento anterior se debe considerar que al estar en un rango hora cercano al día o al día anterior al aumentar segundos puede cambiar la fecha.

El resultado de este cotejo es lo que se entregó al partido político como detalle de conciliación, es decir, contiene el detalle de cada promocional de la base de los promocionales transmitidos que coincide con la base de datos de los promocionales reportados por el partido político.

V. Detección de promocionales transmitidos en una televisora, cuya señal se repitió en otra televisora, y que se vinculan con los promocionales monitoreados y que fueron reportados por el partido político. A estos promocionales se les ha denominado como repetidoras de promocionales reportados.

El cotejo se realizó comparando de nuevo los registros de la base de los promocionales monitoreados con la base de datos de los promocionales reportados por el partido político. La diferencia con el procedimiento anterior es la siguiente:

1. La base de datos de los promocionales monitoreados que se utilizó en este segundo procedimiento no incluyó los registros de los promocionales que se descargaron en el primer procedimiento.
2. La base de datos de los promocionales que reportó el partido político incluyó solamente a los promocionales que se descargaron en el primer procedimiento. Lo anterior, con la finalidad de detectar las repetidoras de los promocionales reportados por el partido que

ya habían coincidido con alguno de la base de datos de los promocionales monitoreados.

3. Se incluyeron tres nuevas variables:

- a. Código de la Versión del promocional;
- b. Versión del promocional; y
- c. El Programa durante el cual se transmitió el promocional.

La información de estas variables se obtuvo de la base de datos de promocionales transmitidos. Lo anterior fue posible en los casos en los que, a partir del procedimiento anterior, se detectaron los promocionales monitoreados que coincidieron con alguno de los promocionales reportados por el partido.

4. Por lo anterior, la comparación para detectar repetidoras se realizó con base en siete variables:

- a. Código de Versión;
- b. Versión;
- c. Programa;
- d. Fecha de transmisión del promocional;
- e. Hora de transmisión del promocional;
- f. Siglas de la televisora que transmitió el promocional; y
- g. Plaza de la televisora que transmitió el promocional.

5. La forma en la que el sistema fue comparando los registros de los promocionales monitoreados con los registros de los promocionales reportados fue la siguiente:

- a. Inicialmente se buscaron los registros en los que las variables versión, código de versión, programa, fecha y hora coincidieron plenamente y en los que las variables siglas y plaza eran diferentes. Lo anterior debido a que una repetición sólo puede hacerse en una televisora diferente a la emisora presuntamente original. Estos registros fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
- b. En un segundo momento se buscaron los registros en los que las variables versión, código y fecha coincidieron; en los que la hora de transmisión fue un segundo antes y un segundo después de la hora

en la que se transmitió el promocional original; y en los que las variables sigla y plaza era diferente en ambas bases. Al igual que en el caso anterior, los registros que cumplieron con estas condiciones fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.

- c. Este proceso se repitió hasta que la diferencia entre la hora de transmisión del promocional original y la hora de transmisión del promocional repetido fue de -3 horas o de +24 horas. Al igual que en el procedimiento anterior se debe considerar que al estar en un rango de hora cercano al día siguiente o al día anterior, al aumentar o disminuir segundos puede cambiar también la fecha.

Es importante enfatizar que el Reglamento de Fiscalización, en su artículo 12.10, incisos a) y b), es claro al establecer que los partidos debían reportar una relación pormenorizada de cada uno de los promocionales que amparara cada factura, independientemente de que dicha difusión se realizara a través de canales de origen o repetidoras.

Con independencia de lo anterior, las repetidoras fueron descargadas de la base de datos de los promocionales monitoreados, siempre y cuando el partido hubiese reportado el original.

VI. Detección de promocionales reportados por el partido que no aparecen en la base de los promocionales monitoreados, es decir, que no fueron transmitidos.

A partir de los procedimientos identificados con los numerales I al V fue posible detectar los promocionales reportados por el partido que no aparecían en la base de datos de los promocionales monitoreados, es decir, que no tienen evidencia y se consideraban que no fueron transmitidos.

Esta base se generó depurando la base de datos de los promocionales que reportó el partido, eliminando los promocionales conciliados en los procedimientos identificados con los numerales IV y V, que coinciden con plazas y siglas monitoreadas. Dado que la autoridad cuenta con la grabación de la totalidad de transmisiones de

dichas siglas y plazas durante las campañas federales, fue posible determinar que un promocional reportado no fue transmitido.

VII. Detección de promocionales no reportados y sus repetidoras.

A partir de los procedimientos identificados del I al V se detectaron los promocionales monitoreados que no fueron reportados por el partido político, es decir, todos aquellos promocionales monitoreados que no fueron descargados de la base, se consideraban no reportados.

Adicionalmente, algunos de dichos registros pueden ser considerados como repetidoras, es decir, un mismo promocional fue transmitido por una televisora y la señal fue repetida por otra. Con la finalidad de que el partido contara con la totalidad de elementos para ejercer su derecho de audiencia, esta autoridad dio cuenta del detalle de aquellos promocionales que fueron monitoreados y que pudieran ser considerados como repetidoras.

1. Se analizó la base de datos de los promocionales no reportados por el partido y se compararon los registros con base en las siguientes variables:
 - a. Código de Versiones;
 - b. Versión;
 - c. Programa;
 - d. Fecha;
 - e. Hora;
 - f. Siglas; y
 - g. Plaza.
2. La comparación se realizó agrupando los registros en los que:
 - a. Las variables Versión, Código de Versión y Programa coincidieron;
 - b. Las variables siglas y plaza eran diferentes; y
 - c. Las variables fecha y hora estuvieron dentro de un rango de +/- 3 horas.
3. A cada grupo de registros coincidentes se les asignó un número de conjunto. Cabe señalar que existen conjuntos integrados por un

solo registro, es decir, en los que no existieron coincidencias de la base.

4. Además del número de conjunto, se incluyó la variable subconjunto en la que, para cada conjunto, se identifican los promocionales presuntamente originales y sus repetidoras.

Una vez realizados los procedimientos descritos con anterioridad se obtuvieron los siguientes resultados:

RUBRO O CONCEPTO	CIFRA	ANEXO DEL OFICIO STCFRPAP/2412/07
Promocionales monitoreados	12,547	
Precampañas y Campañas Locales	0	
Promocionales para Conciliar	12,547	
Promocionales contratados por el IFE	17	
DETALLE DE CONCILIACIÓN		
Promocionales monitoreados, que fueron reportados por el partido político	11,508	1 Impreso y CD
Monitoreados y Reportados originales	11,133	
Monitoreados y Reportados repetidoras	375	
Promocionales reportados por el partido y no observados por el monitoreo	817	2 Impreso y CD
Promocionales no Reportados	1,022	3 Impreso, CD y Evidencias grabadas en Disco Duro Externo
No Reportados Originales	941	
No Reportados Repetidoras	81	

A este respecto, es pertinente mencionar que en el cuerpo del Dictamen Consolidado, en el apartado respectivo a Nueva Alianza, así como en la Resolución CG97/2007 emitida por el Consejo General del Instituto, ambos del mes de mayo de 2007, se señala que el número de promocionales monitoreados con los que llevó a cabo la conciliación era de 12,574. Por otra parte, en el dictamen que se sometió a la aprobación del Consejo General del Instituto en la sesión del 28 de enero de 2008, en el mismo concepto, se señala un número

de 12,547. Lo anterior no representa una reducción de 27 en el número de promocionales monitoreados, sino que obedece exclusivamente a un error mecanográfico, que es apreciable fácilmente al aplicar la operación aritmética siguiente:

CONCEPTO	DICTAMEN CONSOLIDADO SESIÓN DEL CONSEJO GENERAL EL 21 DE MAYO DE 2007 Y RESOLUCIÓN CG97/2007	DICTAMEN SESIÓN DEL CONSEJO GENERAL EL 28 DE ENERO DE 2008
	TOTAL DE PROMOCIONALES DE TELEVISIÓN	TOTAL DE PROMOCIONALES DE TELEVISIÓN
PROMOCIONALES OBSERVADOS EN OFICIO STCFRPAP/430/07 DE FECHA 7 DE MARZO DE 2007	7,179	7,179
(+) ACREDITADOS MEDIANTE LA PRESENTACIÓN DE LOS INFORMES	5,368	5,368
(=) PROMOCIONALES DETECTADOS POR EL MONITOREO	12,574 (Suma errónea)	12,547 (Suma correcta)

Ahora bien a efecto de que el partido contara con mayor información respecto del contenido de los anexos antes señalados, y estuviera en posibilidad tener conocimiento fehaciente, es decir, pleno e indubitable sobre los hechos antes descritos, a continuación se procedió a detallar cada una de las variables contenidas en ellos.

ANEXO 1 del oficio STCFRPAP/2412/07.

Con la finalidad de salvaguardar la garantía de audiencia del partido, se proporcionó la totalidad de los promocionales conciliados, derivados de los promocionales detectados por el monitoreo contra los reportados por el partido en los informes de campaña, mismos que se detallaron como Anexo 1 del oficio STCFRPAP/2412/07. La tabla contenida dentro de dicho Anexo contiene el Detalle de Promocionales Conciliados y se componen de 12 variables de identificación:

- a. **NO.**, es el número consecutivo asignado a los promocionales conciliados.

- b. **FECHA**, es la que se utilizó para conciliar, derivada de la base de los promocionales monitoreados y la base de los promocionales reportados por el partido.
- c. **HORA**, es el comparativo entre la hora que reportó el partido político y la que se registro en la base IBOPE
- d. **HORA ESTÁNDAR**, es la hora que se utilizó para conciliar y que se estandarizó en todas las bases. Contiene seis dígitos y va de cero a veintitrés horas.
- e. **SIGLA**, es aquella detectada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- f. **PLAZA**, es aquella detectada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- g. **VERSIÓN**, es el nombre utilizado para clasificar los promocionales, en cada registro va aparecer el nombre que le asignó el partido político y el nombre que aparece en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- h. **PROGRAMA PARTIDO POLITICO**, en los casos que fue posible se registro el nombre del programa que los partidos políticos y coaliciones reportaron.
- i. **PROGRAMA SPOT LOCATOR**, es el nombre del programa registrado en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator, que después del proceso de conciliación se asocia con el promocional reportado.
- j. **CANDIDATO REPORTADO POR EL PARTIDO POLÍTICO**, es el nombre del candidato asignado a cada promocional, la información puede diferir porque es la información que el partido político reportó contrastada con la información contenida en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- k. **CANDIDATO PRORRATEO**, es la clasificación, que de acuerdo a los criterios de prorrateo, la Dirección de Radiodifusión asignó a cada promocional.

I. **ORIGEN**, esta variable es para identificar el origen de la información.

El Anexo 1 del oficio STCFRPAP/2412/07, se entregó en medio impreso y magnético para facilitar el manejo de la información.

ANEXO 2 del oficio STCFRPAP/2412/07.

Al cotejar los datos arrojados por el monitoreo de promocionales en televisión contra lo reportado por el partido, se observó que existen promocionales reportados que no aparecen dentro de la base de datos de los promocionales monitoreados y por lo tanto, se consideran como no transmitidos. Dichos promocionales se detallaron dentro del Anexo 2 del oficio STCFRPAP/2412/07.

Para que el partido estuviera en posibilidad de ejercer en plenitud su garantía de audiencia, se le proporcionó dicho Anexo impreso y en medio magnético. Este Anexo contiene el detalle de promocionales reportados por el partido, pero que no aparecen en la base de datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator. La tabla se compone de 10 variables de identificación, que son las siguientes:

- a. **NO.**, es el número consecutivo asignado a los promocionales.
- b. **FECHA**, es aquella que el partido político reportó.
- c. **HORA**, es aquella que el partido político reportó. La hora fue estandarizada en un rango de cero a veintitrés horas.
- d. **SIGLA**, es aquella que el partido político reportó.
- e. **PLAZA**, es aquella que el partido político reportó.
- f. **VERSIÓN**, es aquella que el partido político reportó. En muchos casos esta información no fue reportada por el partido político o coalición por lo que el campo puede estar vacío o contiene información que no es homogénea como números o claves de identificación. Fue retomada íntegramente de la información contenida en las hojas membretadas entregadas.

- g. **FACTURA**, esta información se obtuvo de la revisión de informes de campaña y la documentación presentada por el partido.
- h. **PROVEEDOR**, información que se obtuvo de la revisión de informes de campaña y de la documentación presentada por el partido.
- i. **IDENTIFICACIÓN DE SPOTS**, esta variable se creó para poder identificar los promocionales que fueron reportados por el partido, pero que no fueron localizados en la base de promocionales monitoreados y que presentan ciertas peculiaridades. Los promocionales identificados como “doble” son los que los partidos políticos y coaliciones reportaron en más de una ocasión o registro, es decir los que documentaron y en los cuales existe identidad en: FECHA, SIGLA y HORA. Adicionalmente en la variable hora no detallaban el minuto, segundo o ambos de transmisión. Aun cuando los partidos reportaron promocionales con estas características ello no impidió a la autoridad utilizarlos para el procedimiento de conciliación el cual, en estos casos, presentan algunas peculiaridades. En el anexo se detallan para el ejercicio de la garantía de audiencia los promocionales con las características antes citadas, estos promocionales son identificados como “DOBLE”. Los promocionales identificados como “ÚNICO” son aquellos que fueron reportados por el partido, pero que no fueron localizados en la base de promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator y sobre los cuales no existe otro registro que contenga la misma información en las variables: sigla, fecha y hora.
- j. **CVE.**, se proporciona una clave de identificación que permite conocer el detalle de la información. Los registros que tienen el mismo número y que están clasificados como “DOBLE” son aquellos que coinciden en fecha, hora y sigla. Existen casos que están clasificados como “DOBLE” y que en la columna clave existe un único número, es decir que no se encuentra el promocional asociado o par debido a que este fue conciliado.

Por lo anterior, se solicitó al partido que aclarara lo relativo a los

promocionales detallados dentro del Anexo 2 del oficio STCFRPAP/2412/07, con el fin de que los promocionales reportados por el partido coincidieran con lo registrado por el monitoreo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, así como en los artículos 12.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento en la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2412/07 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-104/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio de referencia, sin embargo, no manifestó aclaración alguna respecto a los 817 promocionales que reportó el partido, pero que no aparecieron en la base de datos del monitoreo en la fecha y hora reportadas.

Cabe aclarar que la autoridad electoral le notificó dichos promocionales con el objeto de que el partido aclarara la razón por la que reportó dichos promocionales, así como el gasto aparejado a la contratación de los mismos, pero, ninguno de ellos se transmitió en la fecha y hora contratadas.

Asimismo, ya que dichos promocionales fueron contratados y pagados por el partido eran susceptibles de relacionarse con promocionales que le fueron notificados al partido como no reportados y de esa manera descargar promocionales no reportados.

ANEXO 3 del oficio STCFRPAP/2412/07.

Al contrastar los datos arrojados por el monitoreo de los promocionales en televisión transmitidos por los partidos políticos y coaliciones durante las campañas electorales federales de 2006, ordenado por la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas del Instituto Federal Electoral, contra los reportados por el partido en los informes de Campaña correspondientes, de conformidad con los artículos 17.2, inciso c), 17.4, 17.5, inciso a) y 17.6 del Reglamento de la materia, se observó

que el partido no reportó la totalidad de los promocionales transmitidos.

Cabe señalar que de conformidad con los artículos 48, párrafos 1 y 13 y 49, párrafo 2, inciso g) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales así como 2.9 y 12.11, inciso a) del Reglamento de mérito: (1) es derecho exclusivo de los partidos políticos contratar tiempos en televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales, (2) los candidatos sólo podrán hacer uso de los tiempos que les asigne su partido político; (3) en ningún caso se permitirá la contratación de propaganda en televisión a favor o en contra de algún partido político o candidato por parte de terceros, incluidos los propios candidatos y (4) no podrán realizar aportaciones o donativos a los partidos políticos en dinero o especie, por sí o por interpósita persona y bajo ninguna circunstancia las empresas mexicanas de carácter mercantil.

El Anexo 3 del oficio STCFRPAP/2412/07, contiene el detalle de promocionales que no fueron conciliados y que se consideraron como **No Reportados** dentro del oficio citado. La tabla se compone de 12 variables y se encuentra dividido en 2 bloques. El primer bloque está integrado por los promocionales que tienen asociados uno o más promocionales, es decir, un original con sus posibles repetidoras. El segundo bloque contiene los promocionales que se consideraron originales y sobre los que no se detectaron promocionales asociados o repetidoras. Las 12 variables de identificación son:

- a. **NO.**, es el número consecutivo asignado a los promocionales.
- b. **FECHA**, es la registrada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- c. **HORA**, es la registrada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator. Un horario reportado por el monitoreo entre las 24:00:01 y 25:59:59 fue modificado en los anexos a un horario de las 00:00:01 a las 01:59:59 hrs. del día siguiente. Tal situación, no se modificó dentro del Spot Locator para salvaguardar la certeza, por lo que cualquier localización y consulta de testigos de promocionales de las 00:00:01 a las 01:59:59 a.m., deberá realizarse en el Spot

Locator dentro del horario de las 24:00:01 a.m. a las 25:59:59 a.m.

- d. **HORA ESTANDAR**, es la hora que se utilizó para conciliar y que se estandarizó en todas las bases. Contiene seis dígitos y va de las 00:00:01 a las 23:59:59 horas en una misma fecha.
- e. **SIGLA**, es la detectada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- f. **PLAZA**, es la detectada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- g. **VERSIÓN SPOT LOCATOR**, es el nombre que IBOPE asignó a los promocionales y es la registrada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- h. **CANDIDATO SPOT LOCUTOR**, (nomcandi) es el nombre del candidato asignado a cada promocional y es el registrado en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- i. **CANDIDATO PRORRATEO**, es la clasificación, que de acuerdo a los criterios de prorrateo, la Dirección de Radiodifusión asignó a cada promocional.
- j. **PROGRAMA**, es el nombre del programa registrado en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locator.
- k. **POSIBLES ORIGINALES/ REPETIDORAS**, cada promocional fue clasificado como presunto original o repetidora. En el primer bloque del anexo 3 del oficio STCFRPAP/2412/07, se encuentran los promocionales en los que se detectaron promocionales asociados o repetidoras. El IFE no tiene información sobre cuál es el promocional original y cuál es la repetidora por lo que se clasificaron como “posibles”. El partido debió identificar cual es el promocional original. Es importante enfatizar que el Reglamento, en su artículo 12.10, incisos a) y b), es claro al establecer que los partidos deberán reportar una

relación pormenorizada de cada uno de los promocionales que ampare cada factura, independientemente de que dicha difusión se realice a través de canales de origen o repetidoras.

- I. **CVE IDENTIFICACIÓN**, cada promocional tiene un número de identificación. Los promocionales que tienen el mismo número son los que se identifican como promocionales asociados.

Los promocionales detallados en el Anexo 3 en comento fueron clasificados conforme al punto Primero, Segundo y Séptimo del “Acuerdo de la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas del Instituto Federal Electoral, por medio del cual se establecen los criterios de prorratio que los partidos y coaliciones deberán aplicar a los promocionales y desplegados genéricos difundidos o publicados durante las campañas electorales 2006”, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 23 de junio de 2006, que en lo sucesivo se le denominará como Acuerdo de la Comisión de Fiscalización por el que se establecen criterios de prorratio de los promocionales y desplegados genéricos.

Con base en dicho Acuerdo, se entiende por promocionales o desplegados Genéricos los spots o inserciones que promuevan o inviten a votar por el conjunto de candidatos a cargo de elección popular, sin que se especifique el candidato o el tipo de campaña que promocionan y sin distinguir si se trata de candidatos a Senadores, Diputados Federales, Gobernadores, Miembros de Cabildos Municipales o de Diputados Locales. En estos casos, el nombre que aparece en dicho Anexo 3, columna “Candidato” es “NINGUNO”. Se entiende por Genéricos Federales los que promocionen a 2 o más candidatos a cargo de Elección Popular Federal y por Genéricos Mixtos aquellos casos en los que se promocionen a dos o más candidatos y se trate de campañas combinadas con candidatos federales y locales.

Los promocionales que difundieron imágenes, la voz, frases, slogans, el nombre, apellidos o apelativos de algún candidato de un partido o coalición diferente al que los contrató, fueron considerados en beneficio del partido y candidato que contendió contra aquel al que se alude en el promocional transmitido.

En consecuencia, respecto a los promocionales detallados dentro del Anexo 3 del oficio STCFRPAP/2412/07, se solicitó al partido presentar lo siguiente:

- Las pólizas con las Facturas en original, a nombre del partido, con la totalidad de los requisitos fiscales, además de señalar la campaña o campañas beneficiadas.
- Hojas membretadas que ampararan los promocionales, incluyendo todos y cada uno de los datos que establece la normatividad, en forma impresa y en medio magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente.
- Las pólizas, auxiliares contables, así como las balanzas de comprobación a último nivel, donde se reflejara el registro contable de las facturas en comento.
- En su caso, las pólizas cheque o las copias de éstos con las cuales se registró el gasto, así como copia del cheque, que haya rebasado los 100 días de salario mínimo general vigente para el Distrito Federal, que en el año 2006 equivalían a \$4,867.00.
- Contratos de prestación de servicios en los cuales consten los servicios prestados, montos, periodos contratados y características de transmisión (nacional, regional, local-repetidoras).
- En su caso, los formatos "REL-PROM" con la totalidad de los datos señalados en la normatividad, de los gastos que no se hubieran pagado (pasivos), así como el documento del proveedor que amparara dicho pasivo.
- Las correcciones que procedieran en los informes de campaña, con la finalidad de reportar la totalidad de los promocionales transmitidos en televisión, impresos y en medio magnético.
- El prorrateo correspondiente a los promocionales que beneficiaran a más de una campaña.
- Las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior de conformidad con lo establecido en los artículos 38, párrafo 1, inciso k); 48, párrafos 1 y 13; 49, párrafos 2 y 3, 49-A, párrafo 1, inciso b), fracción III; 182-A del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 2.9, 11.1, 11.7, 11.8, 11.9, 12.8, 12.10, incisos a) y c), 12.11, incisos a) y b), 12.17, inciso c), 12.18, 12.19, 15.2, 15.3, 17.1, 17.2, inciso c), 17.4, 17.5, inciso a), 17.6 y 19.2 del Reglamento de la materia, en concordancia con los puntos Primero, Segundo, Tercero, Cuarto, Quinto y Séptimo del Acuerdo de la Comisión de Fiscalización, por medio del cual se establecen los criterios de prorrateo de los promocionales y desplegados genéricos, en relación con los artículos 29 y 29-A del Código Fiscal de la Federación y 102, párrafo primero de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Para que el partido estuviera en posibilidad de realizar los trabajos solicitados, se le proporcionaron los anexos referenciados, impresos y en medio magnético.

Adicionalmente, con la finalidad de que el partido contara con las evidencias de los promocionales observados por el monitoreo y no reportados en los informes de campaña, se le proporcionaron los “testigos” de cada uno de los promocionales detectados como no reportados en el Anexo 3 del oficio STCFRPAP/2412. Los testigos se entregaron en un disco duro externo, marca *SimpleTech* con número de serie 07235390250200023 con capacidad de almacenamiento de 250 gigabytes, que contiene las evidencias de televisión, los cuales pueden ser consultados mediante cualquier programa de software que lea archivos con la terminación *.avi.

Dentro del Disco SimpleDrive se incluyó un folder denominado “**NUAL EVIDENCIAS TV**”, que contiene un archivo en excell llamado “**NUAL TV EVIDENCIAS.XLS**” con la base de datos de la totalidad de promocionales detallados dentro del Anexo 3 del oficio STCFRPAP/2412/07. En dicha tabla, las últimas 2 columnas denominadas “**ARCHIVO**” y “**ARCHIVO 1**” refieren el nombre del archivo o archivos que contienen los 5 minutos previos y los 5 minutos posteriores a la transmisión de cada promocional. Por lo tanto, para observar cada promocional el partido estuvo en posibilidad de acudir a la tabla en excell para identificar los archivos que contienen los poco más de 10 minutos de grabación por cada promocional transmitido en

televisión. La columna HORA permite identificar el lugar específico en el que se encuentra el promocional que benefició al partido político, dentro de los 10 minutos de grabación.

Asimismo, dentro del folder denominado **NUAL EVIDENCIAS TV** se encuentra la totalidad de archivos con terminación *.avi referenciados dentro de las columnas correspondientes del documento en excell.

No obstante lo anterior, la totalidad de los testigos de los promocionales observados se encontraban a su disposición para su consulta, en las oficinas de la Secretaría Técnica de la entonces Comisión de Fiscalización, conforme al Protocolo para la Consulta de los Partidos Políticos y Coaliciones al sistema “Spot Locator” Anexo 4 del oficio STCFRPAP/2412/07.

Adicionalmente se comunicó que, en caso de que el partido así lo solicitara, era posible tener acceso al sistema de conciliación detallado con anterioridad; es decir, el partido podía solicitar que se realizaran los procedimientos antes detallados o, en su caso, solicitar la realización de ejercicios de conciliación en días y horas hábiles. Para tener acceso a lo anterior, el partido debía notificar por escrito a la Secretaría Técnica de la Comisión la solicitud correspondiente, la cual debía realizar con un mínimo de veinticuatro horas de anticipación.

Cabe destacar que dentro del plazo concedido para dar respuesta al oficio de errores y omisiones, el partido no solicitó la realización de ejercicios de conciliación y tampoco solicitó la verificación de algún testigo.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2412/07 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-104/08 del 9 de enero de 2008, el partido manifestó lo que a la letra se transcribe:

“(…)

Promocionales adquiridos por el Instituto Federal Electoral

A pesar, de que la autoridad en el oficio objeto de esta contestación en el inciso g de la foja 5, hace la siguiente afirmación:

‘g) Promocionales adquiridos por el Instituto Federal Electoral

Se elaboró un reporte de los promocionales adquiridos por el Instituto Federal Electoral, el cual se utilizó para descargar de la base de datos del monitoreo tanto los originales como los transmitidos a través de repetidoras.’

Sin embargo, tal afirmación es incorrecta, ya que es falso que la metodología diseñada por la autoridad electoral para descontar los promocionales contratados por ella misma, sea apegada a los principios de certeza y de legalidad, pues resulta que en el partido JAMÁS CONTRATO CON LOS CANALES ONCE Y VEINTIDÓS, siendo que ante la afirmación de la autoridad de que existieron promocionales en dichos canales la única explicación, si es que alguna vez existieron, es que se trate de ‘originales’ y/o repeticiones de los spots contratados directamente por el propio Instituto Federal Electoral, habiendo, al menos, 56 (cincuenta y seis) casos en este supuesto. Siendo conculcatorio, como se ha señalado en repetidas ocasiones, que se imponga al partido la carga de la prueba de un hecho negativo, como lo es que ‘no contrató con CANAL 11, el canal 22 u otros similares’.

Igualmente, acontece con los espacios otorgados por los Institutos Estatales Electorales de las entidades con procesos electorales concurrentes al dos de julio de 2006. En efecto, como es sabido por esta autoridad jurisdiccional, los partidos políticos nacionales tienen acceso a tiempos de radio y televisión contratados por los Institutos Estatales Electorales que pueden ser utilizados, válida y legalmente, para transmitir promocionales y es el caso que dichos tiempos aire no son contratados por los partidos, por lo que, si la empresa IBOPE AGB MÉXICO, S.A de C.V. o el Instituto Federal Electoral no cruzan la información con sus homólogos estatales, por lógica, estarán contabilizando, como contratados por los partidos, ‘promocionales’ que en realidad fueron contratados por autoridades electorales estatales, lo que se explica y sucede porque, como ya

se ha señalado, la autoridad jamás ha precisado qué plazas (20) y cuáles canales fueron monitoreados por la empresa que contrató para la realización del servicio.

Los 58 promocionales en comento, 42 correspondientes al canal 22 y 16 del canal 11, se integran en las relaciones que se presentan en el anexo 1.

Promocionales transmitidos en Cable

En relación con la metodología seguida por la autoridad electoral en la cual se utilizó la variable 'siglas' para la conciliación, es claro que la Responsable continúa colocando al partido en estado de indefensión, pues según se desprende de las constancias de autos, el partido ocurrente se dolió de que la autoridad, reportó 'siglas' que no existen para la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, que resulta el órgano federal competente para la regulación de las frecuencias de radio y televisión, siendo que la metodología es errónea respecto del cotejo de las siglas con la información oficial publicada por dicha dependencia del Gobierno Federal.

Contrario a lo que manifiesta la autoridad en la foja 20 del oficio objeto de esta contestación, en la cual precisa lo que a la letra se transcribe:

'El Anexo 3 contiene el detalle de promocionales que no fueron conciliados...

...

Las 12 variables de identificación son:

...

e. SIGLA, es la detectada en la Base de Datos de los promocionales monitoreados, obtenida del Spot Locutor (sic).

...'

Tal situación es falsa, ya que la autoridad NO LA UTILIZA EN TODOS LOS PROMOCIONALES OBSERVADOS, limitándose en 63 (sesenta y tres) casos a señalar que se trata de CABLES, sin especificar sigla alguna y, habiendo más de 400 canales de 'Cable', este instituto político queda en absoluto estado de indefensión en detrimento de su garantía de audiencia.

La lista de los promocionales en este caso se detalla en el anexo 2.

De igual modo, se insiste, en que es especialmente gravoso para el ocurrente, que la autoridad haya notificado la lista de promocionales observados incluyendo solo (sic) las siglas de la televisora y el nombre del programa, siendo estos datos insuficientes porque lo debido y correcto es que la autoridad identifique plenamente a la empresa televisora tenedora de la concesión de la frecuencia. Es así porque es indebido que la autoridad actúe bajo la suposición de que un partido político puede y tiene acceso a la 'programación íntegra de todos los medios masivos de comunicación del país', porque no existe ninguna base de datos pública o privada, y mucho menos gubernamental, a la que un partido pueda acceder para conocer cuales son los 'programas' de radio o televisión, porque la programación de un canal no es una condición estable en ninguna empresa del ramo, en consideración a que es la propia empresa la que decide, libremente qué programas y a qué hora entran 'al aire', modificándoles arbitrariamente pues, con excepción hecha de ciertos noticieros en cadena nacional y algunos locales de varios años (sic) de transmisión, el resto de programas tiene una alta volatilidad.

Promocionales transmitidos después de las 0:00 horas

Igual explicación tienen los promocionales observados que, según establece la autoridad electoral, aparecieron entre las 00:00 y las 5:00 horas, pues es el caso que el partido Nueva Alianza JAMÁS CONTRATÓ en algún programa que se transmitiera después de las 24:00 horas de cada día, en tanto es conocido de todos que los tiempos oficiales que negocian las televisoras con la autoridad electoral, suelen ser espacios que no se encuentran dentro de (sic) las horas pico de la programación regular sino en horarios de poca audiencia.

Los 40 promocionales que se encuentran en este supuesto se integran en la relación que se presentan en el anexo 3.

Promocionales Emitidos por Repetidoras

La autoridad electoral violenta las garantías del ocurrente con su indebido procedimiento de ‘conciliación’ porque, en franca burla de las reglas de la sana lógica, llega a deducir ‘lo posible’ a partir de lo ‘improbable’, reconociendo de forma expresa que no sabe, (ni tiene como saber), cuáles promocionales son originales y cuáles son repetición de aquellos. Lo que significa que le (sic) proceso de conciliación, contra lo que previenen las leyes del país, se hizo fundado en la mera aproximación intuitiva del gobernante.

En efecto, la autoridad corrió traslado al partido con un anexo 3 que contiene el listado de diversos promocionales que, a su juicio, no habían sido reportados por el partido, señalando, en la columna ‘POSIBLES ORIGINALES/REPETIDORAS’, cuáles de esos promocionales, según su errático y arbitrario juicio, eran ‘originales’ y cuáles eran ‘repetición’ de esos originales.

“ ...

Tomando en consideración el procedimiento de conciliación de lo reportado por los partidos y lo observado por el monitoreo, en concreto el procedimiento diseñado para la eliminación de repetidoras esta hipótesis queda sin efectos. Lo anterior, toda vez que si alguna banda interfiere la de otra y, en consecuencia se tiene dos registros similares uno de ellos se concilia con el observado y los subsecuentes son descargados. Esta situación también es aplicable a los casos en los que no se realizaron los bloqueos pues, el procedimiento de conciliación identifica las posibles repetidoras, independientemente de los esquemas de comercialización entre los concesionarios.

(...)

Los promocionales considerados como atribuibles a repetidoras fueron debidamente identificados y conciliados con su posible original, con independencia del número de repetidoras. Así, anexo al presente encontrará la información atinente a los promocionales clasificados como ‘posible originales’ y ‘posible repetidoras’. En estos casos se logró conciliar un promocional observado por el

*monitoreo con dos o más promocionales reportados por el partido que presenten identidad en las variables fecha, hora y programa.
...*

Finalmente, y en relación a este punto, en la foja 21, inciso K), de su oficio objeto de esta contestación, en franca contradicción y rayando en el absurdo, la autoridad electoral afirma:

*“
...
El IFE no tiene información sobre cuál es el promocional original y cuál es la repetidora por lo que se clasificaron como ‘posibles’. El partido debe identificar cuál es el promocional original.
...”*

Siendo así, que en su ‘creencia de lo posible’ aunada a su profundo e inadmisibles desconocimiento del sector de telecomunicaciones, la autoridad incurra en la absurda afirmación de que televisoras locales de distintas entidades federativas ‘TRANSMITEN EN CADENA NACIONAL’, siendo de muy elemental cultura general (y hasta popular) que SÓLO TRANSMITEN EN CADENA NACIONAL LAS RADIODIFUSORAS CON SEDE EN LA CIUDAD DE MÉXICO DISTRITO FEDERAL.

Dicho de otro modo, si el IFE en su errático proceso de conciliación no puede distinguir para los partidos que promocional es ‘original’ y cuales son ‘repeticiones’ de aquel, en obvia deducción, tampoco puede distinguir cuáles son originales o repeticiones de sus propios promocionales; ¡lo que es mas!, si el IFE si pudo distinguir entre sus propios promocionales cuales son ‘originales’ y cuales ‘repeticiones’. ¿Porqué no puede hacer esa distinción tratándose de los promocionales de Nueva Alianza?.

Así las cosas, del listado de 1022 promocionales observados como ‘ORIGINALES’, en 692 (seis cientos noventa y dos) casos, que implican el 67.71% del total de observados, la autoridad afirma que fueron transmitidos en cadena nacional desde ciudades como Cancún, Acapulco, Puebla, Veracruz, Ciudad Juárez o similares y que en esas ciudades, en sus televisoras locales, se producen programas tales como ‘los protagonistas’, ‘los juegos olímpicos’, ‘el noticiero de Joaquín López Dóriga’, las famosa ‘telenovelas’ y hasta

los 'programas de variedades' siendo que cualquier persona, incluso las no afectadas a ver la televisión, llegarían precisa e inevitablemente a la suposición contraria a la esbozada por autoridad, de que dichos programas se producen y transmiten desde las instalaciones de las televisoras en la ciudad de México porque:

- ✓ A diferencia de las locales, si cuentan con la tecnología energética (generación de watts para la proyección y propagación de las ondas hertzianas, incluso por la vía satelital y sin guía artificial) suficiente para la transmisión que implique la cobertura del territorio nacional;
- ✓ También cuentan con los elementos humanos (actores, conductores y locutores y similares) para la producción;
- ✓ Es público y notorio que incluso las oficinas corporativas están en la capital del país, al grado que las televisoras se identifican con lugares de la ciudad de México tales como 'el Ajusco', 'San Ángel' o 'Avenida Chapultepec',
- ✓ Esas corporaciones, a diferencia de televisoras locales o las repetidoras de esas empresas nacionales, si tienen la capacidad económica para adquirir los derechos para la transmisión de programas, series o documentales, producidos por empresas televisoras extranjeras, (tales como los Simpsons, los juegos olímpicos u otros eventos deportivos similares).

Los promocionales que se encuentran es este supuesto se integran en el anexo 4.

Testigos

Adicionalmente, y no obstante, la afirmación que realiza la autoridad en la foja 23 que a la letra se transcribe

“... con la finalidad de que su partido cuente con las evidencias de los promocionales observados por el monitoreo y no reportados en

los informes de campaña, se le proporcionan los “testigos” de cada uno de los promocionales detectados.”

Tal afirmación es totalmente incierta, toda vez que de la revisión aleatoria previa que se realizó de los supuestos ‘testigos’, se pudo constatar que no existe promocionales de Nueva Alianza, situación que se evidencia en el CD que se presenta en el anexo 5. Por lo tanto, este partido desconoce si los promocionales que se piden sean aclarados, efectivamente fueron transmitidos tal y como lo afirma la autoridad. Ya que como lógica consecuencia no es posible aclarar un hecho que no se realizó”.

Del análisis a lo manifestado por el partido y de la revisión a los anexos presentados se determinó lo siguiente:

Respecto a lo manifestado por el partido **“Promocionales Adquiridos por el Instituto Federal Electoral”** aun cuando señala que fueron presuntamente contratados por el IFE o por algún Instituto Estatal Electoral, no presenta evidencia documental de su dicho.

El partido manifiesta que nunca contrató la transmisión de promocionales en los canales 11 y 22 y atribuye la contratación de los mismos al Instituto Federal Electoral o a algún Instituto Electoral Estatal.

Al respecto, la autoridad cuenta con los elementos para determinar que el Instituto Federal Electoral no contrató promocionales en los canales 11 y 22. Lo anterior en virtud de que este Instituto adquirió únicamente en las plazas y canales que el propio partido requirió a través de un escrito sin número del 19 de diciembre de 2005, signado por Pablo F. Marentes, Representante del partido ante la Comisión de Radiodifusión de este Instituto, siendo en los canales del Grupo Televisa, de acuerdo a las pautas proporcionadas por el propio partido; por lo que no se acordó contratación alguna en los canales 11 y 22. Esta situación es conocida por el partido en su calidad de integrante de dicha Comisión; razón por la cual es inaceptable que ante la imputación formulada pretenda evadir su responsabilidad con un argumento carente de sustento, máxime que conocía con anterioridad a la transmisión de los promocionales observados que el IFE no adquirió promocionales en esos canales.

Por otra parte, de la minuta de la sesión extraordinaria del 23 de febrero de 2006 del Comité de Radiodifusión del Instituto Electoral del Distrito Federal, que aparece en internet en la liga: http://www.iedf.org.mx/taip/minutas/comites/cor/2006/COR-02_240206.pdf, se desprende que la Dirección de Radiodifusión presentó una propuesta de distribución de tiempos y gasto en tres canales de televisión correspondientes al Distritos Federal. Dicha propuesta fue aprobada dentro de la sesión citada y es la siguiente:

Televisora	Inversión	Total Spots 20"	Total Spots por Partido Político
Canal 4 de Televisa	11,045,704.00	872	109
Canal 11 del IPN	1,338,876.00	240	30
Canal 22 de CONACULTA	1,378,799.40	528	66
	13,763,379.47	1640	205

Lo anterior, dado que la cobertura de los canales 4, 11 y 22 es el área metropolitana del Distrito Federal, la contratación de promocionales en estos canales la llevó a cabo el Instituto Electoral del Distrito Federal; sin embargo, contrario a lo que señala el partido, el Instituto Federal Electoral no tiene obligación de “cruzar” información con los Institutos Locales y en todo caso, con fundamento en los artículos 49-A, párrafo 1, inciso b); 182-A, párrafo 2, inciso c) del código electoral aplicable; 1.1, 2.1, 2.2, 3.10, 9.4, 17.1 y 17.6 del Reglamento de Fiscalización aplicable, el partido debió reportar los promocionales transmitidos en estos canales, como transferencias de recursos no federales en especie; es decir, era obligación del partido informar a la autoridad federal sobre la contratación de promocionales con cargo al presupuesto del Instituto Electoral del Distrito Federal, cuando los contenidos de dichos promocionales beneficiaron a las campañas electorales federales.

Por lo anterior, los promocionales no reportados que se transmitieron en los canales 11 y 22 no deben ser descargados de la base de datos de los no reportados, pues el partido estaba obligado a reportar la contratación directa o a través del Instituto local, debido a que los promocionales transmitidos beneficiaron a las campañas electorales federales y no solamente a las campañas locales.

Por lo que se refiere a los **“Promocionales Transmitidos en Cable”**, de la tabla de plazas y siglas monitoreadas se desprende que,

efectivamente, el monitoreo reportó en el Distrito Federal la sigla “CABLES”. Dicha sigla corresponde al canal de CABLE ESPN un canal que trasmite deportes de todo el mundo. Debido a que la nomenclatura de la sigla no es la correcta y con el propósito de no vulnerar los derechos del partido político, se considerarán subsanados aquellos promocionales monitoreados que aparecen con sigla CABLES en el Distrito Federal.

Referente a los “**Promocionales transmitidos después de las 0:00 horas**”, aún cuando el partido señala no haber realizado contrataciones de las 00:00 a las 05:00 hrs, esta Autoridad Electoral cuenta con las evidencias de transmisión de dichos promocionales, mismos que también fueron entregados en disco duro para su verificación.

Por lo que respecta a los “**Promocionales Emitidos por Repetidoras**”, cabe señalar que el partido estaba obligado a entregar la evidencia documental de los promocionales originales transmitidos con sus respectivas repetidoras, sin embargo a fin de determinar cabalmente las transmisiones originales se han descargado las repetidoras en la base de los promocionales no reportados y por lo tanto, el partido es responsable únicamente por aquellos promocionales transmitidos en televisión, que no reportó a la autoridad electoral, considerados como originales.

Tomando en consideración las evidencias arrojadas por el monitoreo y la información reportada por el partido en sus informes de campaña, la autoridad electoral no tiene forma de conocer cuál fue la señal originalmente contratada, pues de la información proporcionada por el partido, se desprende que la señal pudo ser contratada en el Distrito Federal para repetirse en las 32 plazas del país; sin embargo, también se encuentran promocionales originalmente contratados en alguna televisora de alguna entidad federativa, cuya señal se retransmite en otra plaza de otra entidad federativa.

En el caso de los promocionales no reportados, al no tener la documentación que los ampara, derivado de la falta de presentación de hojas membretadas por parte del partido, la autoridad está imposibilitada para conocer el origen de la señal. En ese sentido, mediante el sistema de conciliación se logró que el primero que se

encuentra, se considera original y los subsecuentes, se descargaron dándoles el tratamiento de repetidoras. Lo anterior no implica que los promocionales considerados originales, lo sean en realidad; sino que existe un promocional que trae aparejadas un número de repetidoras, las cuales son descargadas a efecto de que sólo uno sea atribuido al partido.

Por último, referente a lo manifestado por el partido sobre los “**Testigos**”, estos fueron proporcionados en disco duro externo que como se señaló en las columnas “Archivo” y “Archivo 1” refieren el nombre del archivo que contiene los 5 minutos previos y los 5 minutos posteriores a la transmisión. A continuación se indica el archivo en el cual el partido señala no localizar la evidencia:

EVIDENCIAS ENTREGADAS EN MEDIO MAGNÉTICO POR EL PARTIDO	EVIDENCIAS ENTREGADAS EN DISCO DURO EXTERNO (RELACIONADOS EN HOJA DE CALCULO EXCEL)	
	ARCHIVO	ARCHIVO 1
Cmas172-20060624-225000-225500	cmas172-20060624-225500-230000	cmas172-20060624-225000-225500
Esp.-20060224-222500-223000	espn-20060224-222000-222500	espn-20060224-222500-223000
ipn11-20060508-224500-225000	ipn11-20060508-225000-225500	ipn11-20060508-224500-225000
Tvsa02-20060620-172000-172500	tvsa02-20060620-171500-172000	tvsa02-20060620-172000-172500
Tvsa04-20060612-235500-000000NADA	tvsa04-20060614-000000-000500	tvsa04-20060612-235500-000000
Tvsa04-20060624-171000-171500NADA	tvsa04-20060624-170500-171000	tvsa04-20060624-171000-171500

Como se puede apreciar, el partido presentó las evidencias del “Archivo 1”, sin embargo, al verificar las evidencias señaladas en la columna “Archivo”, sí se detectaron las evidencias. Dentro del oficio se le explicó a detalle la forma en la que el partido podía consultar los testigos de los promocionales no reportados, por lo que la autoridad le proporcionó los videos y explicó el mecanismo de consulta.

Tomando en consideración la documentación y aclaraciones presentadas por el partido mediante el escrito NA-JEN-CEF-104/08, la autoridad se dio a la tarea de ejecutar varios procedimientos con los siguientes objetivos:

- I. Detección y descarga de los promocionales considerados como repetidoras de promocionales reportados.
- II. Descarga de los promocionales que son repetidoras de otros que aparecen en la misma base de los promocionales no reportados.

- III. Cotejo de los promocionales no reportados con los 817 promocionales considerados reportados y no observados por el monitoreo.
- IV. Detección de aquellos promocionales cuyos testigos presentan algún tipo de falla técnica de grabación dentro del sistema “Spot Locator”.

I. Detección y descarga de los promocionales considerados como repetidoras de promocionales reportados.

Se llevó a cabo un análisis minucioso de los 1,022 promocionales considerados como no reportados, Anexo 3 del oficio STCFRPAP/2412/07, que resultaron de la Primera Fase, con la finalidad de ampliar los rangos para detectar posibles repetidoras, de tal forma que únicamente se tome en consideración para efectos del presente Dictamen, la transmisión de aquellos promocionales considerados originales, es decir, aquellos que pudieron ser contratados en forma individual, independientemente de que la señal de una misma versión se hubiese transmitido en otra plaza y otras siglas, pero en la misma fecha. Esto se hace así, pues se toma en cuenta que por los esquemas de comercialización que ofrecen las televisoras, un promocional que se transmite en un canal y plaza, puede ser transmitido a la misma hora y hasta con diferencia de minutos, en otro canal y plaza.

Para este procedimiento se realizó lo siguiente, que consiste en una variación del procedimiento V de la Primera Fase:

El cotejo se realizó comparando de nuevo los registros de la base de los promocionales considerados no reportados con la base de datos de los promocionales reportados por el partido.

1. La base de datos de los promocionales que reportó el partido incluyó solamente a los promocionales que se descargaron en el procedimiento IV de la primera fase. Lo anterior, con la finalidad de detectar las repetidoras de los promocionales reportados por el partido, que ya habían coincidido con alguno de la base de datos de los promocionales monitoreados.

2. Por lo anterior, la comparación para detectar repetidoras se realizó con base en las siguientes variables:
 - a. Código de Versión;
 - b. Versión;
 - c. Grupo;
 - d. Fecha de transmisión del promocional;
 - e. Hora de transmisión del promocional;
 - f. Siglas de la televisora que transmitió el promocional; y
 - g. Plaza de la televisora que transmitió el promocional.
3. La forma en la que el sistema fue comparando los registros de los promocionales monitoreados con los registros de los promocionales reportados fue la siguiente:
 - a. Se buscaron los registros en los que las variables versión, código de versión, grupo, fecha y hora coincidieron plenamente y en los que las variables siglas y plaza eran diferentes. Lo anterior debido a que una repetición sólo puede hacerse en un canal diferente al canal presuntamente original. Estos registros fueron conciliados y se descargaron la base de los no reportados.
 - b. En un segundo momento se buscaron los registros en los que las variables versión, código, grupo y fecha coincidieron; en los que la hora de transmisión fue un segundo antes y un segundo después de la hora en la que se transmitió el promocional original; y en los que las variables sigla y plaza era diferente en ambas bases. Al igual que en el caso anterior, los registros que cumplieron con estas condiciones fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.
 - c. Este proceso se repitió hasta que la diferencia entre la hora de transmisión del promocional original y la hora de transmisión del promocional repetido fue de -3 horas o de +24 horas.
4. A cada grupo de registros coincidentes se les asignó un número de conjunto. A aquellos promocionales detectados en esta Segunda Fase se les asignó la clave de identificación E2.

Se enfatiza que el Reglamento aplicable a Partidos Políticos en su artículo 12.10, incisos a) y b), es claro al establecer que los partidos

deberán reportar una relación pormenorizada de cada uno de los promocionales que ampare cada factura, independientemente de que dicha difusión se realice a través de canales de origen o repetidoras.

Con independencia de lo anterior, las repetidoras fueron descargadas de la base de datos, siempre y cuando el partido hubiese reportado al menos uno.

A partir de este procedimiento se detectaron 240 promocionales adicionales, **Anexo 12** del presente Dictamen, adicionales, que se descargaron de la base de los no reportados obtenida de la Primera Fase, por considerar que se trata de repetidoras de los promocionales que reportó el partido, identificadas en la columna “Origen del Promocional” con E2.

De lo anterior se desprende que en esta etapa se descargaron los 375 promocionales notificados al partido como “Monitoreados y Reportados Repetidoras” identificadas con “E” y otros 240 que se descargan de los 1,022 notificados como no reportados, **Anexo 12** del presente Dictamen. A los 1,022 se le restan los 240 promocionales descargados por repetidoras de promocionales reportados, lo cual resulta en un total de 782 que permanecen como no reportados.

En atención al engrose solicitado por el Consejo General en su sesión del 28 de enero del 2008, es pertinente mencionar que; a diferencia del rubro correspondiente al monitoreo de promocionales en radio, en el caso de las televisoras no se presentaron casos en los que, al dejar de controlar la variable “programa” pareciera que se considera como “repetidoras” a difusoras que no pertenecen a la misma cadena o que, inclusive, son competidoras. Lo anterior en virtud de que sí se controló la variable “Grupo”. Al igual que en el caso de, monitoreo de radio, en este rubro se diferencian, en sus respectivos anexos, los promocionales que fueron descargados con motivo del mencionado criterio, de aquellos que, en rigor, fueron producto de “repetidoras”.

Cabe destacar que estas consideraciones resultan aplicables, en lo conducente, al procedimiento que se describe en el numeral siguiente.

Por otra parte, en atención al mencionado engrose, solicitado respecto del anexo 12 del Dictamen presentado el 28 de enero de 2008, que

corresponde a promocionales de televisión conciliados, se procedió a revisar la base de datos de IBOPE (programa “Spot Locator”) determinándose que existe un error en la columna “programa” en 87 casos; de los cuales 85 corresponden al canal de noticias CNN en Español (CNNESP) y 2 al canal que transmite deportes FOX Sport (FOXSP0). Dichos promocionales fueron detectados en la base de datos del programa “Spot Locator” con inconsistencia en el nombre del programa. Tal situación no era motivo para que se excluyeran del ejercicio de conciliación, en virtud de que contenían los datos necesarios para ser conciliados con un promocional reportado por el partido. En consecuencia, en el anexo 12 del dictamen, se encuentran referenciados para su identificación con (1).

II. Descarga de los promocionales que son repetidoras de otros que aparecen en la misma base de los promocionales no reportados.

De los 782 promocionales que resultaron del procedimiento anterior, a partir del mismo procedimiento identificado con el numeral VII de la primera fase, se identificaron 640 como originales y 53 como repetidoras de los primeros.

Por lo anterior, se identificaron plenamente 53 promocionales considerados como “No Reportados Repetidoras”, **Anexo 13** del presente Dictamen, identificados en la columna “CVE Identificación” con “D”. Lo anterior, con la finalidad de que únicamente se obtuviera la transmisión de aquellos promocionales considerados originales, es decir, aquellos que pudieron ser contratados en forma individual, independientemente de que la señal se hubiese transmitido en otra plaza y otras siglas, pero en la misma fecha y dentro del mismo programa.

Adicionalmente, se amplió el rango de búsqueda de repetidoras, con base en lo siguiente:

4. Se analizó la base de datos de los 782 promocionales no reportados por el partido y se compararon los registros con base en las siguientes variables:

- a. Código de Versiones;
- b. Versión;
- c. Grupo;
- d. Fecha;
- e. Hora;
- f. Siglas; y
- g. Plaza.

5. La comparación se realizó agrupando los registros en los que:

- a. Las variables Versión, Código de Versión y Grupo coincidieron;
- b. Las variables siglas y plaza eran diferentes; y
- c. Las variables fecha y hora estuvieron dentro de un rango de +/- 3 horas.

3. A cada grupo de registros coincidentes se les asignó un número de conjunto.

A partir de este procedimiento se identificaron 89 promocionales considerados como repetidoras de promocionales no reportados, **Anexo 13** del presente Dictamen, que fueron descargados de la base de los no reportados. A aquellos promocionales detectados en esta Segunda Fase se les asignó una clave de identificación D2.

Al igual que en el caso de las repetidoras de los promocionales reportados y en consideración al engrose solicitado por el Consejo General en su sesión del 28 de enero de 2008, en los anexos respectivos se hace la distinción entre promocionales repetidos y aquellos que en rigor sí constituyeron repetidoras.

III. Cotejo de los promocionales no reportados con los 817 promocionales considerados reportados y no observados por el monitoreo.

Se detectaron 817 promocionales reportados por el partido, que de los procedimientos aplicados en la Primera Fase no pudieron ser conciliados con aquellos que aparecen en la base de datos del monitoreo, Anexo 2 del oficio notificado. El partido fue informado

debidamente de estos promocionales para que argumentara lo que a su derecho conviniera, pero no hizo aclaración alguna al respecto.

Sin embargo, dado que es posible que las televisoras los transmitieran en fechas y horarios posteriores a los que aparecen en las hojas membretadas presentadas por el partido, la autoridad llevó a cabo el siguiente procedimiento para detectar coincidencias y estar en posibilidad de conciliarlos:

1. La base de datos de los promocionales monitoreados que se utilizó en esta Segunda Fase fue la de los 640 promocionales considerados originales no reportados.
2. La base de datos de los promocionales que reportó el partido incluyó solamente a los 817 promocionales que dentro de la Primera Fase no aparecieron como transmitidos.
3. Se analizaron los datos conforme a la siguientes variables:
 - a. Siglas en las que se transmitió el promocional;
 - b. Plaza en la que se transmitió el promocional;
 - c. Fecha en la que se transmitió el promocional; y
 - d. Hora en la que se transmitió el promocional.
4. La forma en la que el sistema fue comparando los registros de los promocionales monitoreados, específicamente los 640, con los registros de los 817 promocionales reportados y que no aparecían como transmitidos, mismos que resultaron de los procedimientos aplicados en la Primera Fase, fue la siguiente:
 - a. Inicialmente se buscaron los registros en los que las variables sigla y plaza coincidieron plenamente a partir de la fecha y la hora reportada por la coalición.
 - b. En la Primera Fase se estableció como límite para conciliar un tiempo máximo de 24 horas posteriores. En esta Segunda Fase se buscaron los registros en los que las variables coincidieron; en los que la hora de transmisión fue más de 24 horas y hasta las 48 horas posteriores en que se reportó como transmitido el

promocional. Los registros que cumplieron con estas condiciones fueron conciliados y se descargaron de ambas bases.

- c. Este proceso se repitió cada 24 horas a partir de la fecha y la hora reportada.

A partir de este procedimiento se conciliaron 58 promocionales, **Anexo 14** del presente Dictamen, de los 817; por lo que existen 759 promocionales reportados por el partido que no encontraron coincidencia alguna con los promocionales detectados por el monitoreo, **Anexo 15** del presente Dictamen; por lo tanto, se consideran como reportados pero no transmitidos.

A los 640 promocionales no reportados se le descargaron 58 promocionales derivados de este procedimiento, por lo que resultan 582 promocionales no reportados.

IV. Detección de aquellos promocionales cuyos testigos presentan algún tipo de falla técnica de grabación dentro del sistema “Spot Locator”.

Se analizaron uno a uno los testigos del sistema “Spot Locator” relacionados con 582 promocionales originales resultantes del procedimiento anterior y se detectaron 16 promocionales con errores de lectura.

A partir del procedimiento IV se descargaron 16 promocionales con algún tipo de falla técnica en la grabación, atribuibles a cuestiones climáticas o técnicas, **Anexo 16** del presente Dictamen.

Por lo tanto, como resultado del análisis de la respuesta del partido y de los procedimientos llevados a cabo por la autoridad electoral, a los 1,022 promocionales considerados no reportados y notificados así al partido político, Anexo 3 del oficio citado, como resultado de la Primera Fase, se le descargaron 240 promocionales detectados como repetidoras de promocionales reportados por el partido, **Anexo 12** del presente Dictamen; 142 promocionales considerados como repetidoras de los mismos no reportados, **Anexo 13** del presente

Dictamen; 16 promocionales que presentan algún tipo de falla técnica de grabación dentro del Sistema Spot Locator, **Anexo 16** del presente Dictamen; 58 promocionales que coincidieron en sigla y plaza con un rango mayor de hora a partir de la fecha y hora reportada, **Anexo 14** del presente Dictamen; lo cual resulta en 566 promocionales considerados como no reportados por el partido.

Adicionalmente, se analizó la base de datos de los 566 promocionales que resultaron de esta segunda fase para detectar si seguía apareciendo alguno con sigla “CABLES”. Se detectaron 58 promocionales en dicha base, **Anexo 17** del presente Dictamen, por lo que se eliminaron con el propósito de salvaguardar los derechos del partido político y por lo tanto, se tienen 508 promocionales no reportados, **Anexo 18** del presente Dictamen.

Por lo anterior, se concluye lo siguiente:

RUBRO O CONCEPTO	CIFRA	ANEXO DEL PRESENTE DICTAMEN
Promocionales Monitoreados	12,547	
Precampañas y Campañas Locales	0	
Promocionales para Conciliar	12,547	
Promocionales contratados por el IFE	17	
DETALLE DE CONCILIACIÓN		
Promocionales monitoreados, que fueron reportados por el partido político		
Monitoreados y Reportados originales	11,133	Anexo 12
Monitoreados y Reportados repetidoras descargados en la Primera Fase	375	Anexo 12, identificados con “E”
Monitoreados y Reportados repetidoras descargados en la Segunda Fase	240	Anexo 12, identificados con “E2”
No Reportados Repetidoras, resultado de la Primera Fase y descargados en la Segunda Fase.	53	Anexo 13, identificados con “D”
No Reportados Repetidoras, descargados como resultado de la Segunda Fase.	89	Anexo 13, identificados con “D2”
Promocionales reportados por el partido y considerados no observados por el monitoreo por la falta de coincidencia en sigla, plaza, fecha y hora (en un rango de -3 y +24 horas), resultado de la Primera Fase.	817	
Promocionales descargados en la Segunda Fase por coincidir en sigla y plaza, a partir de la fecha y hora reportada	58	Anexo 14
Promocionales reportados por el partido y sobre los que no existió coincidencia alguna en sigla y plaza, por lo que se consideran no transmitidos.	759	Anexo 15
Promocionales descargados en la Segunda Fase por fallas	16	Anexo 16

RUBRO O CONCEPTO	CIFRA	ANEXO DEL PRESENTE DICTAMEN
técnicas de grabación en el Sistema Spot Locator.		
Promocionales no Reportados en los que aparece como sigla "CABLES"	58	Anexo 17
Promocionales no Reportados, resultado de la Segunda Fase	508	Anexo 18

En el **Anexo B** del presente dictamen se detalla el análisis de contenido de 20 versiones de promocionales transmitidos en televisión, mismos que se resumen a continuación:

VERSIÓN EN "SPOT LOCATOR"	PROMOCIONALES "NO REPORTADOS"
NVA/2 JULIO 3 BOLETAS DALE 1 CANCION	1
NVA/2 JULIO 3 BOLETAS UNA CANCION	2
NVA/2 JULIO CAMBIEN DISTINTAS VOTO	23
NVA/2 JULIO MITIN NUESTRA IDEA	4
NVA/40 ANOS TENENCIA JUEGOS ANULAR PAGO	9
NVA/ACAPULQUENOS CANSADOS 3 ANOS RESPETO	9
NVA/CONFIAMOS HIJOS YOLANDA JOSE	43
NVA/DEMOSTRAMOS ACAPULCO MITIN HISTORIA	1
NVA/ESCUELAS GESTIONAR RECURSOS	14
NVA/FAMILIA VALORES AVERGUENCE PADRES	28
NVA/GENTE QUE ES DEFENDER EDUCACION	81
NVA/MURO PAIS HABLAR PROGRESO	10
NVA/NINOS LIMITADO 3 ANOS EDAD	54
NVA/OBRADOR POBRES CALDERON MODERNA	37
NVA/PAISANO COSTA EDUCACION POBREZA	7
NVA/PART TRADICIONALES RESOLVER OLVIDAN	39
NVA/PAULINO VANESSA FREDY	1
NVA/POLITICOS VOTA GENEROSIDAD HONRADOS	1
NVA/SRA LAVA LIBRE SONAR SENTIR	134
NVA/SUPER BENIGNO GALLARDO	10
TOTAL	508

Respecto a los 508 promocionales monitoreados y no reportados, **Anexo 18** del presente Dictamen, se determinó que corresponden a publicidad de campaña federal, por lo que al no reportar los gastos correspondientes a los referidos promocionales el partido incumplió con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k); 49-A, párrafo 1, inciso b), fracción III, en relación con el 182-A, párrafo 2, inciso c) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 11.1, 12.10 inciso a); 17.1; 17.2, inciso c); 17.6 y 19.2 del Reglamento de mérito. Por tal razón la observación no quedó subsanada por 508 promocionales transmitidos en televisión.

En el Anexo II se describe puntualmente la metodología que se ha descrito, separando cada uno de los procedimientos con los resultados correspondientes.

Gastos en Espectaculares

Diputados

- ◆ De la revisión a la cuenta “Gastos en Espectaculares”, subcuenta “Diputados Federales”, se observó el registro contable de pólizas que presentaban como soporte documental facturas; sin embargo, omitió presentar sus respectivas hojas membretadas. A continuación se detallan los casos en comento:

DISTRITO	REFERENCIA CONTABLE	FACTURA					CONCLUSIÓN DEL DICTAMEN CONSOLIDADO
		NÚMERO	FECHA	PROVEEDOR	CONCEPTO	IMPORTE	
Puebla							
11	PD-1/06-06	159	15/05/06	Media Bus Puebla, S.A. de C.V.	Proyección de spots publicitarios de 29 segundos, para la campaña de candidatos del NAL, de acuerdo al contrato 280406, los cuales pasarán en 30 videobuses de la ciudad de Puebla a partir del 15 de mayo al 31 de mayo del 2006.	\$29,601.00	67
	PD-2/06-06	160	29/05/06			29,601.00	
11	PD-3/06-06	168	1/06/06	Media Bus Puebla, S.A. de C.V.	Proyección de spots publicitarios de 29 segundos para la campaña de candidatos del NAL, de acuerdo al contrato 280406 B, los cuales pasarán en 30 videobuses de la ciudad de Puebla a partir del 01 de junio al 28 de junio 2006.	29,000.70	67
TOTAL						\$88,202.70	

En consecuencia, se le solicitó al partido lo siguiente:

- Proporcionar las hojas membretadas que ampararan los spots publicitarios de las facturas señaladas, con la totalidad de los datos señalados en la normatividad, de manera impresa y en medio

magnético (hoja de cálculo Excel), incluyendo el resumen correspondiente.

- Presentar las aclaraciones que a su derecho convinieran.

Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.12, incisos b) y e), 12.17, inciso d) y 19.2 del Reglamento de la materia.

La solicitud antes citada fue notificada mediante oficio STCFRPAP/2414 del 10 de diciembre de 2007, recibido por el partido en la misma fecha.

Al respecto, con escrito NA-JEN-CEF-105/08 del 9 de enero de 2008, el partido dio contestación al oficio en comento; sin embargo, referente a este punto, no presentó documentación ni aclaración alguna; por tal razón, la observación se consideró no subsanada por un importe de \$88,202.70.

En consecuencia, al no presentar las hojas membretadas solicitadas, el partido incumplió lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.12, inciso e) 19.2 del Reglamento de la materia.

5. Conclusiones Finales

1. En la cuenta “Aportaciones Simpatizantes CF”, subcuenta “Aportaciones en Efectivo”, se localizó el registro de pólizas por concepto de ingresos por colecta y aportaciones de simpatizantes que presentan como soporte documental fichas de depósito cuyas fechas de depósito no coinciden con las de los estados de cuenta bancarios presentados por un importe de \$31,000.00.

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

2. El partido no presentó 678 estados de cuenta bancarios, 657 conciliaciones bancarias, 2 contratos de apertura y 25 cartas de cancelación como se detalla a continuación:

COMITÉ	DOCUMENTO FALTANTE			
	ESTADOS DE CUENTA	CONCILIACIONES BANCARIAS	CONTRATOS DE APERTURA	CARTAS DE CANCELACIÓN
JUNTA EJECUTIVA NACIONAL		8		
PRESIDENTE	4	4		
SENADORES	97	96		7
DIPUTADOS	577	549	2	18
TOTAL	678	657	2	25

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

3. Se localizaron 11 estados de cuenta que reflejan un saldo final, sin embargo, omitió presentar la póliza de la aplicación contable de la cancelación de los saldos y los estados de cuenta en los que se reflejaran los depósitos correspondientes de dichos saldos.

Tal situación ya fue objeto de sanción en el punto 5.4, inciso g) de la Resolución CG97/2007 del Consejo General del 21 de mayo de 2007, confirmada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del

Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-46/2007.

4. En la cuenta “Gastos en Radio”, varias subcuentas, se localizó el registro de pólizas que carecen de las respectivas hojas membretadas, por un importe de \$29,376.00. Adicionalmente, el partido no presentó aclaraciones respecto a este punto.

CAMPAÑA	IMPORTE
Diputados	\$11,781.00
	17,595.00
TOTAL	\$29,376.00

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso b) y 19.2 del Reglamento que Establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

5. En la cuenta “Gastos en Radio”, varias subcuentas, se localizó el registro de pólizas que carecen de su respectivo soporte documental consistente en facturas “REL-PROMR”, hojas membretadas y copias de cheques, por un importe de \$44,686.25 (\$29,756.25 y \$14,930.00). Adicionalmente, el partido no presentó aclaraciones respecto a este punto.

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 11.1, 11.7, 12.10, inciso b) y 19.2 del Reglamento que Establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

6. Se localizaron pólizas contables que presentan como soporte documental facturas con sus respectivas hojas membretadas, las cuales no reúnen la totalidad de los datos establecidos en la normatividad, por un importe de \$238,896.83. Adicionalmente, el partido no presentó aclaraciones respecto a este punto.

CAMPAÑA	IMPORTE
Diputados	\$238,896.83

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso b) y 19.2 del Reglamento que Establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

7. Se observó una factura por concepto de transmisión de spots en radio de la cual, no se localizó el registro contable correspondiente, ni las respectivas hojas membretadas por un importe de \$71,760.00. Adicionalmente, el partido no presentó aclaraciones respecto a este punto.

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso b), 12.18, 15.2, 17.2, inciso c), 17.5, inciso a), 19.2 y 24.1 del Reglamento que Establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

8. En la cuenta “Gastos en Radio”, se localizaron hojas membretadas del proveedor Sistema Radiópolis, S.A. de C.V., cuyo importe no coincide con el total de las facturas registradas contablemente en las cuentas de Presidente y de la Junta Ejecutiva Nacional por un

monto de \$815,346.45. Adicionalmente, el partido no presentó aclaraciones respecto a este punto.

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso b) y 19.2 del Reglamento que Establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

9. En la cuenta “Gastos en Televisión”, varias subcuentas, se localizaron facturas por concepto de transmisión de publicidad que carecen de sus respectivas hojas membretadas, por un importe \$418,122.98. Adicionalmente, el partido no presentó aclaraciones respecto a este punto.

CAMPAÑA	IMPORTE
Presidente	\$367,808.18
Diputados	50,314.80
TOTAL	\$418,122.98

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento que Establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

10. En la cuenta “Gastos en Televisión”, se localizaron hojas membretadas, las cuales no reúnen la totalidad de los requisitos establecidos en la normatividad, por un importe de \$13,527.00. Adicionalmente, el partido no presentó aclaraciones respecto a este punto.

CAMPAÑA	IMPORTE
Diputados	\$13,527.00

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento que Establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

11. En la cuenta “Gastos en Televisión”, subcuenta “Presidente”, se observó una factura con sus respectivas hojas membretadas; cuyos datos corresponden a una televisora diferente a la señalada en dichas hojas por un importe de \$79,736.40. Adicionalmente, el partido no presentó aclaraciones respecto a este punto.

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.10, inciso a) y 19.2 del Reglamento que Establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

12. En la cuenta “Gastos en Televisión”, subcuenta “Presidente”, se localizó el registro de pólizas que presentan como soporte documental hojas membretadas, así como contratos celebrados con el proveedor Televisa, S.A. de C.V.; sin embargo, los importes totales de las pólizas, hojas membretadas y contratos no coinciden, por lo que esta autoridad no tiene la certeza de cuál importe es el correcto. Adicionalmente, el partido no presentó aclaraciones respecto a este punto.

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones

y Procedimientos Electorales; 12.18, 15.2, 17.2, inciso c), 17.5, inciso a) y 19.2 del Reglamento que Establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

13. En la cuenta “Gastos en Radio”, se observaron facturas por un total de \$3,384,575.00, por conceptos que corresponden a la producción de spots en radio; sin embargo, el partido no presentó las muestras de las versiones de los promocionales. Adicionalmente, el partido no presentó aclaraciones respecto de este punto.

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.11, inciso e) y 19.2 del Reglamento que Establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo de lo establecido en el artículo 269 párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

14. En la cuenta “Gastos en Radio”, correspondiente al Distrito 5 del Estado de Sonora se localizó una factura por \$1,725.00, por un concepto que no corresponde a la transmisión de spots en radio; sin embargo, el partido no realizó la reclasificación a la cuenta correspondiente. Adicionalmente, el partido no presentó aclaraciones respecto a este punto.

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, así como, 12.18, 15.2, 15.3, 19.2, 24.1 y 24.3 del Reglamento que Establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

15. En la cuenta “Gastos en Televisión”, se localizaron facturas por un total de \$3,704,600.00, por conceptos que corresponden a la producción de spots, sin embargo, el partido omitió presentar las muestras de las versiones de los promocionales. Adicionalmente, el partido no presentó aclaraciones respecto a este punto.

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.11, inciso e) y 19.2 del Reglamento que Establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

16. En la cuenta “Gastos en Televisión”, correspondiente al Distrito 5 del Estado de Sonora se localizó una factura por un total de \$20,125.00, por un concepto que no corresponde a la transmisión de spots en televisión; sin embargo el partido no realizó la reclasificación a la cuenta solicitada. Adicionalmente, el partido no presentó aclaraciones respecto de este punto.

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, así como así como 12.18, 19.2, 24.1 y 24.3 del Reglamento que Establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

17. En la cuenta “Gastos en Televisión”, se localizaron hojas membretadas por la transmisión de spots por un importe de \$873,047.80; sin embargo, en los testigos presentados, se identificó que correspondían a la candidata a Senadora plurinominal Irma Martínez; es decir, realizó gastos que no corresponden a rubros relativos a campañas.

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en el 49-A, párrafo 1, inciso b), fracción III del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, inciso a) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

18. En la cuenta “Gastos en Espectaculares”, subcuenta “Diputados Federales”, se localizaron facturas que carecen de sus respectivas hojas membretadas, por un importe de \$88,202.70. Adicionalmente, el partido no presentó aclaraciones respecto a este punto.

Tal situación constituye, un incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 38, párrafo 1, inciso k) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 12.12, inciso e) y 19.2 del Reglamento que Establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

19. De los datos arrojados por el monitoreo de promocionales transmitidos en radio ordenado por el Instituto Federal Electoral, y una vez aplicados a éstos las diferencias explicadas por el Partido Nueva Alianza, se desprende que el partido reportó los promocionales transmitidos en radio, con excepción de 1,868 promocionales que corresponden a publicidad de campaña federal.

Tal situación constituye un incumplimiento a lo establecido en los artículos 38, párrafo 1, inciso k); 49-A, párrafo 1, inciso b), fracción III, en relación con el 182-A, párrafo 2, inciso c) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 11.1, 12.10 inciso b); 17.1; 17.2, inciso c); 17.6 y 19.2 del Reglamento que establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

20. De los datos arrojados por el monitoreo de promocionales transmitidos en televisión, ordenado por el Instituto Federal Electoral, y una vez aplicados a éstos las diferencias explicadas por el Partido Nueva Alianza, se desprende que el partido reportó los promocionales transmitidos en televisión observados por el monitoreo, con excepción de 508 promocionales que corresponden a publicidad de campaña federal.

Tal situación constituye un incumplimiento a lo establecido en los artículos 38, párrafo 1, inciso k); 49-A, párrafo 1, inciso b), fracción III, en relación con el 182-A, párrafo 2, inciso c) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 11.1, 12.10 inciso a); 17.1; 17.2, inciso c); 17.6 y 19.2 del Reglamento que establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, por lo que se hace del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral para efectos de lo establecido en el artículo 269, párrafo 2, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.