



## INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

1.- TIPO DE CAMPAÑA ELECTORAL (1)  
GOBIERNO DEL ESTADO DIPUTADOS DE MAYORÍA RELATIVA X  
PLANILLA DE AYUNTAMIENTOS

NUMERO 1

2.- DISTRITO ELECTORAL (2) (3)  
4.- FECHAS: DE INICIO 10 de Nov. 2010 (4) 06 de FEBRERO 2011 TOPE (5)

### II.- IDENTIFICACION DEL CANDIDATO

1.- NOMBRE: ARMANDO RODOLFO ROMERO BALCAZAR (6)  
2.- DOMICILIO [REDACTED] (7)  
3.- TELEFONOS: [REDACTED] (8) OFICINA (8)  
4.- NOMBRE DEL CANDIDATO SUPLENTE ( EN SU CASO) (9)  
GRACIELA AGUILAR EMBILA

### III.- ORIGEN Y MONTO DE LOS RECURSOS DE LA CAMPAÑA DE INGRESOS MONTOS (\$)

1.- FINANCIAMIENTO PUBLICO			
	ESTATAL	10,000.00	(10)
	NACIONAL		(10)
2.- FINANCIAMIENTO PRIVADO			
APORTACIONES DEL CANDIDATO			
	EN EFECTIVO		(11)
	EN ESPECIE		(11)
APORTACIONES DE MILITANTES			
	EN EFECTIVO		(11)
	EN ESPECIE		(11)
APORTACIONES DE SIMPATIZANTES			
	EN EFECTIVO		(11)
	EN ESPECIE		(11)
3.- AUTOFINANCIAMIENTO (11)			
4.- RENDIMIENTO FINANCIERO, FONDOS Y FIDECOMISOS (11)			
5.- TRANSFERENCIAS (11)			
TOTAL		10,000.00	(12)

### IV.- DESTINO DE LOS RECURSOS DE CAMPAÑA ( EGRESOS)

MONTOS (\$ )

1.- GASTOS DE PROPAGANDA			(13)
2.- GASTOS DE OPERACIÓN DE CAMPAÑA		10,000.00	(14)
3.- GASTOS DE PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRONICOS DISTINTOS A RADIO Y TELEVISION			(15)
4.- GASTOS FINANCIEROS			(16)
5.- GASTOS DE PRECAMPAÑA			(17)
TOTAL		10,000.00	(18)



## INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

1.- TIPO DE CAMPAÑA ELECTORAL (1)  
GOBIERNO DEL ESTADO DIPUTADOS DE MAYORIA RELATIVA X  
PLANILLA DE AYUNTAMIENTOS

NUMERO 11

2.-DISTRITO ELECTORAL (2) (3)  
4.-FECHAS: DE INICIO 10 de Nov. 2010 (4) 06 de FEBRERO 2011 TOPE (5)

### II.- IDENTIFICACION DEL CANDIDATO

1.- NOMBRE: RUBEN COTA COTA (6)  
2.- DOMICILIO: [REDACTED] (7)  
3.- TELEFONOS: [REDACTED] (8) OFICINA (8)  
4.- NOMBRE DEL CANDIDATO SUPLENTE ( EN SU CASO): (9)  
GRACIELA AGUILAR EMBILA

### III.- ORIGEN Y MONTO DE LOS RECURSOS DE LA CAMPAÑA DE INGRESOS MONTOS (\$)

1.- FINANCIAMIENTO PUBLICO			
	ESTATAL	10,000.00	(10)
	NACIONAL		(10)
2.- FINANCIAMIENTO PRIVADO			
APORTACIONES DEL CANDIDATO			
	EN EFECTIVO		(11)
	EN ESPECIE		(11)
APORTACIONES DE MILITANTES			
	EN EFECTIVO		(11)
	EN ESPECIE		(11)
APORTACIONES DE SIMPATIZANTES			
	EN EFECTIVO		(11)
	EN ESPECIE		(11)
3.- AUTOFINANCIAMIENTO (11)			
4.- RENDIMIENTO FINANCIERO, FONDOS Y FIDECOMISOS (11)			
5.- TRANSFERENCIAS (11)			
TOTAL		10,000.00	(12)

### IV.- DESTINO DE LOS RECURSOS DE CAMPAÑA ( EGRESOS)

MONTOS (\$ )

1.- GASTOS DE PROPAGANDA		(13)
2.- GASTOS DE OPERACIÓN DE CAMPAÑA	10,000.00	(14)
3.- GASTOS DE PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRONICOS DISTINTOS A RADIO Y TELEVISION		(15)
4. GASTOS FINANCIEROS		(16)
5.- GASTOS DE PRECAMPAÑA		(17)
TOTAL		10,000.00 (18)



## INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

#### 1.- TIPO DE CAMPAÑA ELECTORAL (1)

GOBIERNO DEL ESTADO

DIPUTADOS DE MAYORÍA RELATIVA X

PLANILLA DE AYUNTAMIENTOS

#### 2.-DISTRITO ELECTORAL

(2)

NUMERO III

(3)

#### 4.-FECHAS: DE INICIO 10 de Nov. 2010 (4) 06 de FEBRERO 2011 TOPE (5)

### II.- IDENTIFICACION DEL CANDIDATO

#### 1.- NOMBRE: RAMIRO RUIZ FLOREZ

(6)

#### 2.- DOMICILIO

(7)

#### 3.- TELEFONOS: (8) OFICINA

(8)

#### 4.- NOMBRE DEL CANDIDATO SUPLENTE ( EN SU CASO)

(9)

GRACIELA AGUILAR EMBILA

### III.- ORIGEN Y MONTO DE LOS RECURSOS DE LA CAMPAÑA DE INGRESOS

MONTOS (\$)

#### 1.- FINANCIAMIENTO PUBLICO

ESTATAL

10,000.00

(10)

NACIONAL

(10)

#### 2.- FINANCIAMIENTO PRIVADO

##### APORTACIONES DEL CANDIDATO

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

##### APORTACIONES DE MILITANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

##### APORTACIONES DE SIMPATIZANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

#### 3.- AUTOFINANCIAMIENTO

(11)

#### 4.- RENDIMIENTO FINANCIERO, FONDOS Y FIDECOMISOS

(11)

#### 5.- TRANSFERENCIAS

(11)

TOTAL

10,000.00

(12)

### IV.- DESTINO DE LOS RECUSOS DE CAMPAÑA ( EGRESOS)

MONTOS (\$)

#### 1.- GASTOS DE PROPAGANDA

(13)

#### 2.- GASTOS DE OPERACIÓN DE CAMPAÑA

10,000.00

(14)

#### 3.- GASTOS DE PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRONICOS DISTINTOS A RADIO Y TELEVISION

(15)

#### 4. GASTOS FINANCIEROS

(16)

#### 5.- GASTOS DE PRECAMPAÑA

(17)

TOTAL

10,000.00

(18)



## INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

#### 1.- TIPO DE CAMPAÑA ELECTORAL (1)

GOBIERNO DEL ESTADO

DIPUTADOS DE MAYORIA RELATIVA X

PLANILLA DE AYUNTAMIENTOS

NUMERO IV

2.-DISTRITO ELECTORAL

(2)

(3)

4.-FECHAS: DE INICIO 10 de Nov. 2010 (4) 06 de FEBRERO 2011 TOPE (5)

### II.- IDENTIFICACION DEL CANDIDATO

1.- NOMBRE: MARTIN IVAN TERAN REYES

(6)

2.- DOMICILIO

(7)

3.- TELEFONOS: (8) OFICINA

(8)

4.- NOMBRE DEL CANDIDATO SUPLENTE ( EN SU CASO):

(9)

GRACIELA AGUILAR EMBILA

### III.- ORIGEN Y MONTO DE LOS RECURSOS DE LA CAMPAÑA DE INGRESOS

MONTOS (\$)

#### 1.- FINANCIAMIENTO PUBLICO

ESTATAL

10,000.00

(10)

NACIONAL

(10)

#### 2.- FINANCIAMIENTO PRIVADO

APORTACIONES DEL CANDIDATO

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

APORTACIONES DE MILITANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

APORTACIONES DE SIMPATIZANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

#### 3.- AUTOFINANCIAMIENTO

(11)

#### 4.- RENDIMIENTO FINANCIERO, FONDOS Y FIDECOMISOS

(11)

#### 5.- TRANSFERENCIAS

(11)

TOTAL

10,000.00

(12)

### IV.- DESTINO DE LOS RECURSOS DE CAMPAÑA ( EGRESOS)

MONTOS (\$)

#### 1.- GASTOS DE PROPAGANDA

(13)

#### 2.- GASTOS DE OPERACIÓN DE CAMPAÑA

10,000.00

(14)

#### 3.- GASTOS DE PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRONICOS DISTINTOS A RADIO Y TELEVISION

(15)

#### 4. GASTOS FINANCIEROS

(16)

#### 5.- GASTOS DE PRECAMPAÑA

(17)

TOTAL

10,000.00

(18)



## INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

#### 1.- TIPO DE CAMPAÑA ELECTORAL (1)

GOBIERNO DEL ESTADO

DIPUTADOS DE MAYORIA RELATIVA X

PLANILLA DE AYUNTAMIENTOS

NUMERO VI

2.-DISTRITO ELECTORAL

(2)

(3)

4.-FECHAS: DE INICIO 10 de Nov. 2010 (4) 06 de FEBRERO 2011 TOPE (5)

### II.- IDENTIFICACION DEL CANDIDATO

1.- NOMBRE: ARIADNA CASTILLO MANRIQUEZ

(6)

2.- DOMICILIO

(7)

3.- TELEFONOS: (8) OFICINA

(8)

4.- NOMBRE DEL CANDIDATO SUPLENTE ( EN SU CASO)

(9)

GRACIELA AGUILAR EMBILA

### III.- ORIGEN Y MONTO DE LOS RECURSOS DE LA CAMPAÑA DE INGRESOS

MONTOS (\$)

#### 1.- FINANCIAMIENTO PUBLICO

ESTATAL

10,000.00

(10)

NACIONAL

(10)

#### 2.- FINANCIAMIENTO PRIVADO

##### APORTACIONES DEL CANDIDATO

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

##### APORTACIONES DE MILITANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

##### APORTACIONES DE SIMPATIZANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

#### 3.- AUTOFINANCIAMIENTO

(11)

#### 4.- RENDIMIENTO FINANCIERO, FONDOS Y FIDECOMISOS

(11)

#### 5.- TRANSFERENCIAS

(11)

TOTAL

10,000.00

(12)

### IV.- DESTINO DE LOS RECURSOS DE CAMPAÑA ( EGRESOS)

MONTOS (\$)

#### 1.- GASTOS DE PROPAGANDA

(13)

#### 2.- GASTOS DE OPERACIÓN DE CAMPAÑA

10,000.00

(14)

#### 3.- GASTOS DE PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRONICOS DISTINTOS A RADIO Y TELEVISION

(15)

#### 4. GASTOS FINANCIEROS

(16)

#### 5.- GASTOS DE PRECAMPAÑA

(17)

TOTAL

10,000.00

(18)



INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS  
RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA



## INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

#### 1.- TIPO DE CAMPAÑA ELECTORAL (1)

GOBIERNO DEL ESTADO

DIPUTADOS DE MAYORIA RELATIVA X

PLANILLA DE AYUNTAMIENTOS

NUMERO IX

#### 2.-DISTRITO ELECTORAL

(2)

(3)

4.-FECHAS: DE INICIO 10 de Nov. 2010 (4) 06 de FEBRERO 2011 TOPE (5)

### II.- IDENTIFICACION DEL CANDIDATO

1.- NOMBRE: LUIS MANUEL RODRIGUEZ MENDOZA

(6)

2.- DOMICILIO

(7)

3.- TELEFONOS: (8) OFICINA

(8)

4.- NOMBRE DEL CANDIDATO SUPLENTE ( EN SU CASO),

(9)

GRACIELA AGUILAR EMBILA

### III.- ORIGEN Y MONTO DE LOS RECURSOS DE LA CAMPAÑA DE INGRESOS

MONTOS (\$)

#### 1.- FINANCIAMIENTO PUBLICO

ESTATAL

5,000.00

(10)

NACIONAL

(10)

#### 2.- FINANCIAMIENTO PRIVADO

APORTACIONES DEL CANDIDATO

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

APORTACIONES DE MILITANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

APORTACIONES DE SIMPATIZANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

#### 3.- AUTOFINANCIAMIENTO

(11)

#### 4.- RENDIMIENTO FINANCIERO, FONDOS Y FIDECOMISOS

(11)

#### 5.- TRANSFERENCIAS

(11)

TOTAL

5,000.00

(12)

### IV.- DESTINO DE LOS RECURSOS DE CAMPAÑA ( EGRESOS)

MONTOS (\$)

#### 1.- GASTOS DE PROPAGANDA

(13)

#### 2.- GASTOS DE OPERACIÓN DE CAMPAÑA

5,000.00

(14)

#### 3.- GASTOS DE PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRONICOS DISTINTOS A RADIO Y TELEVISION

(15)

#### 4. GASTOS FINANCIEROS

(16)

#### 5.- GASTOS DE PRECAMPAÑA

(17)

TOTAL

5,000.00

(18)





## INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO **CONVERGENCIA**

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

#### 1.- TIPO DE CAMPAÑA ELECTORAL (1)

GOBIERNO DEL ESTADO

DIPUTADOS DE MAYORIA RELATIVA X

PLANILLA DE AYUNTAMIENTOS

NUMERO X

2.-DISTRITO ELECTORAL

(2)

(3)

4.-FECHAS: DE INICIO 10 de Nov. 2010 (4) 06 de FEBRERO 2011 TOPE (5)

### II.- IDENTIFICACION DEL CANDIDATO

1.- NOMBRE: JESUS VALENZUELA HUERTA

(6)

2.- DOMICILIO

(7)

3.- TELEFONOS: (8) OFICINA

(8)

4.- NOMBRE DEL CANDIDATO SUPLENTE ( EN SU CASO):

(9)

GRACIELA AGUILAR EMBILA

### III.- ORIGEN Y MONTO DE LOS RECURSOS DE LA CAMPAÑA DE INGRESOS

MONTOS (\$)

#### 1.- FINANCIAMIENTO PUBLICO

ESTATAL

10,000.00

(10)

NACIONAL

(10)

#### 2.- FINANCIAMIENTO PRIVADO

##### APORTACIONES DEL CANDIDATO

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

##### APORTACIONES DE MILITANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

##### APORTACIONES DE SIMPATIZANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

#### 3.- AUTOFINANCIAMIENTO

(11)

#### 4.- RENDIMIENTO FINANCIERO, FONDOS Y FIDECOMISOS

(11)

#### 5.- TRANSFERENCIAS

(11)

TOTAL 10,000.00 (12)

### IV.- DESTINO DE LOS RECURSOS DE CAMPAÑA ( EGRESOS)

MONTOS (\$)

#### 1.- GASTOS DE PROPAGANDA

(13)

#### 2.- GASTOS DE OPERACIÓN DE CAMPAÑA

10,000.00

(14)

#### 3.- GASTOS DE PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRONICOS DISTINTOS A RADIO Y TELEVISION

(15)

#### 4. GASTOS FINANCIEROS

(16)

#### 5.- GASTOS DE PRECAMPAÑA

(17)

TOTAL 10,000.00 (18)



## INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

#### 1.- TIPO DE CAMPAÑA ELECTORAL (1)

GOBIERNO DEL ESTADO

DIPUTADOS DE MAYORIA RELATIVA X

PLANILLA DE AYUNTAMIENTOS

NUMERO XI

2.-DISTRITO ELECTORAL

(2)

(3)

4.-FECHAS: DE INICIO 10 de Nov. 2010 (4) 06 de FEBRERO 2011 TOPE (5)

### II.- IDENTIFICACION DEL CANDIDATO

1.- NOMBRE: CONSUELO OBDULIA TORRES BAREÑO

(6)

2.- DOMICILIO

(7)

3.- TELEFONOS: (8) OFICINA

(8)

4.- NOMBRE DEL CANDIDATO SUPLENTE ( EN SU CASO)

(9)

GRACIELA AGUILAR EMBILA

### III.- ORIGEN Y MONTO DE LOS RECURSOS DE LA CAMPAÑA DE INGRESOS

MONTOS (\$)

#### 1.- FINANCIAMIENTO PUBLICO

ESTATAL

10,000.00

(10)

NACIONAL

(10)

#### 2.- FINANCIAMIENTO PRIVADO

APORTACIONES DEL CANDIDATO

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

APORTACIONES DE MILITANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

APORTACIONES DE SIMPATIZANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

#### 3.- AUTOFINANCIAMIENTO

(11)

#### 4.- RENDIMIENTO FINANCIERO, FONDOS Y FIDECOMISOS

(11)

#### 5.- TRANSFERENCIAS

(11)

TOTAL 10,000.00 (12)

### IV.- DESTINO DE LOS RECURSOS DE CAMPAÑA ( EGRESOS)

MONTOS (\$)

#### 1.- GASTOS DE PROPAGANDA

(13)

#### 2.- GASTOS DE OPERACIÓN DE CAMPAÑA

10,000.00

(14)

#### 3.- GASTOS DE PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRONICOS DISTINTOS A RADIO Y TELEVISION

(15)

#### 4. GASTOS FINANCIEROS

(16)

#### 5.- GASTOS DE PRECAMPAÑA

(17)

TOTAL 10,000.00 (18)



## INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

#### 1.- TIPO DE CAMPAÑA ELECTORAL (1)

GOBIERNO DEL ESTADO

DIPUTADOS DE MAYORIA RELATIVA X

PLANILLA DE AYUNTAMIENTOS

NUMERO XIII

2.-DISTRITO ELECTORAL

(2)

(3)

4.-FECHAS: DE INICIO 10 de Nov. 2010 (4) 06 de FEBRERO 2011 TOPE (5)

### II.- IDENTIFICACION DEL CANDIDATO

1.- NOMBRE: J. ANTONIO CARRIZOZA AGUILAR

(6)

2.- DOMICILIO

(7)

3.- TELEFONOS: (8) OFICINA

(8)

4.- NOMBRE DEL CANDIDATO SUPLENTE ( EN SU CASO) .

(9)

GRACIELA AGUILAR EMBILA

### III.- ORIGEN Y MONTO DE LOS RECURSOS DE LA CAMPAÑA DE INGRESOS

MONTOS (\$)

#### 1.- FINANCIAMIENTO PUBLICO

ESTATAL

5,000.00

(10)

NACIONAL

(10)

#### 2.- FINANCIAMIENTO PRIVADO

APORTACIONES DEL CANDIDATO

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

APORTACIONES DE MILITANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

APORTACIONES DE SIMPATIZANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

#### 3.- AUTOFINANCIAMIENTO

(11)

#### 4.- RENDIMIENTO FINANCIERO, FONDOS Y FIDECOMISOS

(11)

#### 5.- TRANSFERENCIAS

(11)

TOTAL

5,000.00

(12)

### IV.- DESTINO DE LOS RECURSOS DE CAMPAÑA ( EGRESOS)

MONTOS (\$)

#### 1.- GASTOS DE PROPAGANDA

(13)

#### 2.- GASTOS DE OPERACIÓN DE CAMPAÑA

5,000.00

(14)

#### 3.- GASTOS DE PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRONICOS DISTINTOS A RADIO Y TELEVISION

(15)

#### 4. GASTOS FINANCIEROS

(16)

#### 5.- GASTOS DE PRECAMPAÑA

(17)

TOTAL

5,000.00

(18)

INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS  
RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA



## INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

#### 1.- TIPO DE CAMPAÑA ELECTORAL (1)

GOBIERNO DEL ESTADO X DIPUTADOS DE MAYORIA RELATIVA  
PLANILLA DE AYUNTAMIENTOS

NUMERO

2.-DISTRITO ELECTORAL (2)

(3)

4.-FECHAS: DE INICIO 10 de Nov. 2010 (4) 06 de FEBRERO 2011 TOPE (5)

### II.- IDENTIFICACION DEL CANDIDATO

1.- NOMBRE: MARTIN INZUNZA TAMAYO (6)

2.- DOMICILIO [REDACTED] (7)

3.- TELEFONOS: [REDACTED] (8) OFICINA (8)

4.- NOMBRE DEL CANDIDATO SUPLENTE ( EN SU CASO) (9)

### III.- ORIGEN Y MONTO DE LOS RECURSOS DE LA CAMPAÑA DE INGRESOS MONTOS (\$)

#### 1.- FINANCIAMIENTO PUBLICO

ESTATAL 65,200.00 (10)  
NACIONAL (10)

#### 2.- FINANCIAMIENTO PRIVADO APORTACIONES DEL CANDIDATO

EN EFECTIVO (11)  
EN ESPECIE (11)

#### APORTACIONES DE MILITANTES

EN EFECTIVO (11)  
EN ESPECIE (11)

#### APORTACIONES DE SIMPATIZANTES

EN EFECTIVO (11)  
EN ESPECIE (11)

#### 3.- AUTOFINANCIAMIENTO (11)

#### 4.- RENDIMIENTO FINANCIERO, FONDOS Y FIDECOMISOS (11)

#### 5.- TRANSFERENCIAS (11)

TOTAL 65,200.00 (12)

### IV.- DESTINO DE LOS RECURSOS DE CAMPAÑA ( EGRESOS)

MONTOS (\$)

1.- GASTOS DE PROPAGANDA (13)

2.- GASTOS DE OPERACIÓN DE CAMPAÑA 65,200.00 (14)

3.- GASTOS DE PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS Y  
ELECTRONICOS DISTINTOS A RADIO Y TELEVISION (15)

4. GASTOS FINANCIEROS (16)

5.- GASTOS DE PRECAMPAÑA (17)

TOTAL 65,200.00 (18)



## INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

#### 1.- TIPO DE CAMPAÑA ELECTORAL (1)

GOBIERNO DEL ESTADO

DIPUTADOS DE MAYORIA RELATIVA

PLANILLA DE AYUNTAMIENTOS X

NUMERO

2.-DISTRITO ELECTORAL

(2)

(3)

4.-FECHAS: DE INICIO 10 de Nov. 2010 (4) 06 de FEBRERO 2011 TOPE (5)

### II.- IDENTIFICACION DEL CANDIDATO

1.- NOMBRE: ROCIO DEL VALLE PICA

(6)

2.- DOMICILIO

(7)

3.- TELEFONOS: (8) OFICINA

(8)

4.- NOMBRE DEL CANDIDATO SUPLENTE ( EN SU CASO)

(9)

JUAN MANUEL HIRALES LUCERO

### III.- ORIGEN Y MONTO DE LOS RECURSOS DE LA CAMPAÑA DE INGRESOS

MONTOS (\$)

#### 1.- FINANCIAMIENTO PUBLICO

ESTATAL

\$31,000.00

(10)

NACIONAL

(10)

#### 2.- FINANCIAMIENTO PRIVADO

APORTACIONES DEL CANDIDATO

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

APORTACIONES DE MILITANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

APORTACIONES DE SIMPATIZANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

#### 3.- AUTOFINANCIAMIENTO

(11)

#### 4.- RENDIMIENTO FINANCIERO, FONDOS Y FIDECOMISOS

(11)

#### 5.- TRANSFERENCIAS

(11)

TOTAL

31,000.00

(12)

### IV.- DESTINO DE LOS RECURSOS DE CAMPAÑA ( EGRESOS)

MONTOS (\$)

#### 1.- GASTOS DE PROPAGANDA

(13)

#### 2.- GASTOS DE OPERACIÓN DE CAMPAÑA

31,000.00

(14)

#### 3.- GASTOS DE PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRONICOS DISTINTOS A RADIO Y TELEVISION

(15)

#### 4. GASTOS FINANCIEROS

(16)

#### 5.- GASTOS DE PRECAMPAÑA

(17)

TOTAL

31,000.00

(18)



## INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

#### 1.- TIPO DE CAMPAÑA ELECTORAL (1)

GOBIERNO DEL ESTADO

DIPUTADOS DE MAYORIA RELATIVA

PLANILLA DE AYUNTAMIENTOS X **LOS CABOS**  
NUMERO

#### 2.-DISTRITO ELECTORAL

(2)

(3)

4.-FECHAS: DE INICIO 10 de Nov. 2010 (4) 06 de FEBRERO 2011 TOPE (5)

### II.- IDENTIFICACION DEL CANDIDATO

1.- NOMBRE: RAMON JOEL ABAROA DELGADO

(6)

2.- DOMICILIO

(7)

3.- TELEFONOS: (8) OFICINA

(8)

4.- NOMBRE DEL CANDIDATO SUPLENTE ( EN SU CASO)

(9)

LEA MIRIAM-CARIÑO ROMERO

### III.- ORIGEN Y MONTO DE LOS RECURSOS DE LA CAMPAÑA DE INGRESOS

MONTOS (\$)

#### 1.- FINANCIAMIENTO PUBLICO

ESTATAL

25,000.00

(10)

NACIONAL

(10)

#### 2.- FINANCIAMIENTO PRIVADO

APORTACIONES DEL CANDIDATO

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

APORTACIONES DE MILITANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

APORTACIONES DE SIMPATIZANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

#### 3.- AUTOFINANCIAMIENTO

(11)

#### 4.- RENDIMIENTO FINANCIERO, FONDOS Y FIDECOMISOS

(11)

#### 5.- TRANSFERENCIAS

(11)

TOTAL

25,000.00

(12)

### IV.- DESTINO DE LOS RECURSOS DE CAMPAÑA ( EGRESOS)

MONTOS (\$)

#### 1.- GASTOS DE PROPAGANDA

(13)

#### 2.- GASTOS DE OPERACIÓN DE CAMPAÑA

25,000.00

(14)

#### 3.- GASTOS DE PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRONICOS DISTINTOS A RADIO Y TELEVISION

(15)

#### 4. GASTOS FINANCIEROS

(16)

#### 5.- GASTOS DE PRECAMPAÑA

(17)

TOTAL

25,000.00

(18)



## INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

#### 1.- TIPO DE CAMPAÑA ELECTORAL (1)

GOBIERNO DEL ESTADO

DIPUTADOS DE MAYORIA RELATIVA

PLANILLA DE AYUNTAMIENTOS X **COMONOTÓ**  
NUMERO

2.-DISTRITO ELECTORAL

(2)

(3)

4.-FECHAS: DE INICIO 10 de Nov. 2010 (4) 06 de FEBRERO 2011 TOPE (5)

### II.- IDENTIFICACION DEL CANDIDATO

1.- NOMBRE: GUILLERMO TORRES SORIA

(6)

2.- DOMICILIO

(7)

3.- TELEFONOS: (8) OFICINA

(8)

4.- NOMBRE DEL CANDIDATO SUPLENTE ( EN SU CASO)

(9)

LEA MIRIAM CARIÑO ROMERO

### III.- ORIGEN Y MONTO DE LOS RECURSOS DE LA CAMPAÑA DE INGRESOS

MONTOS (\$)

#### 1.- FINANCIAMIENTO PUBLICO

ESTATAL

25,000.00

(10)

NACIONAL

(10)

#### 2.- FINANCIAMIENTO PRIVADO

APORTACIONES DEL CANDIDATO

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

APORTACIONES DE MILITANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

APORTACIONES DE SIMPATIZANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

#### 3.- AUTOFINANCIAMIENTO

(11)

#### 4.- RENDIMIENTO FINANCIERO, FONDOS Y FIDECOMISOS

(11)

#### 5.- TRANSFERENCIAS

(11)

TOTAL

25,000.00

(12)

### IV.- DESTINO DE LOS RECURSOS DE CAMPAÑA ( EGRESOS)

MONTOS (\$)

#### 1.- GASTOS DE PROPAGANDA

(13)

#### 2.- GASTOS DE OPERACIÓN DE CAMPAÑA

25,000.00

(14)

#### 3.- GASTOS DE PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRONICOS DISTINTOS A RADIO Y TELEVISION

(15)

#### 4. GASTOS FINANCIEROS

(16)

#### 5.- GASTOS DE PRECAMPAÑA

(17)

TOTAL

25,000.00

(18)





## INFORME SOBRE EL ORIGEN, MONTO Y DESTINO DE LOS RECURSOS PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PARTIDO CONVERGENCIA

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

#### 1.- TIPO DE CAMPAÑA ELECTORAL (1)

GOBIERNO DEL ESTADO

DIPUTADOS DE MAYORIA RELATIVA

PLANILLA DE AYUNTAMIENTOS X

LORETO  
NUMERO

#### 2.-DISTRITO ELECTORAL

(2)

(3)

#### 4.-FECHAS: DE INICIO 10 de Nov. 2010 (4) 06 de FEBRERO 2011 TOPE (5)

### II.- IDENTIFICACION DEL CANDIDATO

#### 1.- NOMBRE: LORETO ARCE DAVIS

(6)

#### 2.- DOMICILIO

(7)

#### 3.- TELEFONOS: (8) OFICINA

(8)

#### 4.- NOMBRE DEL CANDIDATO SUPLENTE ( EN SU CASO)

(9)

LEA MIRIAM CARIÑO ROMERO

### III.- ORIGEN Y MONTO DE LOS RECURSOS DE LA CAMPAÑA DE INGRESOS

MONTOS (\$)

#### 1.- FINANCIAMIENTO PUBLICO

ESTATAL

25,000.00

(10)

NACIONAL

(10)

#### 2.- FINANCIAMIENTO PRIVADO

##### APORTACIONES DEL CANDIDATO

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

##### APORTACIONES DE MILITANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

##### APORTACIONES DE SIMPATIZANTES

EN EFECTIVO

(11)

EN ESPECIE

(11)

#### 3.- AUTOFINANCIAMIENTO

(11)

#### 4.- RENDIMIENTO FINANCIERO, FONDOS Y FIDECOMISOS

(11)

#### 5.- TRANSFERENCIAS

(11)

TOTAL

25,000.00

(12)

### IV.- DESTINO DE LOS RECURSOS DE CAMPAÑA ( EGRESOS)

MONTOS (\$)

#### 1.- GASTOS DE PROPAGANDA

(13)

#### 2.- GASTOS DE OPERACIÓN DE CAMPAÑA

25,000.00

(14)

#### 3.- GASTOS DE PROPAGANDA EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRONICOS DISTINTOS A RADIO Y TELEVISION

(15)

#### 4. GASTOS FINANCIEROS

(16)

#### 5.- GASTOS DE PRECAMPAÑA

(17)

TOTAL

25,000.00

(18)



(18)