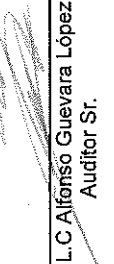


 SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	Órgano Interno de Control en el Fideicomiso de Fomento Minero Cédula de Observaciones		Hojas No. <u>1</u> de <u>4</u> Número de auditoría: 09/15 Número de observación: 01 Monto fiscalizable: N/A Monto fiscalizado: N/A Monto por aclarar: N/A Monto por recuperar: N/A Clasificación de la observación: BR Riesgo: 70010
	Ente: Fideicomiso de Fomento Minero	Sector: Economía	Clave: 10102
Área Auditada: Dirección de Coordinación Técnica y Planeación – Gerencia de Difusión y Comunicación			Clave de programa y descripción de la auditoría: 700 "Comunicación Social" <small>RESERVA DE COPROPIEDAD DEL FIDEICOMISO DE FOMENTO MINERO Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA GOBIERNAL ARTS. 14 FRACSO. 17 II RESERVA DE COPROPIEDAD DEL FIDEICOMISO DE FOMENTO MINERO Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA GOBIERNAL ARTS. 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36 LEY DE INSTITUCIONES DE CREDITO, S.C.</small>

Observación	Recomendaciones
--------------------	------------------------

<p>Incumplimiento a la estrategia, programa anual y difusión de campañas de promoción y publicidad</p> <p>La Gerencia de Difusión y Comunicación del FIFOMI, a través de la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Economía (DGCS), como Coordinadora de Sector, presentó su estrategia, programa anual y campañas de promoción y publicidad de los ejercicios 2014 y 2015, ante la Dirección General de Normatividad de Comunicación (DGNC) dependiente de la Secretaría de Gobernación, para su autorización.</p> <p>Mediante el oficio núm. SNM/DGNC/0398/14, recibido por la Gerencia de Difusión y Comunicación el 3 de marzo de 2014, la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la SEGOB informó sobre la autorización de la estrategia y el programa anual de promoción y publicidad de 2014, donde se previó un monto de 4,108.0 miles de pesos para ejercer en la partida 36201 "Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios" sobre una campaña denominada "Un nuevo enfoque por el financiamiento del sector minero y su cadena de valor", programada en 2 etapas, la primera del 15 de abril al 31 de mayo y la segunda del 1 de junio al 15 de noviembre de 2014.</p> <p>La Gerencia de Difusión y Comunicación del FIFOMI, mediante el oficio núm. GDC/057/14 del 14 de agosto de 2014, remitió a la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Economía una propuesta de modificación de la estrategia y el programa anual de promoción y publicidad del Fideicomiso de Fomento Minero de 2014, en la que sus principales cambios fueron la asignación de un menor presupuesto, por un monto de 1,466.7 miles de pesos y la vigencia de la campaña en 1 nueva etapa, del 29 de septiembre al 5 de diciembre de 2014. La Dirección General de Comunicación Social de la SE mediante el oficio núm. 111.2014.DGCS.252 del 20 de agosto de 2014 remitió la propuesta de modificación ante la autorización ante la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la SEGOB, quien dio respuesta favorable con el oficio núm. SNM/DGNC/2080/14, de fecha 12 de septiembre de 2014.</p>	<p>Correctiva: Que el Director de Coordinación Técnica y Planeación instruya por escrito al Gerente de Difusión y Comunicación para que lleve a cabo lo siguiente:</p> <p>Informe los motivos por los que se disminuyó el presupuesto autorizado en la partida 36201 "Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios" en los programas anuales de promoción y publicidad de los ejercicios 2014 y 2015; y la razón por la cual entre el periodo de la autorización del programa anual de 2014 y su modificación, es decir un periodo de seis meses, no se ejercieron recursos. Proporcionar documentación soporte.</p> <p>Informe las causas por las cuales se presentó ante la Dirección General de Comunicación Social de la SE la campaña de promoción y publicidad de 2014 para tramitar su autorización ante la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la SEGOB hasta el 19 de noviembre de 2014; y el motivo por el cual se solicitó la autorización para la difundir la campaña con 7 días previos a la fecha programada para difusión, incumpliendo con el plazo mínimo de 10 días establecido en los lineamientos; y las razones por las que difiere la vigencia y el presupuesto de la campaña aprobada con lo autorizado en la estrategia y programa anual. Proporcionar documentación soporte.</p> <p>Proporcione el avance de la ejecución de la campaña de promoción y publicidad del ejercicio 2015, en la que se evidencie su cumplimiento en tiempo y forma conforme a los</p>
---	--

 L.C Alfonso Guevara López Auditor Sr.	 Lic. Juan Manuel García Rocha Titular de Auditoría Interna en el Órgano Interno de Control
14-agosto-2015 Fecha de elaboración	

 SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	Órgano Interno de Control en el Fideicomiso de Fomento Minero Cédula de Observaciones		Hojas No. <u>2</u> de <u>4</u> Número de auditoría: 09/15 Monto fiscalizable: N/A Monto fiscalizado: N/A Monto por aclarar: N/A Clasificación de la observación: BR Riesgo: 70010
	Ente: Fideicomiso de Fomento Minero	Sector: Economía	Clave: 10102
Área Auditada: Dirección de Coordinación Técnica y Planeación - Gerencia de Difusión y Comunicación			Clave de programa y descripción de la auditoría: 700 "Comunicación Social" <small>INFORMACIÓN RESERVADA DE CONFIDENCIALIDAD CON LA LEY FEDERAL DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA SUBSECTORIAL ARTS. 14 FRAC. IV Y REG. ANEXO DE LA LEY FEDERAL DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA SUBSECTORIAL ARTS. 30, 31, 32, 33 Y 34, 35, 36 LEY DE INSTITUCIONES DE CRÉDITO ART. 14C.</small>

Al respecto, se observa que el FIFOMI en sus modificaciones propuestas, no justificó la razón por la cual se disminuyó el monto del presupuesto, el cambio la vigencia, ni la razón por la cual entre el periodo de la autorización original y su modificación, es decir un periodo de seis meses, no se ejercieron recursos en campaña alguna, a pesar de que se contaba con presupuesto calendarizado a partir del mes de marzo, según lo reportado en el sistema COMSOC, por lo que se incumplió con lo señalado en el artículo 45, primer párrafo, de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria.

La Gerencia de Difusión y Comunicación del FIFOMI con el oficio núm. GDC/090/14 de fecha 19 de noviembre de 2014, remitió a la Dirección General de Comunicación Social de la SE el formato de presentación de la campaña de promoción y publicidad de 2014 denominada "Un nuevo enfoque por el financiamiento del sector minero y su cadena de valor", quien posteriormente lo envió a la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la SEGOB con el oficio núm. 111.2014.DGCS.348 de fecha 20 de noviembre de 2014, esta última dio respuesta con el oficio núm. SNM/DGNC/2803/14 recibido por el FIFOMI el día 1 de diciembre, informando la autorización para difundir la campaña, y se estableció una nueva vigencia, del 27 de noviembre al 5 de diciembre de 2014, y un monto de 1,398.7 miles de pesos, ambos conceptos difieren de lo autorizado en la estrategia y programa anual, además, la solicitud de autorización para la difusión de la campaña se efectuó el 20 de noviembre y el inicio de la difusión se programó para el 27 de noviembre, es decir, con 7 días previos a la fecha programada, incumpliendo con el artículo 19 del Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2014, que establece que el plazo mínimo es de 10 días.

Posteriormente, la Gerencia de Difusión y Comunicación del FIFOMI con el oficio núm. GDC/100/14 del 19 diciembre de 2014 solicitó a la Dirección General de Comunicación Social de la SE la cancelación de la campaña, en virtud de que la autorización con clave presupuestal emitida por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la SEGOB, se recibió el 1 de diciembre de 2014, y de acuerdo con el oficio circular no. 307-A-3556 emitido por la SHCP,

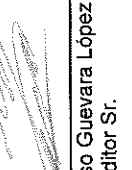
términos autorizados por la Dirección General de Normatividad de Comunicación dependiente de la Secretaría de Gobernación.

Preventiva: Que el Director de Coordinación Técnica y Planeación instruya por escrito al Gerente de Difusión y Comunicación para que lleve a cabo lo siguiente:


En el proceso de planeación desarrolle programas anuales de manera que garanticen el cumplimiento de la estrategia prevista y que las campañas sean acordes al objetivo de comunicación social que se persigue con su difusión.


Se realicen las gestiones necesarias para que el ejercicio de los recursos de promoción y publicidad se efectúe dentro de los plazos y términos establecidos y se cumplan con oportunidad y eficiencia las metas y objetivos previstos en sus respectivos programas.

De lo anterior se presente la documentación al Órgano Interno de Control para su solventación.


 Lic. Alfonso Guevara López
 Auditor Sr.

14-agosto-2015
 Fecha de elaboración


 Lic. Juan Manuel García Rocha
 Titular de Auditoría Interna en el Órgano Interno de Control

 SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	Órgano Interno de Control en el Fideicomiso de Fomento Minero Cédula de Observaciones		Hojas No. <u>3</u> de <u>4</u> Número de auditoría: 09/15 Número de observación: 01 Monto fiscalizable: N/A Monto fiscalizado: N/A Monto por aclarar: N/A Monto por recuperar: N/A Clasificación de la observación: BR Riesgo: 70010
	Ente: Fideicomiso de Fomento Minero	Sector: Economía	Clave: 10102
Área Auditada: Dirección de Coordinación Técnica y Planeación - Gerencia de Difusión y Comunicación			Clave de programa y descripción de la auditoría: 700 "Comunicación Social" <small>INFORMACIÓN RESERVADA DE CONCORDANCIA CON LA LEY FEDERAL DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA GOBIERNO FEDERAL ART. 17 Y ACUERDO DE CALLES FEDERAL DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA GOBIERNO FEDERAL ART. 33, 34, 35, 36 Y DE INSTITUCIONES DE CRÉDITO ART. 16</small>

relativo a las disposiciones específicas para el cierre del ejercicio presupuestario 2014 se estableció como fecha límite para formular compromisos de contratación de servicios en noviembre de 2014, situación que revela una inadecuada planeación presupuestal y en la integración de la estrategia y programa anual de promoción y publicidad.


Además, se observó que a pesar de haber contado con la asignación de recursos en la partida 36201, no se logró el objetivo de la estrategia y programa anual de 2014, relacionado con promover los productos y servicios que ofrece el FIFOMI al sector minero y su cadena de valor, incumpliendo con lo señalado en los artículos 45, primer párrafo, de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, 3, fracción I, 6, primer párrafo y 7 del Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2014.


Por su parte, la estrategia y programa anual de 2015 fueron autorizados por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la SEGOB, mediante el oficio núm. SNM/DGNC/0484/15 del 3 de marzo de 2015, en el que se aprobó un presupuesto en la partida 36201 por 1,350.0 miles de pesos, para ejercer en una campaña denominada "Apoyo integral a las PyMES del sector minero", cuya vigencia abarca del 1º de agosto al 31 de octubre de 2015; al respecto, se observó que el presupuesto aprobado en el programa difiere del presupuesto anual autorizado, que es de 4,108.0 miles de pesos, según el reporte de avance del ejercicio presupuestal del flujo de efectivo 2015, incumpliendo lo establecido en el artículo 7 del Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2015.

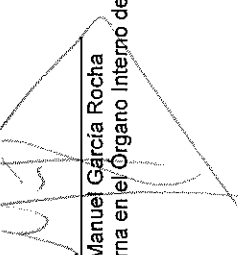
En lo que respecta a la campaña de promoción y publicidad de 2015, la Gerencia de Difusión y Comunicación del FIFOMI con el oficio núm. GDC/044/15 del 3 de agosto de 2015, solicitó a la Dirección General de Comunicación Social de la SE, su intervención para someter a las instancias correspondientes la aprobación de la campaña denominada "Apoyo integral a las PyMES del sector minero". En este sentido, la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la SEGOB, con el oficio núm. SNM/DGNC/1689/15 del 13 de agosto de 2015, autorizó la difusión de

Fecha de firma: 14 de agosto de 2015


Fecha compromiso: 19 de octubre 2015



Lic. Jorge Ramón Muñozcano Sainz
Director De Coordinación Técnica y Planeación


Lic. Luis Ernesto Lee Gómez
Gerente de Difusión y Comunicación


Lic. Juan Manuel García Rocha
Titular de Auditoría Interna en el Órgano Interno de Control

14-agosto-2015
 Fecha de elaboración


L.C. Alfonso Guevara López
Auditor Sr.

 <p>SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA</p>	<p align="center">Órgano Interno de Control en el Fideicomiso de Fomento Minero</p> <p align="center">Cédula de Observaciones</p>		<p>Hojas No. <u>4</u> de <u>4</u> Número de auditoría: 09/15 Monto fiscalizable: N/A Monto fiscalizado: N/A Monto por aclarar: N/A Monto por recuperar: N/A Clasificación de la observación: BR Riesgo: 70010</p>
<p>Ente: Fideicomiso de Fomento Minero</p>	<p>Sector: Economía</p>	<p>Clave: 10102</p>	<p>Clave de programa y descripción de la auditoría: 700 "Comunicación Social"</p>
<p><small>INFORMACIÓN RESERVADA DE CONFIDENCIA CON LA LEY FEDERAL DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA SUBPARAMETRAL ARTS. 14 FRAC. 1.º Y 2.º DEL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA SUBPARAMETRAL ARTS. 30, 31, 32, 33 Y 35. 38</small></p>			

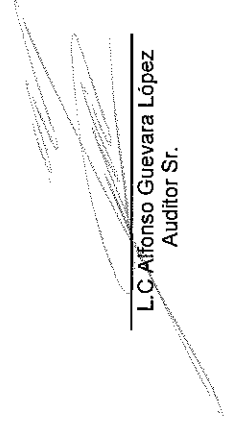
la campaña, y se realizó un ajuste a la vigencia, con un inicio programado el 24 de agosto y su término el 31 de octubre de 2015, por lo que está en proceso del inicio de su ejecución.

Causa: Inadecuada planeación de la estrategia y programa anual de promoción y publicidad; falta de acciones para ejecutar la campaña de promoción y publicidad en los términos y plazos establecidos; obtención de autorización para ejecutar la campaña de promoción y publicidad de 2014 fuera del plazo establecido para ejercer los recursos según las disposiciones específicas para el cierre del ejercicio presupuestario.

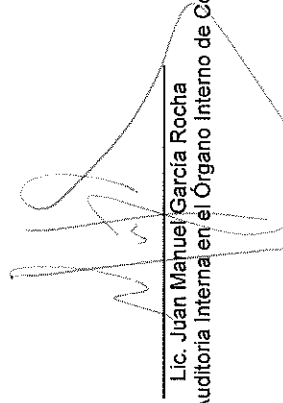
Efecto: Incumplimiento de objetivos de la Gerencia de Difusión y Comunicación; falta de promoción de los productos y servicios que ofrece el FIFOMI lo que ocasiona que se pierdan oportunidades de aumentar y mejorar la distribución de su cartera, de incentivar una mayor colocación de créditos y mejorar las condiciones de operación crediticia.

Fundamento Legal:

Artículo 45, primer párrafo, de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria.
 Artículos 3, fracción I, 6, primer párrafo, 7 y 19 del Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2014.
 Artículo 7 del Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2015.


 L.C. Alfonso Guevara López
 Auditor Sr.

14-agosto-2015
 Fecha de elaboración


 Lic. Juan Manuel García Rocha
 Titular de Auditoría Interna en el Órgano Interno de Control